



# **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Získávání a výběr zaměstnanců s použitím informačních  
technologií

Employee Recruitment and Selection of Using Information  
Technologies

## **STUDIJNÍ PROGRAM**

Ekonomika a management

## **STUDIJNÍ OBOR**

Personální management v průmyslových podnicích

## **VEDOUCÍ PRÁCE**

Ing. Martin Šikýř, Ph.D.

DOSEDĚLOVÁ

JANA

**2018**

## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení:	Dosedělová	Jméno:	Jana	Osobní číslo:	460764
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)				
Zadávací katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií				
Studijní program:	Ekonomika a management				
Studijní obor:	Personální management v průmyslových podnicích				

## II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:  
Získávání a výběr zaměstnanců s použitím informačních technologií

Název bakalářské práce anglicky:  
Employee Recruitment and Selection of Using Information Technologies

Pokyny pro vypracování:

CÍL: Cílem práce je prozkoumat možnosti získávání a výběru zaměstnanců s použitím informačních technologií a navrhnout lepší nebo alternativní možnosti získávání a výběru zaměstnanců.  
PŘÍNOS: Přínosem práce je navrhnout lepší nebo alternativní možnosti získávání a výběru zaměstnanců.  
OSNOVA: 1. Úvod, 2. Teoretická část: Získávání a výběr zaměstnanců (zdroje a metody získávání, kritéria a metody výběru), využití IT při získávání a výběru zaměstnanců (inzerční portály, sociální sítě, video pohovory, online testování), 3. Praktická část: Představení společnosti LMC - představení inzerujících firem, rozbor inzerátů, dotazníkové šetření, anketa, 4. Závěr

Seznam doporučené literatury:

HORVÁTHOVÁ, Petra, Jiří BLÁHA a Andrea ČOPÍKOVÁ, 2016. Řízení lidských zdrojů: nové trendy. Praha: Management Press.  
KOUBEK, Josef, 2007. Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky. Praha: Management Press.  
QUILLEN, W. Daniel a Lance FARR, 2016. Najdi svou vysněnou práci pomocí sociálních médií. Praha: Dobrovský, Knihy Omega.  
STÝBLO, Jiří, Jan URBAN a Margareta VYSOKAJOVÁ, 2011, Metrium Personalistika. Wolters Kluwer.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:  
Ing. Martin Šikýř, Ph.D., MÚVS ČVUT v Praze, oddělení manažerských studií

Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce:  
Leoš Černý, LMC, s. r. o., Business Development Manager Teamio Recruit

Datum zadání bakalářské práce: 5. 12. 2017      Termín odevzdání bakalářské práce: 5. 5. 2018  
Platnost zadání bakalářské práce: 31. 8. 2019

Podpis vedoucí(ho) práce      Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry      Podpis děkana(ky)

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

18-04-2018	Dosedělová
Datum převzetí zadání	Podpis studenta(ky)

DOSEDĚLOVÁ, Jana. *Získávání a výběr zaměstnanců s použitím informačních technologií*. Praha: ČVUT 2018. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury. Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 30. 4. 2018

Podpis:

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Martinu Šikýřovi, Ph.D. za cenné rady a vstřícnost při odborných konzultacích. Také bych chtěla poděkovat poskytovatelům inzertních služeb v České republice za spolupráci.

# Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá způsoby využití informačních technologií při získávání a výběru zaměstnanců. Cílem práce je prozkoumat možnosti získávání a výběru zaměstnanců s použitím informačních technologií a navrhnout lepší nebo alternativní možnosti získávání a výběru zaměstnanců. Teoretická část představuje moderní metody, které mohou uchazeči o zaměstnání využít při hledání nových pracovních příležitostí a zaměstnavatelé při poptávání pracovních sil. Zkoumá internetová sociální média, inzertní portály, databáze, jako hlavní zdroj získávání informací. Praktická část představuje společnost LMC, s. r. o. jako předního poskytovatele online produktů v oblasti Human Resources (HR) v České republice. Součástí praktické části je výzkumné dotazníkové šetření a anketa.

## Klíčová slova

Online získávání zaměstnanců, získávání a výběr zaměstnanců, informační technologie (IT), sociální sítě, inzertní portály, LMC, s. r. o., kandidáti.

## Abstract

The bachelor thesis deals with the methods of use of information technologies when recruiting and choosing employees. The thesis aims to examine the possibilities of recruiting and selecting employees, using information technologies, and to propose better or alternative options of recruiting and selecting employees. The theoretical part introduces modern methods which can be used by job applicants when looking for new work opportunities, and by employers when in demand of a new workforce. Moreover, it explores social media, advertising portals, and databases as the main sources of acquiring information. The practical part introduces the LMC, s. r. o. company as a leading online products provider in the field of Human Resources (HR) in the Czech Republic. Furthermore, the practical part includes a questionnaire and a survey.

## Key words

E-recruitment, Employee Recruitment and Selection, Information Technology (IT), Social networking Services, Career pages, LMC, s. r. o., candidates.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>1 ZÍSKÁVÁNÍ A VÝBĚR ZAMĚSTNANCŮ</b> .....	<b>7</b>
1.1 ZDROJE A METODY ZÍSKÁVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ .....	8
1.2 KRITÉRIA A METODY VÝBĚRU ZAMĚSTNANCŮ.....	11
<b>2 VYUŽITÍ IT PŘI ZÍSKÁVÁNÍ A VÝBĚRU ZAMĚSTNANCŮ</b> .....	<b>13</b>
2.1 SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	13
2.2 INZERTNÍ PORTÁLY.....	17
2.3 ONLINE TESTOVÁNÍ .....	21
2.4 VIDEO POHOVORY .....	22
<b>3 PROFIL SPOLEČNOSTI LMC, S. R. O.</b> .....	<b>24</b>
3.1 PORTFOLIO SLUŽEB.....	24
3.2 PŘEDSTAVENÍ KLIENTŮ .....	25
3.3 ROZBOR INZERÁTŮ .....	26
<b>4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ</b> .....	<b>28</b>
4.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....	28
4.2 ANKETA.....	39
4.3 SHRNUTÍ A NÁVRHY .....	44
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>46</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>47</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	<b>50</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b> .....	<b>51</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ</b> .....	<b>52</b>



# ÚVOD

V posledním desetiletí prošly informační technologie (IT) značným rozvojem a jejich využití se prolíná mnoha obory. Rozvoj zapříčinil stále zvyšující se tlak na zrychlování procesů a snižování nákladů. V oblasti řízení lidských zdrojů se cíle příliš neliší. Společnosti se snaží inovovat programy a procesy, jimiž se zrychlí, zefektivní a zautomatizuje personální řízení v podniku. Se současným vývojem trhu práce musí podniky vynakládat více úsilí k získání kvalifikovaných zaměstnanců potřebných k naplňování strategických podnikových cílů. Prostředí nábory zaměstnanců se neustále zdokonaluje. Obchodní společnosti přicházejí na trh s novými službami, kterými napomáhají s hledáním a výběrem nových zaměstnanců do společností, personálním marketingem i personálním consultingem. Proto náboráři musí neustále sledovat aktuální trendy a využít vhodné příležitosti k oslovování a získávání nových kvalitních zaměstnanců.

Tato práce se zaměřuje na využití informačních technologií (IT) právě při získávání a výběru zaměstnanců. Cílem práce je prozkoumat možnosti získávání a výběru zaměstnanců s použitím informačních technologií a navrhnout lepší nebo alternativní možnosti získávání a výběru zaměstnanců.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část prozkoumává možnosti získávání a výběru zaměstnanců s použitím informačních technologií. A to na základě studia odborné literatury, internetových stránek a spolupráce s významnými poskytovateli inzertních služeb v České republice. Věnuje pozornost možnostem, jakými mohou společnosti oslovit nejvíce potencionálních uchazečů při poptávání pracovních sil pomocí internetu. Představuje moderní metody získávání zaměstnanců pomocí inzertních portálů, sociálních sítí a webových či mobilních aplikací. Uvedeny jsou také trendy používané v oblasti výběru zaměstnanců, kterými jsou video pohovory a online dotazování. Teoretická část představuje východiska pro tvorbu praktické části.

Praktická část bakalářské práce představuje společnost LMC, s. r. o. jako předního poskytovatele online produktů v oblasti Human Resources (HR) v České republice, napomáhající podnikům při obsazování volných pracovních míst, uchazečům o zaměstnání při hledání nových pracovních příležitostí a v oblasti vzdělávání. Praktická část obsahuje dotazníkové šetření a anketu s cílem zjistit návyky, zkušenosti a názory v oblasti využití informačních technologií při hledání nového zaměstnání a zaměstnavatelům při obsazování pracovního místa. Přínosem práce je na základě výsledků výzkumu návrh lepší a alternativní možnosti získávání zaměstnanců.

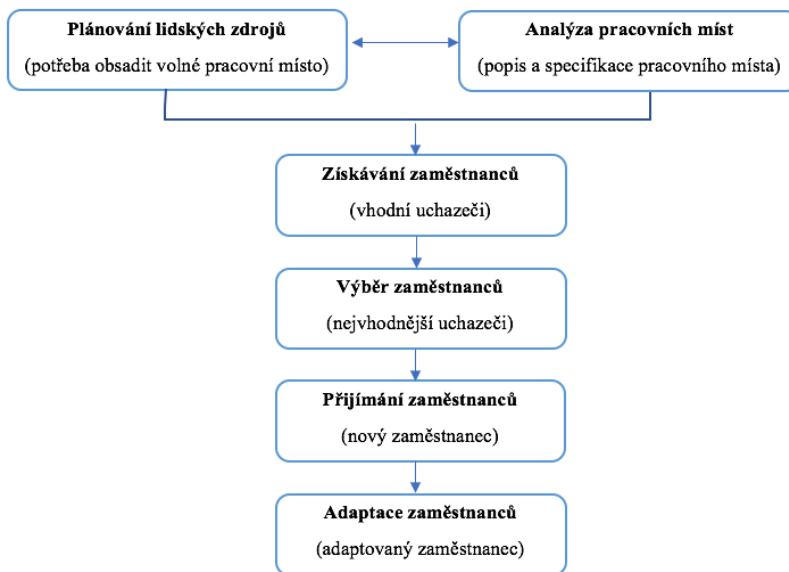
# **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 ZÍSKÁVÁNÍ A VÝBĚR ZAMĚŠTNANCŮ

Hlavní úlohou personálního řízení podniku je zajistit správné lidi, ve správný čas a na správných místech v organizaci. Mezi nejdůležitější činnosti personálního útvaru patří získávání, výběr a přijímání zaměstnanců. Předcházet problémům se špatným výběrem zaměstnanců a s tím spojenými rostoucími náklady na výběrové řízení, může zajistit dostatek volného času manažera na podporu personalistů. Nevhodně nastavený proces získávání a výběru zaměstnanců může poškodit pověst, postavení podniku na trhu práce a negativně ovlivnit celkovou efektivitu organizace. Důležitá je správně nastavená koordinace procesů výběru a přijímání nového pracovníka. Například pokud podnik včas neinformuje uchazeče o průběhu výběrového řízení, může se stát, že uchazeč přijme jinou pracovní nabídku či ztratí o organizaci zájem. Zaměstnanci s kvalitními pracovními zkušenostmi jsou pro podnik přínosem, proto si musí organizace na pracovním trhu konkurovat (Stýblo, Urban a Vysokajová, 2011, s. 89).

Cílem získávání zaměstnanců je zabezpečit pro podnik dostatek potencionálních uchazečů o pracovní místo v podniku, které je potřeba obsadit k naplnění stanovených cílů organizace. Úkolem personalistů při této činnosti je získat dostatek potencionálních uchazečů ve správném čase a s nepřesahujícími náklady (Koubek, 2012, s. 126). Následuje fáze výběru vhodného pracovníka. Cílem této fáze je zhodnotit, který z potencionálních uchazečů nejlépe zapadne do kolektivu a celého podniku, a který nejvíce splňuje požadavky konkrétního pracovního místa. Podle Šikýře (2016, s. 104–105) by měl podnik při výběru nejvhodnějšího uchazeče uplatňovat takzvaný pozitivní přístup. Podnik by se měl zaměřovat na to, proč je uchazeč pro organizaci vhodný, jaké požadavky splňuje a proč by ho měl podnik přijmout. Při uplatňování pozitivního přístupu by podnik neměl vyhledávat negativní vlastnosti uchazečů a zamezit zjišťování odpovědí na otázky proč zaměstnanec odmítnout. Fáze výběru zaměstnanců zahrnuje selekci přijatých životopisů a jejich hodnocení, výběrový pohovor, testování uchazečů, AC a získávání referencí.

Obrázek 1 - Postup obsazování volných pracovních míst



Zdroj: Šikýř (2016, s. 94)

## 1.1 Zdroje a metody získávání zaměstnanců

Při obsazování volného pracovního místa mohou organizace čerpat z vnitřních či z vnějších pracovních zdrojů. Primárně by se měl podnik ujistit, zda může pracovní místo obsadit z vnitřních zdrojů a zda je to dobrý krok. Podle Koubka (2003, s. 71) je především důležité znát odpovědi na otázky:

- Má nějaký současný pracovník v podniku zájem změnit současné pracovní místo a přejít na volnou pracovní pozici v jiné části organizace?
- Je v podniku zaměstnanec, který v průběhu pracovního procesu dosáhl maximálních zkušeností a nyní je schopný vykonávat obtížnější práci, než vykonává na současném pracovním místě?
- Jsou v organizaci nějací uspořené pracovníci následkem zavedení nové, přínosnější technologie, organizace práce či řízením organizačních změn?

Získávání pracovníků z vnitřních zdrojů přináší jisté výhody a nevýhody. Mezi výhody dle Koubka (2012 s. 129) patří:

- Organizace ví, kdy uchazeč může být pro podnik přínosem a kdy naopak hrozbou; zná uchazeče lépe než nově přijatého pracovníka.
- Uchazeč zná firemní kulturu podniku, politiku organizace a sociální prostředí podniku.

- Pracovníci jsou více motivovaní k vykonávání práce a roste jejich morálka (ví že mají vyhlídku na lepší místo, organizace se o zaměstnance postará v případě zrušení jejich dosavadního pracovního místa).
- Podnik dokáže lépe využít znalosti a zkušenosti pracovníka, které nabyl za dobu, po kterou pracoval v organizaci; podnik lépe využije své investice, které vložil do pracovníka (školení, vzdělání, rozvoj).

Naopak nevýhodou při získávání zaměstnanců z vnitřních zdrojů podle Koubka (2012 s. 129) mohou být:

- Omezený přístup k novým znalostem, přístupům a nápadům.
- Zaměstnanci mohou mezi sebou pociťovat soupeřivost; nežádoucí vliv na vztahy v organizaci.
- Neustálé povyšování může vést k vypětí pracovníka, jehož zkušenosti a předpoklady nebudou stačit požadavkům pracovního místa.

Mezi možnosti čerpání pracovníků z vnějších zdrojů uvádí Koubek (2003, s. 74):

- Uchazeči bez dostatečných pracovních zkušeností, kteří čerstvě vyšli základní, střední či vysokou školu.
- Pracovní síly, které zatím nenašli vhodné pracovní uplatnění na trhu práce; uchazeči registrovaní na úřadu práce.
- V současné době zaměstnaní, kteří mají zájem změnit zaměstnavatele; ti, které osloví lepší nabídka zaměstnání.
- Podniky také mohou zaměstnávat formou zkráceného úvazku či brigád studenty, ženy v domácnosti a lidi důchodového věku.

Zaměstnávání pracovníků z vnějších zdrojů přináší řadu výhod (Koubek, 2003 s. 74):

- Vně organizace mohou personalisté najít mnohem vhodnějšího pracovníka mající vlastnosti potřebné na vykonávání pracovních povinností.
- Pro podnik je výhodnější, ale také rychlejší nalézt pracovníky s odbornou způsobilostí, vzděláním a schopnostmi vně organizace, než školit a vychovávat zaměstnance z podniku.
- Do organizace může vnést nové náhledy, poznatky, kontakty apod.

