

Personální marketing v malých a středních podnicích

Autor práce : Klára Birnbaumová

Vedoucí práce : PhDr. Markéta Šnýdrová, Ph.D.

České vysoké učení technické, Masarykův ústav vyšších studií

Cíl práce

Cílem práce je analýza činností personálního marketingu teoreticky a jejich rozbor na příkladu konkrétní firmy.

Přínos práce

Přínosem této práce je návrh na zlepšení personálního marketingu konkrétní firmy.

Abstrakt

Práce se zabývá analýzou personálního marketingu v podniku Ajeto spol. s r.o. V teoretické části jsou popsány procesy externího i interního personálního marketingu, využití sociálních sítí a společenská odpovědnost firem. V praktické části jsou analyzovány jednotlivé procesy na příkladu konkrétního podniku. Na základě této analýzy a výsledků dotazníkového šetření jsou navržena doporučení na zlepšení.

Metodika

K rozboru procesů personálního marketingu firmy byla použita metoda rozhovoru. K zjištění odpovědí na výzkumné otázky metoda dotazování pomocí dotazníků.

Výzkumné otázky

První VO : Jsou zaměstnanci firmy Ajeto spokojeni s prací v podniku?

Druhá VO : Je pro zaměstnance firmy Ajeto důležitá pověst podniku?

Výsledky dotazníkového šetření

Na první výzkumnou otázku odpovědělo 42 respondentů, tedy 93%, že podnik Ajeto považují za atraktivního zaměstnavatele. Z toho 30 respondentů potvrdilo, že je pro ně tato skutečnost důležitá.

Zdroj: vlastní



Pro zodpovězení druhé výzkumné otázky, vybírali respondenti na stupnici od 5 – zcela spokojen po 1 – nespokojen. Nejvíce respondentů označilo číslo 5, tedy že jsou zcela spokojeni a číslo 3. Na obrázku č. 6 je vidět, že zaměstnanci firmy Ajeto jsou spokojeni. Celkově 91% respondentů odpovědělo v rozmezí 3 až 5 bodů.

Zdroj: vlastní



Shrnutí

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že zaměstnancům nejvíce vadí nedostatečná komunikace ze strany vedení podniku. Tento problém lze vyřešit pravidelnými krátkými poradami na pracovišti. Dále bylo doporučeno zavedení formálního hodnocení pracovníků. Podniku se daří intenzivně spolupracovat se studenty i s veřejností, což je důležité pro vytváření dobré zaměstnavatelské pověsti a externí personální marketing.