

VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV MANAGEMENTU

INSTITUTE OF MANAGEMENT

**NÁVRH ZMĚN KONCEPTU ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ
SE ZAMĚŘENÍM NA ZÍSKÁVÁNÍ PRACOVNÍKŮ
DĚLNICKÝCH PROFESÍ VE SPOLEČNOSTI FAKSA-
STRAKA, S. R. O.**

PROPOSAL OF CHANGES IN THE HUMAN RESOURCES CONCEPT FOCUSED ON THE RECRUITMENT OF
WORKERS IN MANUAL PROFESSIONS IN THE FAKSA-STRAKA, LTD.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. Kateřina Straková

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. Ing. Zdeňka Konečná, Ph.D.

BRNO 2021

Zadání diplomové práce

Ústav: Ústav managementu
Studentka: **Bc. Kateřina Straková**
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku
Vedoucí práce: **doc. Ing. Zdeňka Konečná, Ph.D.**
Akademický rok: 2020/21

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává diplomovou práci s názvem:

Návrh změn konceptu řízení lidských zdrojů se zaměřením na získávání pracovníků dělnických profesí ve společnosti FAKSA–STRAKA, s. r. o.

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza problému
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Hlavním cílem předkládané absolventské práce je na základě realizované analýzy stávajícího stavu personálních činností ve vybrané firmě navrhnout takové změny zejména v oblasti získávání pracovníků dělnických profesí tak, aby byl podpořen další rozvoj vybraného podnikatelského subjektu.

Základní literární prameny:

ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy: 13. vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana. Řízení lidských zdrojů. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-347-9.

KOUBEK, Josef. Personální práce v malých a středních firmách. 4. aktualiz. a dopl. vydání. Praha: Grada, 2011. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3823-9.

MAYEROVÁ, Marie a Jiří RŮŽIČKA. Moderní personální management. Praha, 2000. ISBN 80-86-2265-X.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2020/21

V Brně dne 28.2.2021

L. S.

doc. Ing. Robert Zich, Ph.D.
ředitel

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Tématem diplomové práce je navrhnout změny konceptu řízení lidských zdrojů se zaměřením na získávání pracovníků dělnických profesí ve společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o. Teoretická část práce se zabývá základními pojmy, jež úzce souvisí s lidskými zdroji a personální prací. V praktické části je zpracována analýza současného stavu již zmíněné společnosti a především trhu práce, dále je zde vytvořen výzkum pomocí dotazníkového šetření. V diplomové práci jsou zpracovány návrhy v oblasti náboru na dělnické pozice.

Abstract

The subject of the master thesis is to propose changes in the human resources concept focused on the recruitment of workers in manual professions in the company FAKSA-STRAKA, Ltd. In the theoretical part, the thesis deals with basic concepts closely related to human resources and personnel work. In the practical part, there is an analysis of the current state of the above-mentioned company and labour market especially, then a research using a questionnaire survey is created as well. There are elaborated proposals in the field of recruitment for workers in manual professions.

Klíčová slova

lidské zdroje, personální práce, získávání pracovníků, montážní dělníci, inzerce

Key words

human resources, personnel work, recruitment, assembly workers, job advertisement

Bibliografická citace

STRAKOVÁ, K.. *Návrh změn konceptu řízení lidských zdrojů se zaměřením na získávání pracovníků dělnických profesí ve společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o.* Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2021. 122 s. Vedoucí diplomové práce doc. Ing. Zdeňka Konečná, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 15.5.2021

.....
podpis autora

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala své vedoucí diplomové práce, paní doc. Ing. Zdeňce Konečné, Ph.D., za její ochotu, odborné rady a připomínky. Poděkování také patří společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., jelikož mi umožnila spolupráci a poskytla veškeré potřebné informace ke zpracování mé diplomové práce. V poslední řadě bych touto cestou ráda poděkovala rodině a snoubenci, kteří mne v průběhu psaní práce motivovali a podporovali.

OBSAH

ÚVOD	12
CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ	13
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	14
1.1 Lidské zdroje.....	14
1.1.1 Řízení lidských zdrojů	15
1.2 Personální práce	16
1.2.1 Personální činnosti	18
1.3 Získávání pracovníků.....	19
1.3.1 Podmínky získávání pracovníků	23
1.4 Zdroje získávání pracovníků.....	24
1.4.1 Vnitřní zdroje	24
1.4.2 Vnější zdroje	24
1.5 Metody získávání pracovníků	26
1.5.1 Získávání pracovníků online	27
1.5.2 Inzerce v médiích	28
1.5.3 Spolupráce s úřady práce	29
1.5.4 Spolupráce se vzdělávacími institucemi	29
1.5.5 Nabídka služeb personální agentury	30
1.5.6 Nabídka práce na místní vývěsce.....	30
1.5.7 Letáky	30
1.5.8 Spolupráce s profesními organizacemi a odbory	31
1.5.9 Veletrh pracovních příležitostí.....	31
1.5.10 Samostatné přihlášení uchazeče o zaměstnání.....	31
1.5.11 Doporučení stávajícím či dřívějším zaměstnancem.....	32

1.5.12	Přímé oslovení vyhlédnutého jedince	32
1.6	Shrnutí teoretických poznatků	33
2	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	34
2.1	Základní údaje analyzované společnosti.....	34
2.1.1	Historie a základní informace o společnosti	35
2.1.2	Výrobní program společnosti.....	35
2.2	Analýza hospodářské situace v podniku	38
2.2.1	Vývoj celkových nákladů	38
2.2.2	Vývoj osobních nákladů	39
2.2.3	Vývoj výnosů	40
2.2.4	Výsledek hospodaření	40
2.3	Analýza personálních činností v podniku	42
2.3.1	Tvorba a analýza pracovních míst	42
2.3.2	Personální plánování.....	42
2.3.3	Získávání, výběr a přijímání pracovníků	42
2.3.4	Hodnocení pracovního výkonu	43
2.3.5	Zařazování pracovníků na konkrétní pracovní místa,.....	44
2.3.6	Odměňování, motivování a poskytování zaměstnaneckých výhod	44
2.3.7	Vzdělávání a rozvoj pracovníků.	45
2.3.8	Řešení pracovních vztahů	45
2.3.9	Péče o pracovníky	46
2.4	Výzkum metod vyhledávání nabídek na trhu práce.....	47
2.4.1	Metodologie výzkumu	47
2.4.2	Analýza dat a výsledky výzkumu	49
2.4.3	Testování hypotéz	61

2.4.4	Diskuze výsledků výzkumu	68
2.4.5	Závěr a limity výzkumu	69
2.5	Analýza trhu práce	70
2.5.1	Nezaměstnanost	70
2.5.2	Pracovní síla	71
2.5.3	Největší zaměstnavatelé	72
2.5.4	Mzdy	74
2.6	Analýza pracovních portálů	75
2.6.1	Zobrazení inzerátu	75
2.6.2	Denní počet uchazečů	78
2.6.3	Online databáze uchazečů a životopisů	78
2.7	Benchmarking inzerce konkurenčních společností	80
2.7.1	Vzduchotechnika Zmrzlík	80
2.7.2	GLOBAL KLIMA	82
2.7.3	AZ KLIMA	83
2.7.4	Poznatky	84
3	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ	86
3.1	Strategické výhledy	86
3.2	Popis pracovní pozice	86
3.3	Inzerce	89
3.3.1	Inzerát pro pozici elektro montéra	89
3.3.2	Inzerát pro pozici montéra chladírenských zařízení	90
3.3.3	Inzerce na pracovních portálech	91
3.3.4	Inzerce na sociálních sítích	92
3.4	Online databáze životopisů	95

3.5	Webové stránky společnosti	96
3.5.1	Kontaktní formulář.....	96
3.6	Doporučení známých	100
3.7	Spolupráce s ÚP	101
3.8	Shrnutí procesu získávání pracovníků	102
3.9	Ekonomické zhodnocení	104
3.9.1	Inzerce	104
3.9.2	Sociální síť	104
3.9.3	Online databáze životopisů	105
3.9.4	Webové stránky	105
3.9.5	Doporučení zaměstnance	106
3.9.6	Úřad práce	106
3.9.7	Celkové zhodnocení.....	107
3.9.8	Přínosy navrhovaných řešení	108
ZÁVĚR		109
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ		110
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ		116
SEZNAM GRAFŮ		117
SEZNAM OBRÁZKŮ		119
SEZNAM TABULEK		120
SEZNAM PŘÍLOH.....		122

ÚVOD

Problematika získávání zaměstnanců je mezi personalisty všech společností téma, které je neustále aktuální. Žijeme v době nízké nezaměstnanosti, kdy si lidé mohou vybírat, pro jakou společnost chtějí pracovat a výrobní společnosti se o manuálně zručné pracovníky mohou přetahovat. Alespoň tomu tak bylo ještě na počátku roku 2020, než došlo k vypuknutí pandemie koronaviru. Nyní předpokládáme, že hospodářství čeká útlum, než se situace uklidní, poté se celá ekonomika může začít zotavovat. Avšak pro zotavení bude zapotřebí, aby výrobní firmy znovu začaly masivně vyrábět a své výrobky prodávaly – tudíž bude potřeba vysoké množství kvalitních a zručných pracovníků.

Kvalitní lidské zdroje jsou pro každou organizaci velkým bohatstvím a mohou se stát také hlavní konkurenční výhodou organizace, představují pro společnost ten nejcennější a zpravidla i nejdražší zdroj.

Personální práce je hlavním problémem řízení a měla by jí být věnována mimořádná pozornost, jelikož pracovník je svými schopnostmi rozhodující hnací silou firmy a na lidské práci závisí úspěšnost a konkurenceschopnost takřka celé společnosti. Nejvyšší pozornost na personální práci by měla být věnována hlavně v menších organizacích, neboť schopný pracovní kolektiv v těchto firmách zpravidla udává jejich prosperitu.

Hlavním cílem diplomové práce je navrhnout změny konceptu řízení lidských zdrojů se zaměřením na získávání pracovníků dělnických profesí ve společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., sídlící v Olomouckém kraji, a tím vyřešit problém s obsazováním některých dělnických pozic.

Diplomová práce je rozdělena do tří částí. Kapitola teoretických východisek práce se zabývá literární rešerší, která je stěžejní pro pochopení a tvorbu přehledu o dané problematice. Analytická část obsahuje rozbor analyzované společnosti a jejího okolí. Nakonec v závěrečné části práce budou navrženy vhodné změny v konceptu řízení lidských zdrojů. Na závěr návrhové části budou veškerá doporučení ekonomicky zhodnocena.

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Cílem diplomové práce je navrhnout změny konceptu řízení lidských zdrojů se zaměřením na získávání pracovníků dělnických profesí ve společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., a tím vyřešit problém s obsazováním některých dělnických pozic, konkrétně pozice elektromontér a montér chladicího zařízení.

Tento personální problém byl zjištěn již při zpracování bakalářské práce, avšak práce neměla za úkol řešit tuto otázku, z toho důvodu byla tato úloha ponechána k vyřešení v rámci diplomové práce. Tato záležitost začala být zásadní až poté, co se společnost začala rozrůstat a bylo zjištěno, že hledat kvalifikované pracovníky pouze na základě doporučení a vychováváním potomků pracovníků, není dostačující.

Z toho důvodu v rámci usnadnění personální práce budou pro společnost navrženy a zapracovány další metody pro získání těchto kvalifikovaných zaměstnanců. Tento návrh by však měl také korespondovat s náklady společnosti, tudíž je třeba tento plán vyčíslit.

Mezi dílčí cíle práce patří analýza především současné personální práce ve společnosti, analýza trhu práce, používaných metod získávání zaměstnanců a také toho, jaké metody vyhledávání nabídek využívají samotní dělníci v kraji, kde společnost působí.

Metodika práce

Teoretická část práce seznámí s danou problematikou, byla zpracována jako rešerše pomocí kompilace, dedukce a obsahové analýzy dostupných zdrojů, vychází z knižních a internetových pramenů.

Kapitola analýzy současného stavu se zabývá historií a popisem analyzované společnosti.

Dále je provedena analýza za pomoci následujících metod:

1. Analýza hospodářské situace podniku – analýza výnosů, nákladů a VH.
2. Analýza personálních činností v podniku.
3. Výzkum metod vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v OK – kvantitativní přístup za pomoci dotazníkového šetření.
4. Analýza trhu práce – sledování vývoje nezaměstnanosti, pracovní síly a mezd.
5. Komparace pracovních portálů na českém trhu.
6. Benchmarking inzerce konkurenčních společností.

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

První část diplomové práce se zabývá literární rešerší, která je stěžejní pro tvorbu kritického přehledu o dané problematice. Nejdříve bude definován pojem lidských zdrojů, dále personální práce a poté bude teoretická část zabývat samotným získáváním pracovníků.

1.1 Lidské zdroje

Ze všeho nejdříve je důležité objasnit koncepci lidských zdrojů. Lidské zdroje definujeme jako skupinu lidského kapitálu pod kontrolou firmy v přímém pracovním poměru. Postupy v oblasti lidských zdrojů jsou v organizaci zaměřené na správu lidského kapitálu a zajištění jeho využití k plnění cílů organizace. To vede k uznání dvou aspektů lidských zdrojů (4).

První přístup se zaměřuje na znalosti, dovednosti a schopnosti jednotlivců, kteří tvoří organizaci. Flamholtzova a Laceyho aplikace teorie lidského kapitálu se zaměřuje přímo na dovednosti lidí v organizacích. McKelvey se naopak snaží genotypicky klasifikovat organizace podle toho, co označuje jako jejich kompetence. V jeho modelu se tyto kompetence nacházejí ve znalostech, dovednostech a schopnostech členů organizace. V obecné rovině lze popsat lidské zdroje jako cenné, vzácné, nedokonale napodobitelné a nenahraditelné zdroje společnosti (4).

V české literatuře lze samozřejmě dohledat totožné definice. Dle Koubka lidské zdroje rozhodují o prosperitě a konkurenceschopnosti podniku. Personální činnost, zejména v podobě odpovídající koncepci tzv. řízení lidských zdrojů, je jádrem a nejdůležitější oblastí celého řízení organizace (5).

Jedním z nejvýznamnějších faktorů, které ovlivňují úspěšnost firem v náročném konkurenčním prostředí tržního hospodářství, je kvalita fungování lidského faktoru. Personální řízení bylo vždy považováno za důležitou a nedílnou součást procesu řízení, jeho nedostatky negativně ovlivňovaly kvalitu fungování organizace (6).

Avšak někteří pouhý pojem „lidské zdroje“ kritizují, jakoby lidé byli totéž co jiné výrobní faktory. Tento pojem snižuje hodnotu lidí na úroveň materiálu, peněz či jiné techniky, tedy všech ostatních zdrojů, které přinášejí hodnotu pouze do míry, do jaké mohou být

využity k dosažení ekonomické hodnoty. Z toho důvodu je někdy upřednostňován pojem „řízení lidí“ (7, s. 46).

1.1.1 Řízení lidských zdrojů

Řízení lidských zdrojů lze definovat jako strategický, integrovaný a ucelený přístup k zaměstnávání, rozvíjení a uspokojování lidí pracujících v organizaci (7, s. 47).

Řízení lidských zdrojů je považováno za tzv. soubor vzájemně propojených politik, které vycházejí z určité ideologie a filozofie (10, s. 27).

Komplexnější definici formuloval Watson: „Řízení lidských zdrojů je manažerský přístup k využívání úsilí, schopnosti a oddanosti lidí k vykonávání požadované práce způsobem, který organizaci zajistí perspektivní budoucnost (8, s. 919).“

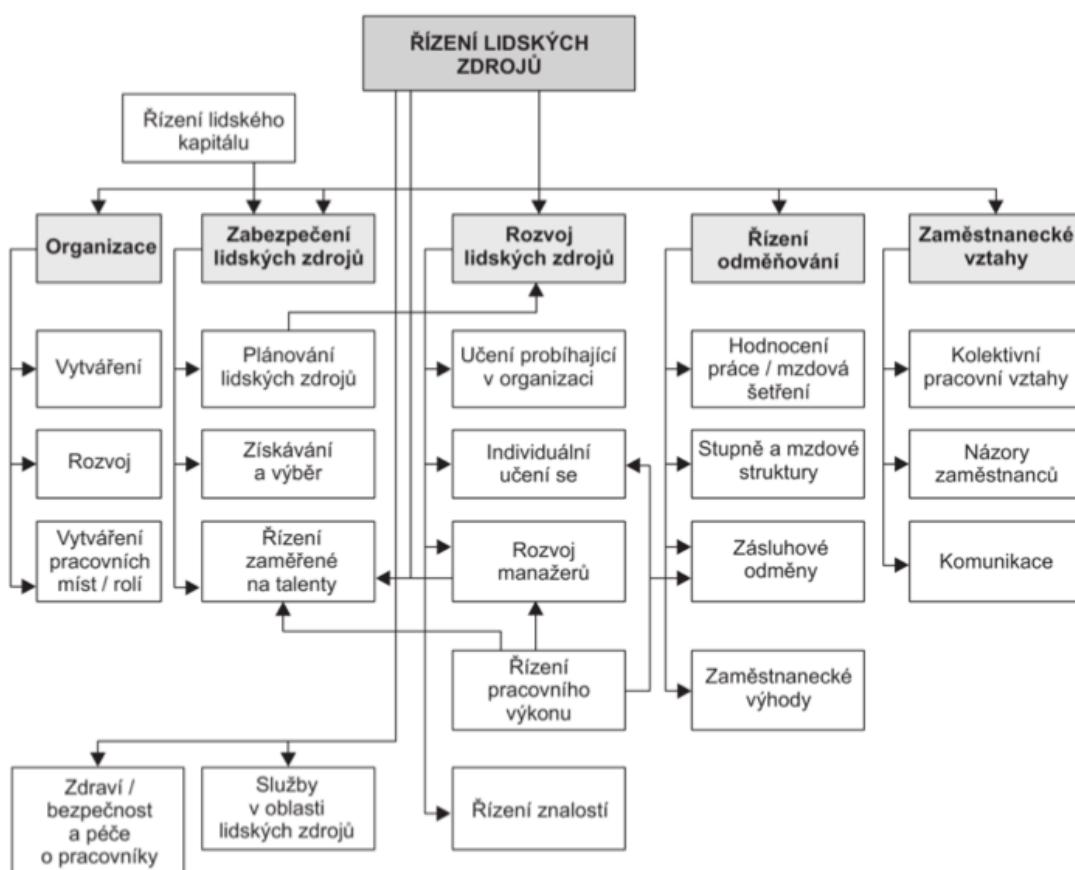
Dytrt charakterizuje řízení lidských zdrojů jako filozofii řízení lidí založené na přesvědčení, že lidským zdrojům z hlediska zajištění trvale udržitelného úspěchu podnikatelské činnosti se nemůže nic vyrovnat. Organizace může získat významnou konkurenční výhodu, pokud dokáže účinně řídit pracovníky a těžit z jejich odborných znalostí, důvtipu a tvořivosti při plnění jasné vymezených cílů (9).

Řízení lidských zdrojů pracuje za pomoci systémů lidských zdrojů, které logickým způsobem propojují:

- Filozofie lidských zdrojů, které zastřešují hodnoty a základní principy při řízení lidí.
- Strategie lidských zdrojů, jež udává směr chodu řízení lidských zdrojů.
- Politiky lidských zdrojů (zásady, jak uplatňovat hodnoty, principy a strategie v jednotlivých oblastech řízení lidských zdrojů.
- Procesy v oblasti lidských zdrojů, jenž zahrnují formální postupy a metody využívané k uplatňování strategických plánů a politik lidských zdrojů.
- Praxe v oblasti lidských zdrojů obsahující neformální přístupy řízení lidí.
- Programy v oblasti lidských zdrojů sloužící k realizaci strategie, politiky a praxe v oblasti lidských zdrojů dle plánu (10, s. 27).

Cílem řízení lidských zdrojů je:

- získat schopné a flexibilní pracovníky s nadšením,
- stimulovat a odměňovat jejich výkonnost,
- rozvíjet jejich pracovní způsobilost a sounáležitost s organizací na základě prohlubování partnerských vztahů (9).



Obrázek č. 1: Schéma řízení lidských zdrojů (Zdroj: 10, s. 28).

1.2 Personální práce

Personální práce se zaměřuje na otázky, které souvisí s člověkem jako pracovní silou. Orientuje se na zapojování lidí do práce v podniku, využívání jejich schopností. Zabývá se výkonem člověka a pracovním chováním, vztahy, do nichž pracovník organizace vstupuje, výsledky práce, náklady vynaloženými na lidskou práci a také se zaměřuje na otázky související s osobním rozvojem pracovníků a uspokojováním jejich sociálních potřeb (5, s. 15).

Úkoly personální práce:

- 1) *Nalézá nejvhodnější spojení pracovníka s pracovními úlohami.*

V tomto případě nestačí však najít pouze pro určitou práci vhodného člověka, který bude mít potřebné znalosti, zkušenosti a dovednosti, ale také nalézt pro konkrétního člověka pro takové úkoly, které mu budou přinášet uspokojení z vykonané práce a tím pozitivně ovlivňovaly jeho výkon (4, s. 15).

- 2) *Usiluje o optimální využívání pracovníků.*

V tomto případě jde o nejpříznivější využití fondu pracovní doby a pracovních schopností zaměstnanců (4, s. 16).

- 3) *Vytváří pracovní týmy, usiluje o efektivní způsob vedení lidí a příznivé mezilidské vztahy.*

Pracovní skupiny by neměly být tvořeny jen dle odbornosti jednotlivých pracovníků, ale také na základě jejich charakteru a osobnosti a to hlavně z toho důvodu, že vztahy v pracovních týmech vysoce ovlivňují výkon skupiny i samotných členů. V této spojitosti hraje velkou roli vztahy mezi nadřízenými a podřízenými a také způsob vedení skupiny (4, s. 16).

- 4) *Zabezpečuje personální a sociální rozvoj pracovníků.*

Člověk je totiž nejen pracovní silou, ale má také své potřeby, zájmy, životní a pracovní cíle, jež je potřeba respektovat a podporovat a to proto, že péče o personální a sociální rozvoj pracovníků se odráží v jejich výkonu a také určuje vztah k zaměstnavateli. Prostřednictvím takové péče o zaměstnance se zvyšuje vnitřní uspokojení z vykonané práce, dochází ke sbližování individuálních zájmů pracovníků a cílů organizace a upevňuje se pozitivní vztah pracovníka k firmě (4, s. 16).

- 5) *Stará se o dodržování všech zákonů týkající se oblasti práce, zaměstnávání lidí a lidských práv (4, s. 17).*

1.2.1 Personální činnosti

K zabezpečení personální práce je zapotřebí provádět následující personální činnosti:

- 1) Tvorba a analýza pracovních míst, což zahrnuje:
 - definici a tvorbu pracovních úkolů,
 - tvorbu pravomocí a odpovědností do pracovních míst,
 - zkoumání povahy práce, pracovních úkolů a podmínek práce,
 - zpracování popisů pracovních míst,
 - specifikace požadavků pracovních míst na schopnosti a vlastnosti pracovníků,
 - aktualizace těchto materiálů (4, s. 17).
- 2) Personální plánování, které zahrnuje odhad a plán potřeby pracovníků v podniku.
- 3) Získávání, výběr a přijímání pracovníků, což zahrnuje činnosti k zajištění přilákání dostatečného množství relevantních uchazečů na volná pracovní místa, k výběru a přijetí těch jedinců, kteří mají nejlepší předpoklady pro vykonávání práce na obsazované pozici (4, s. 18).
- 4) Hodnocení pracovního výkonu, při němž se zjišťuje, jak pracovník vykonává svou práci, zda má dostatečné předpoklady, jaký je jeho potenciál. Dále se se zaměstnancem projednává jeho hodnocení, zhodnocuje se jeho úsilí, plánují se jeho budoucí cíle (4, s. 18).
- 5) Zařazování pracovníků na konkrétní pracovní místa, povyšování, přeřazování na jiná místa a ukončování pracovního poměru.
- 6) Odměňování, motivování a poskytování zaměstnaneckých výhod.
- 7) Vzdělávání a rozvoj pracovníků.
- 8) Řešení pracovních vztahů:
 - jednání mezi vedením firmy a zaměstnanci (popř. odbory),
 - dohody, utužování vztahů mezi pracovníky a také vedením,
 - tvorba stylu vedení lidí,
 - řešení konfliktů a disciplinární jednání apod. (4, s. 18).
- 9) Péče o pracovníky, což zahrnuje:
 - bezpečnost a ochranu zdraví při práci,
 - pracovní režim a pracovní dobu,

- sociální služby pro pracovníky,
- stravování a sociálně-hygienické podmínky,
- kulturní a sportovní aktivity aj. (4, s. 18).

10) Personální informační systém, který řeší zpracování, uchování a analýzu informací týkající se zaměstnanců, jejich práce, mezd apod. (4, s. 18).