Nevýhodou může být (Koubek, 2003 s. 74):

- Vysoké požadavky na čas, které zahrnují počáteční zpracování, uveřejňování nabídek, kontaktování uchazečů, osobní pohovory apod.
- Přizpůsobování a orientace pracovníka v nové organizaci zabere více času.

- Je obtížné předem posoudit potencialního uchazeče, jelikož se musí podnik spolehnout na pravdivost dodaných informací od uchazeče či referencí. Pravdivé informace se může organizace dozvědět až po nástupu pracovníka do zaměstnání, a to může přinést negativní následky.
- Současní pracovníci se mohou cítit dotčení, že oni nebyly vyzváni k možnosti přesunout se na uvolněné pracovní místo.
- Musí být zvoleny vhodné metody na uveřejnění nabídky; personalisté musí znát odborné požadavky na konkrétní pracovní místo.
- Je nutné vložit finance do doškolení pracovníka.

Poté co si podnik určí, z jakých zdrojů bude pracovníky získávat, musí zvolit vhodnou metodu či metody získávání zaměstnanců.

Podle Urbana, Stýbla a Vysokajové (2011, s. 113): „*lze metody získávání zaměstnanců rozdělit podle míry aktivity organizace (na aktivní a pasivní), podle směru, kam se organizace obrací především (k vnějším nebo vnitřním zdrojům) či podle jednotlivých cest, kterými nová zaměstnanci do organizace přicházejí*“.

Mezi možné metody získávání zaměstnanců patří (Urban, Stýblo a Vysokajová, 2011, s. 113–117):

- Metoda získávání zaměstnanců **uvnitř organizace**, která má pro podnik řadu výhod. Jedná se o úspornou a méně složitou metodu, která může pomoci při motivování současných zaměstnanců. Zároveň přináší možnou úsporu času při adaptaci zaměstnance. Pracovník je již seznámen s firemní kulturou, zaměstnanci a politikou organizace. Pokud podnik potřebuje získat větší počet kandidátů či důležité pracovní místo, může využít personální nebo manažerský audit. V případě, že metoda získávání z vnitřních zdrojů nelze uplatnit, až poté by měl podnik využít zdroje za hranicemi organizace.
- Vhodné uchazeče lze také získat formou **osobního doporučení**. Velkou výhodou osobního doporučení je věrohodnost informací o uchazeči. Spolupracovník, známý, kolega zná jeho silné a slabé stránky a dokáže ohodnotit jeho vlastnosti, které lépe napomohou personalistovi k přístupu informací než, které získá ze životopisu.
- **Získávání čerstvých absolventů škol** je vhodné pro organizace, které chtějí věnovat více času zaškolení a „vychování si“ pracovníka. Některé organizace využívání inzertních míst na školách, kde umisťují pracovní inzeráty pro studenty, kteří si budou v blízké době hledat zaměstnání.
- K získávání uchazečů na méně kvalifikované pozice je vhodné spolupracovat s **úřady práce**. V období snižování pracovních sil ve společnostech, je možné na úřadu práce získat i více kvalifikované pracovníky.

- Prozatímní zaměstnance zprostředkovávají **agentury práce**. V případě, že podnik potřebuje osadit pracovní místo v krátkém čase a krátkodobě, je vhodné využít agenturní zaměstnávání. Pokud se zaměstnanec osvědčí na daném konkrétním místě, je ho možné přijmout trvale.
- **Personální společnost** zajišťuje prvotní kontakt potenciálního zaměstnance, vyhledávání v databázi a inzerování pracovních nabídek. Personální společnosti mají na starost přímé vyhledání kandidáta na pozici a doporučení potenciálního uchazeče do společnosti.
- V případě, že podnik zajišťuje získávání a výběr zaměstnanců sám, je vhodné k oslovení velkého počtu lidí využívat **inzerát v tištěných médiích a na internetu**. Organizace mohou využívat inzerování v letácích, vývěskách, novinách, na vlastních webových stránkách a na inzertních portálech.

## 1.2 Kritéria a metody výběru zaměstnanců

Lewis (1985, podle Koubka, 2015, s. 170) rozeznává tři druhy kritérií výběru zaměstnanců:

- 1) **Celoorganizační (celopodniková) kritéria** zahrnují vlastnosti, která personalisté pokládají za přínosné a důležité. Jsou jistým předpokladem k úspěchu v organizaci. Jedná se také o schopnost potenciálního uchazeče ztotožnit se s firemní kulturou.
- 2) **Útvarová, respektive týmová kritéria** jsou konkrétní požadované rysy, který pracovník potřebuje k zapadnutí do pracovního týmu či podnikového útvaru.
- 3) **Kritéria pracovního místa**, personalisté posuzují, zda uchazeč o zaměstnání dokáže splnit požadavky konkrétního pracovního místa. V současné době však organizace kladou největší význam předchozím kritériím.

Podle Šikýře (2016, s. 105): „*je metoda výběru zaměstnanců specifický postup zkoumání a posuzování způsobilosti uchazečů o zaměstnání vykonávat požadovanou práci. Mezi běžné používané metody výběru patří: hodnocení životopisů, výběrový pohovor, testování uchazečů, assessment center a zkoumání referencí*“.

Nejpoužívanější a nejvíce vhodná metoda je přijímací a výběrový pohovor s uchazečem. Díky osobnímu pohovoru dokážeme lépe posoudit osobnost uchazeče, získáme podrobnější informace, než které známe z jeho životopisu, navodíme přátelské vztahy mezi podnikem a uchazečem, máme možnost poskytnout další informace o pracovním místě, celém podniku a také dokážeme posoudit spolehlivost uchazeče. Pohovory mohou mít různou podobu, která se člení podle počtu osob, které jsou přítomny, dle počtu kol a způsobu testování uchazeče (Měrtllová, 2014, s. 53).

Členění dle zúčastněných (Měrtlová, 2012, s. 53–55):

- Mezi nejméně stresující pohovory řadíme **pohovor 1+1**, mezi účastníky patří nejčastěji přímý nadřízený a uchazeč. Jistou nevýhodou je zde názor pouze jednoho hodnotitele, který se může dopustit nevědomých chyb.
- **Pohovor před posuzovateli**, kterého se účastní 3-4 osoby zahrnuje zpravidla přímého nadřízeného, personalistu, psychologa a uchazeče o zaměstnání. Tento druh pohovoru se používá při osazování vyšších pozic v organizaci. Strukturovaný pohovor je předem připravený a každému kandidátovi jsou kladeny stejné dotazy.
- Méně používaný **skupinový pohovor** je vhodný k zjištění, jak se uchazeč dokáže chovat ve skupině. Všichni uchazeči jsou spolu v jedné místnosti a plní zadané podněty, pozorovatelé pak zkoumají, jak tyto úkoly plní a jak se ve skupině prosazují.

Členění dle průběhu (Měrtlová, 2012, s. 53–55):

- **Strukturovaný pohovor** je předem připravený, musí se dodržovat stejný postup kladených otázek i přidělený čas na její zodpovězení. Tento typ je však náročnější na přípravu, ale zaručuje spravedlivější hodnocení.
- **Nestrukturovaný pohovor** nemá předem stanovený průběh ani čas trvání, tyto skutečnosti vyplynou až při samotném průběhu. O průběhu nevznikají žádné dokumenty, tudíž není možné čelit stížnostem nespokojeným uchazečům s výsledkem výběrového řízení.
- Mezníkem mezi těmito typy je **polostrukturovaný pohovor**, část pohovoru je předem připravena a zaznamenávána a druhá polovina plyne jako volný rozhovor. Předem stanovené otázky, které musí být zodpovězeny, prokládají účastníci svými otázkami, které je napadnou.
- Moderní, ale časově náročná metoda **Assessment centre (AC)** poskytuje souhrnné informace o odborných, osobních schopnostech zkoumaného.



## 2 VYUŽITÍ IT PŘI ZÍSKÁVÁNÍ A VÝBĚRU ZAMĚSTNANCŮ

Podle Walkera (2003, s. 13) přináší moderní informační technologie (IT) okamžitý přístup k informacím, bez použití zdlouhavých papírových procesů. Na základě výzkumu z roku 2000 vyplynulo, že moderní generace používá k vyhledávání a získávání nových pracovních možností pouze internet (Walker, 2003, s. 211).

Mezi výhody elektronického získávání pracovníků neboli takzvaného e-recruitmentu patří nízké náklady pro podnik, který má možnost uveřejnit nabídku zaměstnání na řadě emailových a internetových adres, mimo jiné i na své vlastní internetové stránce. Uchazeč má díky internetové podobě rychlý přístup k podrobnějším informacím pracovní nabídky. Podnik využívající personální informační systém získá potřebný čas pro správu strukturovaných životopisů, jejich posuzování, předvýběr a komunikaci s uchazeči (Koubek, 2012, 142).

Výzkum společnosti Reppler, který se uskutečnil v roce 2011, ukazuje, že náboráři používají k vyhledávání informací o uchazečích o zaměstnání sociální sítě, zejména Facebook a Twitter, a to více než LinkedIn. Více než 45 % zaměstnavatelů se rozhodlo uchazeče nepřijmout po zhlédnutí internetového profilu uchazeče (Bohmová a Pavlíček, 2015).

### 2.1 Sociální sítě

Jako první formuloval termín sociální sítě sociolog John Arundel Barnes kolem roku 1954. Termín se používal již před samotným vznikem a rozšířením internetu a jednalo se o odborný sociologický výraz. Tento termín posloužil ke charakteristice sociálního rozvrstvení dle společných znaků například sexuální orientace, náboženské či rasové příslušnosti apod. Po vzniku internetu a rozmachu informačních technologií však získal pojem sociální sítě nový význam. Sociální sítě je místo, které napomáhá lidem udržovat a navazovat spojení s kolegy, spolužáky a známými napříč celým světem (Horváthová, Bláha a Čopíková, 2016, s. 298).

Horváthová, Bláha a Čopíková (2016, s. 300) rozdělují sociální sítě na všeobecné a oborové:

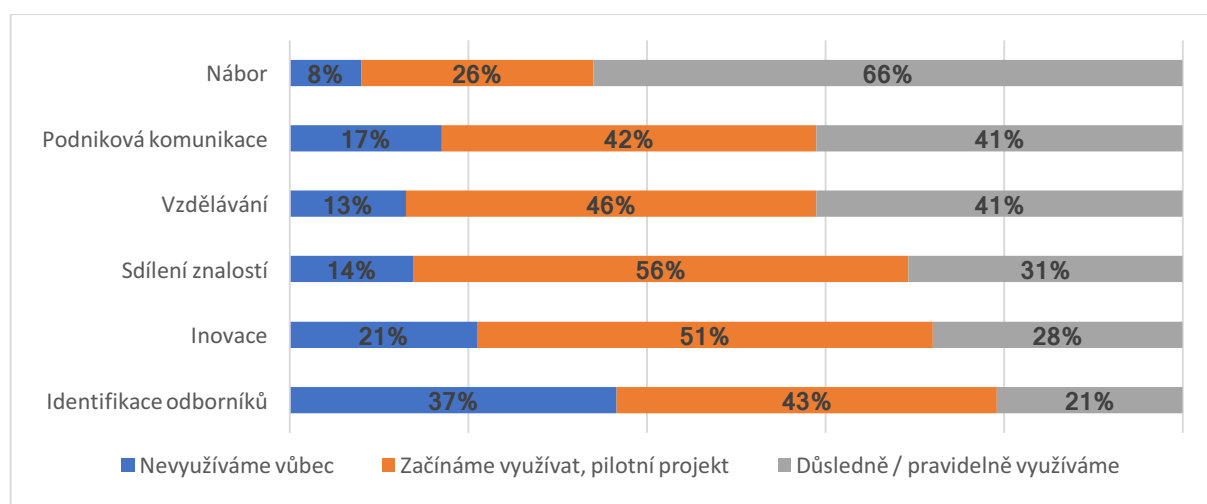
- 1) Mezi všeobecné sociální sítě patří například Facebook. Na tyto sítě, bez oborového zaměření, se může připojit jakýkoliv uživatel.

- 2) Oborové sociální sítě je možné rozdělit na profesionální sociální sítě, „hobby“ sociální sítě a studentské sociální sítě. Liší se od všeobecných, tím, že se na nich sdružují uživatelé se stejnými zájmy a oborem. Typickým zástupcem profesionální sociální sítě je například [www.ScienceGate.cz](http://www.ScienceGate.cz) či [www.SciSpace.uwaterloo.ca](http://www.SciSpace.uwaterloo.ca). Tyto sítě jsou uživatelsky přátelské pro profesionály stejného oboru, mezi které mohou patřit například badatelé a inženýři. Příkladem „hobby“ sociální sítě je [www.mlp.cz](http://www.mlp.cz), spojují uživatele se stejnými koníčky a zájmy. Studentské sociální sítě jsou určeny pro uživatele, kteří mají zájem o studium, nemusí se jednat vždy jen o studenty. Například [www.spoluzaci.cz](http://www.spoluzaci.cz), [www.primat.cz](http://www.primat.cz).

Sociální sítě se stávají, díky pokrokovým technologiím, čím dál více oblíbenější mezi jejich uživateli. Pomocí těchto sítí mohou být zástupci firem v kontaktu s celým pracovním trhem, což jim napomáhá při získávání nových zaměstnanců. Zároveň umožňuje rychlejší komunikaci uvnitř firmy mezi pracovníky, vedením společnosti ale i s klienty. Mezi nejznámější sociální sítě používané v oblasti získávání a výběru zaměstnanců patří LinkedIn, Facebook a Twitter (Horváthová, Bláha a Čopíková, 2016, s. 269). Na těchto sítích nepracují personalisté jen s uživateli, kteří si aktivně hledají nové pracovní zkušenosti, ale také s „pasivními“ uživateli, kteří si v současné době nové zaměstnání nehledají. Personalisté se věnují vyhledávání těchto uživatelů, snaží s nimi nevázat kontakt a představit jim danou nabídku pracovního místa (Horváthová, Bláha a Čopíková, 2016, s. 300).

Na základě kvantitativního výzkumu z roku 2013, společnosti IBM Institute for Business, bylo zjišťováno, jak pracovníci v oboru HR využívají sociální sítě při řešení hlavních personálních problémů. Formou rozhovorů bylo dotazováno 342 respondentů (HR manažerů) ze 70 zemí světa.

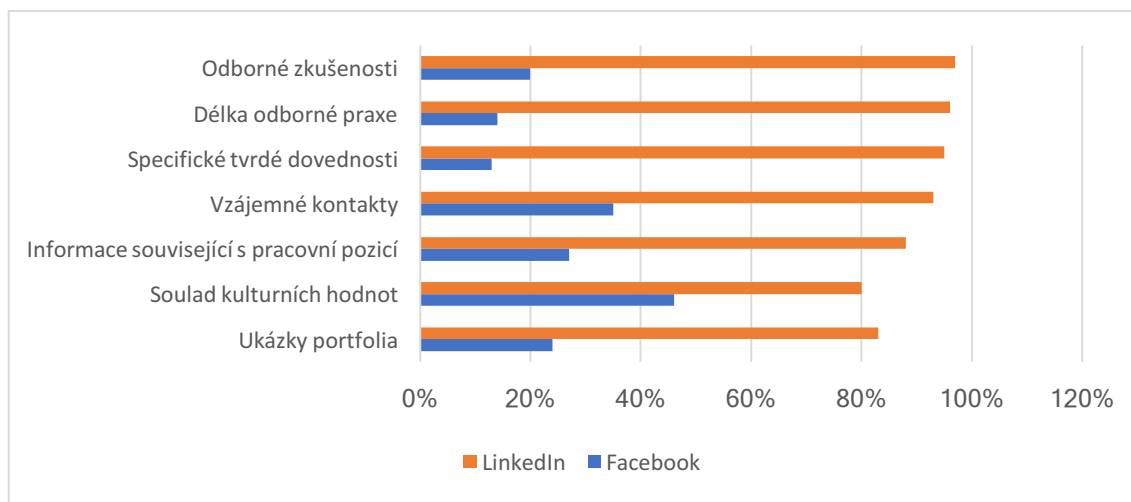
Graf 1 - Využívání sociálních sítí



Zdroj: Horváthová, Bláha a Čopíková (2016, s. 301)

V roce 2015 byl společností Jobvite proveden průzkum s názvem Social Recruiting Survey z jejichž výsledků vyplývá, že pomocí sociálních sítí vybralo pracovníky 73 % personalistů a 93 % personalistů si prověří profily na sociálních sítích budoucích pracovníků před jejich přijetím, kde sledují různá kritéria například vzájemné kontakty, pracovní a odborné zkušenosti a délku praxe (Horváthová, Bláha a Čopíková, 2016, s. 308).

