



Personální marketingový mix

SHRNUTÍ

Tato bakalářská práce se zabývá personálním marketingovým mixem. Obecným cílem této bakalářské práce je popis obecných teoretických poznatků o personálním marketingovém mixu a popis jednotlivých nástrojů personálního marketingového mixu s ohledem na vnitřní personální marketing. Specifickým cílem této bakalářské práce je analýza nástrojů interního personálního marketingového mixu v konkrétní společnosti a za pomoci dotazníkového šetření zjistit faktory ovlivňující spokojenost a nespokojenost zaměstnanců. Na základě výsledků vyhodnocení dotazníku popsat návrhy pro zlepšení.

ABSTRACT

This bachelor thesis is about human resource marketing mix. The general aim of bachelor thesis is to describe theoretical findings about human resource marketing mix and describe every single part of human resource marketing mix with aim to internal human resource marketing. Specific aim of the bachelor thesis is to analyze parts of human resource marketing in specific company and by the questionnaire survey describe factors influencing satisfaction and dissatisfaction of employees. Then based on survey write improvements for company

CÍLE

- Jaké faktory personálního marketingového mixu vedou ke spokojenosti stávajících zaměstnanců
- Faktory způsobující nespokojenost stávajících zaměstnanců
- Návrh zlepšení vedoucí k vyšší stabilizaci zaměstnanců



ZÁVĚR

Jako nejdůležitější faktory práce označili zaměstnanci náplň práce, mzdové ohodnocení, atmosféra na pracovišti a pracovní prostředí. S náplní práce byli zaměstnanci spokojeni, pouze tři respondenti byli spíše nespokojeni s náplní práce a to z důsledku toho, že nemají jasně stanovené pracovní úkoly. I když zaměstnanci odpovídali, že jsou s pracovním prostředím spokojeni, pouze tři zaměstnanci uvedli, že jsou spíše nespokojeni, v otevřených otázkách se objevily odpovědi nespokojenosti s pracovním prostředím. A to, že je zde hluk a špatné odvětrávání. Toto jsou jedny z oblastí pro zlepšení. S atmosférou na pracovišti byli zaměstnanci spokojeni. U mzdového hodnocení zaměstnanci věděli, jakým způsobem je tvořena jejich mzda a myslí si, že mzdové hodnocení odpovídá pracovnímu výkonu. 43,8% respondentů uvedlo, že nedostává zpětnou vazbu od svého nadřízeného a dále uváděli, že by zpětnou vazbu uvítali. Zde je také prostor pro zlepšení. Instruovat vedoucí pracovníky, aby poskytovali pravidelnou zpětnou vazbu zaměstnancům.