Personální práce tedy zahrnuje veškeré výše zmíněné činnosti. Teoretická část se však s ohledem na cíl diplomové práce bude dále zabývat problematikou získávání pracovníků.

1.3 Získávání pracovníků

Získávání nebo také vyhledávání pracovníků je klíčovou činností, která zajišťuje kvalitu lidí vstupujících do organizace. „Úkolem získávání pracovníků je zajistit, aby volné pracovní místo ve firmě přilákalo dostatečné množství vhodných uchazečů, a to s přiměřenými náklady a včas. Neméně důležitým úkolem je získání přiměřených informací o jednotlivých uchazečích, aby bylo možné později na jejich základě relativně spolehlivě vybrat toho nejvhodnějšího z nich.“ (4, s. 68).

Při získávání pracovníků jsou hlavním východiskem pro obsazování pracovní pozice nároky na pracovníky. Je zapotřebí vycházet z popisu pracovního místa, z kvalifikačního profilu a požadovaných schopností pracovníka. Dále je třeba zvážit, jestli je možné obsadit místo pracovníkem z řad vlastních zaměstnanců, nebo zda bude nutné hledat pracovníka mimo společnost a zvážit způsob informování potenciálních uchazečů o volné pozici. Pro různé typy pozic se využívají různé metody vyhledávání. Cílem získávání pracovníků je poskytnout potenciálním uchazečům relevantní informace o nabízené pracovní pozici a to takovým způsobem, aby na nabídku reagoval optimální počet vhodných uchazečů. Neméně důležité je také to, aby společnost shromáždila o těchto uchazečích dostatek informací k posouzení jejich vhodnosti (11, s. 79).

Pro získávání a vyhledávání pracovníků se hojně využívá také termín nábor, který pochází z ruštiny. Tradiční nábor se však od pojmu získávání pracovníků liší. Nábořem se rozumí především získávání pracovníků z vnějších zdrojů, zatímco moderní personalistika se snaží hospodařit s pracovní silou a obsazovat i z vnitřních zdrojů. Měřítkem pro nábor jsou především základní nároky práce v daný čas na daném místě,

na druhé straně moderní pojetí získávání pracovníků se orientuje na vhodnost pracovníka z hlediska budoucích potřeb společnosti a také na jeho potenciál rozvoje (4, s. 70).

Získávání pracovníků je častou nákladnou záležitostí a menší společnosti si mnohdy nemohou dovolit nákladnější, i když efektivnější způsoby získávání pracovníků. Malé společnosti častokrát potřebují právě ty pracovníky, kterých je na trhu práce nedostatek a oproti velkým organizacím jim nemohou nabídnout srovnatelné výhody. Kamenem úrazu pro menší společnosti je nalézat postupy, jak by mohly tyto nevýhody kompenzovat (4).

Podle Koubka lze proces získávání pracovníků rozdělit do několika kroků:

1. Identifikace potřeby získávání nového pracovníka.

Tato činnost musí probíhat před realizací samotného získávání pracovníků. Z toho důvodu je zapotřebí provádět periodické prognózy potřeby nových zaměstnanců a analyzovat stav a pohyb pracovníků v organizaci (18, s. 132).

2. Popis pracovního místa a bližší specifikace požadavků na pracovníka.

Je třeba znát veškeré informace o volném pracovním místě, o pracovních podmínkách a požadavcích, které by měly být kladeny na potencionálního uchazeče o místo. Až poté lze určit, koho oslovit s nabídkou zaměstnání, jaké metody získávání využít, co po uchazečích vyžadovat apod. (18, s. 132).

3. Zvážení nutnosti obsadit pracovní místo, zvážení jiných alternativ.

Pro účely hospodaření s pracovní silou a snižování nákladů práce je třeba důkladně zvážit ještě tyto alternativní možnosti:

- zrušení pracovního místa,
- rozdělení práce mezi jiná pracoviště,
- pokrytí práce pomocí přesčasů,
- pokrytí práce pomocí částečného úvazku,
- pokrytí práce pomocí dočasného pracovního poměru,
- pokrytí práce formou DPP nebo DPČ,
- pokrytí práce formou outsourcingu (pomocí externího dodavatele) (18, s. 133).

Pokud firma i po zvážení alternativ dojde k závěru, že práce vyžaduje plný úvazek, pokračuje dál v procesu získávání pracovníků (18, s. 133).

4. Výběr charakteristik popisu pracovního místa a profilu pracovníka.

Je potřeba rozhodnout, jaké charakteristiky popisu pracovního místa jsou podstatné pro poskytnutí realistického obrazu práce potenciálnímu uchazeči o pracovní místo. Dále jaké požadavky jsou nejdůležitější pro způsobilost výkonu práce na tomto místě (18, s. 133).

Nejpodstatnější body popisu pracovního místa:

- název pracovního místa, funkce, zaměstnání,
- hlavní typy pracovních úkolů, odpovědnost,
- místo výkonu práce,
- možnost výcviku a vzdělávání,
- pracovní podmínky – pracovní prostředí a platové ohodnocení (18, s. 134).

Nejdůležitější požadavky na pracovníka:

- vzdělání a kvalifikace,
- schopnosti a dovednosti,
- pracovní zkušenosti,
- charakteristika osobnosti (18, s. 133).

5. Identifikace potenciálních interních a externích zdrojů.

V tomto bodě je třeba se rozhodnout, zda bude pracovní místo obsazeno z vnitřních nebo vnějších zdrojů. Tyto zdroje jsou dále definovány v kapitole 1.4.

6. Volba metod získávání.

Výběr vhodných metod získávání pracovníků závisí především na požadavcích pracovního místa, jaká je situace na trhu práce, jak vysoké náklady může organizace vynaložit na získávání pracovníků a jak rychle je třeba pracovní místo obsadit (18, s. 135).

7. Výběr dokumentů a informací požadovaných od uchazečů.

Tento krok může ovlivnit pozdější fáze výběru, jelikož na něm závisí, jak podrobné a spolehlivé informace o uchazeči organizace získá. Nejčastějšími požadovanými dokumenty jsou životopis, průvodní dopis, doklady o vzdělání a praxi, reference či hodnocení z předchozího zaměstnání vyplněný dotazník společnosti, výpis z rejstříku trestu, výpis z lékařské dokumentace (18, s. 143).

8. Formulace nabídky volné pracovní pozice.

Nabídka práce se zpracovává na základě popisu a specifikace pracovního místa. Zde nestačí zvážit pouze obsah nabídky, ale i formu nabídky a její umístění (18, s. 148).

9. Uveřejnění nabídky.

Dnem uveřejnění nabídky začíná období, kdy se uchazeči mohou ucházet o dané pracovní místo a kdy organizace jedná s kandidáty a shromažďují o nich potřebné dokumenty. Toto období by nemělo být kratší než dva týdny, délka však závisí na kvalifikaci, která je potřebná pro dané pracovní místo. Pro kvalifikované pozice bývá toto období zpravidla delší (18, s. 153).

10. Shromažďování dokumentů a informací od uchazečů a jednání s nimi.

Tento krok má zásadní vliv na celý proces, především jednání se zájemci rozhoduje o tom, zda se z nich stanou skuteční uchazeči. Při shromažďování informací se ihned zpočátku dbá na jejich pravdivosti a úplnosti (18, s. 153).

11. Předvýběr uchazečů na základě předložených dokumentů a informací.

Během této fáze se vybírají ti uchazeči, kteří jsou nejvhodnější pro zařazení do procesu výběru. Uchazeči by se neměli porovnávat mezi sebou nýbrž s požadavky obsazovaného pracovního místa. Počet relevantních uchazečů často závisí na tom, do jaké míry nabídka zaměstnání obsahuje podrobné informace o dané pozici (18, s. 154).

12. Sepsání seznamu uchazečů, kteří budou pozváni na pohovor.

Tento finální krok by měl zajistit určení nejlépe 5-10 vhodných kandidátů na jedno pracovní místo (18, s. 154).

1.3.1 Podmínky získávání pracovníků

Podmínky, které mohou pozitivně či negativně ovlivnit zájem uchazečů se rozdělují na vnější a vnitřní. Mezi **vnitřní podmínky** získávání pracovníků vztahující se na **pracovní místo** se řadí:

- povaha práce,
- postavení pracovního místa v hierarchii společnosti,
- požadavky na pracovníka,
- rozsah povinností a odpovědnosti,
- uspořádání práce a pracovní doby,
- místo výkonu práce,
- odměna a zaměstnanecké výhody,
- pracovní prostředí aj. (11, s. 80).

Mezi **vnitřní podmínky** získávání pracovníků, které se **vztahují k organizaci**, patří:

- prestiž a úspěšnost podniku,
- pověst společnosti (ve vztahu k zaměstnancům, zákazníkům i veřejnosti),
- úroveň odměňování v porovnání s konkurenčními podniky,
- zaměstnanecké výhody a úroveň péče o pracovníky v porovnání s konkurencí,
- možnost vzdělávání a rozvoje ve společnosti,
- kvalita mezilidských vztahů uvnitř organizace,
- poloha firmy a životní prostředí v blízkém okolí (11, s. 81).

Mezi **vnější podmínky** získávání pracovníků se řadí:

- demografické podmínky a charakteristiky populačního vývoje ovlivňující nabídku pracovních sil na trhu práce,
- ekonomický vývoj národního hospodářství,
- sociální podmínky (profesně-kvalifikační podmínky, orientace v oblasti vzdělání, rodinná orientace žen apod.),
- technologické podmínky,
- osídlení v okolí organizace, preference určitého typu sídel,
- politicko-legislativní podmínky, které ovlivňují proces získávání pracovníků (např. zaměstnávání cizinců, nařízení zaměstnávání určitých osob) (11, s. 81).

1.4 Zdroje získávání pracovníků

Než dojde k uveřejnění pracovní nabídky, je potřeba zvážit, z jakých zdrojů bude vhodné pracovní místo obsazovat. Obecně je možné využít pracovníky z vnitřních nebo vnějších zdrojů, popřípadě aplikovat kombinaci těchto zdrojů. V menší organizaci pravděpodobnost, že bude nalezen pracovník z vnitřních zdrojů, je mnohem nižší než ve velkých společnostech. Nicméně ani v malých podnicích tuto možnost nelze zavrhnout, i když častěji je organizace nucena nabídku pracovního místa směřovat mimo organizaci (12, s. 70).

1.4.1 Vnitřní zdroje

Jak již bylo uvedeno výše, mezi vnitřní zdroje pracovníků patří vlastní zaměstnanci. Dle Koubka vnitřní zdroje pracovníků organizace tvoří:

- uspoření pracovníci, např. v důsledku použití produktivnější technologie či lepší organizace práce,
- pracovníci přenechání v souvislosti s ukončením určité činnosti nebo v důsledku organizačních změn,
- pracovníci schopni vykonávat náročnější práci než doposud,
- pracovníci mající zájem přejít na volné pracovní místo (5).

Jestliže společnost obsazuje pracovní místa z řad vlastních zaměstnanců, vypovídá to o její personální politice, možnost postupu v organizace je pro pracovníky motivující a společnost si tímto zajišťuje stabilizaci klíčových zaměstnanců (13).

1.4.2 Vnější zdroje

Mezi vnější zdroje se řadí:

- volné pracovní síly pohybující se na trhu práce,
- absolventi škol a jiných vzdělávacích institucí,
- pracovníci jiných společností, kteří uvažují o změně zaměstnavatele nebo je oslovila daná nabídka volné pracovní pozice,

- ostatní zdroje: důchodci, studenti, ženy v domácnosti, cizinci, osoby se zdravotním postižením (14).

Pracovníci z vnějších zdrojů do organizace vhání „novou krev“. Jejich jiný náhled na věc a odlišné přístupy k řešení problémů mohou organizaci inspirovat a vést ke změnám. Na druhou stranu zaměstnavatel musí investovat do jejich pracovní i sociální adaptace, aby tito pracovníci dokázali podávat očekávaný pracovní výkon (14).

V následující tabulce jsou popsány výhody a nevýhody vnitřních a vnějších zdrojů získávání pracovníků:

Získávání pracovníků uvnitř organizace	
Výhody • otevření možností postupu (zvyšuje sepětí s podnikem, zlepšuje podnikové klima) • nízké náklady na získávání pracovníků • znalost organizace • znalost spolupracovníků • vědomí vlastních schopností • udržení úrovně mezd a platů • rychlejší obsazení místa • uvolnění místa pro mladé zájemce • průhledná personální politika • regulovatelnost personálním plánem • cílevědomé řízení personálu • zabránění fluktuaci	Nevýhody • omezený výběr • náklady na vzdělávání • podniková slepota • zklamání kolegů, méně uznání, rivalita • pletichaření • obavy z odmítnutí dlouholetého pracovníka • automatické povyšování • přeložení neřeší potřebu bez dalšího vzdělávání
Získávání pracovníků mimo organizaci	
Výhody • širší možnost výběru • nové impulzy pro organizaci • příchozí je rychleji akceptován a uznáván • přesné pokrytí potřeby • příchozí přesněji vnímá nedostatky v organizaci	Nevýhody • vyšší náklady na získávání a profesní přípravu • zvyšování fluktuace • negativní účinek na organizační klima • riziko zkušební lhůty • neznalost podniku, seznámení potřebuje čas a peníze • obsazení místa trvá déle • stres z přechodu na nové působiště • představa vyššího platu • blokování postupu dlouholetým zaměstnancům

Obrázek č. 2: Získávání pracovníků uvnitř i mimo organizaci (Zdroj: 15, s. 63).

1.5 Metody získávání pracovníků

Organizace při obsazování volných pracovních pozic využívají různé metody získávání pracovníků, obvykle se neomezují pouze na jednu z nich, ale využívají více osvědčených možností. Záleží však především na povaze pracovního místa, volných finančních prostředcích, kvalitě připravených prací a čase, v němž je potřeba volné pracovní místo obsadit (13).

Jak již bylo zmíněno, pro menší organizace mohou být některé metody příliš nákladné, větší organizace mívají širší možnosti a také využívají širší palety metod pro získávání nových pracovníků (5).

Mezi metody získávání pracovníků patří:

- online nabídky prostřednictvím job serverů či vlastních webových stránkách společnosti,
- inzerce v médiích,
- spolupráce se úřadem práce,
- spolupráce se vzdělávacími institucemi,
- nabídka služeb personální agentury,
- nabídka práce na místní vývěsce,
- letáky vkládané do poštovních schránek,
- spolupráce s profesními organizacemi a odbory,
- veletrh pracovních příležitostí,
- samostatné přihlášení uchazeče o zaměstnání,
- doporučení stávajícím či dřívějším zaměstnancem
- přímé oslovení vyhlédnutého jedince (14; 13).

V současné době snad každá společnost k vyhledávání nových pracovníků používá internet a tisková inzerce je využívána v minimální míře. Online náborové aktivity se staly absolutní revolucí a dávno již předběhl jakékoliv jiné nástroje. Avšak pouhé vystavení inzerátů na pracovních portálech a vyčkávání na uchazeče není dostačující.

Pravděpodobnost, že na klíčové specializované pozice odpoví vhodný uchazeč, je velmi nízká. Současným trendem pro vyhledávání relevantních profilů jsou sociální sítě, jelikož dnes téměř každý vystavuje svůj životopis a hlásí se tak sám, ať už přímo nebo nepřímo, o zajímavé nabídky (16).

1.5.1 Získávání pracovníků online

Získávání pracovníků online lze buďto za pomoci inzerce na pracovních portálech či vlastních webových stránkách organizace, dále lze vyhledávat uchazeče v online databázích či za využití sociálních médií.

Inzerce

Dle Armstronga je inzerce nejčastěji používanou metodou pro získávání pracovníků. Při rozhodování o způsobu by se organizace měla řídit třemi měřítky, a to: nákladovostí, rychlostí a pravděpodobností získání kvalitních pracovníků. Cílem inzerce je zaujmout potenciální uchazeče, budovat a zachovávat zájem o pracovní místo a přilákat dostatečný počet vhodných uchazečů (7).

Inzerování na internetu neboli e-recruitment má velkou výhodu v tom, že zájemci mohou zasílat své životopisy a další dokumenty, vyplňovat požadované dotazníky a celkově komunikovat s organizací. Internet je rychlejší a levnější než tradiční způsoby inzerce a jiné způsoby získávání pracovníků, umožňuje přenos většího množství informací. V současné době společnosti běžně inzerují volná místa i na vlastních internetových stránkách (11, s. 86)

Server Hledam-zamestnance.cz definuje pracovní portály jako internetové severny, kde mohou organizace zveřejnit svou nabídku práce a uchazeči odpovídají telefonicky či e-mailem. U pracovních portálů je jedním z nejdůležitějších hledisek jejich návštěvnost, tedy kolik lidí denně prohlíží nabídky práce a mohou tak na nabídku odpovědět. Existuje řada placených a nesčetné množství neplacených portálů práce. Neplacené portály jsou však velmi málo efektivní, jelikož je které denně navštíví cca 10-400 lidí z celé ČR, tudíž pravděpodobnost, že si tak nízký počet lidí vybere zrovna danou nabídku mezi záplavou inzerátů, je opravdu nízká. Oproti tomu placené portály mají denní návštěvnost 2 000-14 000 návštěvníků. Nabídku práce většinou vystaví na 30-60 dnů, tudíž je velká šance, že společnost dostanete cca 10-30 odpovědí na jednu

nabídku práce, dle její povahy. Cena za zveřejnění nabídky práce se pohybuje od 1 500 Kč do 6 000 Kč (17).

Mezi nejznámější portály patří Jobs.cz, Práce.cz, Profesia.cz, easy-práce.cz, INwork.cz, VolnáMísta.cz, JobList.cz, HyperPráce.cz, Flek.cz, Monster.cz a DobráPráce.cz

Inzerce na vlastních stránkách organizace, nebo na profilu organizace na sociální síti předpokládá, že stránky nebo profil organizace má dostatečnou návštěvnost. Často se využívá v kombinaci s jinými metodami získávání pracovníků (17).

Databáze životopisů

Dle serveru Hledam-zamestnance.cz mívají uchazeči o zaměstnání uložené své životopisy v databázích jednotlivých pracovních portálů. V životopisech lze najít vzdělání uchazečů, jejich dosavadní praxi a také představu o nově hledané práci. Je možné si tak přímo najít uchazeče, kteří vyhovují představám organizace. Prohlížení databáze životopisů je zdarma, stejně tak i prohlížení detailu jednotlivých životopisů (vzdělání, praxe, představa o práci, kurzy). Zaplatit za životopis se musí až v okamžiku, kdy chce personalista znát celé jméno uchazeče a jeho kontaktní údaje (telefon, e-mail). Cena za zpřístupnění kontaktních údajů u jednoho životopisu vyjde na cca 100 Kč. Toto je jeden z nejlevnějších a nejrychlejších způsobů, jak najít zaměstnance přes internet. V databázi lze životopisy přehledně filtrovat dle požadavků na uchazeče, tudíž je možné vyhledat uchazeče se všemi požadavky během pár kliknutí. Každý větší personální server nabízí kromě placené inzerce práce také databázi životopisů uchazečů o práci (17).

1.5.2 Inzerce v médiích

Organizace může inzerovat volná pracovní místa v tisku, rozhlase, televizích, celostátní i lokálních médiích. V případě specialistů a vysoce kvalifikovaných pracovníků bývá inzerce také v odborných časopisech. V lokálních tiskovinách bývají inzerována místa především řadových úředníků a dělníků. Z hlediska efektivnosti nákladů je třeba analyzovat odezvu na inzerci, ukazatelem pro tyto analýzy jsou náklady na inzerci v přepočtu na jednu odezvu na inzerát. Pro efektivnost by inzerce měla také splňovat jisté zásady, jinak neosloví cílovou skupinu uchazečů. Inzerát by měl tedy obsahovat tyto informace:

- hlavička inzerátu (lze použít název pozice),
- název společnosti,
- název a charakteristiky pracovního místa,
- podmínky a možnosti – odměňování, výhody, rozvoj, umístění apod.
- požadavky na pracovníka – kvalifikace, praxe, kompetence,
- informace o způsobu a termínu reakce na pracovní nabídku (11, s. 86).

1.5.3 Spolupráce s úřady práce

Úřady práce neslouží pouze osobám hledajícím zaměstnání, ale i společnostem hledající nové pracovníky, a to za výhodných podmínek. Do jisté míry je i ze zákona povinné s ÚP spolupracovat, jelikož organizace musí povinně příslušnému úřadu práce nahlásit volnou pracovní pozici. Výhodou je, že ÚP zprostředkovávají zaměstnání bezplatně jak pro uchazeče, tak i pro organizaci. Náklady jsou totiž hrazeny ze státních příspěvků určených pro realizaci politiky zaměstnanosti. Úřady poskytnou potřebné informace o uchazečích a organizace může ještě získat i příspěvek na zaměstnání určitého pracovníka (např. u osob se změněnou pracovní schopností). Na druhou stranu velkou nevýhodou je omezený výběr uchazečů, kteří jsou registrovaní na ÚP, většinou jde totiž o lidi s nižší kvalifikací nebo obtížně umísitelné osoby (18, s. 140).

1.5.4 Spolupráce se vzdělávacími institucemi

Méně využívanou metodou je spolupráce se vzdělávacími institucemi, jako jsou univerzity, školy, učiliště aj. Některé společnosti však pro studenty organizují třeba dny otevřených dveří a vyhledávají si talenty. Firmy mnohdy nabízí také stáže, které by se daly označit za zkušební období, kde si pracovníky nejen připravují a vychovávají, ale také zkouší jejich schopnosti a učenlivost (11, s. 86).

Existuje spousta možností, jak si do určité míry zavázat vyhlédnutého studenta, např. podporou studenta pomocí vhodného výběru volitelných předmětů, tématu závěrečné práce apod. Výhodou je, že škola často sama udělá pro organizaci předvýběr a doporučení studenta a při některých formách spolupráce lze vyhlédnutého studenta poznat lépe a vědět o něm více informací než o běžném uchazeči. Nevýhodou je však sezónnost nástupu absolventů do zaměstnání (18, s. 138).

1.5.5 Nabídka služeb personální agentury

Využívání externích zprostředkovatelských služeb je velmi diskutovanou metodou především z hlediska finanční náročnosti a kvality těchto služeb. Zprostředkovatelské agentury se zaměřují hlavně na obsazování běžnějších pozic, specializované poradenské společnosti však komplexně zajistí nejen inzerci, ale i první pohovory s uchazeči, testování a předvýběr. Svému klientovi pak nabízí jen ty nejvíce vyhovující uchazeče. Pro vyhledávání manažerských pozic se využívá tzv. executive search, což je přímé vyhledávání pracovníků. Dalším trendem dnešní doby je využívání agentur, které zprostředkovávají dočasné přidělení do zaměstnání. Společnost si tedy dočasně najme pracovníky, kteří jsou však zaměstnání pod personální agenturou a v případě nespokojenosti s daným pracovníkem agentura poskytne náhradu (11, s. 87).

Externí zprostředkovatelské agentury často využívají i tzv. headhunting, doslova „lovení hlav,“ které slouží pro vyhledávání mimořádně nadaných vedoucích pracovníků a snaží se je takřka odlákat z dosavadního zaměstnání ke svým klientům (19, s. 308).

1.5.6 Nabídka práce na místní vývěsce

Jednou z méně náročných a levných metod získávání pracovníků je uveřejnění informace o volných pracovních místech na vývěskách v organizaci či mimo ni. Vývěsky bývají často umístěny na frekventovaném místě společnosti, aby se mohli buďto sami pracovníci ucházet, anebo informovali a doporučili vhodného uchazeče. Vývěsky bývají často na místech, kam má přístup kromě zaměstnanců i veřejnost. Vývěska by měla poskytnout potenciálnímu uchazeči veškeré podstatné informace o pracovním místě. Nevýhodné však na této metodě je především to, že nabídka osloví omezený počet potenciálních uchazečů, zpravidla jen nejbližšího okolí organizace (18, s. 137).

1.5.7 Letáky

Letáky rozdávané např. na různých akcích, vkládané do poštovních schránek či doručené poštou, plakáty nebo poutače jsou oproti vývěskám sice o něco nákladnější, avšak dokáží oslovit o něco více uchazečů, nicméně pouze lokálně. Tato metoda je poněkud aktivnější a vhodná spíše k získávání pracovníků pro méně kvalifikovanou práci. Její efektivnost závisí i na množství rozdaných letáků (11, s. 88; 18, s. 137).

1.5.8 Spolupráce s profesními organizacemi a odbory

Získat pracovníky za pomoci profesních organizací se hodí tam, kde je zapotřebí hledat vysoce kvalifikované, špičkové odborníky. Tato metoda není příliš často využívána, je totiž potřeba, aby organizace měly tzv. registry členů, kde lze docela detailně hledat a poté oslovit vhodného jedince (18, s. 139).