Graf 2 - Jaké informace o kandidátech hledají personalisté na sociálních sítích?



Zdroj: Horváthová, Bláha a Čopíková (2016, s. 309)

### 2.1.1 LinkedIn

Společnost LinkedIn byla založena Riedem Hoffmanem roku 2002 a 5. května 2003 byla síť oficiálně spuštěna. V současné době je na síti přes 530 000 000 registrovaných uživatelů z 200 zemí a je přeložena do 24 světových jazyků (LinkedIn Corporation ©, 2017). Posláním společnosti je: „Propojovat profesionály na celém světě, aby byli produktivnější a úspěšnější. Připojením na LinkedIn dostanete přístup k obrovské síti lidí, pracovních příležitostí, zpráv a informací, které vám pomohou být ještě lepší v tom, co děláte“ (LinkedIn Corporation ©, 2017).

LinkedIn rozděluje dva základní možné přístupy uživatele. Jedná se o Osobní účet a takzvaný účet Recruiter. Uživatel, který si založí Osobní účet má přístup ke sdílení a správě svého osobního profilu (LinkedIn Corporation ©, 2002). Tento profil v podstatě představuje životopis uživatele, na kterém může uveřejnit své dosavadní pracovní zkušenosti, dosažené vzdělání, jazykové schopnosti, dovednosti, fotografie či dobrovolné činnosti. Při zveřejňování informací o pracovních zkušenostech může majitel profilu uvést názvy firem, ve kterých pracoval i jejich zaměření, název pracovních míst a stručný popis pracovního místa. Tato klíčová slova, uvedená v profilu, pomáhají náborářům při hledání vhodných kandidátů. Na podobném principu, jako “to se mi líbí“ na síti Facebook, funguje také potvrzení o profesních dovednostech (endorsements).

Toto potvrzení má možnost dát každý uživatel. Velkou váhu přikládají náboráři takzvaným doporučením (recommendation). Text přibližně o 100 slovech, které potvrzují, či vyvracejí uvedené schopnosti a zkušenosti v profilu, může napsat a vložit každý uživatel. Vlastník profilu má pouze možnost zvýraznit nebo skrýt doporučení, která určí za vhodná (Quiullen a Farr, 2016, s. 37–50).

Protipólem Osobního účtu je účet Recruiter. Účet Recruiter je určen pro náboráře, kteří používají LinkedIn při vyhledávání nových pracovníků. Na rozdíl od Osobního účtu poskytuje přístup ke všem profilům zaregistrovaných uživatelů a pomáhá při práci v náborovém týmu. Poskytuje jedinečné prostředí umožňující například rozšířené vyhledávání, uspořádání zpráv InMail, správu poptávaných pracovních míst a další (LinkedIn Corporation, 2002). Podle Quiellena a Farra (2016): „se každou sekundu na LinkedInu objeví 44 000 nových pracovních příležitostí, a navíc se zde pohybuje 90 % náborářů“. Vyhledávání potencionálních pracovníků na LinkedIn probíhá na základě klíčových slov, například dle názvu společnosti, kde zaměstnanec pracoval či pracuje v současné době, dle názvu pracovního místa, dle lokality bydliště, dle vzdělání aj. Způsob, jak oddělit lepší náboráře od těch horších, je fakt, zda vůbec uspějí v hledání vhodných lidí. Velkou výhodou mají „recruiteři“, kteří mají znalosti v oboru, kterému daná pozice náleží (Horváthová, Bláha a Čopíková, 2016, s. 304).

Méně profesionální sítí, než je síť LinkedIn, vhodná k poptávání a nabízení pracovních sil je síť Facebook.

## 2.1.2 Facebook

Sociální síť Facebook byla založena 4. února 2004 jejím dosavadním ředitelem Markem Zuckerbergem. Během 11 měsíců si získal 1 milion aktivních uživatelů a v současné době denně používá Facebook okolo 1,37 bilionů aktivních uživatelů. Cílem společnosti „je dát lidem sílu k vytvoření komunity a sblížení lidí. Lidé používají Facebook, aby zůstali v kontaktu s přáteli a rodinou, aby zjistili, co se děje ve světě a mohli sdílet a vyjádřit, co je pro ně důležité“ (Facebook ©, 2017).

Největší sociální síť nemusí její uživatel využívat jen ke sdílení statusů, fotografií a videí. Na Facebooku je v současné době řada skupin, které mají za cíl spojovat lidi s podobnými zájmy. Při hledání nového zaměstnání či poptávání pracovních sil se mohou uživatelé připojit do „Facebookových“ skupin (jako například Práce a brigády Praha, Práce ve Zlíně, Práce ve strojírenství). Zde má člen možnost reagovat na pracovní poptávku nebo uveřejnit pracovní nabídku, či se představit případným zaměstnavatelům. Způsob a forma by však měla být úměrná pracovnímu místu (Papoušková, 2016).

V listopadu 2017 spustil Facebook v Česku službu Facebook Jobs, která pomohla spojit zaměstnavatele s potenciálními uchazeči. Nyní si mohou hledat práci přes svůj profil více než 4,8 milionů českých uživatelů. Velký zájem uživatelů vyhledávat pracovní nabídky právě na síti Facebook značí počet skupin s nabídkami práce, jako například Práce a brigády Praha, Práce Brno a mnoho dalších. Na těchto skupinách poptávají uživatelé či personální společnosti nikoli samotní zaměstnavatelé. Díky novému panelu „pracovní místa“ má možnost organizace uveřejnit pracovní nabídku pozice, kterou potřebují obsadit. Uchazeč se může dozvědět detailnější informace o pozici a reagovat na inzerát přímo přes síť Facebook. V případě zájmu odešle zaměstnavateli jednoduchý formulář, další komunikace probíhá poté přes aplikaci Messenger (Čeplerová, 2017).

### **2.1.3 Twitter a Google+**

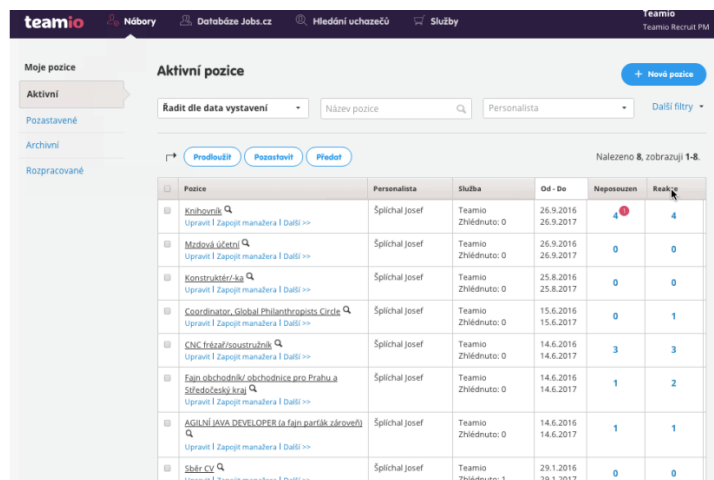
Sociální síť Twitter („mikro blog“) používá denně přibližně 100 miliónů uživatelů a od počátku se zde zaregistrovalo přibližně 1,3 milionů lidí. Stejně jako na ostatních sociálních sítích, LinkedIn, Facebook, si i na Twitteru má uživatel možnost založit svůj osobní profil. Síť umožňuje zveřejňování informací kratšího rozsahu, které se nazývají „tweets“. Textové příspěvky na síti Twitter jsou na rozdíl od Facebooku omezeny počtem 140 znaků. Při vyplňování profilu nechybí prostor pro vlastní fotografii, textové pole „o mně“ i volné místo pro webovou stránku, kterou je vhodné využít pro vložení odkazu svého profilu na LinkedIn. Zaměstnavatelé zde vyhledávají jak personalisté, ale i firmy. Podobně, jako na ostatních sociálních sítích je důležité věnovat pozornost různým názvům u pozic, se stejnou pracovní náplní. Každý zaměstnavatel nemusí používat stejné názvosloví (například Obchodní zástupce je to samé jako Sales Manager) (Qiullen a Farr, s. 84–93).

## **2.2 Inzertní portály**

Podnik má možnost využít při poptávání pracovních sil specializované stránky uveřejňující pracovní nabídky. Tyto inzertní portály nabízejí vyhledávání pracovních nabídek dle kategorií, místa výkonu práce a také nabízejí přístup do databáze životopisů. Inzertní stránky fungují ve většině případech za poplatek, inzerce brigád či práce na částečný úvazek bývá zdarma. Cílem je vytvořit zajímavý inzerát, který zpravidla obsahuje informace o společnosti, náplň práce, co společnost požaduje a nabízí, a zaujmout uchazeče natolik, aby zareagoval na danou pracovní nabídku (Stýblo, 2006).

## 2.2.1 Jobs.cz a Prace.cz

Obrázek 2 - Náhled webové aplikace Teamio



Moje pozice	Aktivní pozice	Nové pozice			
Aktivní	Řadit dle data vystavení	Název pozice			
Pozastavené	Personalista	Dašší filtry			
Archivní	Prodlovit	Pozastovit			
Rozpracované	Předit	Nalezeno 8, zobrazuji 1-8.			
Pozice	Personalista	Služba	Od - Do	Neposouzen	Reakce
Ředitel	Špíchal Josef	Teamio	26.9.2016 26.9.2017	4	4
Mědiální účetní	Špíchal Josef	Teamio	26.9.2016 26.9.2017	0	0
Konstruktér-ka	Špíchal Josef	Teamio	25.8.2016 25.8.2017	0	0
Coordinator, Global Philanthropists Circle	Špíchal Josef	Teamio	15.6.2016 15.6.2017	0	1
CNC frézář/soustružník	Špíchal Josef	Teamio	14.6.2016 14.6.2017	3	3
Fajn obchodník/obchodnice pro Prahu a středoevropský kraj	Špíchal Josef	Teamio	14.6.2016 14.6.2017	1	2
ASPIRANT JAVA DEVELOPER (a fajn parták zároveň)	Špíchal Josef	Teamio	14.6.2016 14.6.2017	1	1
Špičák Cy	Špíchal Josef	Teamio	29.1.2016 29.1.2017	0	0

Zdroj: [www.teamio.cz](http://www.teamio.cz)

Mezi nejznámější pracovní portály fungující v České republice jednoznačně spadají portály Jobs.cz a Práce.cz. Tyto portály patří mezi hlavní zdroje získávání nových zaměstnanců a inzeruje se zde přibližně 300 000 pracovních nabídek za rok. Obě kariérní stránky fungují velmi podobně, liší se v typu inzerovaných pozic. Práce.cz je převážně určena pro získání uchazečů s nižším až středním vzděláním, k hledání odborníků vysokoškoláků je vhodnější použít Jobs.cz. Inzerování pozic, správa uchazečů, hodnocení uchazečů a komunikace s uchazeči zde probíhá pomocí webové aplikace Teamio (viz. Obrázek 2 - Náhled webové aplikace Teamio). Pracovník nábory má přístup také do databáze životopisů, která umožňuje nalézt vhodného uchazeče na základě klíčových slov uvedených v životopise uchazeče o zaměstnání. Tato databáze čítá přibližně 300 000 životopisů od uživatelů, kteří jsou otevřeni novým pracovním příležitostem (LMC s. r. o. ©, 2017).

## 2.2.2 Pracezarohem.cz

Netypický zástupce pracovních portálů je mobilní aplikace Pracezarohem, kterou spustila společnost LMC v lednu 2016. V současné době roste množství lidí vlastníci některý z typů SmartPhone, proto je aplikace velmi oblíbená u mnoha uživatelů a její počet stáhnutí neustále roste. Aplikaci si má možnost stáhnout do svého telefonu každý bez jakýchkoliv poplatků. Díky polohovým službám najde jejímu uživateli nejbližší pracovní nabídky v místě jeho bydliště a ve zvoleném oboru. Aplikace upozorní uživatele, pokud se objeví nová pracovní nabídka, která odpovídá jeho zadaným parametrům. Tato aplikace tak může zkrátit zaměstnanci dobu nepříjemného dojíždění do zaměstnání a podnik tak získá spokojenější zaměstnance. Pracovní nabídku uveřejňuje zaměstnavatel pomocí webové aplikace Teamio (LMC s. r. o. ©, 2017).

### 2.2.3 Annonce.cz

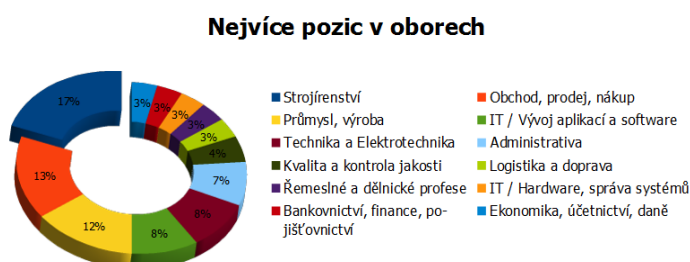
Inzertní portál Annonce.cz vznikl v roce 1997, nejedená se pouze o pracovní portál, ale umožňuje inzerovat nabídky s prodejem do různých kategorií. V současné době nabízí 136 134 inzerátů s nabídkou volného pracovního místa. Uchazeči o zaměstnání mají možnost vyhledávat dle oboru, místa výkonu práce a klíčových slov. Inzertní portál Annoce.cz navštíví 350 000 uživatelů měsíčně. Portál neposkytuje databázi životopisů, ale možnost inzerování nabídky práce na internetové stránce Annonce.cz a v tištěných inzertních novinách, které vychází 4krát týdně. Tím společnost dokáže zasáhnout větší množství potenciálních uchazečů o zaměstnání (ANNONCE.CZ a.s. ©, 2017).

### 2.2.4 KARIERA.CZ a SUPERKARIERA.CZ

Společnost KARIERA.CZ s. r. o. byla založena v roce 2005. Jejím hlavním cílem bylo vytvořit silný pracovní portál v České republice. Pracovní portál SUPERKARIERA.CZ umožňuje inzerovat nabídky zaměstnání soukromým společnostem i personálním agenturám. Zájemce o zaměstnání má možnost vyhledávat dle mnoha kritérií (klíčových slov, místa výkonu práce či oboru). Stránky nabízí online poradnu, kde mohou uchazeči o zaměstnání žádat o informace související s hledáním nové práce, vzděláním a základní orientací v pracovním vztahu.

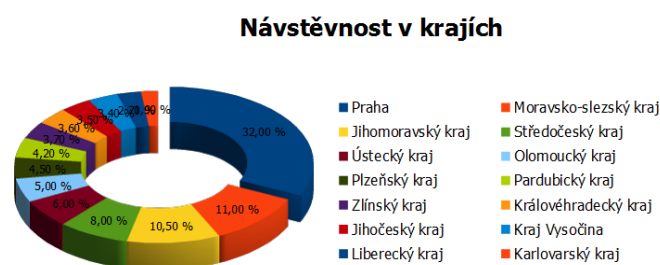
Na SUPERKARIERA.CZ mohou uchazeči využít online vytvoření životopisu v českém i v anglickém jazyce, který se pak objeví v databázi CV, pokud si to uchazeč bude přát. Uchazečům poskytuje i zaslání novinek o volných pracovních místech na míru na email – takzvaný Pracovní agent. Pro inzerenty portál poskytuje klientské zázemí s přehledem vystavených i archivních pozic a reakcí, kde má inzerent možnost uchazeče hodnotit – pozvat na pohovor, zamítnout nebo si zapisovat interní poznámky. Klient má přístup do databáze CV, kde jsou desítky životopisů. S návštěvností více než 250 000 uchazečů z celé České republiky se řadí mezi nejnavštěvovanější internetové portály (KARIERA.CZ s. r. o. ©, 2018).

