

Získávání zaměstnanců ve společnosti 2N Telekomunikace a.s

Abstrakt

Cílem této práce je prozkoumání „klasických i moderních“ metod získávání zaměstnanců za účelem zvýšení počtu kvalitních uchazečů o nabízené volné pozice. Zároveň analyzovat náborové metody společnosti 2N Telekomunikace a.s. a navrhnout zlepšení, která pomohou získat nejvhodnější zaměstnance. Metody využívané společností 2N Telekomunikace a.s. jsou hodnoceny pomocí grafu získaných zaměstnanců za stanovené období a pomocí nákladových ukazatelů. Vzhledem k výsledkům šetření bylo navrženo několik možností, jak zlepšit náborové strategie, které mohou pomoci i jiným společnostem.

Abstract

The goal of this theses is research of “classic and modern” recruitment methods to raise interest of quality candidates. Also, to analyse recruitment methods of 2N Telecommunication a.s. company and suggest innovations to help recruiting the fittest employees. Recruitment methods used by 2N Telecommunications a.s. company are evaluated by two main indicators. By a graph of recruited employees and by cost indicators. Because of results, it was suggested a few options to improve recruitment strategy. These options also could help other companies in recruitment.

- Doporučení současného zaměstnance

- Vývěsky (v organizaci nebo mimo ni)

- Přímé oslovení vyhlédnutého jedince

- Spolupráce s úřady práce

- Personální agentury

- Letáky vkládané do poštovních schránek

- Inzerce ve sdělovacích prostředcích

- Veletrhy pracovních příležitostí

- Spolupráce organizace se vzdělávacími institucemi

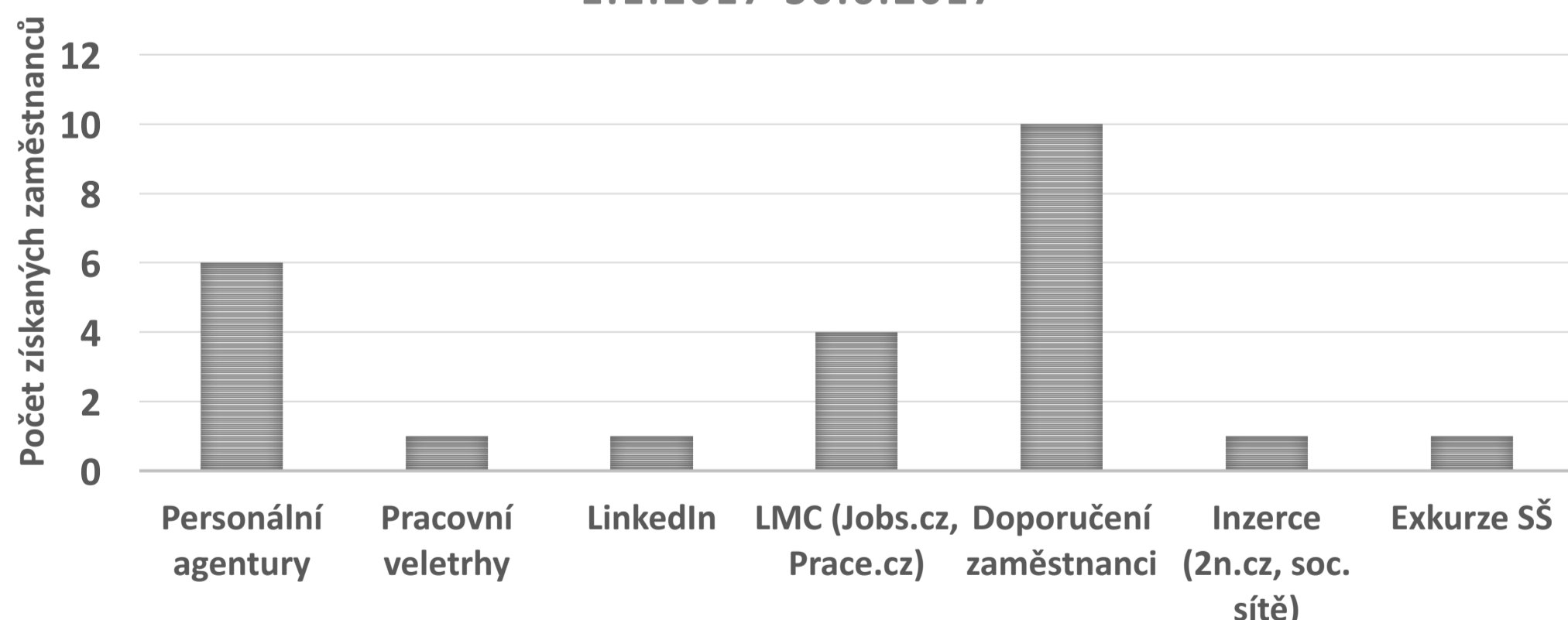
- Online získávání (e-recruitment)