V jiných zemích, kde jsou dobře organizované odborové svazy, využívají organizace k získávání určitých typů pracovníků také odbory. Avšak takový odborový svaz musí mít vlastní informační systém a fungující propojení mezi svými členy, včetně momentálně nezaměstnaných. Většinou to bývá tam, kde odbory spravují nějaký fond, z kterého vyplácejí svým členům podporu v nezaměstnanosti. Tato metoda je výhodná v tom, že udržuje dobré vztahy mezi organizací a odbory, ale na druhou stranu je zde omezené množství výběru, lze uplatnit především u dělnických profesí (18, s. 139).

1.5.9 Veletrh pracovních příležitostí

Veletrhy pracovních příležitostí bývají nejčastěji organizovány na vysokých školách. Na veletrzích se zpravidla prezentují viditelné a známé společnosti, které lákají absolventy, popř. studenty posledních ročníků atraktivními nabídkami. Tyto organizace především lákají na rozvoj kariéry, zajímavou náplň práce, bohaté zaměstnanecké výhody a možnosti dalšího vzdělávání (19, s. 135).

1.5.10 Samostatné přihlášení uchazeče o zaměstnání

Prestižní organizace, které jsou pověstné jako dobrý zaměstnavatel, často získávají vlastní nabídky uchazečů, kteří se hlásí i přesto, že společnost nenabízí žádné volné pracovní místo. Má to výhodu v tom, že pokud je vytvořeno nové místo, personalisté mají z čeho vybírat, na druhou stranu zahlcení ze strany uchazečů může být pro personalisty těchto společností velkou zátěží (11, s. 88).

Další z výhod této pasivní metody získávání pracovníků je v tom, že eliminuje náklady na inzerci a tím dokáže ušetřit rozpočtu. Na druhé straně má tato metoda i několik nevýhod. Zájemci mají totiž často nepřesnou představu u potřebách organizace, hlásí se mnoho nekvalifikovaných a neupotřebitelných zájemců. To může být například problém v tom, že pokud se zrovna při uvolnění pracovního místa hlásí mnoho

nekvalifikovaných uchazečů, organizace s potřebou místo obsadit snadněji přijme pracovníka, který pro danou pozici není úplně nejvhodnější (18, s. 136).

1.5.11 Doporučení stávajícím či dřívějším zaměstnancem

Tato metoda se běžně využívá a bývá velmi oblíbená, jelikož pracovníci zpravidla nedoporučí nevhodného člověka, protože by tím poškodili sami sebe. Doporučení může být buďto takovým způsobem, že vlastní zaměstnanec doporučí společnosti vhodného jedince a nebo zaměstnanec informuje vhodného jedince o volném pracovním místě s možností odvolání na svou osobu. Organizace většinou posuzuje doporučeného člověka podle pracovních-profesních měřítek zaměstnance. Výhodou této metody je možnost získat o uchazeči více detailnějších informací. Přesto je však vhodné zařadit doporučeného člověka do výběru naprosto stejně jako ostatní uchazeče. Doporučení však vyžaduje včasnou informovanost pracovníků o aktuálních volných místech, například na intranetu společnosti. V některých firmách je využívána stimulace pracovníků hmotnou podporou, tzv. bonus za doporučení (11, s. 88).

Koubek k této metodě uvádí fakt, že některé organizace těží z výhod, které přináší tzv. dědění pracovních zkušeností v rodinách. To znamená, že na doporučení svého pracovníka přijímají členy jeho rodiny, nejčastěji děti (5).

1.5.12 Přímé oslovení vyhlédnutého jedince

Tato metoda se používá při získávání pracovníků na náročnější, vysoce postavené funkce, ale není výjimkou její použití i při hledání dělnických profesí. Vyžaduje od vedoucích pracovníků, aby sledovali, kdo je v jejich okolí dobrý v určitém oboru, má různé nápady, popřípadě se stal známým. Některé organizace za tímto účelem monitorují odborný tisk, účastní se odborných setkání a využívají obchodních kontaktů se zaměstnanci jiných organizací. Pracovníci získávají informace o vhodných odbornících nejrozličnějšími (ne vždy etickými) způsoby. V případě potřeby pak tyto odborníky osloví přímo se svou nabídkou. Oslovování má svou výhodu v tom, že je to operativní metoda, která je méně nákladná než třeba inzerce. Nevýhodou však představuje hrozba zhoršení vztahů s organizacemi, odkud se společnost snaží odlákat pracovníky. Také oslovený pracovník si začne uvědomovat svoji cenu a často si pak diktuje pracovní podmínky, především vyšší očekávané odměny (18, s. 136).

1.6 Shrnutí teoretických poznatků

V této kapitole byla definována především koncepce lidských zdrojů, jež rozhodují o prosperitě a konkurenceschopnosti společnosti. Dále bylo objasněno řízení lidských zdrojů a co je jejich cílem. Počátečním a také nejdůležitějším úkolem řízení lidských zdrojů je především získat schopné pracovníky, a to je také hlavním předmětem praktické části diplomové práce. Poté byly vymezeny úlohy personální práce a personálních činností v podniku. Nakonec byly personální činnosti s ohledem na cíl práce zúženy pouze na získávání pracovníků. Proces získávání pracovníků byl rozdělen do 12 kroků od identifikace potřeby získávání nového pracovníka přes formulace a uveřejnění nabídky až k sepsání seznamu uchazečů, kteří budou pozváni na pohovor. Dále byly vymezeny podmínky získávání pracovníků, které mohou ovlivnit zájem uchazečů. Poté byly objasněny zdroje, z jakých je možné pracovní místo obsazovat. Na konci teoretické části se nachází výčet metod získávání pracovníků, které jsou dále blíže objasněny pro využití v návrhové části diplomové práce.

2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

Analytická část diplomové práce je zaměřena na analýzu současného stavu společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o. Podrobná analýza společnosti byla provedena již prostřednictvím bakalářské práce, kde byl mimo jiné zjištěn také problém s obsazováním některých pozic. Práce však měla za cíl navrhnout vnitřní mzdový předpis, z toho důvodu byl problém definován jako hlavní cíl k řešení v rámci diplomové práce. Analytická část diplomové práce je zaměřena především na samotný výzkum a analýzu trhu práce.

2.1 Základní údaje analyzované společnosti

Název společnosti: FAKSA-STRAKA, s. r. o.

Datum zápisu OR: 9. srpna 1993.

Sídlo: č. p. 278, 783 33 Příkazy.

Právní forma: Společnost s ručením omezeným.

Typ subjektu: Právnícká osoba.

Předmět podnikání:

- Projektová činnost ve výstavbě,
- montáž, opravy, údržba a revize vyhrazených elektrických zařízení vodoinstalatérství,
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona,
- klempířství a oprava karoserií,
- provádění staveb, jejich změn a odstraňování,
- montáž, opravy, revize a zkoušky elektrických zařízení.

Kód CZ NACE: 43.22.12, 33.20.29, 33.12.18.

Statutární orgán:

Jednatel: Zbyněk Straka, Ing. Jan Straka.

Společníci:

Společník: Zbyněk Straka; vklad: 68 000 Kč, splaceno: 100 %.

Společník: Mária Straková; vklad: 34 000 Kč, splaceno: 100 %.

Základní kapitál: 102 000 Kč.

Počet zaměstnanců: 38 (1).

2.1.1 Historie a základní informace o společnosti

Společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., dodává, montuje a provádí servis zařízení vzduchotechniky, klimatizace, tepelných čerpadel a předizolovaného potrubí ALP. Společnost působí především v Olomouckém kraji, výjimkou však nejsou zakázky ani v jiných krajích České republiky a na Slovensku (2).

Společnost byla založena v roce 1993 a sídlila v Olomouci, kde působila 15 let jako mikro podnik s několika málo zaměstnanci. Od 1. 1. 2008 má svou vlastní novou provozovnu v Příkazích a v současné době zaměstnává 38 zaměstnanců. Montáže na stavbách a servis u zákazníků zajišťuje osm montážních skupin a dvě servisní skupiny. Společnost provádí zakázky všech druhů, od projektování přes výrobní přípravu až po dodávky a montáže. Technický přehled, racionální příprava montáží a řemeslná zručnost a zkušenosti dlouholetých zaměstnanců jsou zárukou spokojenosti zákazníků. Dále společnost nabízí plné a detailní poradenství pro zákazníka při přípravě a rozhodování o montáži, také záruční i pozáruční servis jsou samozřejmostí (2).

2.1.2 Výrobní program společnosti

Jak již bylo výše zmíněno, společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., dodává, montuje a provádí servis zařízení vzduchotechniky, klimatizace, tepelných čerpadel a předizolovaného potrubí ALP (2).

Vzduchotechnika

Společnost dodává a montuje vzduchotechniku již od nejjednoduššího zařízení, které obsahuje pouze ventilátor pro odvod nebo přívod vzduchu, až po komplexní vzduchotechnická zařízení, která zajistí požadované podmínky prostředí ve větraném prostoru a jejichž součástí jsou kromě ventilátoru také např. filtr vzduchu, tlumič hluku, výměník tepla (topení nebo chlazení), odvlhčovač vzduchu, zvlhčovač vzduchu, potrubí pro rozvod vzduchu a jiné (2).



Obrázek č. 3: Realizace vzduchotechniky společností Faksa-Straka, s. r. o. (Zdroj: 2).

Organizace provádí realizace vzduchotechniky v následujících sektorech:

- průmyslové objekty a administrativní budovy,
- stavby občanské vybavenosti (rodinné a bytové domy),
- školní a gastronomické provozy,
- sportovní objekty (haly, bazény, tělocvičny),
- kulturní zařízení (kina, divadla),
- zdravotnické objekty (nemocnice, lékárny) (2).

Klimatizace

Pro zajištění optimálních teplotních podmínek prostředí (byty, kanceláře, prodejní místnosti, pracovní prostory aj.) společnost dodává a montuje klimatizační jednotky a zařízení výrobců Sinclair, LG Electronics, Sanyo, Panasonic, Toshiba, Daikin a provádí jejich servis a údržbu (2).



Obrázek č. 4: Klimatizační jednotky Daikin montované společností Faksa-Straka, s. r. o. (Zdroj: 2).

Tepelná čerpadla

Společnost dodává a montuje moderní tepelná čerpadla, která zajistí efektivní vytápění ale i chlazení rodinného domu. Využívají systému vzduch-vzduch i vzduch-voda od výrobců LG Electronics, Toshiba, Stiebel Eltron, Mitsubishi, dále provádí jejich servis a údržbu (2).

Předizolované potrubí ALP®

Společnost dodává a montuje hranaté předizolované potrubí alpSYSTEM®. Toto potrubí nepodléhá korozi, má mimořádně nízkou hmotnost, vynikající tepelné i zvukové izolační vlastnosti a vyznačuje se mimořádnou těsností. ALP je vhodné pro větrání potravinářských závodů, zdravotnických zařízení, bazénů. Potrubí vyhovuje vysokým nárokům pro přiznané instalace v interiéru i exteriéru včetně možnosti barevného doladění (2).

Měřicí a regulační technika

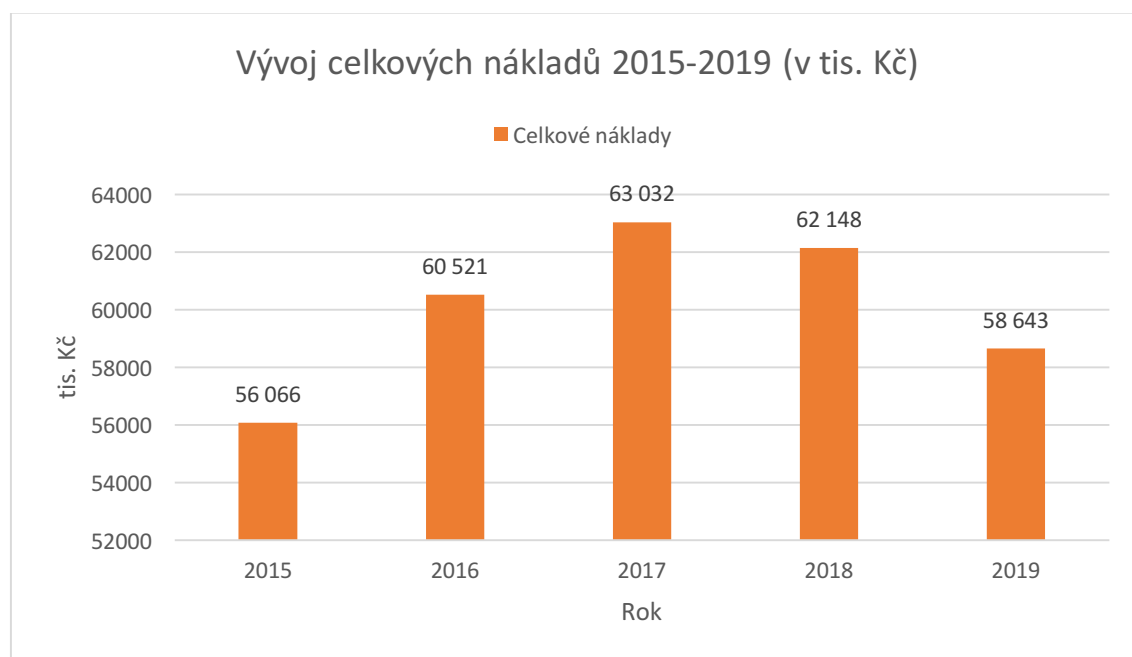
Podnik rovněž provádí montáže autonomních řídicích systémů MaR od jednotlivých tuzemských výrobců vzduchotechnických zařízení. Mezi tyto výrobce se řadí například Remak, Mandík, Atrea, Systemair, Elektrodesign a Alteko (2).

2.2 Analýza hospodářské situace v podniku

Hospodářská situace společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., byla provedena na základě Výkazů zisku a ztrát z let 2015–2019. Tato analýza sleduje vývoj celkových nákladů, osobních nákladů, výnosů a výsledku hospodaření. Rok 2020 bohužel nemohl být použit ke srovnání, jelikož společnost zatím nemá zpracované výkazy.

2.2.1 Vývoj celkových nákladů

Na grafu níže lze zaznamenat, že celkové náklady společnosti kolísají kolem 60 mil. Kč. V roce 2017 byly náklady nejvyšší, jelikož společnost začala rozšiřovat své prostory, investovala do rozšíření provozovny o jedno patro, další dva roky byly ve znamení oprav garáží pro vozový park, také se nakoupila nová auta a obměnily některé počítače (25).

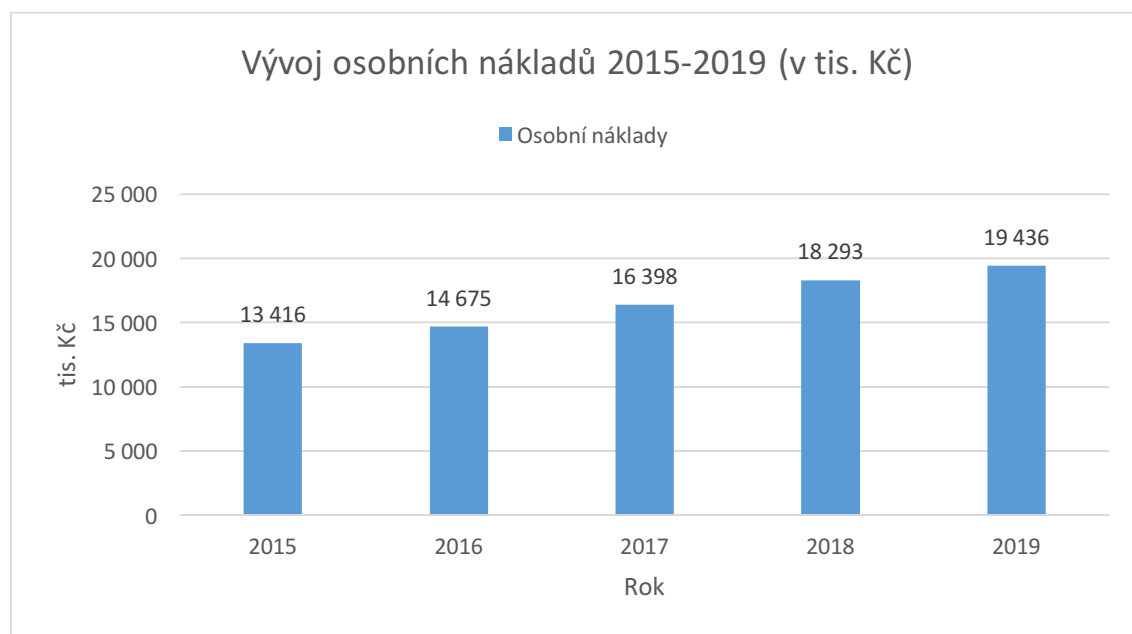


Graf č. 1: Vývoj celkových nákladů společnosti (Zdroj: vlastní zpracování dle 21, 22, 23, 24).

Z grafu č.1 lze vyčíst, že náklady v roce 2016 vzrostly o 7,95 %, v roce 2017 o 4,15 %, což je dáno především rostoucí výkonovou spotřebou. Dále v roce 2018 se náklady snížily o 1,40 % a v roce 2019 byly náklady nižší dokonce o 5,64 %, to je dáno také tím, že v tomto roce měla společnost méně velkých, veřejných zakázek, tudíž se o něco snížila výkonová spotřeba.

2.2.2 Vývoj osobních nákladů

Na grafu č. 2 lze sledovat rostoucí trend osobních nákladů. V roce 2015 ve společnosti pracovalo 32 zaměstnanců, nyní ve společnosti pracuje 38 zaměstnanců (25). Osobní náklady tedy vzrůstají s rostoucím počtem zaměstnanců a také s rostoucí průměrnou mzdou.



Graf č. 2: Vývoj osobních nákladů společnosti (Zdroj: vlastní zpracování dle 21, 22, 23, 24).

Rostoucí osobní náklady lze považovat za kladný jev z pohledu potenciálních uchazečů o zaměstnání, jelikož tento růst vypovídá o tom, že společnost pravidelně navyšuje mzdy, osobní náklady tedy rostou tempem udržení si svých zaměstnanců. Tento jev potvrzuje i tabulka č. 1, z níž lze vyčíst, že osobní náklady rostou rychlejším tempem než počet zaměstnanců.

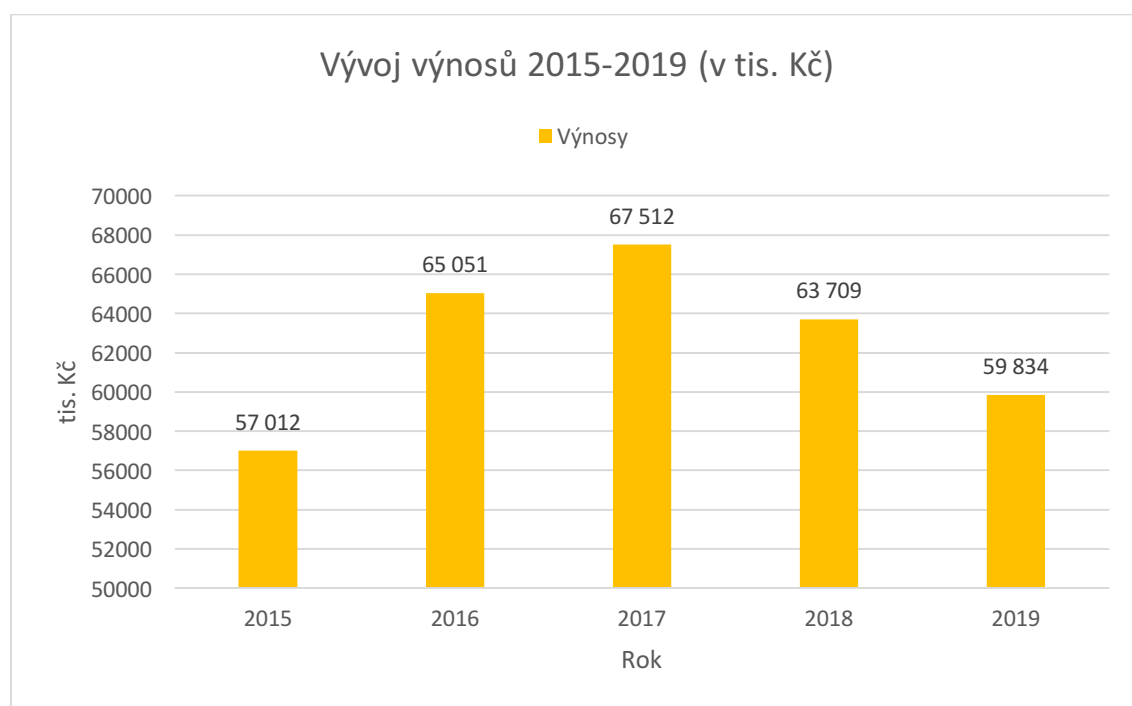
Tabulka č. 1: Procentní změny osobních nákladů (Zdroj: vlastní zpracování dle 21, 22, 23, 24, 25).

Rok	Osobní náklady v tis. Kč	Procentní nárůst os. nákladů	Průměrný počet zaměstnanců	Procentní nárůst zaměstnanců
2015	13 416	-	32	-
2016	14 675	9, 38 %	33	3, 12 %
2017	16 398	11, 74 %	34	3, 03 %
2018	18 293	11, 58 %	36	5, 89 %
2019	19 436	6, 24 %	38	5, 56 %

2.2.3 Vývoj výnosů

Na grafu č. 3 jsou zachyceny výnosy společnosti. Lze si všimnout, že nejvyšší výnosy měl podnik v roce 2017, což je dáno tím, že v tomto roce společnost získala a pracovala na nejvyšším počtu velkých, veřejných zakázek. V roce 2018 a 2019 těchto velkých zakázek bylo méně, společnost měla spíše menší zakázky u soukromých zákazníků (25).

V roce 2016 se výnosy zvýšily o 14, 10 %, v roce 2017 vzrostly o 3, 78 %. V roce 2018 výnosy klesly o 5, 63 % a v roce 2019 se snížily o 6, 08 %. Jak již bylo zmíněno, za tyto poklesy může fakt, že společnost měla spíše menší zakázky, tudíž v posledních dvou letech se o něco snížily tržby za prodej služeb.

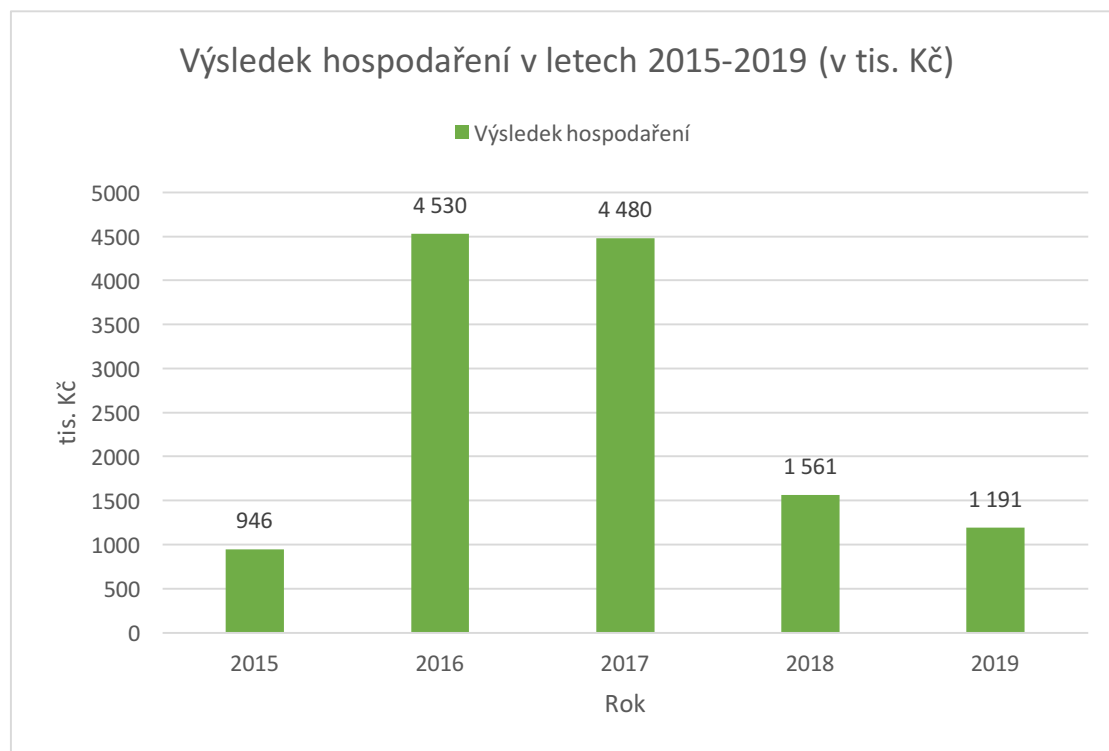


Graf č. 3: Vývoj výnosů společnosti (Zdroj: vlastní zpracování dle 21, 22, 23, 24).