Obrázek 3 - Inzerce dle oborů na portále SUPERKARIERA.CZ



Zdroj: Interní dokumenty společnosti SUPER.CZ 2017

Obrázek 4 - Návštěvnost portálu SUPERKARIERA.CZ v krajích



Zdroj: Interní dokumenty společnosti SUPER.CZ 2017

## 2.2.5 JobDNES.cz

Pracovní portál jobDNES.cz spustila mediální společnost MAFRA, a. s. v roce 2005, jako vedlejší produkt jednoho z největších zpravodajských portálů iDNES.cz. Významným krokem společnosti byla v roce 2008 kompletní přeměna portálu na samostatného poskytovatele internetové inzerce se svým vlastním vývojovým, marketingovým a obchodním týmem. Největší výhodou portálu jobDNES.cz je schopnost oslovení velkého množství lidí. Tuto schopnost získává díky možnosti inzerovat své pracovní pozice prostřednictvím jediného webového rozhraní ve více médiích současně. Inzerce lze jednoduše uveřejnit na zpravodajském portálu iDNES.cz, ale i do tištěných novin MF DNES, Lidových Novin, deníku METRO a týdeníku 5+2. Díky této službě umožňuje portál personálním pracovníkům oslovit mnohem více potenciálních uchazečů o práci než na jiných portálech, které působí na českém trhu. Dokáže současně zasáhnout uchazeče, kteří si aktivně hledají nové zaměstnání, ale i ty, kteří si nové zaměstnání nehledají. Na portálu jobDNES.cz je aktuálně přes 75 000 volných pracovních pozic. Portál také umožňuje personalistům přístup do databáze, která v současné době zahrnuje okolo 114 000 životopisů uchazečů o zaměstnání. Portál se snaží cílit do všech regionů ČR a umožňuje uveřejňovat nabídky zaměstnání nižších i vyšších platově ohodnocených pozic. Personalistům nabízí uživatelsky přívětivá rozhraní pro další práci s uchazeči o práci. Přístup do databáze mohou využít soukromé společnosti nebo personální agentury. V současné době patří portál jobDNES.cz mezi největší poskytovatele personální inzerce v České republice (MAFRA, a. s. ©, 2017).

## 2.2.6 Dobraprace.cz

Pracovní portál působící na českém trhu, jejímž provozovatelem je společnost INET-SERVIS.CZ, Dobraprace.cz vznikl roku 2004 a patří k nejstarším fungujícím webům s nabídkou práce. Návštěvnost stránky se pohybuje okolo 10 000 – 30 000 aktivních uživatelů denně v závislosti na sezóně a dni v týdnu.



Mezi inzerenty na portálu Dobraprace.cz patří prestižní personální agentury a významné podniky s celorepublikovou působností. Spolu s portálem společnost INET-SERVIS provozuje další pracovní stránky např. Jobsik.cz, práce-brigady.cz. Uchazeči o zaměstnání mají možnost vyhledávat pracovní nabídku dle oboru, regionu v České republice ale i v zahraničí. Portál také nabízí poradnu, kde například radí, jak napsat správně životopis, recenze na personální agentury a poradí, jak se připravit na osobní pohovor. Pro inzerenty umožňuje portál přístup do databáze životopisů, kde lze hledat vhodné uchazeče dle zadání parametrů, například dle regionu, věku, vzdělání a praxe, oborů a dle klíčových slov. Na reakce uchazečů, má klient možnost využít rozdělení do skupin Vyhovuje, Pohovory, Užší výběr a Vítěz. Portál odesílá automatické poděkování za reakci uchazeče, což ušetří personalistům mnoho času při práci (Dobraprace.cz ©, 2018).

## 2.3 Online testování

Psychometrie je v personalistice čím dál více aplikovaným vědním oborem. S rozšířením internetového připojení přináší Online–psychometrie řadu výhod pro stranu personalisty, ale i pro uchazeče o zaměstnání. Psychometrické testování, se díky úspoře času, finančních nákladů a výraznému zvýšení kvality měření, stalo běžnou součástí výběrového řízení převážně ve Švýcarsku, Německu a dalších severských zemích. V personálním řízení lze tuto Online formu použít při výběru vhodného zaměstnance, ale i v jeho následném rozvoji. Personalista má na výběr ze široké palety diagnostických metod, které mu napomohou předpovědět, zda uchazeč o zaměstnání vyhovuje konkrétnímu pracovnímu místu. Jedná se například o testy zaměřující se na osobní předpoklady a výkon zaměstnance, zjištění jeho silných a slabých stránek, jeho motivační a kompetenční profil. Psychometrii rozdělujeme dle metody aplikování na psychometrické dotazníky a psychometrické výkonové testy. Při vyplňování dotazníku neexistuje žádná správná či špatná odpověď, kandidát má za úkol rozdělit určitý počet bodů, dle vlastních preferencí a ohodnotit tak sebe samotného. Německá společnost cut-e navrhla moderní technologii Adaloc, kterou využívá v České republice pracovní portál Jobs.cz a Práce.cz při porovnávání reagujících uchazečů. Psychometrické testy mají na rozdíl od dotazníků pevně stanovenou dobu vyplňování a mají vymezenou správnou odpověď. Tyto testy se používají při zkoumání jednoho konkrétního hlediska, například logické myšlení, schopnost delegovat úkoly apod. Personalista je přítomen při celém procesu Online Psychometrie (Dvořáková a kol., 2012, s. 155–161).

## 2.4 Video pohovory

V současné době se společnosti čím dál více zaměřují na ušetření času a nákladů. Proto řada zaměstnavatelů upřednostňuje místo osobního setkání s kandidáty Online video pohovor. Online video pohovor je nejčastěji realizovaný pomocí programu Skype prostřednictvím webové kamery a připojením k internetu. S přípravou na Skype pohovor jistě souvisí důkladná příprava jako na osobní pohovor. Důležité je zajistit kvalitní přenos dat, tedy kvalitní webkameru, rychlé připojení k internetu, klidné místo s vhodným pozadím a dobře fungující mikrofon.

Další možností, jak využít informační technologie (IT) při získávání zaměstnanců je video dotazník. Zaměstnavatel předá uchazečům o zaměstnání otázky či úkoly, jejichž odpovědi či plnění nahraje uchazeč na video (Monster Worldwide CZ ©, s. r. o., 2018).

# **PRAKTICKÁ ČÁST**

## 3 PROFIL SPOLEČNOSTI LMC, S. R. O.

Vznik společnosti LMC, s. r. o. se datuje k 21. 3. 2001, kdy byla společnost zapsána do obchodního rejstříku. V České republice sídlí v Praze, ale služby společnosti jsou v současné době dostupné ve třech dalších zemích Evropy – Finsku, Slovensku a Polsku. Důležitou součástí společnosti je její podílník, společnost Alma Career sídlící v Helsinkách a jednatelé společnosti Raimo Juhani Mäkilä a Milan Jasný, který současně působí na postu generálního ředitele. Cílem společnosti je poskytnout zaměstnavatelům propojení s potencionálními zaměstnanci, nabízet služby, které usnadní činnosti spojené s náborovým a výběrovým řízením, vzděláváním zaměstnanců a personálním marketingem.

V roce 2016 společnost docílila několika úspěchů. Jedním z nich bylo zdokonalení automatizovaného zpracování dat při online získávání a vzdělávání zaměstnanců. V lednu 2016 vstoupila na trh s doposud ojedinělou mobilní aplikací, která napomáhá nalézt uchazečům o zaměstnání práci v blízkém okolí jejich bydliště a zaměstnavatelům spokojenější zaměstnance. Úspěch docílili také u klientů inzerujících na pracovních portálech Jobs.cz a Práce.cz. Díky těmto portálům došlo k obsazení přibližně 300 000 stálých pozic na hlavní pracovní poměr a dohod konaných mimo pracovní poměr (LMC, s. r. o., výroční zpráva 2016).

### 3.1 Portfolio služeb

Společnost každým rokem rozšiřuje a inovuje své portfolio služeb. Mezi nejznámější služby poskytované k roku 2018 patří:

- Prácezarohem

Mobilní aplikace, která pomocí polohových služeb v „chytrém“ telefonu vyhledává pracovní nabídky v okolí uživatele (viz. 2.2.2 Prácezarohem.cz).

- Práce.cz

Kariérní stránka, která je určená pro inzerci a vyhledávání pracovních nabídek s nižším platovým ohodnocením (viz. 2.2.1 Jobs.cz a Práce.cz).

- Jobs.cz

Kariérní stránka, na které je vhodné inzerovat pracovní nabídky na nichž jsou potřeba vyšší požadavky na praxi, vzdělání, jazykové znalosti apod. (viz. 2.2.1 Jobs.cz a Práce.cz).

- Atmoskop

Internetová stránka slouží k hodnocení a vyhledávání zaměstnavatelů. Zaměstnanec hodnotí jeho spokojenost se zaměstnavatelem, kolegy a s nadřízenými. Uchazeč o zaměstnání, si tak může prohlédnout recenze současných či bývalých zaměstnanců.

- Seduo.cz

Internetová stránka s více než 100 online kurzy určených pro osobní rozvoj. Zdarma či za poplatek si má uživatel možnost vybrat kurz z kategorie jazyků, marketingu či managementu. Seduo.cz nabízí kurzy také pro zaměstnance.

- Teamio

Teamio.cz je webová aplikace sloužící ke správě dat z inzertních portálů. Tato stránka usnadní zaměstnavatelům celý náborový proces.

- Profinaut

Mobilní aplikace, která umožňuje propojení zkušených profesionálů se zajímavými projekty z různých oborů. Zaměstnavatelé zde mohou navázat kontakt s pracovníky, kteří se chtějí krátkodobě podílet na projektu či pracovat na zkrácený úvazek.

- Jobote

Aplikace sloužící k doporučování kolegů pomocí sdílení odkazů přes sociální sítě nebo e-mailu.

- HR Marketing

Společnost LMC, s. r. o. poskytuje také služby v oblasti personálního marketingu (HR marketing) a budování značky zaměstnavatele. Poskytuje poradenství a pomáhá s tvorbou kampaně pro získání dostatečného počtu uchazečů o zaměstnání v potřebné kvalitě (bannery, PR články apod.) (LMC s. r. o., 1996–2018).

## 3.2 Představení klientů

Služby společnosti (LMC, s. r. o., 2018) využívá přes 18 000 aktivních klientů z nichž se většina stala stálými klienty. Nejvyužívanějšími online produkty jsou inzertní portály Jobs.cz, Prace.cz, na kterých se inzeruje okolo 300 tis. pracovních pozic za rok. Mezi inzerenty těchto portálů patří významné české i mezinárodní společnosti z mnoha oborů. Častými klienty jsou banky, obchodní řetězce, logistické, consultingové a personální společnosti. V současné době jsou nejhledanějšími pracovními obory administrativa, bankovníctví a finanční služby, informační technologie, strojírenství, prodej a obchod.

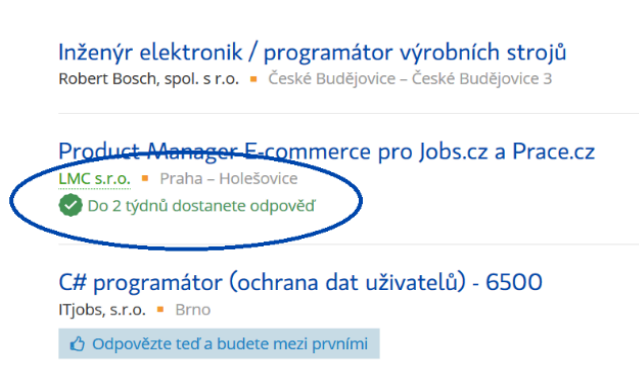
### 3.3 Rozbor inzerátů

Inzertní portály Jobs.cz a Práce.cz nabízí možnost vystavování pracovních nabídek na hlavní pracovní poměr, zkrácený úvazek, brigád i spolupráce na IČO. Pro správu dat, vkládání pracovních nabídek slouží aplikace Teamio. Pracovní nabídky lze zařadit do několika oborů a profesí, které poté slouží k vyhledání nabídky potenciálním uchazečem. Do inzerátu lze vložit přesná adresa místa výkonu práce, město nebo kraj. Popis pracovní pozice je libovolný, záleží pouze na vystavovateli, zda zvolí strukturovaný inzerát v bodech či pracovní nabídku popíše v odstavcích. Další informace o pozici, jako plat, požadovanou jazykovou úroveň, vzdělání praxi a benefity uvádí vystavovatel přímo do inzerátu nebo zvolí zobrazení na konci inzerátu. Reagovat na pracovní nabídku je možné přímo z inzertních stránek.

Společnost (LMC, s. r. o., 2016) radí, jak získat více reakcí na pracovní nabídku pomocí správně vystaveného inzerátu. Důležité je dodržovat několik zásadních pravidel, které napomohou k získání více odpovídající reakcí:

- Výše platového ohodnocení
- Přiměřené požadavky
- Správně uvedenou úroveň cizího jazyka
- Jasné vymezení pracovní náplně
- Přesně vymezené místo výkonu práce a informace o pracovní době
- Uvádět zajímavé informace například o firemní kultuře

Obrázek 5 - Označení odpovídající firem na došlé životopisy na portále Jobs.cz



Zdroj: LMC, s. r. o., Jobs.cz, Inspirace a rady

Dalším důležitým úkonem je podání zpětné vazby reagujícím uchazečům na pracovní nabídku, a to i v případě, že nevyhovují. Proto společnost (LMC, s. r. o., 2017) vytvořili nové označení firem, které odpovídají uchazečům na jejich zaslaná CV v čas. Inzerující společnost v aplikaci Teamio zaznamená kontakty s uchazeči a v případě dopovězených 80 % došlým uchazečům získá potvrzení o reakci, která se promítne v pracovní nabídce (viz. Obrázek 5 - Označení odpovídající firem na došlé životopisy na portále Jobs.cz).

# 4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

Výzkumné šetření se skládá ze dvou částí. První je dotazníkové šetření zaměřené na uchazeče o zaměstnání. Druhou je anketa zaměřená na společnosti hledající nové zaměstnance.

## 4.1 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaké mají uchazeči o zaměstnání zkušenosti, návyky a názory na hledání nového zaměstnání on-line pomocí informačních technologií (IT). Šetření například zkoumalo, jaké nástroje využívají uchazeči o zaměstnání, jaké inzertní portály či sociální sítě používají a zda mají zkušenosti s hledáním zaměstnání pomocí mobilní aplikace. Dotazník byl sestaven z 20 uzavřených otázek. 17 uzavřených otázek bylo konstruovaných tak, aby z jejich odpovědí byl patrný vztah k získávání a výběru zaměstnanců pomocí informačních technologií (IT). Další 3 otázky ke konci dotazníku posloužily pro charakteristiku vzorku respondentů.

Dotazníkové šetření probíhalo formou online dotazování pomocí internetové stránky Vyplň.to, skupin na sociální síti Facebook a předložením dotazníku osobně. Internetová stránka Vyplň.to slouží pro online průzkumy z různých kategorií. Díky propagaci zde bylo získáno dostatečné množství respondentů převážně nižší věkové kategorie. Odkaz na dotazník byl šířen v několika skupinách na sociální síti Facebook, které slouží k nabízení a poptávání pracovních sil. Možnost předložení dotazníku osobně byla cílena na vyšší věkové skupiny, které nemají běžný přístup k internetu. Tyto způsoby byly zvoleny kvůli získání dostatečného počtu uchazečů z různých věkových kategorií. Na základě výzkumu Českého statistického úřadu z roku 2014 je zřejmé, že informační technologie (IT) a internet využívají nejvíce uživatelé ve věku od 16–34 let. Od věku 35+ využívání internetu výrazně klesá.