- Pracovní portály

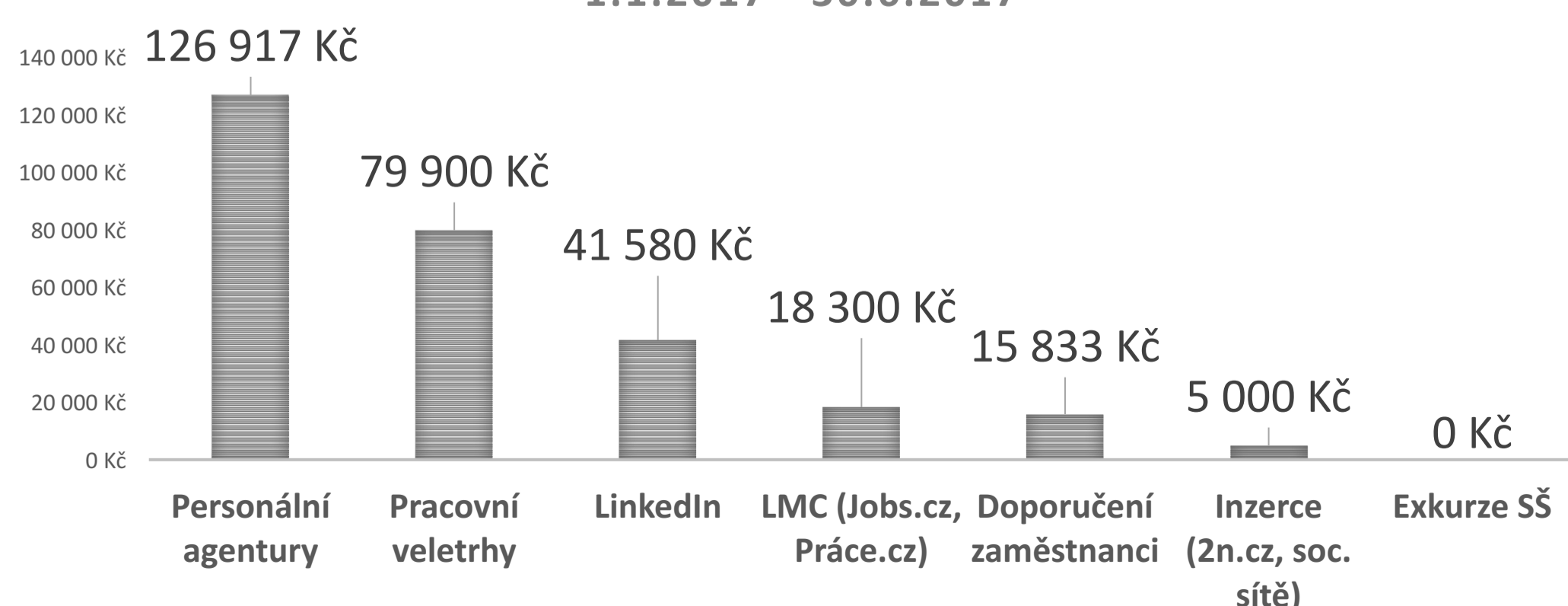
- Sociální sítě

- Webové stránky organizace a jiné

GRAF VYUŽITÝCH METOD K ZÍSKÁNÍ ZAMĚŠTNANCŮ, KTERÍ NASTOUPILI DO 2N TELEKOMUNIKACE A.S. V OBDOBÍ OD 1.1.2017-30.6.2017



NÁKLADY NA ZÍSKÁNÍ JEDNOHO ZAMĚŠTNANCE V OBDOBÍ 1.1.2017 - 30.6.2017



Návrhy na změny

- Personální agentury – snížení nákladů
- LinkedIn – investice
- Facebook – investice
- Instagram – HR marketing