2.2.4 Výsledek hospodaření

Výsledek hospodaření je dán rozdílem výnosů a nákladů. Výsledek hospodaření může dosahovat kladných nebo záporných hodnot. V případě kladného čísla společnost dosahuje zisku, při záporné hodnotě je společnost za daný rok ve ztrátě. Z grafu č. 4 je patrné, že v roce 2016 a 2017 dosahovala společnost nejvyššího zisku okolo 4,5 milionu korun. V dalších 2 letech byl zisk podstatně nižší, což je dáno tím, jak již

bylo výše zmíněno, že společnost investovala do oprav provozovny a do nového vybavení a také tím, že měla méně velkých zakázek (25).



Graf č. 4: Výsledek hospodaření společnosti (Zdroj: vlastní zpracování dle 21, 22, 23, 24).

V roce 2016 se zisk zvýšil o celých 378, 86 %. To je dáno tím, že společnost v roce 2015 splatila vysoký úvěr, který splácela na výstavbu nové provozovny. V roce 2017 se zisk snížil o 1, 10 %. V roce 2018 byl zisk nižší o 65, 15 % a v roce 2019 o 23, 70 %

Dle výkazů byly poslední roky 2018 a 2019 slabší, co se týče počtu velkých zakázek, což se podepsalo nejen na vývoji výnosů, ale i nákladů, i přesto však osobní náklady rostly. Přestože výkazy za rok 2020 ještě nemá společnost zpracované, lze dle informací ekonoma konstatovat, že tento rok byl zase jedním z více vydařených navzdory propuknutí pandemie koronaviru. V březnu sice bylo zakázek méně a ve společnosti panovala lehká nejistota, avšak na počátku sezóny se to opět zlomilo a do konce roku společnost stihla uspokojit o mnoho více velkých zakázek než ve výše zmíněných 2 uplynulých letech.

2.3 Analýza personálních činností v podniku

V této části bude analyzován průběh a náplň jednotlivých personálních činností ve společnosti. Podnik nemá samostatně oddělené personální oddělení, tudíž tuto personální práci řeší především sám jednatel a účetní, popřípadě ekonom firmy.

2.3.1 Tvorba a analýza pracovních míst

Potřebu dalšího zaměstnance většinou zjistí jednatel společnosti, který rozděluje práci mezi své zaměstnance. Ten také vytváří pravomoci a odpovědnosti do pracovních míst. Specifikace a požadavky určuje on sám podle zakázek, tudíž ve společnosti nejsou zpracovány popisy pracovních míst (63).

2.3.2 Personální plánování

Tuto činnost má na starost jednatel, který vytváří týdenní plány, kam přerozděluje dělnické pracovníky podle nasmlouvaných zakázek. Při tomto plánování tedy jednatel ihned pozná potřebu pracovníků v podniku. V letních měsících, které pro společnost znamenají vrchol sezóny, je potřeba montážních pracovníků vyšší, tudíž společnost většinou sezónu uspokojí zaměstnáním brigádníků (63).

2.3.3 Získávání, výběr a přijímání pracovníků

Pro tuto práci stěžejní oblast získávání pracovníků je v podniku řešena pouze na základě doporučení známých současnými zaměstnanci. V letních měsících na brigádu většinou chodí synové montérů, což je pro pokrytí sezóny manuálními pracovníky dostačující, avšak získat více kvalifikované pracovníky na pozici chladírenského technika a elektromontéra je za pomoci pouze výše zmíněné metody složitější (63).

Samotný výběr zajišťuje jednatel společnosti, při němž zjišťuje, zda uchazeči splňují požadovaná kritéria (63).

Požadavky na pozici elektromontéra:

- Vyučení v oboru elektro.
- Vyhláška č. 50/1978 Sb. §6 (§8 výhodou).
- Řidičský průkaz sk. B.
- Praxe (vítána, není však podmínkou) (63).

Požadavky na montéra chladírenských zařízení:

- Vyučení v oboru chladírenský technik.
- Vyhláška č. 50/1978 Sb. §5 (§6 výhodou).
- Certifikát ministerstva životního prostředí pro nakládání s chladivem a regulovanými látkami – kat. 1.
- Svářečský průkaz.
- Řidičský průkaz sk. B.
- Praxe (63).

Pokud pracovník splňuje tyto podmínky, má zájem o nabízenou pracovní pozici a zaujme na pohovoru jednatele společnosti, o přijetí se stará již ekonom a účetní společnosti. Účetní připraví veškeré pracovní-právní dokumenty a uchazeč jí doloží prokazatelné doklady o kvalifikaci. Prací ekonoma je pak dále nového zaměstnance zaškolit a připravit na práci (63).

2.3.4 Hodnocení pracovního výkonu

Ve společnosti neprobíhá pravidelné hodnocení pracovního výkonu, přestože to bylo navrženo v rámci bakalářské práce. Pravidelnou kontrolou jednatel zjistí, zda pracovníci vykonávají svou práci podle očekávání. Při práci montérů je pevně daný technologický postup, který musí být dodržován, pro kontrolu montéři provádí po montáži nových zařízení fotodokumentaci. Jak dobře je odvedená práce, se také zjišťuje v kontrolní dny a finální kontrola se provádí až při předání hotové zakázky. Pokud by se při kontrole zjistil nějaký problém, ihned by se řešila jeho příčina a samotný zaměstnanec by byl nadále pozorován. Pozitivní hodnocení úsilí zaměstnance bývá řešeno individuálně (63).

2.3.5 Zařazování pracovníků na konkrétní pracovní místa,

K těmto personálním činnostem patří i povyšování, přeřazování na jiná místa a ukončování pracovního poměru. O těchto činnostech vždy rozhoduje jednatel společnosti a pracovně-právní dokumenty připravuje účetní společnosti (63).

2.3.6 Odměňování, motivování a poskytování zaměstnaneckých výhod

Společnost se snaží odměňovat své pracovníky tak, aby každý zaměstnanec dle svého zaměření dostával stejnou výši mzdy či odměn, tímto je zamezeno zbytečnému srovnávání a konfliktu mezi pracovníky (63).

Výše hrubé mzdy elektromontérů a chladírenských techniků se pohybuje v rozmezí mezi 33 000 až 38 000 Kč. Nástupní mzda je tedy 33 000 až 35 000 Kč v závislosti na kvalifikaci a zkušenostech pracovníka (63).

Odměny

Struktura systému odměňování je rozvržena na peněžní a nepeněžní odměny. Do peněžních odměn se řadí základní mzda, prémie a benefity. Do nepeněžních odměn patří především vzdělávání, které zajišťuje podnik formou školení. Ve společnosti je uplatňováno odměňování formou pevné hodinové mzdy a pohyblivé složky. Pevná složka tvoří 80 %, pohyblivá složka představuje 20 % a zahrnuje prémie v podobě osobního ohodnocení. Všichni zaměstnanci jsou odměňováni ve stejné výši dle pracovní pozice. Prémie je vypočtena z hodinového výdělku a tuto částku dostává každý zaměstnanec. Pokud však pracovník způsobí nějaký závažnější problém ze své nedbalosti, tato prémie mu bude ze mzdy stržena. Stejně tak by byla společnost nucena svým pracovníkům prémie nevyplatit, pokud by se nacházela ve špatné finanční situaci a nebyla by schopna hradit zaměstnancům mzdy (63).

Ve společnosti jsou také zavedeny odměny za dobré pracovní výkony, a to ve formě sezónní odměny a třináctého platu. Sezónní odměna bývá poskytnuta v měsících červen, červenec, srpen a září ve výši 5 000 Kč každý měsíc. Tato odměna je však závislá na počtu zakázek a finanční situaci společnosti. Dále firma uděluje všem svým zaměstnancům v prosinci třináctý plat ve výši, která je ovlivněna počtem odpracovaných měsíců. Maximální částka třináctého platu je ve výši průměrné mzdy daného pracovníka za posledních 12 měsíců (63).

Benefits

Mezi nejžádanější benefit ve společnosti patří stravenky, které zaměstnanci obdrží každý měsíc podle počtu odpracovaných hodin. Zaměstnavatel hradí 55 % hodnoty stravenky, zbylých 45 % si zaměstnanci hradí ze mzdy. Hodnota jedné stravenky je ve výši 100 Kč, tudíž 55 Kč z jedné stravenky platí společnost a 45 Kč hradí zaměstnanec (63).

Zaměstnavatel dále každému zaměstnanci přispívá částkou 1 500 Kč na životní pojištění a téměř každým rokem tento příspěvek navyšuje (63).

2.3.7 Vzdělávání a rozvoj pracovníků.

Společnost se o své zaměstnance stará ve všech ohledech, investuje do rozvoje svých pracovníků a vytváří vhodné podmínky pro výkon práce. Zaměstnanci jsou v pravidelných intervalech vzdělávání, a to formou školení BOZP a PO, školení řidičů či školení účetní, které pořádá Svaz účetních Olomouc (63).

Zaměstnavatel také poskytuje svým zaměstnancům zdravotní péči, hradí jim veškeré zdravotní prohlídky (63).

2.3.8 Řešení pracovních vztahů

Ve společnosti je zaveden demokratický styl vedení, tudíž jednatel předběžně konzultuje se svými podřízenými svá rozhodnutí, jedná se o tzv. konzultativní styl vedení. Manažer se snaží implementovat myšlenky a názory podřízených, využívá odměn, příležitostně trestů. Preferuje spoluúčast na rozhodování a podporuje obousměrnou komunikaci, avšak zásadní rozhodnutí provede sám. Konflikty se ve společnosti vyřeší dohodou, při hrubém porušení pracovních podmínek je zaměstnanec propuštěn (63).

Vztahy na pracovišti se však dají považovat za uspokojivé, jednatel se snaží vztahy utužovat různými akcemi, jako je každoroční vánoční večírek a letní grilování po celodenním školení (63).

2.3.9 Péče o pracovníky

Jak již bylo zmíněno výše, zaměstnanci společnosti jsou pravidelně školeni pro BOZP a PO a je jim poskytována zdravotní péče. Zaměstnavatel pro své pracovníky neustále obměňuje nářadí, stará se o vozový park, který čítá 23 aut, montéři mají rozdělena auta do dvojic a po dvojicích jezdí na stavby. Pokud někdo z THP pracovníků potřebuje ze služebních důvodů zajet na zakázku, je ve společnosti k dispozici vždy alespoň jedno volné auto k těmto účelům (63).

Pracovníci mají pravidelný pracovní režim, pracovní dobu 6:30–15:00, nepracují ve směnném provozu a o víkendech pracují jen zřídka. Pokud má společnost větší zakázku nacházející se v delší dojezdové vzdálenosti od provozovny, zaměstnavatel zaměstnancům zařizuje ubytování (63).

Společnost také zajišťuje montérům pracovní oděvy s logem společnosti, a to pracovní trička, montérky, kšiltovky, helmy a jiné ochranné pomůcky. Zaměstnanci dále mají přístup do kuchyňky, která je plně vybavena kuchyňskými spotřebiči, takže pracovníci si mohou odložit jídlo do lednice, mrazáku, popř. v polední pauze uvařit rychlý oběd. V kuchyňce také mohou využívat vodního dispensoru k pravidelnému pitnému režimu. THP pracovníci mají dále možnost si v práci uvařit kávu z kávovaru za malý příspěvek ke koupi kvalitní kávy (63).

2.4 Výzkum metod vyhledávání nabídek na trhu práce

Tato část diplomové práce se zabývá výzkumem metod vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v Olomouckém kraji.

2.4.1 Metodologie výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je identifikovat vhodné metody pro získávání pracovníků na dělnické pozice v Olomouckém kraji, tyto pozice jsou tedy blíže specifikovány na elektromontéry a montéry chladicího zařízení.

Z toho také vyplývá definice **centrální výzkumné otázky**, která zní: *Jaké jsou nejčastější metody vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v Olomouckém kraji?*

V návaznosti na formulaci centrální výzkumné otázky, identifikaci možných metod za pomoci literární rešerše a předpokladů výsledků výzkumu byly stanoveny následující hypotézy, které jsou dále více rozvedeny prostřednictvím pracovních hypotéz:

H1: 80 % respondentů vyhledává pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů.

H0: Podíl respondentů vyhledávající pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů je 0,8.

H1: Podíl respondentů vyhledávající pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů není 0,8.

H2: Existuje závislost mezi profilem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2a: Existuje závislost mezi pohlavím respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2b: Existuje závislost mezi vzděláním respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2c: Existuje závislost mezi profesí respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2d: Existuje závislost mezi věkem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

K potvrzení či vyvrácení první hypotézy bude použit test pro podíl u jednoho výběru, u druhé hypotézy bude použit test nezávislosti dvou kvalitativních znaků.

Pro sběr dat byl zvolen kvantitativní přístup, a to pomocí metody strukturovaného dotazníkového šetření mezi montážními dělníky Olomouckého kraje. Dále pak kvůli skutečnosti, že výzkum je zaměřen v obecné rovině, jedná se tedy o prvotní studii dané problematiky, která má za úkol především identifikovat oblasti vyžadující v budoucnu další zaměření pozornosti vedení podniku.

Sběr dat probíhal od 3. do 18. 4. 2020 za pomoci více kanálů. Samotný dotazník byl vytvořen pomocí portálu VyplnTo.cz. Dotazník byl uveřejněn na facebookových stránkách nabídek práce pro Olomoucký kraj, zaslán na ÚP v Olomouci a také do několika společností konkurující podniku.

Dle webu ČSÚ se v roce 2011 po sčítání obyvatelstva v Olomouckém kraji nacházelo 3950 montážních dělníků výrobků a zařízení (3).

Výpočet pro stanovení potřebného vzorku na 95% hranici jistoty:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{3950}{1 + 3950 * (0,05)^2} = 363$$

Avšak data ČSÚ jsou bohužel neaktuální, jelikož sčítání obyvatelstva probíhá pouze jedenkrát za 10 let a čítají veškeré montážní dělníky výrobků a zařízení. Pro účely výzkumu je zapotřebí základní soubor zahrnující pouze všechny elektromontéry a montéry chladících zařízení v Olomouckém kraji, tudíž výpočet potřebného vzorku není spolehlivý.

Elektronicky vytvořený dotazník obsahoval 21 otázek. Otázky byly vytvořeny na základě zpracování teoretické rešerše a na základě kritérií a požadavků společnosti. První dvě otázky byly vyřazovací, veškeré otázky byly uzavřené, z nichž u 4 otázek bylo možné označit více možností. Na dotazník odpovědělo 65 respondentů, z nichž 3 byli vyřazeni, tudíž návratnost dotazníku dle velikosti vzorku je pouze 1,65 %. Na druhou stranu návratnost dotazníků dána poměrem vyplněných a zobrazených dotazníků je 90,40 %.

2.4.2 Analýza dat a výsledky výzkumu

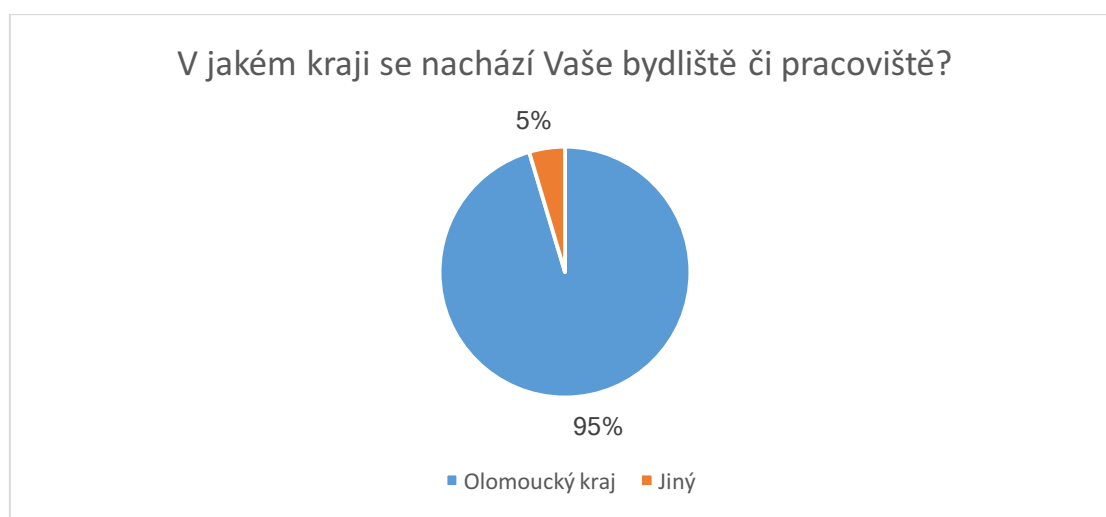
V této části práce jsou blíže přiblíženy výsledky výzkumu. Nejprve jsou vyhodnoceny jednotlivé otázky dotazníku. Následuje testování stanovených hypotéz.

Vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníků

Dotazník sestával z 21 otázek, z nichž první 2 byly segmentační a rozdělily respondenty na potřebný vzorek výzkumu a nerelevantní respondenty. Lidé, kteří nesplňovali podmínky, po první či druhé otázce byli vyřazeni a bylo jim poděkováno za jejich čas.

1. Místo bydliště či pracoviště respondenta

První segmentační otázka se týkala místa bydliště či pracoviště respondentů. Pro potřeby výzkumu byl zapotřebí vzorek respondentů pouze z Olomouckého kraje. Dle grafu č. 5 první otázka tedy vyřadila 3 respondenty a dále v dotazník pokračovalo pouze 62 respondentů.

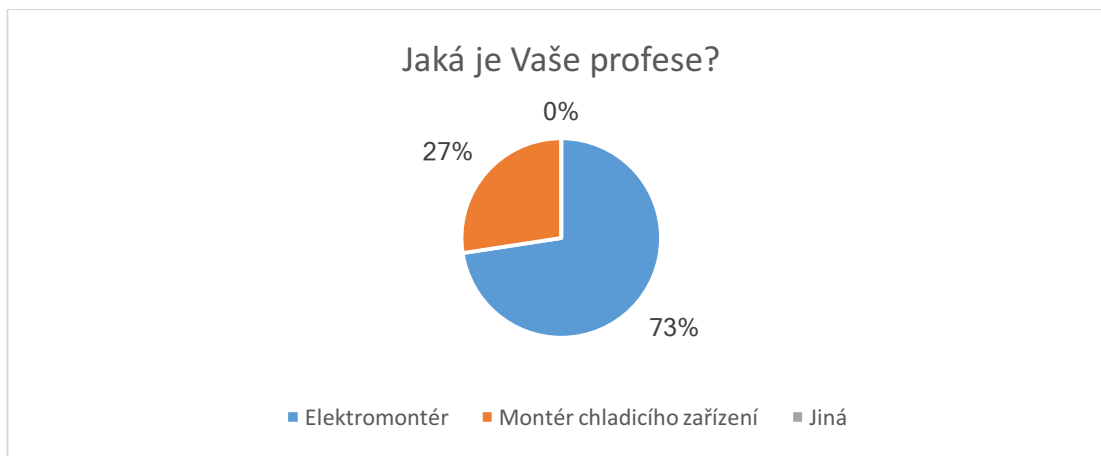


Graf č. 5: Bydliště či pracoviště respondentů (Zdroj: vlastní zpracování).

2. Profese respondentů

Druhá segmentační otázka se zabývala profesí respondenta. Účelem této otázky bylo zjistit, kolik respondentů pracují jako elektromontér, kolik jako montér chladicího zařízení, případně vyřadit respondenty, kteří nesplňují parametry a vykonávají jinou profesi. Zde již nebyl vyřazen žádný z respondentů. Dle níže uvedeného grafu cca dvě třetiny respondentů pracují jako elektromontéři a zbylá třetina pracují jako montéři

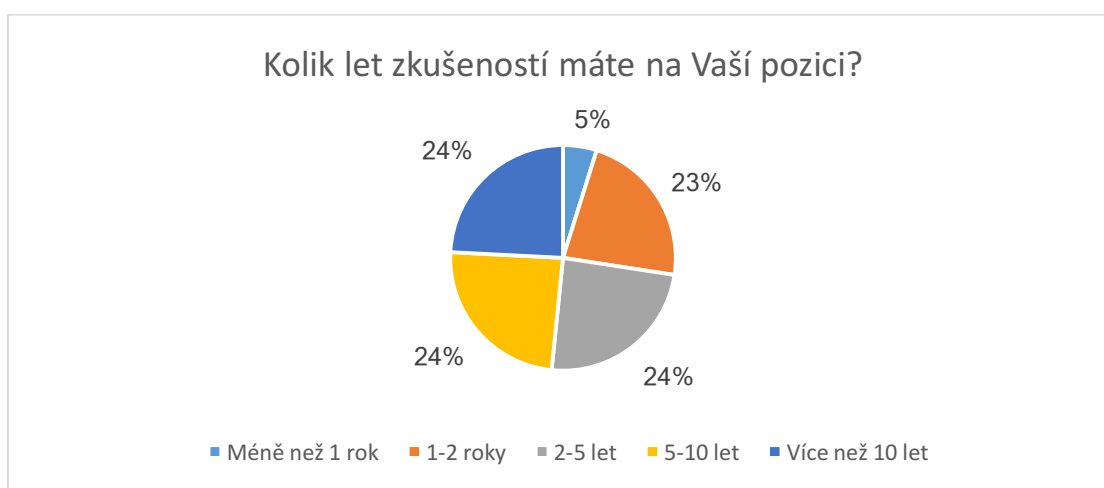
chladicího zařízení, což je očekávaný výsledek, jelikož montérů chladicího zařízení je v celé republice nedostatek.



Graf č. 6: Profese respondentů (Zdroj: vlastní zpracování).

3. Počet let zkušeností na pozici

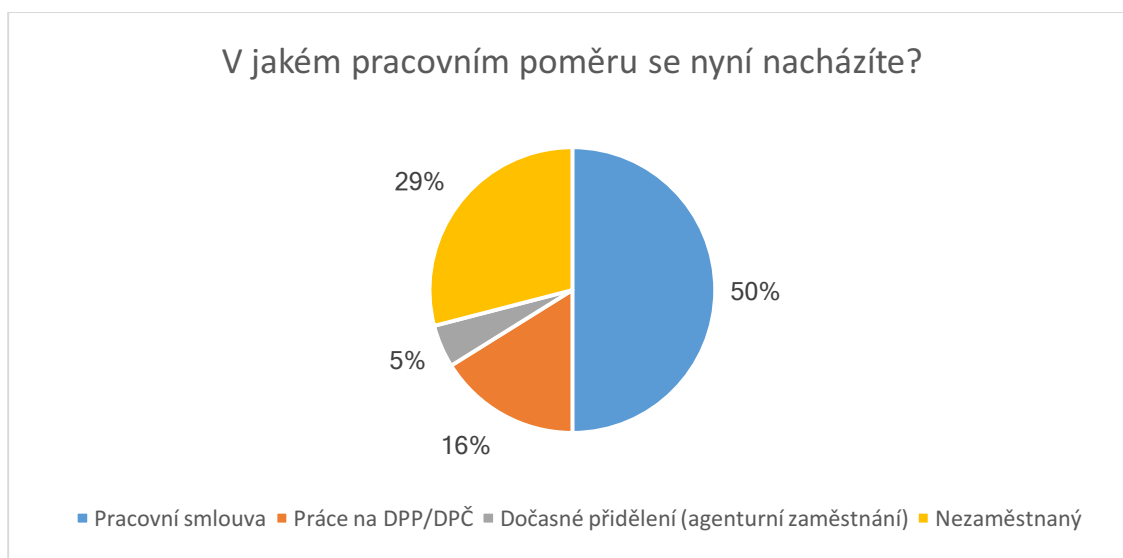
Za zajímavost se dá považovat, že i když počet respondentů je celkem nízký, je zastoupen poměrně vyrovnanými skupinami podle počtu let zkušeností. Dle grafu č. 7 nejvyšší zastoupení mají respondenti, kteří se mohou pyšnit více než 10 lety zkušeností, dále skupina 5-10 let zkušeností a také 2-5 let zkušeností – každá skupina respondentů zaujímá 24 %. Ihned za nimi následuje s 23 % skupina respondentů s 1-2 roky zkušeností. Nejméně respondentů je takřka s minimální zkušeností – pouze 5 % respondentů mají zkušenosti s pozicí kratší než 1 rok.



Graf č. 7: Počet let zkušeností (Zdroj: vlastní zpracování).