Dotazníkové šetření probíhalo devět dnů v období od 6. 3. 2018 do 14. 3. 2018. Celkem se šetření zúčastnilo 65 respondentů, kteří si hledali v posledních 12 měsících nové zaměstnání či brigádu. Zúčastnění respondenti byli z odlišných pracovních oborů. Jejich struktura byla zkoumána na základě pohlaví, věku a nejvyššího dosaženého vzdělání.



### 4.1.1 Charakteristika respondentů

Tabulka 1 rozděluje respondenty z hlediska pohlaví. Šetření se zúčastnilo 43 (66 %) žen a 22 (34 %) mužů. Vyplňování dotazníků se zúčastnily převážně ženy.

*Tabulka 1 - Respondenti podle pohlaví*

Tabulka četností – Pohlaví		
	<b>Absolutní</b>	<b>Relativní (v %)</b>
Muž	<b>22</b>	<b>34</b>
Žena	<b>43</b>	<b>66</b>
Celkem	<b>65</b>	<b>100</b>

*Zdroj: Autorka*

Tabulka 2 zobrazuje složení respondentů dle věku. Nejpočetnější věková skupina byla v rozmezí 19–25 let (dohromady 37, to je 57 %). Jedná se o respondenty, kteří si hledají brigádu při studiu či hledají práci na hlavní pracovní poměr po dostudování střední školy, tedy spíše „juniorní“ pozice. Méně početnou věkovou skupinou byli respondenti od 26 do 35 let (dohromady 16, to je 25 %). U těchto věkových skupin se předpokládá jejich zkušenost s využíváním informačních technologií (IT) na pokročilejší úrovni. Cílem získávání respondentů bylo začlenit i respondenty ve věkových skupinách 43–55 let a 56–63 let, u kterých se předpokládaly menší zkušenosti s prací na počítači. Do těchto 2 skupin se zařadilo 8 respondentů, tedy 12 %.

*Tabulka 2 - Respondenti podle věku*

Tabulka četností – Věk		
	<b>Absolutní</b>	<b>Relativní (v %)</b>
18 a méně	<b>0</b>	<b>0</b>
19–25	<b>37</b>	<b>57</b>
26–35	<b>16</b>	<b>25</b>
36–42	<b>4</b>	<b>6</b>
43–55	<b>4</b>	<b>6</b>
56–63	<b>4</b>	<b>6</b>
64 a více	<b>0</b>	<b>0</b>
Celkem	<b>65</b>	<b>100</b>

*Zdroj: Autorka*

Z hlediska vzdělání převažovali respondenti se středoškolským nebo odborným vyučením s maturitou (dohromady 32, to je 49 %). Další nejčetnější skupinou byli respondenti s vysokoškolským / univerzitním vzděláním (dohromady 24, to je 36 %). Nejméně se zúčastnilo respondentů s odborným vyučením bez maturity a vyšším odborným vzděláním (viz. tabulka 3).

*Tabulka 3 - Respondenti podle vzdělání*

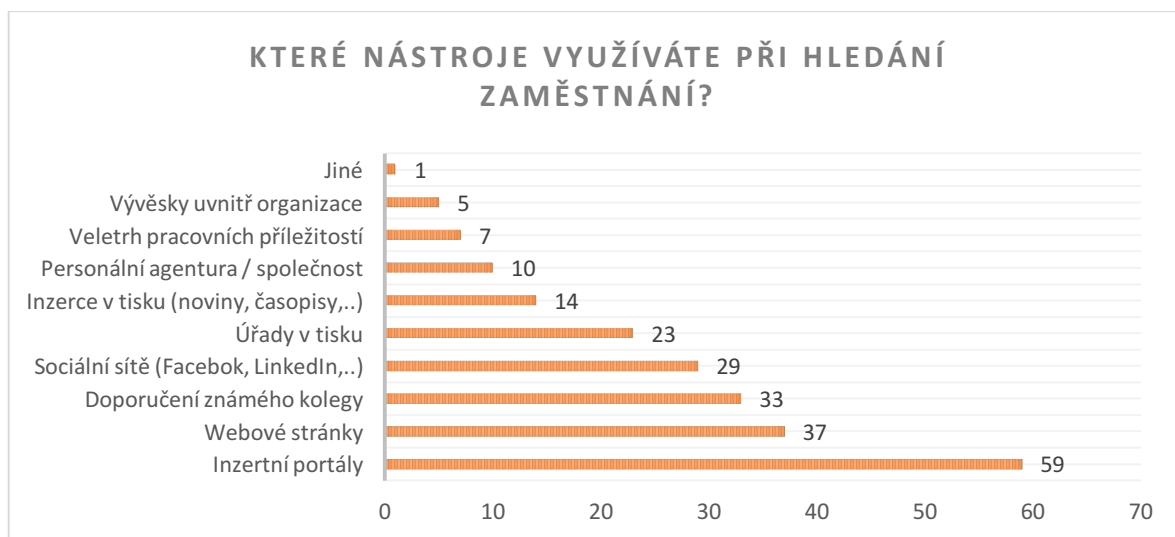
Tabulka četností – Nejvyšší dosažené vzdělání		
	<b>Absolutní</b>	<b>Relativní (v %)</b>
Základní	<b>0</b>	<b>0</b>
Odborné vyučení bez maturity	<b>4</b>	<b>6</b>
Středoškolské nebo odborné vyučení s maturitou	<b>32</b>	<b>49</b>
Vyšší odborné	<b>5</b>	<b>7</b>
Vysokoškolské / univerzitní	<b>24</b>	<b>36</b>
Postgraduální	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Celkem</b>	<b>65</b>	<b>100</b>

*Zdroj: Autorka*

## 4.1.2 Výsledky dotazníkového šetření

**Otázka č. 4:** „Které nástroje využíváte při hledání zaměstnání?“. Jednalo se o povinnou otázku, respondent mohl zvolit libovolný počet z nabízených odpovědí.

Graf 3 - Využití nástrojů při hledání zaměstnání



Zdroj: Autorka

Ze zjištěných výsledků plyne, že z možných nástrojů sloužící k získávání nového zaměstnání či brigády převažuje použití informačních technologií (IT). Mezi nejvyužívanější se řadí inzertní portály a webové stránky zaměstnavatele. Inzertní portály využívá k získávání zaměstnání celkem 59 dotazovaných uchazečů, to je 90,7 %. Webové stránky zaměstnavatele využilo při hledání nového zaměstnání celkem 37 dotazovaných uchazečů, to je 56,7 %. Poměrně zajímavým ukazatelem je výsledek u doporučení známého / kolegy s 33,3 %. V některých zaměstnáních mají možnost získat zaměstnanci i finanční odměnu při doporučení vhodného pracovníka. K méně využívaným nástrojům se řadí vývěsky uvnitř organizace a veletrhy pracovních příležitostí. Možnost získat potřebné informace, zkušenosti a dozvědět se o volných pracovních místech pomocí návštěvy veletrhu pracovních příležitostí využilo 10,7 % respondentů.

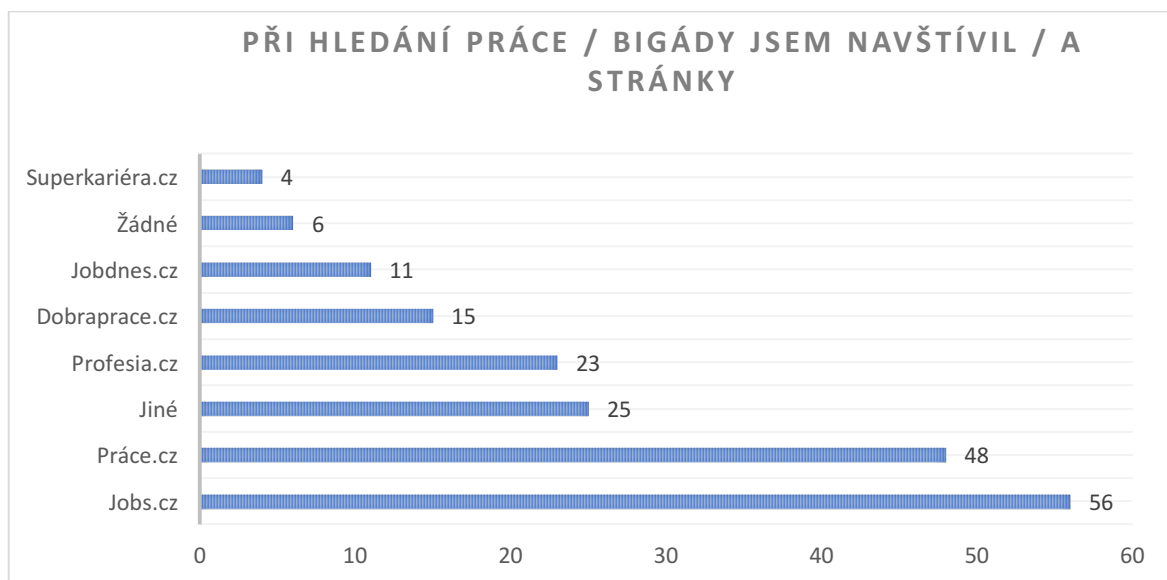
Tabulka 4 - Využití nástrojů při hledání zaměstnání

Nástroj	Absolutní četnost odpovědí	Relativní četnost odpovědí (v %)
Jiné:	1	1,5
Vývěsky uvnitř organizace	5	7,7
Veletrh pracovních příležitostí	7	10,7
Personální agentura / společnost	10	15,3
Inzerce v tisku (noviny, časopisy,..)	14	21,5
Úřady práce	23	35,3
Sociální síť (Facebook, LinkedIn,..)	29	44,6
Doporučení známého / kolegy	33	50,7
Webové stránky zaměstnavatele	37	56,9
Inzertní portály (Jobs.cz,..)	59	90,7

Zdroj: Autorka

**Otázka č. 5: „Při hledání práce / brigády jsem navštívil / a stránky:“.** Jednalo se o povinnou otázku, respondent mohl zvolit libovolný počet z nabízených odpovědí.

Graf 4 - Využití internetových stránek při hledání zaměstnání



Zdroj: Autorka

Z další prověřované otázky v dotazníkú vyplývá, že mezi nejpoužívanější inzertní portály patří v České republice Job.cz (dohromady 56, to je 86,1 %) a Práce.cz (dohromady 48, to je 73,8 %).

V současné době využívá Jobs.cz reklamu ve sdělovacích prostředcích a patří nyní mezi nejoblíbenější pracovní portál mezi inzerenty. Pomocí těchto pracovních portálů mají uživatelé možnost nahrát svoje CV do databáze, do které mají přístup zpravidla personální společnosti, personální agentury a někteří zaměstnavatelé. Vytvoření profilu ulehčuje zájemcům o pracovní nabídky práci s odpovídáním na vystavený inzerát. Z výsledků také plyne, že nejméně používaným inzertním portálem ke hledání práce je portál Superkariera.cz (dohromady 4, to je 6,1 %).

V následující tabulce jsou seřazeny inzertní portály dle využití od nejnižšího počtu odpovědí po nejčetnější odpověď včetně četnosti vyjádřené v procentech (%).

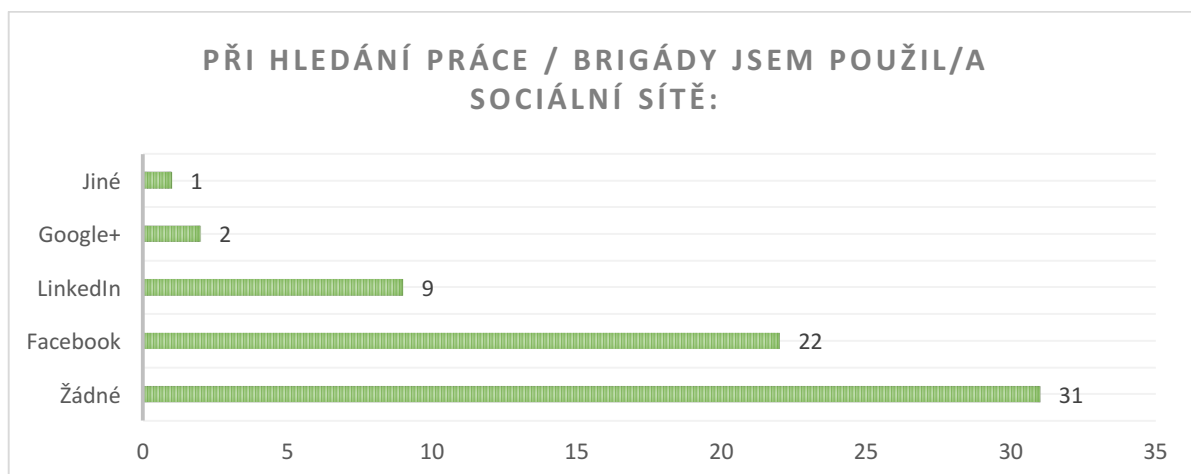
*Tabulka 5 - Využití inzertních portálů při hledání zaměstnání*

<b>Internetová stránka</b>	<b>Absolutní četnost odpovědí</b>	<b>Relativní četnost odpovědí (v %)</b>
<b>Superkariéra.cz</b>	4	6,1
<b>Žádné</b>	6	9,2
<b>Jobdnes.cz</b>	11	16,9
<b>Dobraprace.cz</b>	15	23,0
<b>Profesia.cz</b>	23	35,3
<b>Jiné</b>	25	38,4
<b>Práce.cz</b>	48	73,8
<b>Jobs.cz</b>	56	86,1

*Zdroj: Autorka*

**Otázka č. 9: „Při hledání práce / brigády jsem použil / a sociální sítě:“.** Jednalo se o povinnou otázku, respondent mohl zvolit libovolný počet z nabízených odpovědí. Z výsledků je patrné, že sociální sítě nejsou příliš používaným nástrojem při hledání nového zaměstnání či brigády. Nejvíce používanou sociální sítí se při hledání zaměstnání či brigády stala síť Facebook. (dohromady 22, to je 33,85 %). Na síti Facebook mají uživatelé možnost hledat přes řadu vytvořených skupin s nabídkami práce či brigády na základě lokality v níž hledají či přes novou funkci Facebook Práce / Facebook Jobs. V menší míře využívají respondenti Profesionální síť LinkedIn (dohromady 9, to je 13,8 %).

Graf 5 - Využití sociálních sítí při hledání zaměstnání



Zdroj: Autorka

**Otázka č. 15: „Odpověděl / a jste na nabídky práce s neuveřejněným platovým ohodnocením?“.** V této povinné otázce musel respondent rozhodnout mezi odpověďmi ano či ne. Řada internetových stránek hodnotí uvádění výše platu do pracovní nabídky velmi přínosnou. Z odpovědí na dotazníkové šetření vyplývá, že přibližně 51 % respondentů na inzerát bez uveřejněného platového hodnocení neodpovědělo, zbylých 49 % na inzeráty s neuveřejněným platovým ohodnocením odpovědělo. Výsledek této otázky je tedy relativně vyrovnaný.

**Otázka č. 2: „Využití informačních technologií (IT) při hledání nového zaměstnání šetří čas.“.** Dotazovaný měl vybrat jednu ze tří možných odpovědí: souhlasím, nevím či nesouhlasím. Téměř většina respondentů (dohromady 57, to je 87,6 %) souhlasí s tvrzením, že díky informačním technologiím (IT) ušetří čas při hledání nového zaměstnání. Celkem 7 respondentů odpovědělo „nevím“, jedná se respondenty, kteří nemají zkušenosti s hledáním nového zaměstnání pomocí informačních technologií (IT), či používají, ale nejsou si jisti odpovědí. Pouze 1 dotazovaný s tvrzením nesouhlasí.

**Otázka č. 3: „Společnosti působící v oblasti personalistiky / Human Resources / HR jsou velmi inovativní.“.** Respondent musel vybrat ze tří možných odpovědí: souhlasím, nevím, nesouhlasím. Jednalo se tedy o povinnou otázku. 34 respondentů (tj. 52,3 %) s tvrzením souhlasí. 10 respondentů uvedlo, že s tvrzením nesouhlasí. Zbylých 21 respondentů odpovědělo „nevím“.