4. Typ pracovního poměru

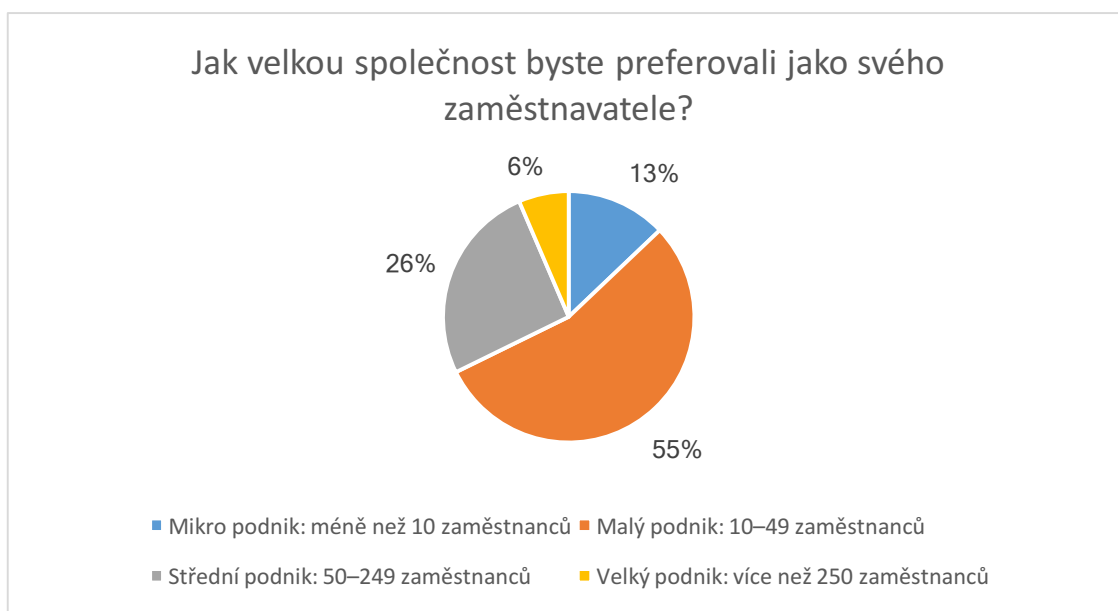
Za zajímavé zjištění lze také považovat to, v jakém pracovním poměru se respondenti nyní nachází. Polovina z nich pracují na základě pracovní smlouvy, avšak 29 % respondentů je nyní nezaměstnaných, což by pro společnost mohlo znamenat příležitost k nalezení nových pracovníků. Celých 16 % nyní pracuje na DPP či DPČ, takže pouze brigádně či jako přivýdělek. Pouhých 5 % respondentů pracuje pod personální agenturou.



Graf č. 8: Současný pracovní poměr respondentů (Zdroj: vlastní zpracování).

5. Velikost společnosti

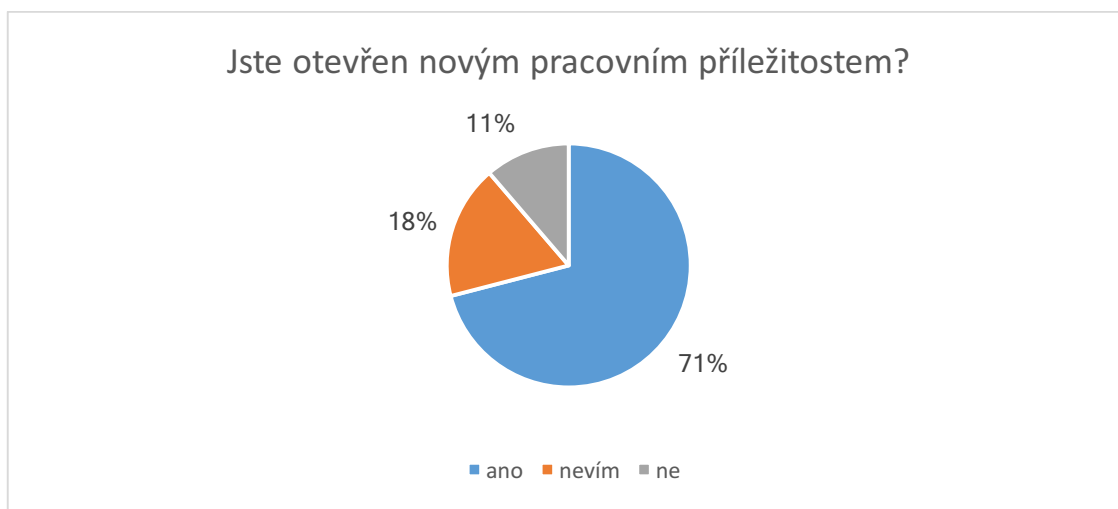
Dle grafu č. 9, uvedeném na následující straně, více než polovina respondentů preferuje spíše malý podnik do 50 zaměstnanců, což by mohla být pro společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o. příležitost, jelikož se řadí se svými 38 zaměstnanci do kategorie malých podniků. Asi čtvrtina respondentů by radši byla zaměstnána ve středně velkém podniku, dále 13 % respondentů upřednostňuje mikro podnik. Pouze 6 % respondentů by preferovalo zaměstnání ve velké společnosti nad 250 zaměstnanců.



Graf č. 9: Velikost společnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

6. *Nové pracovní příležitosti*

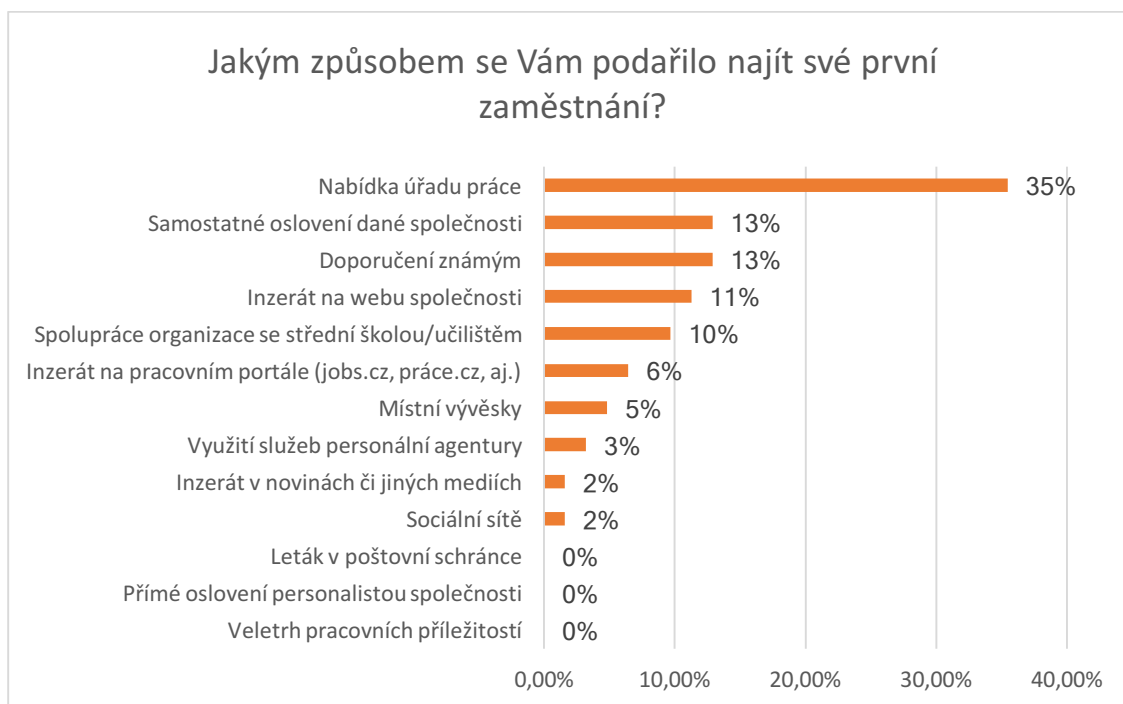
U otázky, zda jsou respondenti otevřeni novým pracovním příležitostem, 71 % z nich by zvážilo zajímavou nabídkou práce, což lze považovat za další příležitost pro společnost.



Graf č. 10: Nové pracovní příležitosti (Zdroj: vlastní zpracování).

7. Nalezení prvního zaměstnání

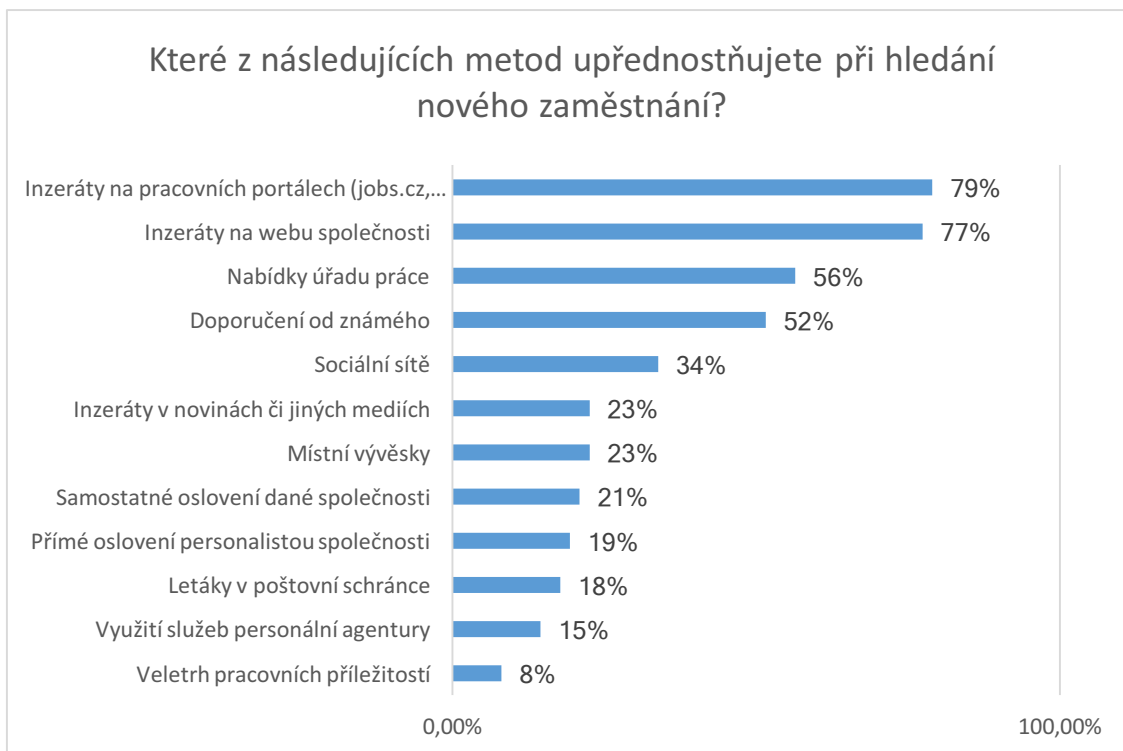
Nyní budou rozebrány otázky, které jsou relevantní především pro výzkum metod vyhledávání pracovních nabídek respondentů. Dle grafu níže více než jedna třetina respondentů získala první zaměstnání prostřednictvím nabídky ÚP. Další 2 skupiny respondentů, kdy každá z nich tvoří 13 % respondentů, si našly první zaměstnání tak, že samy oslovily atraktivního zaměstnavatele a nebo tím, že je doporučil známý svému zaměstnavateli.



Graf č. 11: Nalezení prvního zaměstnání (Zdroj: vlastní zpracování).

8. Metody vyhledávání pracovních nabídek

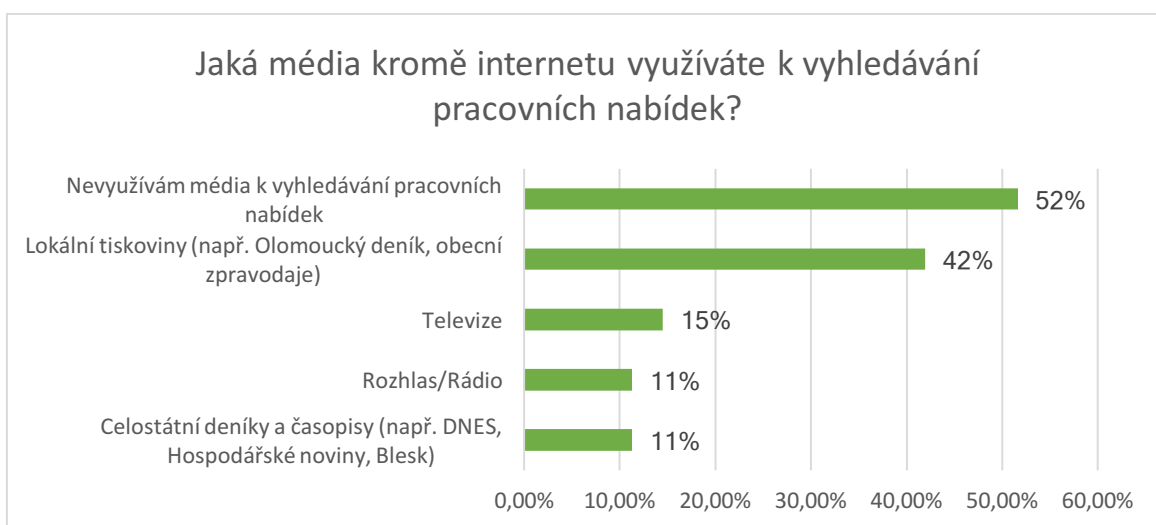
Další otázka se týkala nejvíce osvědčených metod pro vyhledávání pracovních nabídek. Při této otázce mohly respondenti označit více odpovědí najednou. Dle grafu č. 12, uvedeném na následující straně, mezi nejvíce upřednostňované metody patří inzerce na pracovních portálech, na webech společností a nabídky úřadu práce. Respondenti nejméně využívají návštěvy pracovních veletrhů, využití služeb personální agentury a letáky v poštovních schránkách.



Graf č. 12: Metody vyhledávání nových pracovních nabídek (Zdroj: vlastní zpracování).

9. Využívání médií k vyhledávání pracovních nabídek

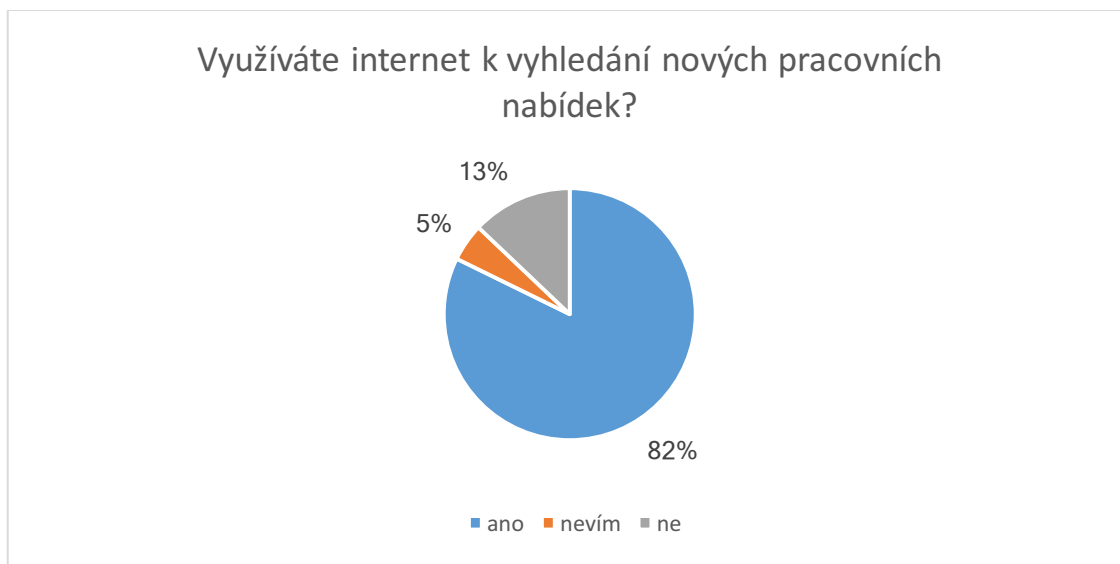
Je však překvapivé, že v dnešní době již polovina respondentů k vyhledávání pracovních nabídek nevyužívá média kromě internetu. Na druhou stranu alespoň 42 % respondentů vyhledává pracovní nabídky v lokálních tiskovinách, které se vydávají poblíž jejich bydliště. Nejméně jsou využívány celostátní noviny, rozhlas či rádio a televize.



Graf č. 13: Využívání médií k vyhledávání nových pracovních nabídek (Zdroj: vlastní zpracování).

10. Využívání internetu k vyhledávání pracovních nabídek

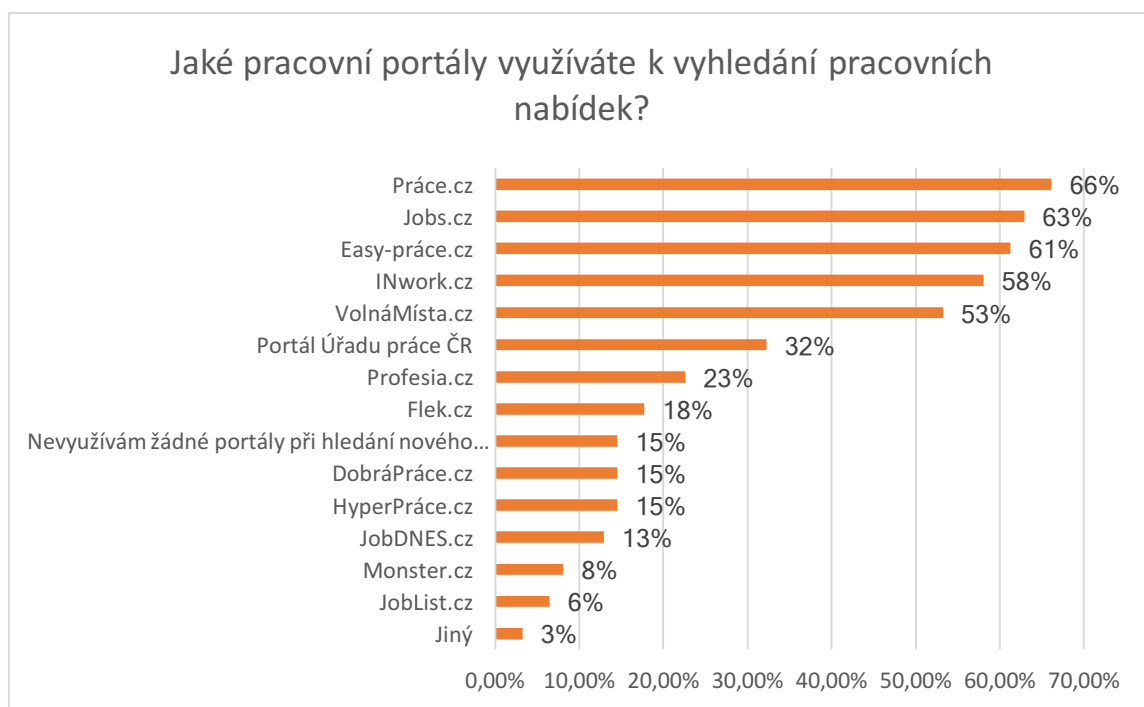
Další otázkou bylo zjišťování, zda respondenti využívají internet k vyhledání nových pracovních nabídek. Více než 80 % respondentů k vyhledávání pracovních nabídek internet používají, 13 % jej nevyužívají a dokonce 5 % neví nebo si nejsou vědomi toho zda internet k vyhledávání práce používají.



Graf č. 14: Využívání internetu k vyhledávání pracovních nabídek (Zdroj: vlastní zpracování).

11. Pracovní portály

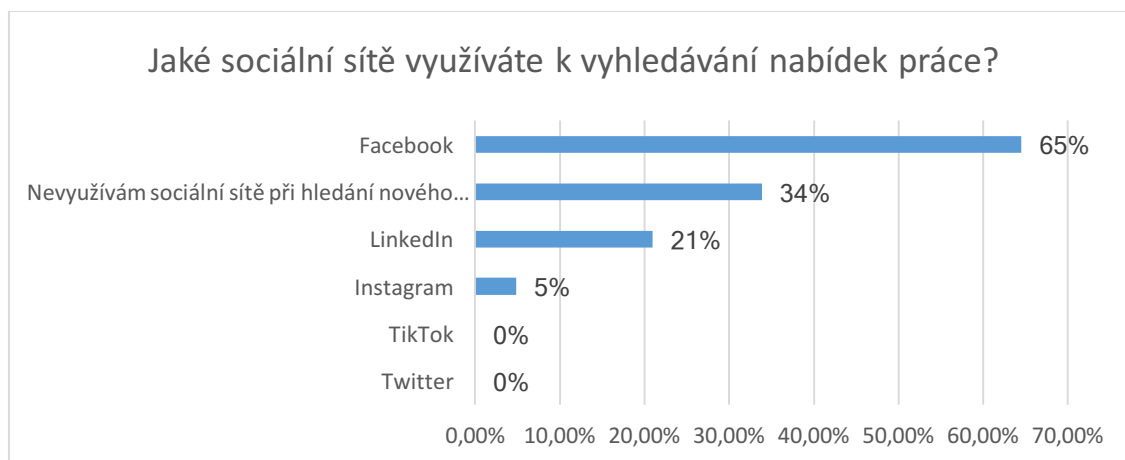
Další otázka se již zabývala přímo tím, zda a jaké online pracovní portály respondenti využívají k vyhledávání pracovních nabídek. Nejvíce užívanými portály, jak lze vidět na následujícím grafu č. 15, jsou Práce.cz, Jobs.cz, Easy-práce.cz, INwork.cz a VolnáMísta.cz. Tyto portály využívá více než polovina respondentů. Je však zajímavé, že proslulou Profesii využívá pouze 23 % respondentů. Patnáct procent respondentů dokonce nevyužívá žádné portály při hledání nového zaměstnání.



Graf č. 15: Pracovní portály (Zdroj: vlastní zpracování).

12. Sociální sítě

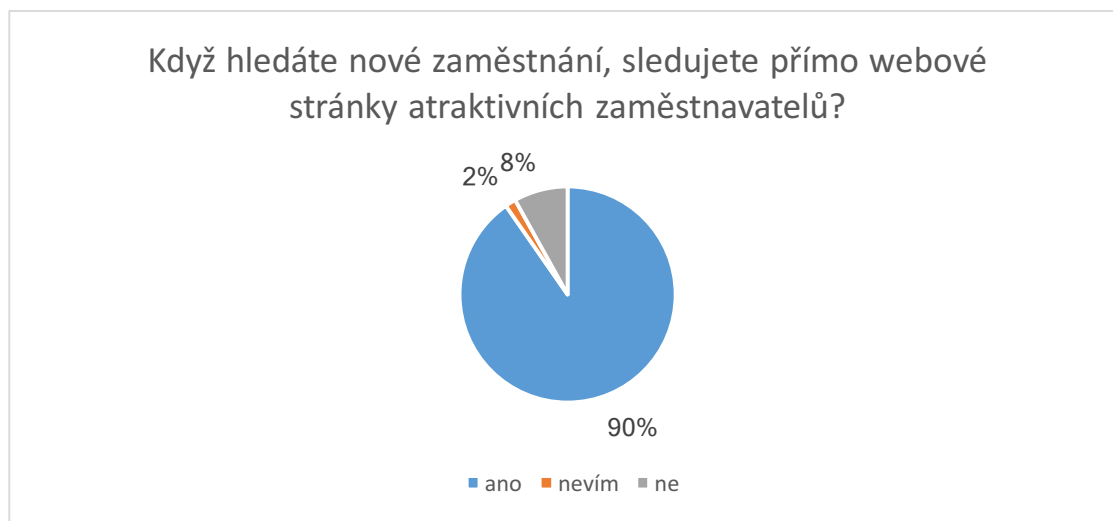
Za zajímavost se dá považovat také fakt, že třetina respondentů nevyužívá žádné sociální sítě k vyhledávání pracovních nabídek. Graf č. 16 odhaluje, že nejvíce používanou sociální sítí je bezpochyby Facebook, jelikož ji využívají skoro dvě třetiny respondentů. Druhou nejvíce oblíbenou sociální sítí je LinkedIn, i když ji využívá pouze 21 % respondentů. Instagram k vyhledávání pracovních nabídek je využíván pouze 5 % respondentů. Zbylé dvě sociální sítě nejsou respondenty používány vůbec.



Graf č. 16: Sociální sítě (Zdroj: vlastní zpracování).

13. Webové stránky zaměstnavatelů

Další otázka se zabývala webovými stránkami firem. Celých 90 % respondentů při hledání nové práce sledují webové stránky atraktivních zaměstnavatelů. Zbýlých 10 % dotazovaných buďto webové stránky společností nesledují nebo si toho nejsou vědomi.



Graf č. 17: Webové stránky zaměstnavatelů (Zdroj: vlastní zpracování).

14. Personální agentura

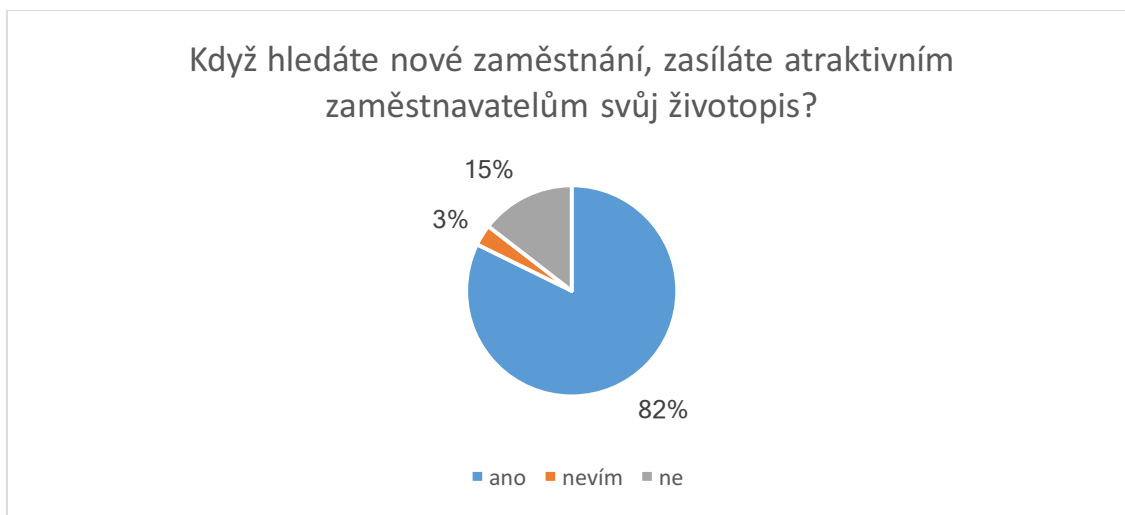
Přestože společnost neplánuje spolupracovat s personálními agenturami, jistě vedení bude zajímat, zda potenciální možní uchazeči mají s personálními agenturami nějaké zkušenosti. Více než 60 % dotazovaných s nimi zkušenosti nemá a pouze necelá třetina respondentů má zkušenosti s využíváním služeb agentur práce.



Graf č. 18: Personální agentura (Zdroj: vlastní zpracování).

15. Životopis

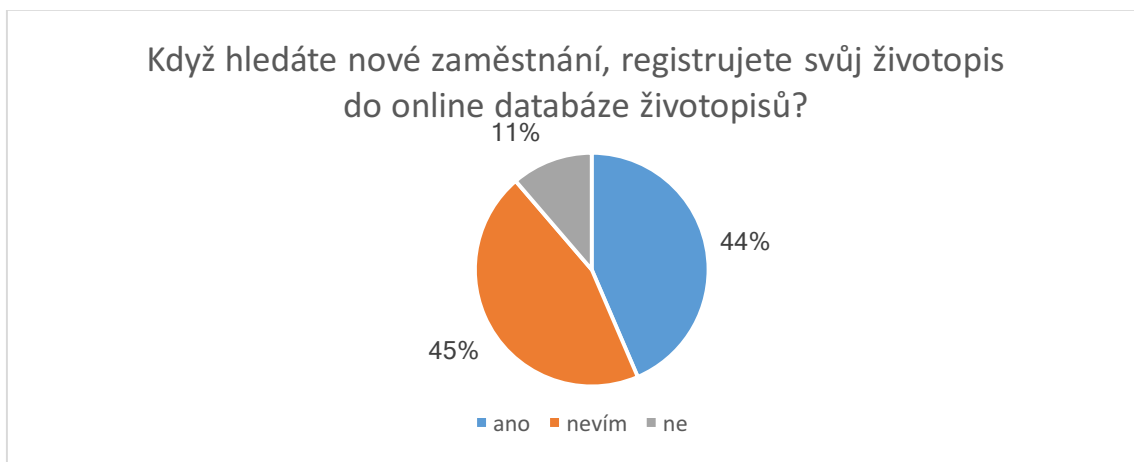
Dále bylo zjišťováno, zda respondenti vůbec zasílají svým potenciálním zaměstnavatelům své životopisy. Celých 82 % si dají práci s tím, že svůj životopis sepíše a poté jej zašlou atraktivním společností. Zbylí respondenti však své životopisy nepošílají.



Graf č. 19: Zasílání životopisů (Zdroj: vlastní zpracování).

16. Online databáze životopisů

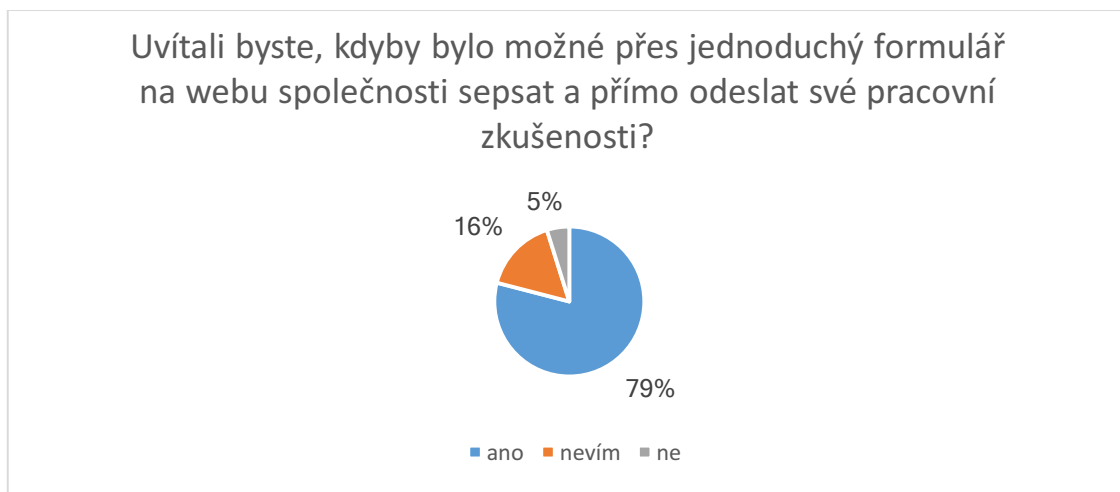
Při otázce, zda respondenti registrují své životopisy do online databáze životopisů, 45 % z nich neví, tudíž o takových online databázích nejspíš nemají informace. Avšak 44 % z dotazovaných své životopisy do databází registrují. Zbylých 11 % nevyužívá online databáze.



Graf č. 20: Online database životopisů (Zdroj: vlastní zpracování).

17. Formuláře na webu společnosti

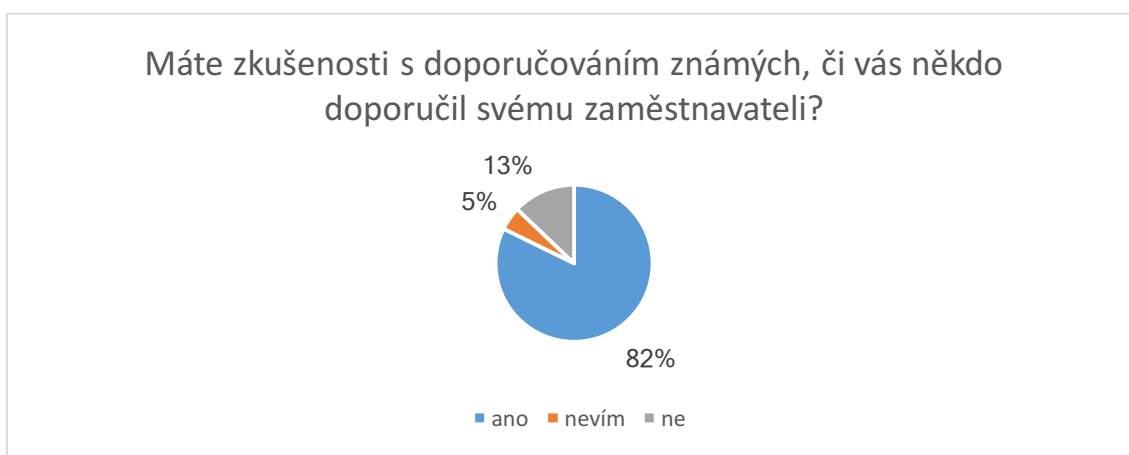
Další otázka byla mířena tím směrem, jak by se respondentům líbilo, kdyby nemuseli zdlouhavě sepisovat životopis a mohli místo toho vyplnit na stránkách společnosti online formulář, kde by sepsali své zkušenosti a přímo se tak přihlásili do výběrového řízení. Dle grafu č. 21 by téměř 80 % dotazovaných tuto možnost uvítalo.



Graf č. 21: Formulář pracovních zkušeností na webu společnost (Zdroj: vlastní zpracování).

18. Doporučování známých

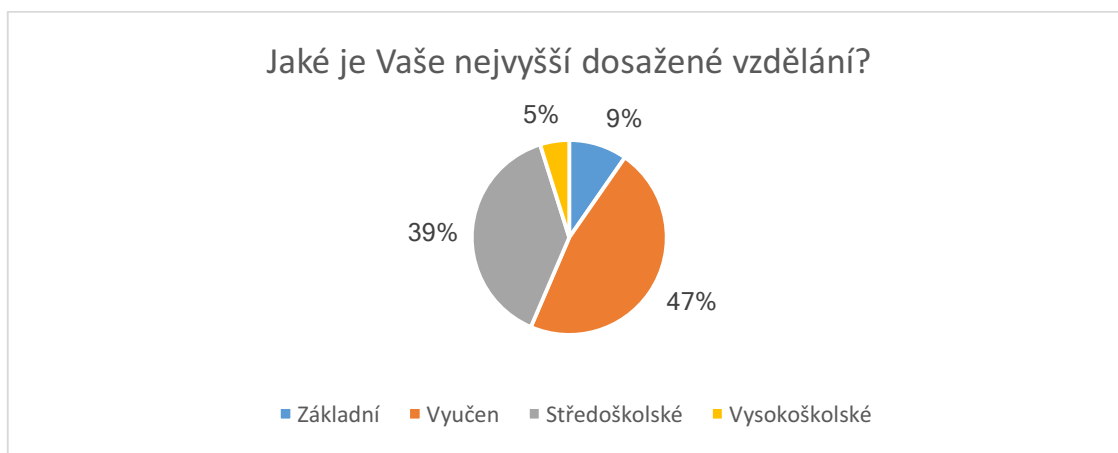
Poslední otázka týkající se metod hledání práce, byla mířena na jediný hlavní způsob získávání pracovníků společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., a to na doporučení známých. Celých 82 % respondentů má zkušenosti s doporučením známého nebo jej někdo doporučil svému zaměstnavateli.



Graf č. 22: Doporučování známých (Zdroj: vlastní zpracování).

19. Vzdělání respondentů

Poslední 3 otázky se týkají demografické stránky dotazníku. Nejprve bylo zjišťováno nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Necelá polovina respondentů dosáhla výučního listu. Druhou nejobsáhlejší skupinou jsou respondenti se středoškolským vzděláním, přesněji tedy 39 %. Devět procent respondentů ukončilo pouze základní vzdělání a pouhá 3 % mají vysokoškolský titul, což je zajímavé, že i přes vysokoškolské vzdělání zůstali u dělnické profese.



Graf č. 23: Vzdělání respondentů (Zdroj: vlastní zpracování).

20. Pohlaví respondentů

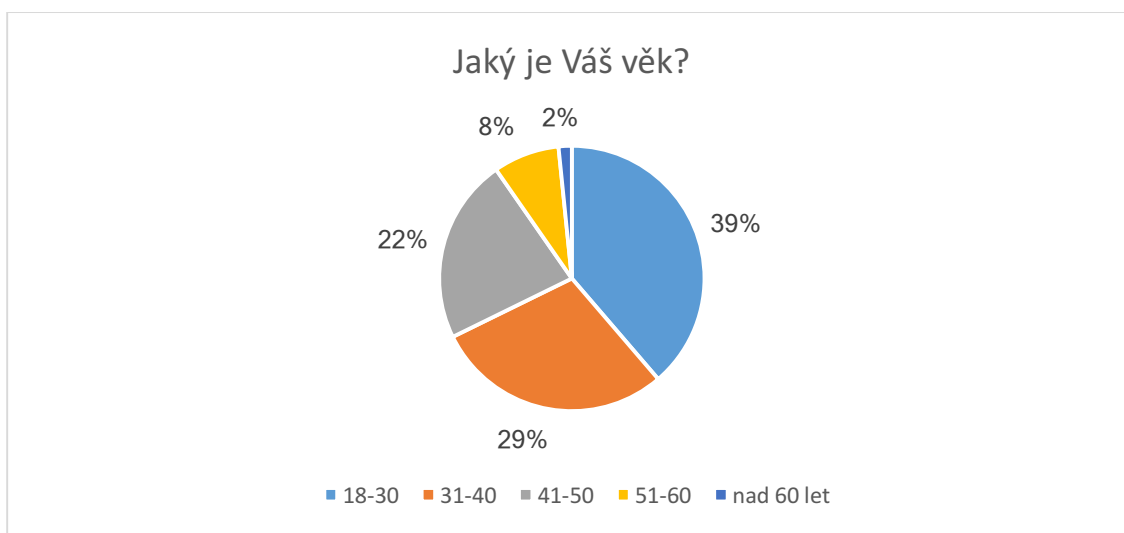
Předposlední otázka se zabývá pohlavím respondentů. Jelikož tyto dělnické montážní profese se dají označit jako mužské povolání, není divu, že 98 % respondentů jsou muži a pouhá 2 % respondentů jsou ženy. Tento fakt je zobrazen na grafu č. 24.



Graf č. 24: Pohlaví respondentů (Zdroj: vlastní zpracování).

21. Věk respondentů

Poslední otázka se týkala věku respondentů. Respondenti byli rozděleni do pěti věkových kategorií, přičemž největší podíl zaujímá skupina 18-30 let, druhá největší skupina respondentů se nachází v rozmezí 31-40 let, obě tyto skupiny tvoří necelých 70 % respondentů. Zhruba jedna pětina respondentů spadá do kategorie 41-50 let. Poslední dvě nejvyšší věkové kategorie zaujímají pouze jednu desetinu respondentů.



Graf č. 25: Věk respondentů (Zdroj: vlastní zpracování).

2.4.3 Testování hypotéz

V této kapitole je provedeno testování hypotéz, které byly představeny již v metodologii výzkumu.

První hypotéza byla určena následovně:

H1: 80 % respondentů vyhledává pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů.

Nejdříve byla tedy stanovena nulová a alternativní hypotéza:

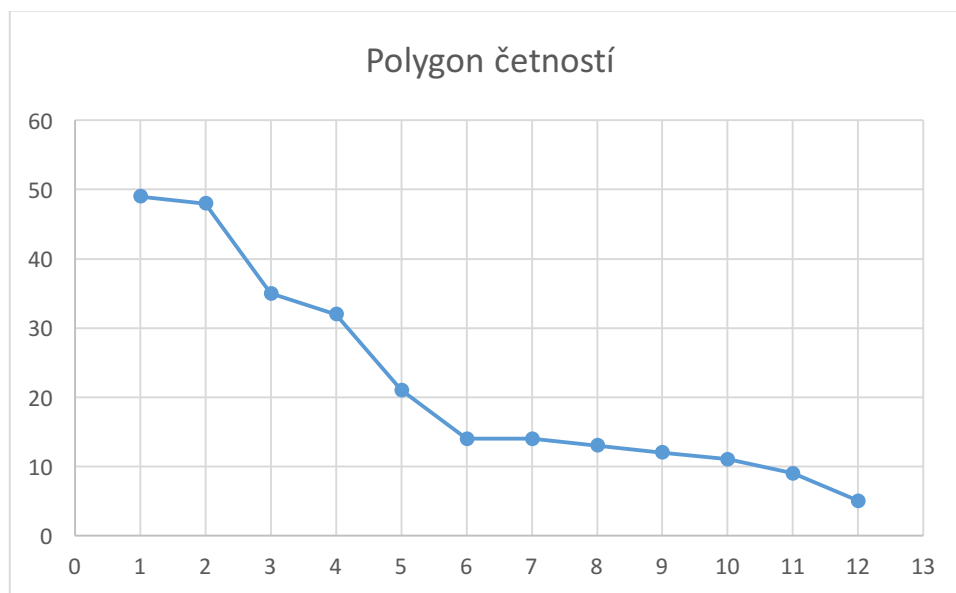
H0: Podíl respondentů vyhledávající pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů je 0,8.

H1: Podíl respondentů vyhledávající pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů není 0,8.

Tabulka č. 2: Absolutní a relativní četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

Označení metody	Metody vyhledávání pracovních nabídek	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
1	Inzeráty na pracovních portálech (jobs.cz, práce.cz, aj.)	49	79,03 %
2	Inzeráty na webu společnosti	48	77,42 %
3	Nabídky úřadu práce	35	56,45 %
4	Doporučení od známého	32	51,61 %
5	Sociální sítě	21	33,87 %
6	Místní vývěsky	14	22,58 %
7	Inzeráty v novinách či jiných médiích	14	22,58 %
8	Samostatné oslovení dané společnosti	13	20,97 %
9	Přímé oslovení personalistou společnosti	12	19,35 %
10	Letáky v poštovní schránce	11	17,74 %
11	Využití služeb personální agentury	9	14,52 %
12	Veletrh pracovních příležitostí	5	8,06 %

Data v tabulce č. 2 byla pro přehlednost byla seřazena sestupně, dále v následujícím grafu je zaznamenán polygon četností analyzovaných metod.



Graf č. 26: Polygon četností metod vyhledávání pracovních nabídek (Zdroj: vlastní zpracování).

Tabulka č. 3: Test pro podíl u jednoho výběru (Zdroj: vlastní zpracování)

n	62
p	0,790322581
n p (1-p)	10,27419355
Standardní chyba	0,051699005
Rozmezí podílu	0,688992532–0,89165263
97,5% kvantil standardizovaného normálního rozdělení	1,96
Testové kritérium	-0,190500191
Testové kritérium $0,19 < 1,96$ (kvantil standardizovaného normálního rozdělení)	
Přijímáme H_0 na hladině 0,05	

Po provedení testu pro podíl u jednoho výběru bylo zjištěno, že testové kritérium je menší než 97,5% kvantil standardizovaného normálního rozdělení, tudíž přijímáme na hladině významnosti 0,05 hypotézu, že 80 % respondentů vyhledává pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů.

Druhá hypotéza byla určena následovně:

H2: Existuje závislost mezi profilem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

Hypotéza je dále rozvedena do následujících pracovních hypotéz:

H2a: Existuje závislost mezi pohlavím respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2b: Existuje závislost mezi vzděláním respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2c: Existuje závislost mezi profesí respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2d: Existuje závislost mezi věkem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2a: Existuje závislost mezi pohlavím respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H0: Znaky jsou nezávislé.

H1: Znaky jsou závislé.

Tabulka č. 4: Aktuální četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

AKTUÁLNÍ ČETNOSTI	Pohlaví		Celkový součet
Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek	Muž	Žena	
NE	8	0	8
ANO	50	1	51
NEVÍM	3	0	3
Celkový součet	61	1	62

Tabulka č. 5: Očekávané četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

OČEKÁVANÉ ČETNOSTI	Pohlaví	
Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek	Muž	Žena
NE	7,870967742	0,129032258
ANO	50,17741935	0,822580645
NEVÍM	2,951612903	0,048387097

P-hodnota vyšla 0,896182631, což je vyšší než 0,05. Proto lze přijmout hypotézu H0, že znaky jsou nezávislé na hladině významnosti 5 %. Neexistuje závislost mezi pohlavím respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2b: Existuje závislost mezi vzděláním respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H0: Znaky jsou nezávislé.

H1: Znaky jsou závislé.

Tabulka č. 6: Aktuální četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

AKTUÁLNÍ ČETNOSTI	Vzdělání				Celkový součet
Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek	Středoškolské	Vysokoškolské	Vyučen	Základní	
NE	1	1	3	3	8
ANO	21	2	25	3	51
NEVÍM	2	0	1	0	3
Celkový součet	24	3	29	6	62

Tabulka č. 7: Očekávané četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

OČEKÁVANÉ ČETNOSTI	Vzdělání			
Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek	Středoškolské	Vysokoškolské	Vyučen	Základní
NE	3,096774194	0,387096774	3,741935484	0,774193548
ANO	19,74193548	2,467741935	23,85483871	4,935483871
NEVÍM	1,161290323	0,14516129	1,403225806	0,290322581

P-hodnota vyšla 0,086045971, což je vyšší než 0,05. Proto lze přijmout hypotézu H0, že znaky jsou nezávislé na hladině významnosti 5 %. Neexistuje závislost mezi vzděláním respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2c: Existuje závislost mezi profesí respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H0: Znaky jsou nezávislé.

H1: Znaky jsou závislé.

Tabulka č. 8: Aktuální četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

AKTUÁLNÍ ČETNOSTI	Profese		Celkový součet
	Elektromontér	Montér chladicího zařízení	
Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek			
NE	6	2	8
ANO	38	13	51
NEVÍM	1	2	3
Celkový součet	45	17	62

Tabulka č. 9: Očekávané četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

OČEKÁVANÉ ČETNOSTI	Profese	
	Elektromontér	Montér chladicího zařízení
Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek		
NE	5,806451613	2,193548387
ANO	37,01612903	13,98387097
NEVÍM	2,177419355	0,822580645

P-hodnota vyšla 0,29509626, což je vyšší než 0,05. Proto lze přijmout hypotézu H0, že znaky jsou nezávislé na hladině významnosti 5 %. Neexistuje závislost mezi profesí respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H2d: Existuje závislost mezi věkem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

H0: Znaky jsou nezávislé.

H1: Znaky jsou závislé.

Tabulka č. 10: Aktuální četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

AKTUÁLNÍ ČETNOSTI	Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek			Celkový součet
	NE	ANO	NEVÍM	
Věk				
18-30	0	24	0	24
31-40	0	18	0	18
41-50	5	7	2	14
51-60	3	2	0	5
nad 60 let	0	0	1	1
Celkový součet	8	51	3	62

Tabulka č. 11: Očekávané četnosti (Zdroj: vlastní zpracování).

OČEKÁVANÉ ČETNOSTI	Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek		
	NE	ANO	NEVÍM
Věk			
18-30	3,096774194	19,74193548	1,161290323
31-40	2,322580645	14,80645161	0,870967742
41-50	1,806451613	11,51612903	0,677419355
51-60	0,64516129	4,112903226	0,241935484
nad 60 let	0,129032258	0,822580645	0,048387097

P-hodnota vyšla $7,42917 \cdot 10^{-8}$, což je hodnota nižší než 0,05, tudíž lze zamítnout hypotézu H0 a přijmout hypotézu H1, že znaky jsou závislé. Existuje závislost mezi věkem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet.

Tabulka 12: Cramérův test kontingence (Zdroj: vlastní zpracování).

CRAMÉRŮV TEST KONTINGENCE	Využívání internetu při vyhledávání pracovních nabídek		
Věk	NE	ANO	NEVÍM
18-30	3,096774194	0,918406072	1,161290323
31-40	2,322580645	0,688804554	0,870967742
41-50	5,645737327	1,771030993	2,58218126
51-60	8,59516129	1,085452245	0,241935484
nad 60 let	0,129032258	0,822580645	18,71505376
X^2	48,6469888		
n	62		
m	3		
V	0,626350082		

Dle Cramérova testu kontingence vyšla závislost ve výši 0,626350082, což je v rozmezí 0,5-1, avšak blíže 0,5, tudíž závislost lze definovat jako středně silnou.

2.4.4 Diskuze výsledků výzkumu

Výsledky výzkumu naplnily výzkumná očekávání. Již podle literární rešerše, kdy Armstrong udává, že inzerce je nejčastěji využívanou metodou pro získávání pracovníků a také dle Šimákové, která říká, že v současné době snad každá společnost využívá internet k vyhledávání nových pracovníků. Výsledky výzkumu pouze potvrdily to, že i uchazeči, kteří jsou na druhé straně náborových procesů, nejčastěji využívají tyto metody pro vyhledávání nových pracovních nabídek. Tudíž odpověď na centrální výzkumnou otázku lze formulovat následovně: *Nejčastější metody vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v Olomouckém kraji jsou za pomoci online inzerce na pracovních portálech a inzerce na webových stránkách zaměstnavatelů.* Drtivá většina respondentů využívá internet k vyhledávání nových pracovních nabídek.