**Otázka č. 6: „Nahrál/a jsem svůj životopis do databáze CV na inzertních portálech“.** Tato povinná otázka, při níž respondent odpovídal ze dvou nabízených variant Ano, či Ne dopadla velmi nerozhodně. Polovina respondentů nahrála svůj životopis (CV) do databází na inzertních portálech, ke kterým mají přístup klienti portálů. Polovina respondentů tak neučinila.

**Otázka č. 7: „Inzertní portály jsou přehledné a snadno se na nich orientuji:“.** Tato otázka měla za cíl zjistit spokojenost uživatelů inzertních portálů, konkrétně snadnou orientaci při práci se stránkami. Dotazovaní vybírali ze tří možných odpovědí: souhlasím, nevím, nesouhlasím. 41 respondentů (tj. 63 %) hodnotí inzertní portály, jako přehledné, orientace na nich jim nečiní žádný problém. Dalších 9 respondentů (13,8 %) uvedlo, že s tvrzením nesouhlasí. Může se jednat o uživatele, kteří neovládají dostatečně práci na počítači či se jim práce s inzertními portály zdá příliš složitá.

**Otázka č. 10: „Hledal/a jste si práci/brigádu přes Facebook skupiny (práce brigády – Praha apod.)?“.** Tato povinná otázka měla zmapovat využívání skupin na Facebooku určených pro hledání zaměstnání. Dotazovaný vybíral z variant ano či ne. 43 dotazovaných (tj. 66,1 %) uvedlo, že skupiny na síti Facebook nevyužívají. Jedná se o respondenty, kteří síť nevyužívají, neznají skupiny či nemají zájem hledat si práci pomocí sítě Facebook. Zbylých 22 respondentů (tj. 33,8 %) použilo Facebook skupiny pro hledání nového zaměstnání či brigády.

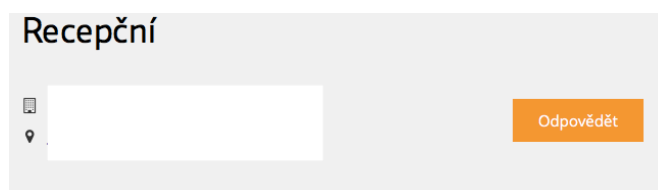
**Otázka č. 11: Znáte novou funkci Facebook Jobs / Facebook Práce?** Tato povinná otázka, při níž respondent odpovídal ze dvou nabízených variant Ano, či ne dopadla velmi jasně. 56 (86,1 %) respondentů tuto funkci zatím neznají. 9 (13,8 %) respondentů se s novou funkcí již setkali.

**Otázka č. 16: „Doplňte větu: Po reakci na vystavený inzerát“.** Tato povinná otázka zjišťovala preference uchazečů týkajících zajišťování výběrového řízení. Respondent vybíral ze 3 možných variant: upřednostňuji být kontaktován personální agenturou / společností, upřednostňuji být kontaktován přímo zaměstnavatelem, mi nezáleží na tom, kdo výběrové řízení zajišťuje. Z výsledků vyplývá, že uchazeči o zaměstnání upřednostňují následný kontakt přímo se zaměstnavatelem (50, to je 76,9 %). Pouze 2 respondenti (to jsou 3 %) uvedli, že preferují kontakt s personální agenturou / společností.

**Otázka č. 12: „Preferuji vizuální podobu inzerátu“.** V této otázce musel respondent vybrat preferovaný vzhled pracovní nabídky na inzertním portále. Jednalo se o pracovní nabídky na pozici recepční.

První inzerát je na první pohled přehledný a strukturovaný. Čtenář rychle rozpozná pracovní náplň, požadavky na pracovní místo a co společnosti nabízí. Bohužel zde chybí alespoň základní informace o společnosti, do které by uchazeč nastoupil. Nástupní plat je uveden v „Nabízíme“, nikoli v zeleném čtverci pro upoutání pozornosti.

Obrázek 6 - Inzerát strukturovaný



#### **Pracovní náplň:**

1. Zajištění chodu recepce: Příjem a správa rezervací, telefonická a e-mailová komunikace, pošta, administrativní práce, práce s hotelovým systémem, práce s rezervačními systémy
2. Péče o hotelové hosty: Ubytování hostů, provádění plateb, poskytování informací
3. Ostatní: Spolupráce s ostatními středisky hotelu, kontrola minibarů

#### **Požadavky**

- Znalost anglického jazyka na úrovni B1, němčina výhodou
- Jazyková a stylistická úroveň psaného i mluveného projevu
- Příjemné komunikativní vystupování a reprezentativní vzhled
- Smysl pro detail, zodpovědnost, pečlivost, časová flexibilita
- Občanská a morální bezúhonnost, schopnost práce v kolektivu
- Uživatelská znalost PC (MS Office) a standardních kancelářských zařízení (tisk, scan, kopírování)

#### **Nabízíme:**

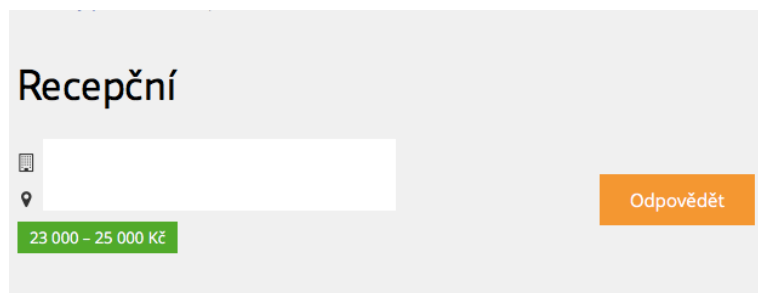
- Práci recepční v přátelském kolektivu
- Pracoviště přímo v centru města
- Různorodou pracovní náplň
- Nástup možný okamžitě
- Nástupní plat 18 000 Kč/hrubého, stravenky

*Zdroj: Jobs.cz*

Druhý inzerát je psaný ve větách motivační formou. V nynějších inzerátech se často objevují věty jako: Komunikace v angličtině vám nedělá problémy? Pak jste náš člověk! Tímto novým tipem, se snaží zaujmout více potenciálních uchazečů. Uchazeč je nucen přečíst celý inzerát, aby zjistil, zda odpovídá požadavkům, náplň práce a co společnost nabízí. V inzerátu chybí krátké představení společnosti. Mzda není vepsaná přímo v textu inzerátu, ale je pro zviditelnění vložena na začátek inzerátu do zeleného okénka.



Obrázek 7 - Inzerát nestrukturovaný



**Agentura hledá novou kolegyni na pozici recepční**

Co budete dělat? Obvyklé úkony spojené s chodem recepce, např. zvedání a přepojování telefonů, péče o návštěvy, příprava občerstvení, zajišťování poštovních zásilek a kurýrů, denního tisku, pochůzky, obsluha kopírky / tiskárny, doplňování kancelářských potřeb, péče o společné prostory – zasedačky, kuchyňka, či další administrativní aktivity.

Komunikace v angličtině vám nedělá problémy? Pak jste náš člověk!

Koho hledáme? Spolehlivého člověka s dobrou angličtinou, se zdvořilým vystupováním a dobrými komunikačními schopnostmi, někoho, kdo umí pracovat v dynamickém prostředí, má znalosti s prací na počítači, je spolehlivý. Práce je vhodná i pro 2 studentky VŠ, které by se střídaly.

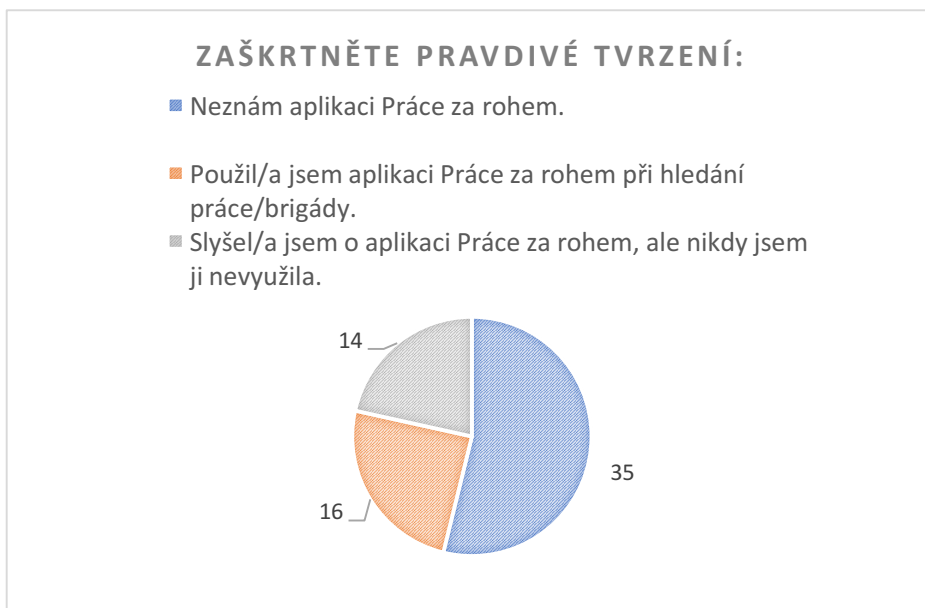
Nabízíme příjemné pracovní prostředí, stravenky, příspěvek na Multispor kartu, 4 dny sick days, týmové akce několikrát ročně. Nastoupit můžete ihned, nebo podle domluvy.

Zdroj: [Jobs.cz](http://Jobs.cz)

Dle získaných výsledků většina respondentů preferuje vzhled přehledného strukturovaného inzerátu. Vizualní podobu prvního inzerátu upřednostňuje 49 respondentů (to je 75,3 %).

**Otázka č. 14: „Zaškrtněte pravdivé tvrzení“.** V této otázce musel respondent vybrat ze tří různých tvrzení: „Použil/a jsem aplikaci Prácezarohem“, „Slyšel/a jsem o aplikaci práce za rohem“ a „Neznám aplikaci Prácezarohem“. Aplikace Prácezarohem.cz vznikla v lednu roku 2016 (viz. 2.2.2. Prácezarohem). Aplikace bohužel není doposud dostatečně známá mezi vlastníky chytrého telefonu hledající si nové zaměstnání či brigádu. Více než polovina respondentů (dohromady 35, to je 53,8 %) uvedla, že se s aplikací nikdy nesetkala. Celkem 14 dotazovaných (to je 21,54 %) se sice již s aplikací setkala, ale při hledání zaměstnání či brigády jí nevyužila. Zbýlých 16 respondentů využilo aplikaci při hledání nového zaměstnání či brigády.

Graf 6 - Využití aplikace Práceza rohem



Zdroj: Autorka

## 4.2 Anketa

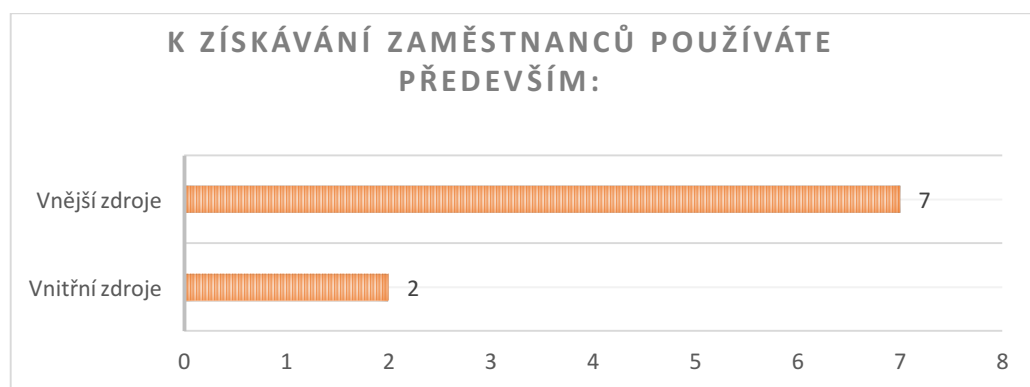
Cílem krátké ankety bylo zjistit chování zaměstnavatelů v oblasti získávání nových zaměstnanců zaměřované na online získávání zaměstnanců (e-recruitment). Anketa například zkoumala, zda společnosti upřednostňují vnější či vnitřní zdroje při obsazování pracovního místa, které nástroje využívají k získávání zaměstnanců s použitím internetu, sociálních sítí, inzertních portálů a zda uveřejňují benefity při poptávání pracovních sil.

Anketa se skládala ze 6 uzavřených otázek a jedné otevřené otázky týkající se uvádění benefitů v pracovní nabídce vystavené na internetu. Sběr dat probíhal formou online dotazování uveřejněné na internetovém portále Anketovník.cz, který je určen pro online dotazníky, průzkumy a ankety. Žádost o vyplnění byla odeslána do několika společností z různých segmentů trhu. Celkem se průzkumu zúčastnilo 9 společností působících v oboru automotive, logistiky, distribuce či prodeje zboží nebo služeb. Elektronická anketa byla spuštěna od 8. března 2018 do 22. března 2018.

### 4.2.1 Výsledky ankety

**Otázka č. 1: „K získávání zaměstnanců používáte především:“.** Jednalo se o povinnou otázku, jejíž cílem bylo zjistit preference zaměstnavatelů při získávání zaměstnanců. Respondent musel zvolit jednu z nabízených variant odpovědí.

*Graf 7 - Využití vnitřních a vnějších zdrojů k získávání zaměstnanců*



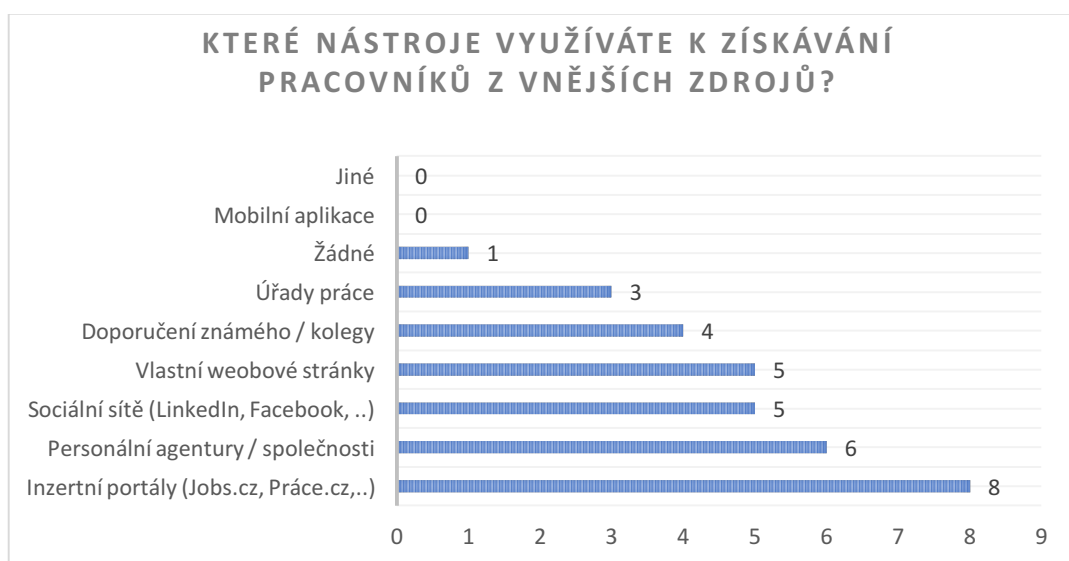
*Zdroj: Autorka*

Zdroje získávání zaměstnanců (viz. kapitola 1.1) se dělí na vnitřní a vnější. Z výsledků ankety je patrné, že společnosti (celkem 7) upřednostňují získávání z vnějších zdrojů. Cíli například na absolventy škol, nezaměstnané či oslovují zaměstnané s lepší pracovní nabídkou.

Zbylé 2 společnosti obsazují pozice především z vlastních zdrojů. Společnosti tedy nezvažují kariérní růst pracovníka a jeho rozvoj.

**Otázka č. 2: „Které nástroje využíváte k získávání pracovníků z vnějších zdrojů?“.** Jednalo se o povinnou otázku, respondent mohl zvolit libovolný počet z nabízených odpovědí.