Online výzkumu pomocí dotazníkového šetření se zúčastnil vzorek o 62 montážních dělnících Olomouckého kraje, z nichž dvě třetiny respondentů byly elektromontéři a zbylá jedna třetina montéři chladicího zařízení. Naprostá většina dotazovaných byli muži s výučním listem či středoškolským vzděláním, především ve věku 18-40 let. Respondenti jsou zastoupeni vyrovnanými skupinami dle počtu let zkušeností od 1 roku

až po více než 10 let. Polovina dotazovaných se nyní nachází v pracovním poměru na pracovní smlouvu a skoro třetina z nich je nyní nezaměstnaná, což pro společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., může být příležitost k nalezení nových zaměstnanců. A jelikož více než polovina dotazovaných preferují k zaměstnání malý podnik a většina je otevřena novým pracovním příležitostí, společnost FAKSA-STRAKA má nyní skvělou možnost začít s online náborovými aktivitami.

2.4.5 Závěr a limity výzkumu

V rámci výzkumu byly zjišťovány nejčastější metody vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v Olomouckém kraji. Zpočátku byl definován hlavní cíl výzkumu a následně pak centrální výzkumná otázka. Hlavním cílem výzkumu bylo identifikovat vhodné metody pro získávání montážních dělníků pro společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., působící v Olomouckém kraji.

Za účelem zodpovězení výzkumné otázky bylo provedeno dotazníkové šetření, které odhalilo očekávané výsledky výzkumu. Dále bylo provedeno testování hypotéz, díky nimž se dospělo k následujícím závěrům:

80 % respondentů vyhledává pracovní nabídky prostřednictvím online pracovních portálů na hladině významnosti 0,05.

Neexistuje závislost mezi pohlavím respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet na hladině významnosti 0,05.

Neexistuje závislost mezi vzděláním respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet na hladině významnosti 0,05.

Neexistuje závislost mezi profesí respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet na hladině významnosti 0,05.

Existuje závislost mezi věkem respondenta a tím, zda respondent využívá k vyhledávání pracovních nabídek internet na hladině významnosti 0,05. Dle Cramérova testu kontingence je tato závislost středně silná.

Mezi nejvýraznější limity výzkumu patří především skutečnost, že se ani zdaleka nepodařilo naplnit požadovaný vzorek respondentů, který se zjišťoval z neaktuálních dat ČSÚ, a výsledky tudíž mají nižší hodnotu spolehlivosti.

I přes veškeré překážky však byl hlavní cíl výzkumu splněn a výzkumná otázka zodpovězena.

2.5 Analýza trhu práce

Tato kapitola slouží k analýze situace na trhu práce, bude zde sledován vývoj nezaměstnanosti, volných pracovních míst a míra nezaměstnanosti. Analyzovanou lokalitou je Olomoucký kraj a samotný okres Olomouc, v němž se společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., nachází.

2.5.1 Nezaměstnanost

Vývoj nezaměstnanosti je možné sledovat veličinami jako je podíl nezaměstnaných osob a počet uchazečů na jedno volné pracovní místo.

Olomoucký kraj patří dlouhodobě mezi kraje s nadprůměrnou nezaměstnaností, která byla od roku 2010 třetí nejvyšší v rámci České republiky, v roce 2016 však došlo k posunu a od té doby zaujímá čtvrté nejvyšší místo v pořadí. Okres Olomouc i město Olomouc v rámci kraje patřily v minulosti mezi oblasti s nižší nezaměstnaností. V letech 2015-2017 se nezaměstnanost ve městě i okrese pohybovala nad úrovní ČR, od roku 2018 hodnota nezaměstnanosti klesla pod celorepublikový průměr (26).

V roce 2020 bylo díky pandemii COVID-19 znovu dosaženo podobně vysoké úrovně nezaměstnanosti jako v roce 2017, v samotném městě Olomouc se pohybovala míra nezaměstnanosti o 0,1 % nad průměrem ČR.

Tabulka č. 13: Vývoj podílu nezaměstnaných osob v % k 31.12. (Zdroj: 26, 27,59).

Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Olomouc	7, 5	6, 3	4, 1	3, 0	2, 8	4,1
Okres Olomouc	7, 0	5, 7	3, 9	2, 8	2, 6	3,8
ČR	6, 2	5, 2	3, 8	3, 1	2, 9	4,0

Pokud by byl sledován podíl nezaměstnaných osob ve všech okresech Olomouckého kraje, nejhůře na tom je okres Jeseník, který při srovnání s okresem Olomouc, má jednou tak vysoký podíl nezaměstnaných osob. Nejnižší podíl nezaměstnaných osob je každoročně dle tabulky č. 14 v okrese Prostějov.

Tabulka č. 14: Podíl nezaměstnaných v okresech Olomouckého kraje v % k 31.12. (Zdroj: 26, 27, 28, 60).

Okres/Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Jeseník	9,5	8,5	7,2	5,6	5,0	6,4
Olomouc	7,0	5,7	3,9	2,8	2,6	3,8
Prostějov	4,9	3,9	2,8	2,4	2,0	2,8
Přerov	8,2	6,9	5,4	4,1	3,3	4,9
Šumperk	6,9	6,2	4,5	3,9	3,4	4,3
Olomoucký kraj	7,0	5,9	4,3	3,4	2,9	4,1

2.5.2 Pracovní síla

V tabulce níže je uveden průměrný počet uchazečů o zaměstnání na jedno volné pracovní místo ke konci uvedeného roku. Přestože v okrese Olomouc je každoročně vyšší počet uchazečů o zaměstnání na jedno volné pracovní místo než v celé ČR, lze si všimnout, že tato hodnota každým rokem klesá, tedy až na rok 2019, kdy došlo k mírnému nárůstu oproti roku 2018. Klesající trend tohoto ukazatele je pro společnosti záporným jevem, jelikož při poptávce pracovní síly firma potřebuje co nejvíce možných uchazečů, aby si mohla vybrat co nejkvalitnější pracovníky. Pokud je tato hodnota nižší než 1 (tzn. jeden uchazeč na jedno volné pracovní místo), není možné obsadit všechna volná pracovní místa. Hodnoty nižší než 1 bylo v okrese Olomouc dosaženo pouze v roce 2018, avšak tento trend je již od roku 2017 na velmi nízké úrovni.

Tabulka č. 15: Počet uchazečů o zaměstnání na jedno volné pracovní místo k 31.12. (Zdroj: 27, 59, 61).

Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Okres Olomouc	5,4	3,6	1,8	0,9	1,3	2,0
ČR	4,4	2,9	1,3	0,7	0,6	0,9

Tabulka č. 16 zachycuje přesné počty ekonomicky aktivního a neaktivního obyvatelstva na území Olomouckého kraje. Dle údajů pracovní síla každým rokem roste, tedy až na rok 2019, zvyšuje se počet zaměstnaných osob, snižuje se počet nezaměstnaných a také klesá počet ekonomicky neaktivního obyvatelstva. To znamená, že v Olomouckém kraji ubývá dobrovolně nezaměstnaných osob, dětí a studentů, kteří se nenachází v pracovním poměru a lidí v důchodu.

Tabulka č. 16: Ekonomicky aktivní a neaktivní obyvatelstvo v Olomouckém kraji (Zdroj: 27).

Rok	2015	2016	2017	2018	2019
Pracovní síla (tis. osob)	307,8	312,1	314,5	319,8	314,0
v tom:					
zaměstnaní	289,6	300,5	304,7	311,6	306,3
nezaměstnaní	18,2	11,5	9,8	8,2	7,7
Ekonomicky neaktivní (tis. osob)	231,9	226,3	222,0	215,2	219,9

2.5.3 Největší zaměstnavatelé

Největší zaměstnavatelé podle počtu zaměstnanců v Olomouckém kraji k 31. 12. 2019
(řazeno abecedně)

Název firmy	Sídlo	Převažující činnost
Bartoň a Partner s.r.o.	Olomouc	Všeobecný úklid budov
Fakultní nemocnice Olomouc	Olomouc	Ústavní zdravotní péče
FORCORP GROUP spol. s r.o.	Olomouc	Činnosti soukromých bezpečnostních agentur
HELLA AUTOTECHNIK NOVA, s.r.o.	Mohelnice	Výroba elektrických osvětlovacích zařízení
Honeywell Aerospace Olomouc s.r.o.	Hlubočky	Výroba letadel a jejich motorů, kosmických lodí a souvisejících zařízení
Meopta - optika, s.r.o.	Přerov	Výroba optických a fotografických přístrojů a zařízení
Miele technika s.r.o.	Uničov	Výroba elektrických spotřebičů převážně pro domácnost
Nemocnice Šumperk a.s.	Šumperk	Ústavní zdravotní péče
SSI Schäfer s.r.o.	Hranice	Výroba kovových konstrukcí a jejich dílů
Statutární město Olomouc	Olomouc	Všeobecné činnosti veřejné správy
Středomoravská nemocniční a.s.	Prostějov	Ústavní zdravotní péče
TDK Electronics s.r.o.	Šumperk	Výroba elektrických motorů, generátorů a transformátorů
Univerzita Palackého v Olomouci	Olomouc	Terciární vzdělávání

Obrázek č. 5: Největší zaměstnavatelé v Olomouckém kraji k 31.12.2019 (Zdroj: 29).

Na obrázku č. 5 jsou uvedeni největší zaměstnavatelé v Olomouckém kraji za rok 2019, ČSÚ uvádí, že největším zaměstnavatelem v Olomouckém kraji je již několik let po sobě Fakultní nemocnice Olomouc, v tabulce níže je FN Olomouc zařazena velikostně do kategorie s počtem 4 až 5 tisíc zaměstnanců. Tabulka č. 17 obsahuje více specifikované největší zaměstnavatele v Olomouci za rok 2019 rozdělené podle odvětví.

Tabulka č. 17: Největší zaměstnavatelé v Olomouci za rok 2019 (Zdroj: 26).

Odvětví	Název zaměstnavatele	Velikostní kategorie (dle počtu zaměstnanců)
Potravinářství	NESTLÉ ČESKO s.r.o., závod Zora NUTREND D. S., a.s. OLMA Olomouc, a.s.	500 - 999 250 - 499 250 - 499
Strojírenství	Honeywell Aerospace Olomouc s.r.o. AŽD Praha, s.r.o., závody Olomouc John Crane a. s. KOYO Bearings Česká republika s.r.o. Mora Moravia, a. s. Edwards, s.r.o. Senior Flexonics Czech s.r.o. Wanzl spol. s.r.o.	1000 – 1499 500 – 999 500 – 999 500 – 999 500 – 999 250 – 499 250 – 499 250 – 499
Elektro průmysl	M. L. S. Holice, spol. s r.o.	500 – 999
Farmaceutický průmysl	FARMAK, a.s.	250 – 499
Stavebnictví	GEMO Olomouc, spol. s r.o. SKANSKA a.s.	250 – 499 250 – 499
Obchod	Albert Česká republika, s.r.o. GLOBUS ČR, k.s.	500 – 999 250 – 499
Služby	Bartoň a Partner s.r.o. Technické služby města Olomouce, a.s.	250 – 499 250 – 499
Doprava a spoje	Správa železnic, s.o. ČD CARGO a.s. ČESKÁ POŠTA, s.p. ČESKÉ DRÁHY, s.o., ol. oblast DOPRAVNÍ PODNIK Olomouc, a.s.	500 – 999 250 – 499 250 – 499 250 – 499 250 – 499
Zdravotnictví	Fakultní nemocnice Olomouc Vojenská nemocnice Olomouc	4 000 – 4 999 500 – 999
Školství, veřejná a státní správa	Univerzita Palackého v Olomouci Olomoucký kraj Statutární město Olomouc	3 000 – 3 999 500 – 999 500 – 999

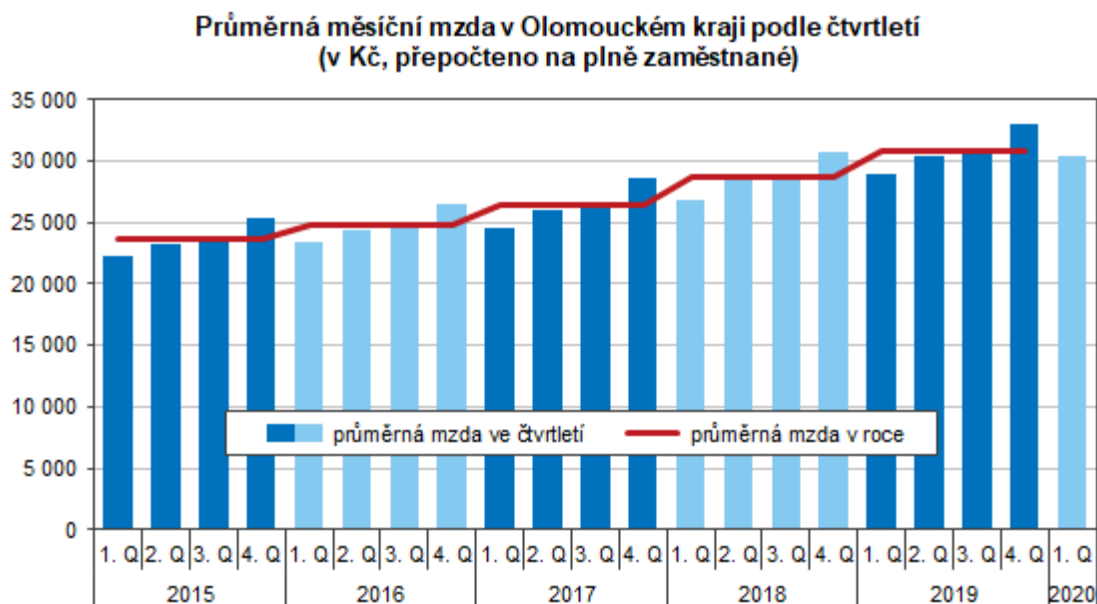
2.5.4 Mzdy

Průměrná měsíční mzda v Olomouckém kraji výrazně pokulhává za průměrem ČR, mzdy v samotném okrese Olomouc jsou z hlediska kraje nadprůměrné, nicméně stále vysoce pod průměrem ČR.

Tabulka č. 18: Průměrná měsíční mzda v Kč (Zdroj: 26, 62).

Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Olomoucký kraj	25 215	24 666	26 372	28 705	30 784	32 435
ČR	28 152	27 589	29 504	31 885	34 125	35 611

V níže uvedeném grafu je zaznamenán vývoj průměrné měsíční mzdy v Olomouckém kraji od roku 2015. V roce 2019 a 2020 se průměrná mzda nachází nad částkou 30 000 Kč. Společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., nabízí hrubou mzdu pro elektromontéry a montéry chladicího zařízení v rozmezí mezi 33 000 a 38 000 Kč, tudíž se nachází nad průměrem v Olomouckém kraji. Tato skutečnost by mohla být jedním z aspektů pro přilákání nových potenciálních pracovníků (25).



Graf č. 27: Průměrná měsíční mzda v Olomouckém kraji (Zdroj: 30).

2.6 Analýza pracovních portálů

Díky rychlému rozšíření internetu do většiny domácností a rozvoji pracovních portálů je nalezení vhodného pracovního místa otázkou několika kliknutí myši. Uchazeči nyní nemusí vynaložit tolik úsilí, stačí jednoduše najít správný pracovní portál, zvolit lokalitu a obor požadovaného zaměstnání a zobrazí se mu pouze ty inzeráty, které odpovídají jeho požadavkům. Najít pracovní nabídky je proto velmi rychlé a uchazeči pracovních portálů rádi využívají. Z důvodu přilákání co nejvíce uchazečů je pro organizaci důležité si tyto portály zanalyzovat a vybrat pro svou inzerci ty nejnavštěvovanější a také nejméně nákladné (31).

V této analýze bude srovnáno 5 pracovních portálů, které byly v kapitole 2.3 Výzkum metod vyhledávání nabídek na trhu práce označeny dotazovanými jako nejvíce využívané. Jedná se tedy o tyto portály:

- Práce.cz,
- Jobs.cz,
- Easy-práce.cz,
- INwork.cz,
- VolnáMísta.cz.

2.6.1 Zobrazení inzerátu

Zde bude zanalyzováno, na jaké náklady vyjde zobrazení jednoho inzerátu na 5 nejvyužívanějších pracovních portálech.

1. Práce.cz

Na portálu Práce.cz nabízí 3 různé balíčky:

- **Mini** – 1 inzerát na 10 dní za 1 990 Kč.
- **Standard** – 1 inzerát na 30 dní za 3 900 Kč, každý týden přesunutí inzerátu mezi nejnovější.
- **3x Standard** – 3 inzeráty na 30 dní za 9 900 Kč, tudíž jeden inzerát vychází na 3 300 Kč a tyto 3 inzeráty se musí vyčerpat do 12 měsíců, každý týden přesunutí inzerátu mezi nejnovější (32).

2. *Jobs.cz*

Portál Jobs.cz nabízí 3 různé balíčky:

- **Light** – 1 inzerát na 30 dní za 6 900 Kč, nabídka je také zaslána uživatelům na e-mail jako upozornění.
- **Standard** – 1 inzerát na 30 dní za 8 400 Kč, nabídka zaslána na e-mail, každý týden je vystavení obnoveno, aby se dostalo mezi nejnovější nabídky.
- **3x Standard** – 3 inzeráty na 30 dní za 20 900 Kč (vyčerpání během 12 měs.), jeden inzerát tedy stojí 6 966 Kč, nabídka je zaslána na e-mail, každý týden je vystavení inzerátu obnoveno, aby se dostalo mezi nejnovější nabídky (33).

3. *Easy-práce.cz*

Portál Easy-práce.cz nabízí 3 různé balíčky dle doby zobrazení:

- **40 dní** – 1 inzerát za 1 500 Kč,
- **10 dní** – 1 inzerát za 900 Kč,
- **5 dní** – 1 inzerát za 500 Kč (34).

4. *INwork.cz*

Portál INwork.cz poskytuje **2 inzeráty měsíčně zdarma** na jiné než obchodní pozice, avšak tyto inzeráty bývají vždy zařazeny až za placenou inzerci (35).

Jinak portál funguje na bázi kreditů, kdy si společnost vybere balíček kreditů, díky kterým lze jak inzeráty přidávat, tak topovat a aktualizovat. Portál nabízí následující kreditové balíčky:

- **Start** – 40 kreditů za 3 400 Kč, při předpokladu využití průměrně 4 kreditů za inzerát, vyjde jeden inzerát na měsíc za 340 Kč.
- **Klasik** – 100 kreditů za 7 400 Kč, při stejném předpokladu jeden inzerát bude ve výši 296 Kč.
- **Extra** – 300 kreditů za 20 700 Kč, jeden inzerát za 276 Kč
- **Super** – 1 000 kreditů za 65 000 Kč, jeden inzerát za 260 Kč (35).

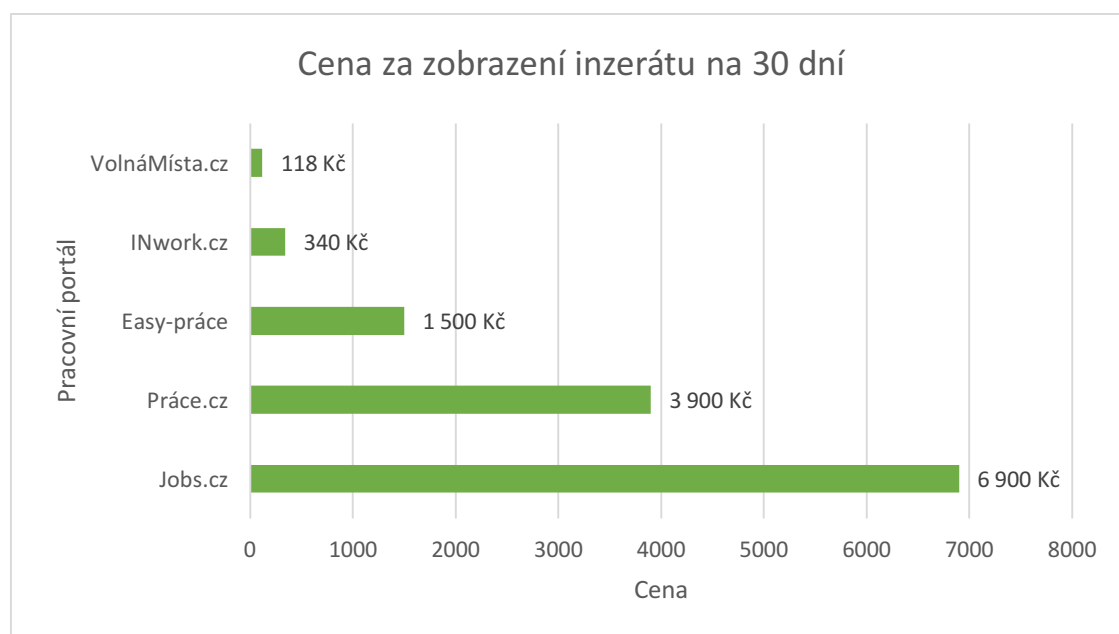
5. *VolnáMísta.cz*

Tento portál patřící k webovým stránkám Seznam.cz umožňuje vkládat **inzerce na 14 dní zdarma**, nabídky je možné za poplatek zvýhodnit:

- Zvýraznění – za 59 Kč/ inzerát na 14 dní.
- Inzerát s fotografií – 299 Kč na 14 dní (36).

Srovnání uvedených pracovních portálů

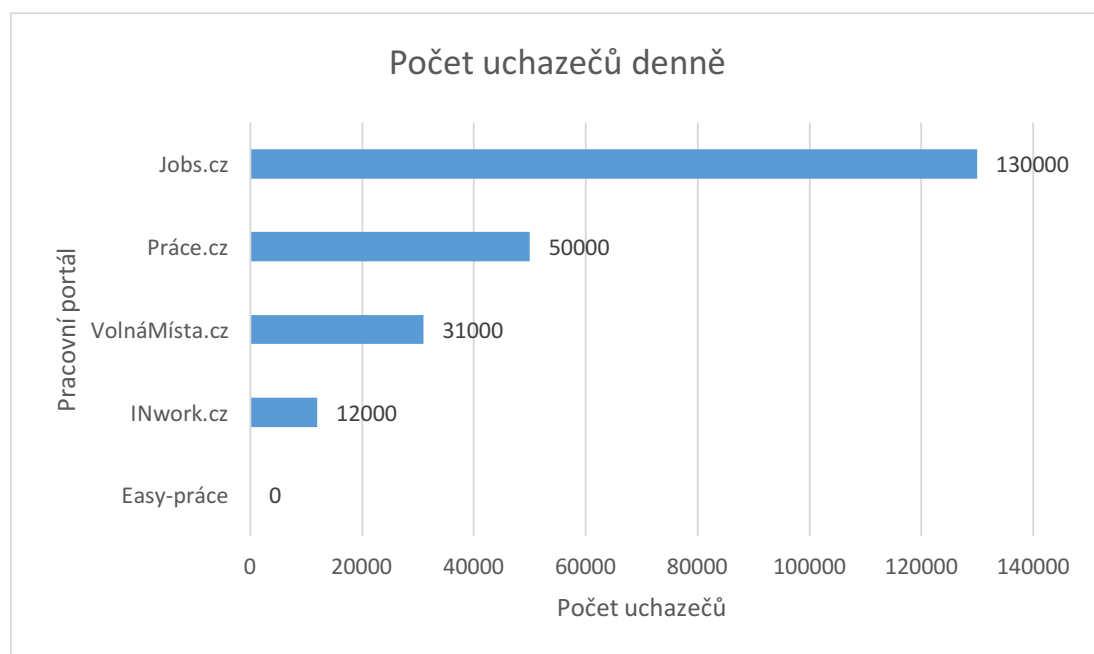
Dle analyzovaných dat byl vytvořen graf sloužící ke srovnání cen za zobrazení inzerátů na pracovních portálech. Za nejméně nákladné portály lze označit VolnáMísta.cz a INwork.cz, kde lze v omezeném množství zobrazovat inzeráty i bez poplatku. Základní zvýraznění VolnáMísta poskytují za 59 Kč/14 dní, za 30 dní je to tedy 118 Kč. INwork zase poskytuje 2 inzeráty měsíčně zdarma, avšak při koupi základních 40 kreditů sloužící k topování a k aktualizaci inzerátů společnost zaplatí v průměru cca 340 Kč za jeden inzerát. Na nejvyužívanějším portálu Práce.cz stojí zobrazení 1 inzerátu dokonce 3 900 Kč, což je např. oproti INworku 11,5krát více. Portál Jobs.cz nabízí zobrazení inzerátu dokonce o 77 % draž než Práce.cz.



Graf č. 28: Srovnání cen za zobrazení inzerátu na pracovních portálech (Zdroj: vlastní zpracování).

2.6.2 Denní počet uchazečů

Dle níže uvedeného grafu má nejvyšší denní počet uchazečů „nejdražší“ portál Jobs.cz. Portál Práce.cz mají ročně o 61,5 % uchazečů méně, v porovnání s náklady za inzerci je toto číslo adekvátní. Překvapující je, že třetím portálem s nejvyšším denním počtem uchazečů jsou VolnáMísta, které poskytují inzerci zdarma, popř. za minimální poplatek za zvýraznění, v očekávání tedy bylo, že tento portál se umístí jako poslední. Portál Easy-práce má uvedenou 0, jelikož tento údaj o uchazečích na svém webu neuvádí.