Graf 8 - Využití nástrojů při získávání zaměstnanců



Zdroj: Autorka

Z výsledků vyplývá, že nejvyužívanějšími nástroji sloužící k získávání pracovníků jsou inzertní portály, tuto možnost zvolilo 7 dotazovaných společností. Početnou skupinu také tvoří sociální sítě a vlastní webové stránky zaměstnavatele. Tyto výsledky značí že většina společností využívá informační technologie (IT). 6 dotazovaných společností využívá služby personálních agentur / společností.

V následující tabulce jsou seřazeny nástroje dle využití od nejnižšího počtu odpovědí po nejčetnější odpověď včetně četnosti vyjádřené v procentech (%).

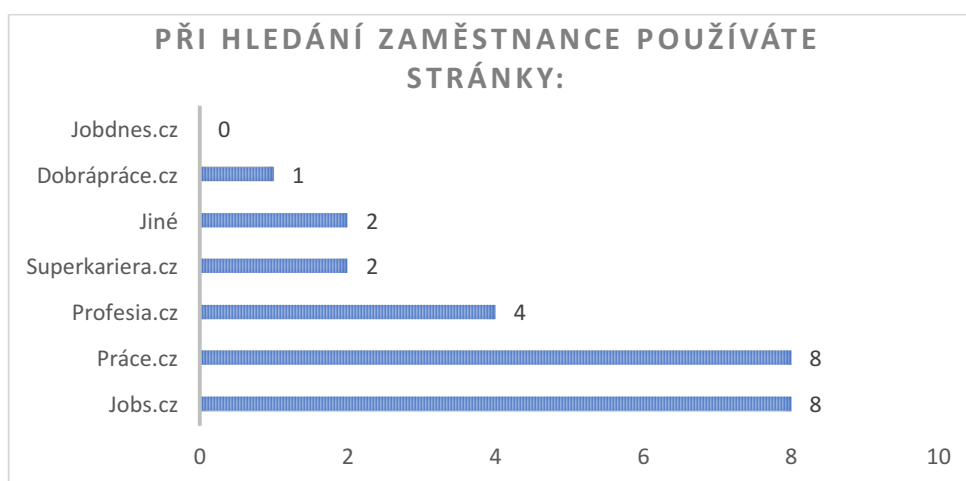
Tabulka 6 - Využití nástrojů při získávání zaměstnanců

Nástroj	Absolutní četnost odpovědí	Relativní četnost odpovědí (v %)
Jiné	0	0
Mobilní aplikace	0	0
Žádné	1	11,1
Úřady práce	3	33,3
Doporučení známého / kolegy	4	44,4
Vlastní webové stránky	5	55,5
Sociální sítě (LinkedIn, Facebook,..)	5	55,5
Personální agentury / společnosti	6	66,6
Inzertní portály (Jobs.cz,..)	8	88,8

Zdroj: Autorka

**Otázka č. 3: „Při hledání zaměstnance používáte stránky:“.** Jednalo se o povinnou otázku, respondent mohl zvolit libovolný počet z nabízených odpovědí.

Graf 9 - Využití inzertních portálů při získávání zaměstnanců



Zdroj: Autorka

Nejpoužívanějšími kariérními stránkami jsou Jobs.cz a Práce.cz, na které odpovědělo 8 společností. Společnosti také využívají stránku Profesia.cz, tuto stránku poznačily 4 dotazovaní.

V následující tabulce jsou seřazeny inzertní portály dle využití od nejnižšího počtu odpovědí po nejčetnější odpověď včetně četnosti vyjádřené v procentech (%).

*Tabulka 7 - Využití inzertních portálů při získávání zaměstnanců*

<b>Internetová stránka</b>	<b>Absolutní četnost odpovědí</b>	<b>Relativní četnost odpovědí (v %)</b>
<b>Jobdnes.cz</b>	0	0
<b>Dobrápráce.cz</b>	1	11,1
<b>Superkariera.cz</b>	2	22,2
<b>Jiné</b>	2	22,2
<b>Profesia.cz</b>	4	44,4
<b>Jobs.cz</b>	8	88,8
<b>Práce.cz</b>	8	88,8

*Zdroj: Autorka*

**Otázka č. 4: „Využíváte funkci Facebook Práce / Facebook Jobs?“.**

Z výsledků je zřejmé, že společnosti novou funkci sítě Facebook zatím spíše nevyužívají. Pouze 2 společnosti uvedly, že funkci používají k oslovování potenciálních kandidátů, zbylých 7 oslovených společností funkci zatím neznají, či nemají zájem funkci využívat.

**Otázka č. 5: „Využíváte mobilní aplikaci Práce za rohem?“.**

Z výsledků je patrné, že mobilní aplikaci Práce za rohem od společnosti LMC, s. r. o. není příliš rozšířená mezi společnostmi hledající zaměstnance. Aplikaci využívají k získávání zaměstnanců pouze 2 oslovené společnosti. Zbylých 7 společností se buď o nové aplikaci zatím nedozvědělo, či nemají zájem této služby využít.

**Otázka č. 6: „Uveřejňujete v pracovních nabídkách platové ohodnocení pozice?“.**

Výsledky této otázky jsou velmi vyrovnané. 5 dotazovaných společností uveřejňuje platové ohodnocení ve svých pracovních nabídkách, zbylé 4 společnosti platové ohodnocení neuveřejňují.

**Otázka č. 7: „Uveřejňujete v kolonce nabízíme benefity? Popř. jaké?“.** Jednalo se o povinnou otevřenou otázku.

Na základě výsledků byly dotazovaní rozděleny na dvě skupiny:

- 1) První skupinu tvoří 2 společnosti (22 %), kteří možnost uveřejnění benefitů pro přilákání více uchazečů vůbec nevyužívají. Jejich odpovědi zněly:

„Neuvadim“

„Ne.“

- 2) Druhou skupinu tvoří společnosti, které využívají možnosti uveřejnění nabízených benefitů. Tuto skupinu představuje 7 společností (78 %). Jejich odpovědi zněly:

„Stravenky“

„Stravenky“

„Stravenky, 5 týdnů dovolená, home-office, flexi-pasy“

„ANO - 5 týdnů dovolené, roční prémie, jazyková výuka, závodní stravování, zvýhodněné mobilní tarify,“

„ano“

„Ano. Bohusy, dovolená navíc, slevy, firemní akce, ...“

„Ano, stravenky, multisport, slevy na firemní produkty apod.“

Nejčtenějším uváděným benefitem byl příspěvek na stravování v podobě stravenek a závodního stravování, které nabízí 5 oslovených společností. Dalším používaným benefitem byl týden navíc ke 4týdenní dovolené stanovené zákonem z roku 2006. Zajímavými uvedenými benefity jsou FlexiPass a MultiSport karta, které nabízí slevu na volnočasové aktivity. S FlexiPassem získává zaměstnanec příspěvky na některé sportovní aktivity, kulturu či cestování. Díky kartě MultiSport má zaměstnanec možnost využít každý den vstupu zdarma do sportovních center, na sportovní akce či do lázeňského zařízení. Dvě společnosti uvádějí finanční přilepšení v podobě ročních prémie a bonusů, které slouží k motivaci pracovníka. Možnost vzdělávání uvedla jedna společnost. Výuka anglického jazyka je buď hrazena zaměstnavatelem v plné výši, či se zaměstnavatel podílí určitou částkou. Dalšími uváděnými benefity byly slevy na firemní výrobky, výhodné mobilní tarify a firemní akce.

## 4.3 Shrnutí a návrhy

Informační technologie (IT) tvoří v dnešní době nedílnou součást v procesu získávání zaměstnanců, výběru zaměstnanců a při hledání nového pracovního místa. Společnosti i uchazeči o zaměstnání si uvědomují rychlost přenosu dat a celý náborový proces tak trvá mnohem kratší dobu než dříve.

Na trh přicházejí nové formy služeb, které pomáhají společnostem při hledání vhodného uchazeče, jako například mobilní aplikace, programy pro uskutečnění video pohovoru. Pro udržení konkurenceschopnosti na trhu práce a dostatek uchazečů o zaměstnání musí společnosti dobře zvážit, co může zaměstnanci nabídnout, aby dal přednost dané pracovní nabídce. Společnosti musí přilákat uchazeče zajímavou pracovní náplní, pracovními benefity, rozvojovým programem, vzděláváním a příjemnou pracovní kulturou. Mezi běžné pracovní benefity nabízenými společnostmi patří příspěvek na stravování, bonusy a týden dovolené na víc. V současné době se uchazeči o zaměstnání primárně sdružují na inzertních portálech Jobs.cz a Práce.cz, na kterých si mimo jiné zakládají své životopisy. Společnosti převážně využívají vnější zdroje k obsazování volné pozice. Ačkoli se zaměstnavatelé často obrací na personální agentury a společnosti, uchazeči o zaměstnání preferují být kontaktováni přímo zaměstnavatelem. Sociální sítě jsou oblíbené u zaměstnavatelů při uveřejňování pracovních nabídek, a mimo jiné je mohou využít k vyhledání profilů uchazečů o zaměstnání a zjišťovat tak další informace, které nejsou zřejmé ze životopisu. Novinky, které přišly na trh v posledních dvou letech (Facebook Jobs, aplikace Prácezarohem) nejsou zatím příliš oblíbené u uchazečů o zaměstnání.

Díky výsledkům výzkumu lze poskytnout návrhy na lepší a efektivní získávání a výběru zaměstnanců. Společnosti by měly:

- spolupracovat s personálním oddělením při řešení otázek týkající se využívání vnitřních nebo vnějších zdrojů pracovníků. Zvažovat více kariérní růst současných pracovníků a jejich rozvoj.
- omezit spolupráci s personálními agenturami a personálními společnostmi, jelikož uchazeči preferují bezprostřední kontakt přímo se zaměstnavatelem.
- využívat inzertní portály, jako primární zdroj při získávání uchazečů o zaměstnání. Uchazeči o zaměstnání se sdružují zejména na portálech Jobs.cz, Práce.cz a Profesia.cz.
- používat své vlastní stránky pro uveřejnění pracovních nabídek.
- vytvořit mobilní verzi kariérních stránek.
- využívat databáze životopisů na inzertních portálech. Databázi životopisů tvoří uchazeči o zaměstnání, kteří jsou aktuálně otevřeni novým pracovním nabídkám a schopni nastoupit do nového zaměstnání ihned či po uplynutí výpovědní lhůty.



- vystavený inzerát co nejvíce strukturovat a uvádět v něm jasně a přehledně pracovní náplň a požadavky konkrétního pracovního místa.
- uvádět v inzerátu platové ohodnocení, nebo alespoň možné platové rozmezí a zajímavé pracovní benefity, které slouží, jako prostředek pro nalákání uchazečů.
- zavést v inzerátu moderní formy pracovních benefitů, jako například MultiSport kartu, Flexi-pasy, home-office.
- uvést v inzerátu přiměřené požadavky (např. praxe, jazyky).
- využívat moderní chatboty, které jsou běžně používané například v zákaznické podpoře. V HR slouží chatbot pro první komunikaci s uchazečem. Chatbot dokáže měřit spokojenost, pracovat i mimo pracovní dobu, odpovídat na kladené otázky, selektovat vhodné kandidáty od méně vyhovujících.
- omezeně využívat Facebook skupiny pro hledání zaměstnanců a využívat je především pro pracovní pozice s nižší či průměrnou mzdou.
- sledovat trendy v oblasti získávání a výběru zaměstnanců. Zjišťovat informace o nových službách, které přicházejí na trh a zvažovat tyto využití na základě obsazované pozice.
- realizovat výběr zaměstnanců pomocí informačních technologií (video pohovory a online testování).
- spolupracovat se středními a vysokými školami a oslovovat brzké absolventy. Uveřejňovat pracovní nabídky na webových stránkách školy či na úřední desce. Absolventi se dokáží rychle adaptovat a vnést nové nápady.
- využívat firemní LinkedIn pro uveřejňování pracovních nabídek a komunikaci s potencionálními uchazeči.
- přenést budování značky zaměstnavatele i do personálního oddělení a zaměřovat se více na employer branding.

# ZÁVĚR

Cílem práce bylo prozkoumat možnosti získávání a výběru zaměstnanců s použitím informačních technologií a navrhnout lepší nebo alternativní možnosti získávání a výběru zaměstnanců. Současným trendem na trhu práce je využívat převážně vnější zdroje pro obsazování volného pracovního místa. Znat a využívat moderní metody získávání a výběru zaměstnanců jsou pro podnik klíčovým úkolem pro zajištění dostatečného počtu kvalitních zaměstnanců a udržení si konkurenceschopnosti na trhu práce. Informační technologie (IT) se v oblasti e-recruitment zdokonalují a snaží se zefektivnit práci náborářů. Správní náboráři musí vědět, na jakých sociálních sítích, internetových stránkách a mobilních aplikacích se aktuálně sdružuje největší množství potencialních uchazečů o zaměstnání a jakým vhodným způsobem je oslovit. Náboráři musí také rozhodnout, jaké nástroje jsou výhodné využít při obsazování konkrétního pracovního místa, a které nikoli.

Společnosti i uchazeči o zaměstnání si uvědomují ušetření času při práci online, proto je využívání informačních technologií při poptávání pracovních sil a také při hledání nových pracovních příležitostí velmi rozšířené. Na českém trhu působí mnoho společností v oblasti HR, nabízející nové online produkty a služby. Uchazeči se zejména sdružují na inzertních portálech Jobs.cz, Práce.cz a Profesia.cz. Na těchto portálech si mimo jiné zakládají své životopisy. Proto je jedním z doporučení soustředit se právě na tyto portály. Sociální sítě jsou dalším nástrojem, které jsou vhodné použít. Lidé netráví čas připojením na sociálních sítích jen pro udržování kontaktů se svými blízkými a sdílení svých názorů, ale také si pomocí sociálních sítí hledají nové zaměstnání a rozšiřují své pracovní kontakty. Uchazeči mají zájem se dozvídat o volných pracovních místech na Facebook zájmových skupinách a na LinkedIn. Novinky, které přišly na trh v posledních dvou letech, jako například Prácezarohem, Facebook Jobs nejsou u uživatelů příliš oblíbené. Společnosti by neměly pro hledání nových zaměstnanců využívat pouze tyto nástroje, ale oslovit je i pomocí jiných nástrojů. Společnosti musí před uveřejněním inzerátu dobře zvážit jeho formu a obsah. Získání více adekvátních reakcí zajistí přehledná strukturovaná forma inzerátu s jasnou náplní práce a přiměřenými požadavky. Do inzerátu by společnosti měly vkládat možné platové rozmezí, pracovní benefity pro přilákání více uchazečů. Ačkoliv společnosti často spolupracují s personálními agenturami a společnostmi, není tato forma u uchazečů oblíbená. Společnosti se musí více zaměřovat na employer branding pro nalákání kvalitních uchazečů. Pro další urychlení náborového procesu je vhodné využívat HR chatboty, kteří komunikují sami za personální pracovníky, a to i mimo jejich pracovní dobu. Tak firma docílí rychlé selekce vyhovujících a nevyhovujících životopisů.

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana a kol., 2012. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: C.H. Beck, Beckova edice ekonomie. 559 s. ISBN 978-80-7400-347-9.

HORVÁTHOVÁ, Petra, Jiří BLÁHA a Andrea ČOPÍKOVÁ, 2016. *Řízení lidských zdrojů: nové trendy*. 1. vyd. Praha: Management Press. 432 s. ISBN 978-80-7261-430-1.

QUILLEN, W. Daniel a Lance FARR, 2016. *Najdi svou vysněnou práci pomocí sociálních médií*. Přeložil Lucie PAULOVÁ. Praha: Dobrovský, Knihy Omega. 160 s. ISBN 978-80-7390-494-4.

KARIERA.CZ s. r. o., *Interní zdroje podnik, vlastní zpracování*. Vydáno 2017 [cit. 17. 02. 2018].

KOUBEK, Josef, 2012. *Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky*. 4. vyd. 2012. Praha: Management Press, 400 s. ISBN: 978-80-7261-168-3.

KOUBEK, Josef, 2003. *Personální práce v malých podnicích*. 2. vyd. Praha: Grada. 248 s. ISBN: 80-247-0602-4.

LEWIS, Christopher, 1985. *Employee Selection*. 2. vyd. London: Hutchinson. 200 s. ISBN: 978-009-158-271-5.

LMC, s. r. o., *Interní zdroje podniku, vlastní zpracování*. Vydáno 2016–2017 [cit. 17. 02. 2018].

MAFRA, a. s., *interní zdroje podniku, vlastní zpracování*. Vydáno 2017 [cit. 17. 12. 2017]

MĚRTLOVÁ, Libuše, 2014. *Řízení lidských zdrojů a lidského kapitálu firmy*. 1. vyd. Brno: Akademické nakladatelství CERM. 148 s. ISBN: 978-80-7204-907-3.

STÝBLO, Jiří, Jan URBAN a Margareta VYSOKAJOVÁ, 2011. *Metrium Personalistika*. 4. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 984 s. ISBN 978-80-7357-627-1.

ŠIKÝŘ, Martin, 2016. *Personalistika pro manažery a personalisty*. 2. vyd. Praha: Grada. 205 s. ISBN: 978-80-247-5870-1.

WALKER, Alfred J. a kol, 2003. *Moderní personální management: Nejnovější trendy a technologie*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, a. s. 256 s. ISBN 80-247-0449-8.

# SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

ANNONCE a. s., *Pro média, interní zdroje podniku, vlastní zpracování*. Vydáno 1997–2018 [cit. 17. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.annonce.cz/o-annonci/pro-media/>

ČEPEROVÁ, Klára. *Facebook bude v Česku konkurovat pracovním portálům. Začne inzerovat nabídky práce, formuláře za uživatele sám vyplní* [online]. 08. 11. 2017 [cit. 16. 2. 2018]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-65948490-facebook-jobs-ma-usnadnit-cechum-hledani-prace-nabidku-najdou-primo-na-socialni-siti-formular-za-ne-vyplni-aplikace>

DOBRAPRACE.CZ, INET-SERVIS.CZ, s. r. o., *O nás*. 2004–2018 [cit. 17. 12. 2017]. Dostupné z: <http://www.dobraprace.cz/onas.php>

BOHMOVÁ, Lucie, Antonín PAVLÍČEK, 2015. *The Influence of Social Networking Sites on Recruiting Human Resources in the Czech Republic* [online]. 2015 [cit. 20. 02. 2017]. Dostupné z: <https://www.degruyter.com/view/j/orga.2015.48.issue-1/orga-2015-0002/orga-2015-0002.xml>

FACEBOOK, *Newsroom, Company info* [online]. 2017 [cit. 17. 12. 2017]. Dostupné z: <https://newsroom.fb.com/company-info/>

KARIERA.CZ s. r. o., *O nás, interní zdroje podniku, vlastní zpracování*. Vydáno 2018 [cit. 17. 02. 2018]. Dostupné z: <https://www.superkariera.cz/o-nas>

LINKEDIN, *Newsroom* [online]. 2017 [cit. 17. 12. 2017]. Dostupné z: <https://news.linkedin.com/about-us>

LINKEDIN, *O nás* [online]. 2017 [cit. 17. 12. 2017]. Dostupné z: <https://press.linkedin.com/cs-cz/about-linkedin>

LINKEDIN, *Podpora LinkedIn* [online]. 11. 9. 2012 [cit. 17. 12. 2017]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/28873/osobni-icet-versus-ucet-recruiter?lang=cs>

LMC, s. r. o. *Výroční zpráva 2016* [online]. 2017 [cit. 03. 04. 2018]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=49007079&subjektId=686769&spis=167675>

LMC, s. r. o., *6 hlavních důvodů, proč nemáte dost odpovědí* [online]. 25. 2. 2016 [cit. 04. 04. 2018]. Dostupné z: <https://www.teamio.com/cz/blog/proc-neodpovidaji/>

LMC, s. r. o., *Novinka: Označujeme firmy, které lidem odpovídají na CV* [online]. 02. 08. 2017 [cit. 05. 04. 2018]. Dostupné z: <https://www.jobs.cz/poradna/novinka-oznacujeme-firmy-ktere-lidem-odpovidaji-na-cv/>

LMC, s. r. o., *S čím vám pomůžeme* [online]. 2018 [cit. 04. 04. 2018]. Dostupné z: <https://www.lmc.eu/cs/>

LMC, s. r. o., *Jobs.cz* [online]. 2018 [cit. 09. 04. 2018]. Dostupné z: <https://www.jobs.cz>

LMC, s. r. o., *Prace.cz* [online]. 2018 [cit. 09. 04. 2018]. Dostupné z: <https://www.prace.cz>

MONSTER Worldwide, s. r. o., *Připravte se na video pohovor* [online]. 2018 [cit. 28. 3. 2018]. Dostupné z: <https://www.monster.cz/rady-a-tipy/clanek/pripavte-se-na-video-pohovor>

MONSTER Worldwide, s. r. o., *Interview trochu jinak: Virtuální pohovor* [online]. 2018 [cit. 28. 3. 2018]. Dostupné z: <https://www.monster.cz/rady-a-tipy/clanek/Interview-trochu-jinak-virtualni-pohovor>

STÝBLO, Jiří. *Proměny získávání a výběru zaměstnanců* [online]. 15. 08. 2006 [cit. 20. 02. 2018]. Dostupné z: <http://www.mzdovapraxe.cz/archiv/dokument/doc-d553v529-promeny-ziskavani-a-vyberu-zamestnancu/?#heading15>

TEAMIO, *Nápověda Teamio* [online]. 1996–2017 [cit. 17. 02. 2018]. Dostupné z: <https://help.teamio.com/hc/cs>

PAPOUŠKOVÁ, Andrea. *Hledáte práci? A už jste zkusili Facebook nebo LinkedIn?* [online]. 16. 09. 2016 [cit. 17. 12. 2017]. Dostupné z: <https://student.finance.cz/474740-hledání-zamestnani-facebook-linkedin/>

# SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Postup obsazování volných pracovních míst .....	8
Obrázek 2 - Náhled webové aplikace Teamio .....	18
Obrázek 3 - Inzerce dle oborů na portále SUPERKARIERA.CZ .....	19
Obrázek 4 - Návštěvnost portálu SUPERKARIERA.CZ v krajích .....	20
Obrázek 6 - Označení odpovídající firem na došlé životopisy na portále Jobs.cz .....	26
Obrázek 7 - Inzerát strukturovaný .....	36
Obrázek 8 - Inzerát nestrukturovaný.....	37

# SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 - Respondenti podle pohlaví .....	29
Tabulka 2 - Respondenti podle věku .....	29
Tabulka 3 - Respondenti podle vzdělání.....	30
Tabulka 4 - Využití nástrojů při hledání zaměstnání.....	32
Tabulka 5 - Využití inzertních portálů při hledání zaměstnání.....	33
Tabulka 6 - Využití nástrojů při získávání zaměstnanců .....	41
Tabulka 7 - Využití inzertních portálů při získávání zaměstnanců.....	42

# SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 - Využívání sociálních sítí .....	14
Graf 2 - Jaké informace o kandidátech hledají personalisté na sociálních sítích? .....	15
Graf 3 - Využití nástrojů při hledání zaměstnání .....	31
Graf 4 - Využití internetových stránek při hledání zaměstnání .....	32
Graf 5 - Využití sociálních sítí při hledání zaměstnání .....	34
Graf 6 - Využití aplikace Prácezarohem .....	38
Graf 7 - Využití vnitřních a vnějších zdrojů k získávání zaměstnanců .....	39
Graf 8 - Využití nástrojů při získávání zaměstnanců .....	40
Graf 9 - Využití inzertních portálů při získávání zaměstnanců .....	41



# SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník – Využití IT při hledání práce/brigády .....	54
Příloha 2: Anketa – Využití IT při získávání zaměstnanců .....	57

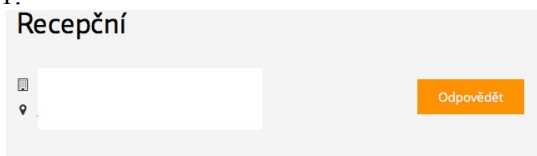
## **Příloha 1: Dotazník – Využití IT při hledání práce/brigády**

Prosím Vás o vyplnění dotazníku pro moji bakalářskou práci na téma Získávání a výběr zaměstnanců s použitím Informačních technologií. Dotazník je zcela anonymní, výsledky budou použity pouze pro účely bakalářské práce. Dotazník je určen všem, kteří si hledali nové zaměstnání/brigádu v posledních 12 měsících.

- 1. Myslíte si, že držíte krok s trendy v oblasti informačních technologií?**
  - Ano
  - Ne
- 2. Využití informačních technologií (IT) při hledání nového zaměstnání / brigády šetří čas.**
  - Souhlasím
  - Nesouhlasím
  - Nevím
- 3. Společnosti působící v oblasti personalistiky / Human Resources / HR jsou velmi inovativní.**
  - Souhlasím
  - Nesouhlasím
  - Nevím
- 4. Které nástroje využíváte při hledání práce / brigády?**
  - Inzertní portály (Jobs.cz, Prace.cz,..)
  - Sociální sítě (Facebook, LinkedIn,..)
  - Úřady práce
  - Webové stránky zaměstnavatele
  - Inzerce v tisku (noviny, časopisy,..)
  - Personální agentury / společnosti
  - Vývěsky uvnitř organizace
  - Veletrh pracovních příležitostí
  - Jiné
- 5. Při hledání práce / brigády jsem navštívil/a stránky:**
  - Jobs.cz
  - Práce.cz
  - Jobdnes.cz
  - Profesia.cz
  - Superkariera.cz
  - Dobraprace.cz
  - Jiné
  - Žádné
- 6. Nahrál/a jsem svůj životopis do databáze CV na inzertních portálech.**
  - Ano
  - Ne
- 7. Inzertní portály jsou přehledné a snadno se na nich orientuji:**
  - Souhlasím
  - Nesouhlasím
  - Nevím
- 8. Mám účet na sociální síti:**
  - Ano
  - Ne
- 9. Při hledání práce / brigády jsem použil/a sociální sítě:**
  - Facebook
  - LinkedIn
  - Google+
  - Twitter
  - Instagram
  - Jiné
  - Žádné
- 10. Hledal/a jste si práci/brigádu přes facebook skupiny (práce brigády – Praha apod.)?**
  - Ano
  - Ne
- 11. Znáte novou funkci Facebook Jobs / Facebook Práce?**
  - Ano
  - Ne

## 12. Preferuji vizuální podobu inzerátu číslo:

• 1.



### Pracovní náplň:

1. Zajištění chodu recepcce: Přijem a správa rezervací, telefonická a e-mailová komunikace, pošta, administrativní práce, práce s hotelovým systémem, práce s rezervačními systémy
2. Péče o hotelové hosty: Ubytování hostů, provádění plateb, poskytování informací
3. Ostatní: Spolupráce s ostatními středisky hotelu, kontrola minibarů

### Požadavky

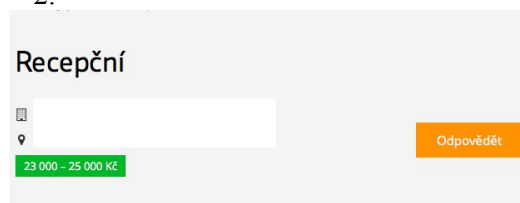
- Znalost anglického jazyka na úrovni B1, němčina výhodou
- Jazyková a stylistická úroveň psaného i mluveného projevu
- Příjemné komunikativní vystupování a reprezentativní vzhled
- Smysl pro detail, zodpovědnost, pečlivost, časová flexibilita
- Občanská a morální bezúhonnost, schopnost práce v kolektivu
- Uživatelská znalost PC (MS Office) a standardních kancelářských zařízení (tisk, scan, kopírování)

### Nabízíme:

- Práci recepční v přátelském kolektivu
- Pracoviště přímo v centru města
- Různorodou pracovní náplň
- Nástup možný okamžitě
- Nástupní plat 18 000 Kč/hrubého, stravenky

1.

• 2.



### Agentura hledá novou kolegyni na pozici recepční

Co budete dělat? Obvyklé úkony spojené s chodem recepcce, např. zvedání a přepojování telefonů, péče o návštěvy, příprava občerstvení, zajišťování poštovních zásilek a kurýrů, denního tisku, pochůzky, obsluha kopírky / tiskárny, doplňování kancelářských potřeb, péče o společné prostory – zasedačky, kuchyňka, či další administrativní aktivity.

Komunikace v angličtině vám nedělá problémy? Pak jste náš člověk!

Koho hledáme? Spolehlivého člověka s dobrou angličtinou, se zvořilým vystupováním a dobrými komunikačními schopnostmi, někoho, kdo umí pracovat v dynamickém prostředí, má znalosti s práci na počítači, je spolehlivý. Práce je vhodná i pro 2 studentky VŠ, které by se střídaly.

Nabízíme příjemné pracovní prostředí, stravenky, příspěvek na Multispor kartu, 4 dny sick days, týmové akce několikrát ročně. Nastoupit můžete ihned, nebo podle domluvy.

2.

## 13. Vlastníte „chytrý“ telefon?

• Ano

• Ne

## 14. Zaškrtněte pravdivé tvrzení:

- Použila jsem aplikaci Práce za rohem při hledání práce/brigády.
- Slyšela jsem o aplikaci Práce za rohem, ale nikdy jsem ji nevyužila.
- Neznám aplikaci Práce za rohem.

## 15. Odpověděl/a jste na nabídky práce s neuveřejněným platovým ohodnocením?

• Ano

• Ne

## 16. Doplňte větu: Po reakci na vystavený inzerát...

- upřednostňuji být kontaktován personální agenturou / společností.
- upřednostňuji být kontaktován přímo zaměstnavatelem.
- mi nezáleží na tom, kdo výběrové řízení zajišťuje.

## 17. Domníváte se, využívání Informačních technologií (IT) ulehčuje práci personalistům?

• Ano

• Ne

## 18. Vaše pohlaví:

• Muž

• Žena

## 19. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

- Základní
- Středškolské nebo odborné vyučení s maturitou
- Vysokoškolské / univerzitní
- Odborné vyučení bez maturity
- Vyšší odborné
- Postgraduální

**20. Váš věk:**

- 18 a méně
- 26–35
- 43–55
- 64 a více

- 19–25
- 36–42
- 56–63

## **Příloha 2: Anketa – Využití IT při získávání zaměstnanců**

Prosím Vás o vyplnění ankety pro moji bakalářskou práci na téma Získávání a výběr zaměstnanců s použitím Informačních technologií. Anketa je zcela anonymní, výsledky budou použity pouze pro účely bakalářské práce. Anketa je určena všem zaměstnavatelům, kteří získávali zaměstnance v posledních 12 měsících.

- 1. K získávání zaměstnanců používáte především:**
  - Vnitřní zdroje
  - Vnější zdroje
- 2. Které nástroje využíváte k získávání pracovníků z vnějších zdrojů?**
  - Inzertní portály (Jobs.cz, prace.cz,..)
  - Sociální sítě (LinkedIn, Facebook,..)
  - Personální agentury / společnosti
  - Úřady práce
  - Doporučení známého kolegy
  - Jiné
- 3. Při hledání zaměstnance používáte stránky:**
  - Jobs.cz
  - Práce.cz
  - Jobdnes.cz
  - Profesia.cz
  - Superkariera.cz
  - Dobraprace.cz
  - Jiné
  - Žádné
- 4. Využíváte funkci Facebook Práce / Facebook Jobs?**
  - Ano
  - Ne
- 5. Využíváte mobilní aplikaci Práce za rohem?**
  - Ano
  - Ne
- 6. Uveřejňujete v pracovních nabídkách platové ohodnocení pozice?**
  - Ano
  - Ne
- 7. Uveřejňujete v kolonce nabízíme benefity?**
  - Ano, jaké...
  - Ne