Graf č. 29: Počet uchazečů denně (Zdroj: vlastní zpracování dle 32, 33, 34, 35, 36).

2.6.3 Online databáze uchazečů a životopisů

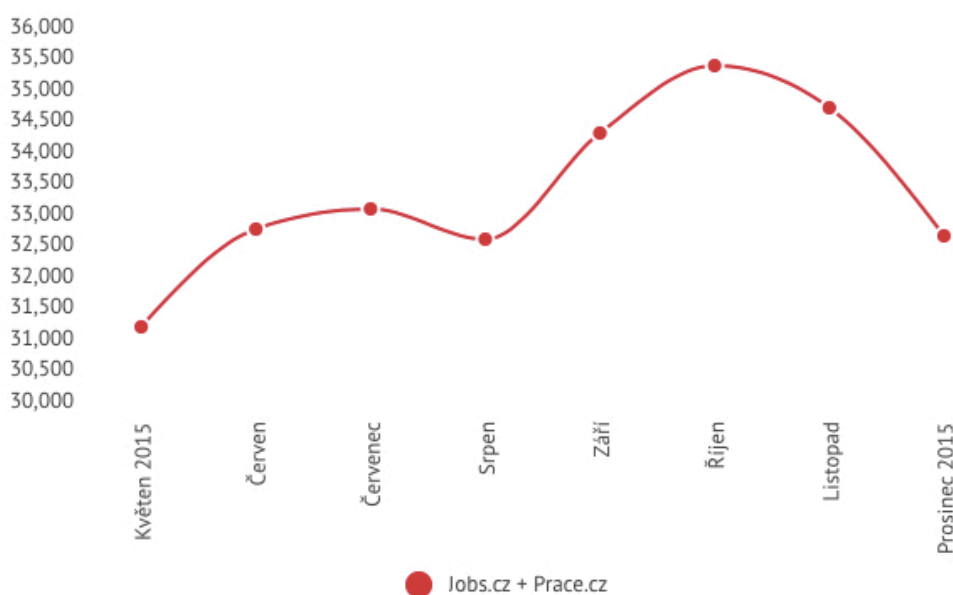
Zajímavým faktem je, že portály **Jobs.cz** a **Práce.cz** mají společnou databázi životopisů v aplikaci **Teamio**. Je to dáno tím, že tyto dva portály spravuje jedna společnost. Portál Jobs.cz slouží totiž spíše pro hledání specialistů, expertů a manažerských pozic, Práce.cz je spíše určena k hledání řemeslníků a jiných odborných profesí. Životopisy v databázi Teamio si mohou zaměstnavatelé či personalisté zdarma prohlížet, ale za odkrytí kontaktních údajů organizace platí od **80 Kč** za životopis (37).

Databáze životopisů Jobs.cz a Prace.cz



V naší databázi máte k dispozici desítky tisíc životopisů potenciálních kandidátů, kteří za poslední měsíc hledali aktivně práci.

Kolik je v databázi aktivních životopisů?



Obrázek č. 6: Databáze životopisů Jobs.cz a Práce.cz (Zdroj: 38).

Obrázek č. 6 uvádí vývoj počtu aktivních životopisů v aplikaci Teamio za období květen-prosinec 2015. Tato data jsou sice zastaralá, avšak jsou to jediná data o počtech uchazečů, které Teamio poskytuje. Z obrázku lze tedy vyčíst, že v uvedeném období se v databázi životopisů nacházelo v rozmezí 30 000-35 000 aktivních životopisů, avšak se jednalo o uchazeče různých pozic a oborů.

Databázi životopisů dále skýtá poskytovatel portálu **Easy-práce**, databáze se nazývá **Životopisy.cz**. Jedná se o životopisy, které si uchazeči založili přímo na této stránce, nepřebírají je tedy z jiných databází. V databázi se k počátku ledna 2021 nachází 8 383 ověřených uchazečů, kteří právě hledají práci. Databázi lze prohlížet zdarma, platí se také až za odkrytí kontaktních údajů, cena za odkrytí jednoho životopisu je od **41 Kč** (39).

Zbylé pracovní portály nenabízí databázi životopisů, avšak za zmínku rozhodně stojí také pracovní portál **Profesia.cz**. Profesia nabízí databázi, která obsahuje více než 21 000 ověřených životopisů. V databázi lze vyhledávat uchazeče za pomoci použití klíčových slov a i v tomto případě se platí pouze za odkrytí kontaktních údajů, a to maximálně **34,40 Kč** za jeden kontakt (40).

Srovnání databází

Tabulka níže obsahuje souhrn výše analyzovaných informací. Po srovnání všech tří databází lze usoudit, že nejvýhodnější podmínky pro využívání databáze k vyhledávání relevantních životopisů nabízí portál Profesia.cz, přestože nabízí asi o třetinu méně ověřených životopisů.

Tabulka č. 19: Srovnání databází (Zdroj: vlastní zpracování)

Databáze životopisů	Cena za odkrytí kontaktu	Počet ověřených životopisů
Teamio.cz	od 80 Kč	30 000-35 000
Životopisy.cz	od 41 Kč	8 383
Profesia.cz	max. 34,40 Kč	21 000

2.7 Benchmarking inzerce konkurenčních společností

V této kapitole je provedeno srovnání inzerce 3 konkurenčních společností, které taktéž provozují svou činnost na Moravě. Jedná se o společnosti: Vzduchotechnika Zmrzlík, s. r. o., GLOBAL CLIMA, s. r. o., a AZ KLIMA a. s.

2.7.1 Vzduchotechnika Zmrzlík

Společnost Vzduchotechnika Zmrzlík, s. r. o., sídlí ve Šternberku a vznikla privatizací státního podniku, který patřil mezi první společnosti v tehdejší Československu vyrábějící vzduchotechniku. Firma provádí mimo jiné také zaměření a návrh řešení vzduchotechniky a klimatizací, zpracování projektů v 3D grafickém výstupu, zobrazení 2D pohledu, cenové kalkulace, maloobchodní a velkoobchodní prodej, doprava výrobků k zákazníkovi, montáž, zprovoznění zařízení a zaškolení obsluhy, izolace, měření, regulace, servis a revize (41).

Společnost na svých webových stránkách neuvádí volné pozice, ani nenabízí žádnou sekci, která by byla věnována možné kariéře. Firma také nepůsobí na sociálních sítích. Po analýze na různých pracovních portálech bylo dospěno k závěru, že společnost momentálně neobsazuje žádnou pozici. Bylo však zjištěno, že organizace má aktivní profil na pracovních portálech Jobs.cz a VolnáMísta.cz, což znamená, že při obsazování pracovních pozic využívá k inzerci nejméně tyto dva portály.

Vzduchotechnika Zmrzlík s.r.o. právě neobsazuje žádné pozice

Tato společnost momentálně nemá zveřejněné žádné inzeráty.

Obrázek č. 7: Inzerce VZT Zmrzlík na Jobs.cz (Zdroj: 42).

Příloha domovské stránky  Seznam.cz

Volná místa: Vzduchotechnika Zmrzlík s.r.o.

Informace o zaměstnavateli najdete na [Firmy.cz](#)



Obrázek č. 8: Inzerce VZT Zmrzlík na Volných místech (Zdroj: 43).

2.7.2 GLOBAL KLIMA

Společnost GLOBAL CLIMA, s. r. o., je také jedním z českých dodavatelů vzduchotechniky, klimatizačních jednotek, tepelných čerpadel a chlazení. Pracovníci zpracují návrh dle potřeb a požadavků zákazníků, počínaje projektem přes realizaci až po samotný servis. Společnost zabezpečuje dodávky celků v oblasti vzduchotechniky, dodávky v oblasti klimatizace pro výrobní, kancelářské, obchodní a bytové prostory. Dále instaluje tepelná čerpadla, průmyslová chlazení a specializuje se také na dodávku stlačeného vzduchu pro průmyslové využití. Firma má provozovnu v Hranicích a ve Vsetíně (44).

Webové stránky společnosti nabízí sekci Volné pozice, kde podnik inzeruje nabídky na 4 různé pozice, a to: Operátor výroby vzduchotechnického potrubí, Projektant vzduchotechniky a vytápění, Montér vzduchotechniky a klimatizací a Servisní technik pro montáž klimatizací.

Každý inzerát obsahuje nejprve náplň práce, jaké jsou hlavní požadavky pro danou pozici, co společnost nabízí a nakonec místo pracoviště. Pod každým inzerátem se nachází tlačítko „Mám zájem o práci,“ při kliknutí se objeví formulář sloužící k uvedení osobních údajů, krátkého průvodního dopisu a přiložení životopisu.

The screenshot shows the website of Global Clima s.r.o. with a navigation bar at the top containing links: DOMŮ, O NÁS, NAŠE SLUŽBY, SERVIS, VOLNÉ POZICE (highlighted), and KONTAKTY. Below the navigation bar is a button labeled 'NAŠE SLUŽBY'. The main content area features a job advertisement for 'Operátor výroby vzduchotechnického potrubí'. The advertisement is structured with a title, followed by sections for 'NÁPLŇ PRÁCE:', 'POŽADAVKY:', and 'NABÍZÍME:'. At the bottom of the advertisement is a button labeled 'MÁM ZÁJEM O PRÁCI'. Below the advertisement, there is a short paragraph about the company's services. In the bottom right corner of the website, there is a small blue button with an upward arrow.

Operátor výroby vzduchotechnického potrubí

NÁPLŇ PRÁCE:
provádění výrobních operací při výrobě vzduchotechnického potrubí
jedná se o čistou práci v lehké kovovýrobě
kontrola kvality výrobků
pravidelná kontrola výrobní linky
udržování čistoty na pracovišti v hale

POŽADAVKY:
vyučení nejlépe v oboru klempíř, není však podmínkou
orientace v technické dokumentaci
manuální zručnost
pečlivost, zodpovědnost
znalost práce na PC – word, excel

NABÍZÍME:
zájem české stabilní společnosti
práci v jednosměnném provozu na HPP
pracovní smlouva na dobu neurčitou
motivační mzdové ohodnocení včetně placených přesčasových hodin
půlroční odměny, firemní akce a vánoční dárky
dobrá dopravní dostupnost
nástup ihned
místo pracoviště: Global Clima s.r.o., Družstevní 2169, 753 01 Hranice

Naše společnost nabízí komplexní služby v oblastech vzduchotechnika, klimatizace, chlazení, vytápění, tepelná čerpadla a stlačený vzduch. Nezabýváme se pouze dodávkou zařízení a montážními pracemi, ale naše řešení zahrnuje řadu služeb od projektování, přes instalace až po servis.

MÁM ZÁJEM O PRÁCI

Obrázek č. 9: Příklad inzerátu společnosti na webových stránkách (Zdroj: 44).

Společnost GLOBAL CLIMA stejně jako VZT Zmrzlík není činná na sociálních sítích, avšak také má aktivní profil na pracovních portálech Jobs.cz a VolnáMísta.cz, kde však v tuto dobu svá volná místa neinzeruje.

2.7.3 AZ KLIMA

Společnost AZ KLIMA a. s. sídlící v Brně se taktéž zabývá projekcí, výrobou, komplexními dodávkami a servisem vzduchotechnických a klimatizačních zařízení; dále vyrábí potrubí včetně příslušenství a klimatizačních jednotek. Dále zajišťují TZB, od chlazení až po vytápění, od měření a regulace až po technické rozvody. Společnost si v závodě v Milovicích vyrábí vlastní VZT jednotky a potrubí, jinak používají komponenty od jiných značek. Také v druhém závodě v Hodoníně vyrábí rovné a tvarované spiro potrubí (45).

Na hlavní stránce webu společnosti je umístěn poutač na možnost stát se součástí týmu, při rozkliknutí je návštěvník odkázán na sekci Nabídka práce & volná místa.

Zkuste to s námi



Více informací

Obrázek č. 10: Poutač pro návštěvníky a uchazeče na webu společnosti (Zdroj: 45).

Firma na webu dokonce nabízí praktické stáže, brigády pro studenty, možnost zkráceného úvazku i pro matky po mateřské dovolené a také kromě zkušených hledá i absolventy. Tyto informace společnost uvádí ještě před samotnou inzercí volných pracovních pozic.

Nemáte praxi, hledáte brigádu nebo ještě studujete?

Nevadí. U nás si celý proces pěkně ohmatáte a zjistíme spolu, kde vám to jde nejlépe. A pak vás zaškolíme a pomůžeme vám na cestě k co nejobornějšímu výkonu profese. Pokud se hned napoprve netrefíte, nevadí. **Děláme v oboru vše, od A až do Z, najdeme společně to vaše správné pracovní místo.**

Máte po mateřské a chcete věnovat více času svému dítěti? Nebo potřebujete pracovat i na jiných projektech? Vyjdeme vám vstříc.

Nabízíme i možnost zkráceného úvazku pro studenty, absolventy a maminky po mateřské dovolené.

Pokud se vám tato představa zamlouvá a splňujete požadavky, zašlete prosím vaše CV a průvodní dopis na adresu zamestnani@azklima.com.

Zájemcům z řad studentů umožňuje AZ KLIMA získání praktických zkušeností z výroby v rámci odborných stáží škol nebo individuálních brigád.

Obrázek č. 11: Poutač pro uchazeče z řad studentů, absolventů a matek po MD (Zdroj: 45).

Podnik na svém webu uvádí 16 otevřených pracovních pozic, z nichž 9 je na pozice THP a zbylých 7 nabídek je určených pro dělnické profese. Každý inzerát obsahuje název pozice, místo výkonu zaměstnání, náplň práce, požadavky na uchazeče a co společnost za odvedenou práci nabízí.

Společnost AZ KLIMA má účet na sociálních sítích na Facebooku, kde přidávala různé příspěvky týkající se teambuildingových akcí, jakých veletrhů se účastnila, jak se stará o své zaměstnance – tudíž FB stránky slouží spíše pro budování image firmy než k vyhledávání nových uchazečů. Avšak organizace byla na této síti aktivní naposledy na konci března 2018, od té doby již žádný příspěvek nepřidala (45).

Při analýze pracovních portálů má podnik také vytvořen profil na portálu Jobs.cz, kde nyní neinzeruje žádné z volných pozic. Profil firmy má vytvořen na více méně známých portálech, avšak pracovní nabídky v této době nezveřejňuje nikde jinde, než na svých webových stránkách.

2.7.4 Poznatky

Je zajímavé, že společnost VZT Zmrzlík, s. r. o., na svých stránkách vůbec neuvádí sekci volných pracovních míst. Nejspíše to bude dáno tím, že dle rejstříku firem se podnik velikostně řadí do 20 zaměstnanců. V tomto případě lze předpokládat, že podnik hledá zaměstnance stejnými metodami jako analyzovaná společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o., k tomu ještě využívá inzerci na portálech, kde má vytvořený profil, a k obsazení pár pozic to pravděpodobně může být dostačující.

Za povšimnutí stojí fakt, že společnost GLOBAL CLIMA, s. r. o, která dle rejstříku firem zaměstnává pouze 20–24 pracovníků, má kvalitně zpracované webové stránky, kde inzeruje s přihlédnutím na svou velikost plno pracovních pozic. Podle stránek však lze usoudit, že tyto pozice mají nejspíš vystavené celoročně a pokud se ozve zájemce o zaměstnání, dávají přednost pouze vybraným vysoce kvalifikovaným uchazečům, tudíž jím pravděpodobně záleží především na značné kvalitě než kvantitě uchazečů.

Ke srovnání byla vybrána i společnost AZ KLIMA, a. s., která však dle rejstříku firem zaměstnává okolo 250 pracovníků, což je oproti ostatním konkurentům i analyzované společnosti nepoměr. Společnost má skvěle zpracované webové stránky, které jsou srovnatelné s těmi, které vlastní GLOBAL CLIMA, s. r. o. Rozhodně tedy stojí za to investovat do přehledného a kvalitně zpracovaného webu, protože to nejen může přilákat nové uchazeče, ale také to zvýší image dané organizace.

3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

V rámci této části práce budou na základě předešlých analýz navržena vhodná řešení. Tyto návrhy musí však korespondovat s finančními možnostmi společnosti, proto na závěr této kapitoly budou navrhovaná řešení ekonomicky zhodnocena.

3.1 Strategické výhledy

S ohledem na tempo růstu zaměstnanců ve společnosti bude za úkol za 1-3 měsíce obsadit dvěma uchazeči pozici elektromontéra a dvěma uchazeči pozici montéra chladírenských zařízení. Navýšení počtu dělnických pracovníků o 4 nové zaměstnance by mělo být dostačující k tomu, aby společnost v letní sezóně a dále do konce roku dokázala uspokojit všechny nasmlouvané zákazníky. S ohledem na další roky se počítá s dalším nárůstem o 2-3 pracovníky dělnických profesí ročně, nebude-li brána v potaz fluktuace zaměstnanců.

3.2 Popis pracovní pozice

Jelikož z realizovaného výzkumu jasně vyplývá, že nejčastější metodou vyhledávání pracovních nabídek montážními dělníky v Olomouckém kraji je za pomoci inzerce, budou sestaveny inzeráty těch pozic, jež má analyzovaná společnost problém obsadit. Pro sestavení inzerátu je však potřeba nejprve vytvořit popis pracovních pozic, z jejichž informací budou inzeráty vycházet. Po sestavení pracovních nabídek bude doporučeno, kam inzerci umístit.

Pro účely sestavení inzerátu pro dvě obsazované pozice – elektromontér a montér chladírenských zařízení budou sestaveny popisy pracovního místa, aby byly jasné definované požadavky a podmínky přijetí na tyto pozice. Job descriptions těchto pracovních pozic se nachází na následujících dvou stranách.



Popis pracovního místa

Připravil:

Jméno pracovníka:

Dne:

Příjmení pracovníka:

MONTÉR CHLADÍRENSKÝCH ZAŘÍZENÍ

Název pozice:	Chladírenský technik
Oddělení	Výroba a montáž
Nadřízená pozice:	Realizační technik, jednatel
Podřízená pozice:	
Zastupuje (koho):	Montér
Spolupracující:	Elektromontér, montér chladírenských zařízení, montér zámečnick

Náplň práce

- Montáže klimatizačních zařízení včetně svařování potrubních rozvodů (pájení rozvodů z mědi) a elektrické instalace rozvodů k těmto zařízením.
- Uvádění zařízení do provozu, funkční zkoušky a případné napojení na centrální ovládání u větších klimatizačních systémů.
- Záruční a pozáruční opravy zařízení.
- Servis.
- Revize a kontroly těsnosti chladicích zařízení včetně manipulace s chladivem na základě certifikátu MŽP.

Kvalifikační požadavky

Vzdělání	Vyučení v oboru chladírenský technik
Praxe	2 roky
Jazykové znalosti	Český jazyk
PC dovednosti	
Odborné znalosti a dovednosti	Vyhláška č. 50/1978 Sb. §5 (§6 výhodou). Certifikát ministerstva ŽP pro nakládání s chladivem a regulovanými látkami – kat. 1. Řidičský průkaz sk. B. Svářečský průkaz
Povinná školení	
1	Školení BOZP, PO, řidič referent
2	Školení pro svářeče, montáž lešení, nakládání se škodlivými látkami
Doplňková školení	
Školení týkající se uvádění do provozu a oprav klimatizačních zařízení dle dodavatelů	

V Příkazích dne

.....
podpis

Obrázek č. 12: Popis pracovního místa – chladírenský technik (Zdroj: vlastní zpracování dle 63).



Popis pracovního místa

Připravil:

Jméno pracovníka:

Dne:

Příjmení pracovníka:

MONTÉR ELEKTRO

Název pozice:	Elektromontér
Oddělení	Výroba a montáž
Nadřízená pozice:	Realizační technik, jednatel
Podřízená pozice:	
Zastupuje (koho):	Montér
Spolupracující:	Elektromontér, montér chladírenských zařízení, montér zámečnick

Náplň práce

- Montáže VZT zařízení včetně elektroinstalačních rozvodů a rozvodů měření a regulace k těmto zařízením včetně el. rozvaděčů.
- Uvádění zařízení do provozu, funkční zkoušky.
- Regulace vzduchotechnických zařízení, připojování jednotlivých zařízení do rozvodů VZT.
- Záruční a pozáruční opravy.
- Servis a revize, výměna filtrů a kontroly funkčnosti VZT zařízení.
- Revize protipožárních bezpečnostních zařízení (protipožární klapky, ventilátory – chráněné únikové cesty a měření množství vzduchu měřicími přístroji).

Kvalifikační požadavky

Vzdělání	Vyučení v oboru elektro
Praxe	Výhodou
Jazykové znalosti	Český jazyk
PC dovednosti	
Odborné znalosti a dovednosti	Vyhláška č. 50/1978 Sb. §6 (§8 výhodou). Řidičský průkaz sk. B.
Povinná školení	
1	Školení BOZP, PO, řidič referent
2	Školení a zkouška elektro - vyhláška 50
Doplňková školení	
Školení dodavatelů VZT zařízení pro uvádění do provozu.	
Školení dodavatelů požárně bezpečnostních zařízení pro instalaci, kontrolu provozuschopnosti a uvedení do provozu.	

V Příkazích dne

.....
podpis

Obrázek č. 13: Popis pracovního místa – elektromontér (Zdroj: vlastní zpracování dle 63).

Popisy pracovních pozic byly vytvořeny také z důvodu absence tohoto formuláře v řízené dokumentaci společnosti, pokud by společnost chtěla dokument zařadit mezi využívané formuláře, měl by také obsahovat identifikační číslo platné verze. Z informací získaných z popisu pracovních míst je nyní možné sestavit text samotných inzerátů.

3.3 Inzerce

V dnešní době je těžké zaujmout strohým inzerátem, který obsahuje pouhý popis pozice a nezanechá v potenciálním uchazeči žádnou touhu ozvat se a zaslat svůj životopis. Lze tedy doporučit, aby byla inzerce pojata hravým způsobem, uchazeče přímo oslovit, aby měl pocit, že zrovna on je ten, koho společnost hledá. Důležité je také kandidáta zaujmout samotným nadpisem pozice, aby měl vůbec snahu si inzerát přečíst. Doporučuje se psát inzerát v odrážkách a body stručně popsat, jelikož uchazeči často chtějí získat co nejvíce informací o více pozicích v co nejkratším čase.

3.3.1 Inzerát pro pozici elektro montéra

MONTÉR ELEKTRO – vydělej si až 38.000 Kč!

Toužíš pracovat v rodinné firmě s osobním přístupem a být za svou práci dobře ohodnocen? Máš elektro vzdělání a rád bys ukázal, co v Tobě je? Nepotřebujeme roky praxe, jsme ochotni Tě vše naučit.

Co bude naplní Tvé práce?

- Montáže elektro, připojování systémů VZT zařízení.
- Uvádění zařízení do provozu.
- Regulace vzduchotechnických zařízení.
- Záruční a pozáruční opravy.
- Servis a revize.

Jak si Tě představujeme?

- Jsi vyučen v oboru elektro.
- Vyhláška č. 50/1978 Sb. §6 pro Tebe není cizí slovo (§8 výhodou).
- Vlastníš řidičský průkaz sk. B.
- Praxe vítána, není však podmínkou!

Co Ti nabídneme?

- Různorodou práci v přátelském kolektivu.
- Motivační finanční ohodnocení.
- Práci v rodinném podniku, ve kterém je každý zaměstnanec důležitý.
- Stabilní pracovní doba – žádné směnování!
- Příspěvek 1.500 Kč na životní pojištění.
- 13. plat.
- Sezónní příplatek v letním období, který se jistě bude hodit na dovolenou.
- Stravenky.
- Pravidelná školení pro Tvůj rozvoj.
- Zdravotní péče.

Zajímá Tě víc? Neváhej se nám ozvat! Přilož svůj životopis a rádi se s Tebou setkáme.

3.3.2 Inzerát pro pozici montéra chladírenských zařízení

MONTÉR CHLADÍRENSKÝCH ZAŘÍZENÍ - vydělej si až 38.000 Kč!

Toužíš pracovat v rodinné firmě s osobním přístupem a být za svou práci dobře ohodnocen? Jsi vyučen v oboru chladírenský technik a rád bys ukázal, co v Tobě je? Můžeš se pyšnit certifikátem ministerstva ŽP pro nakládání s chladivem a regulovanými látkami – kat. 1 a svářečským průkazem? Pak hledáme právě Tebe!

Co bude náplní Tvé práce?

- Montáže klimatizačních zařízení.
- Uvádění zařízení do provozu.
- Záruční a pozáruční opravy zařízení.
- Servis.
- Revize a kontroly těsnosti chladicích zařízení.

Jak si Tě představujeme?

- Jsi vyučen v oboru chladírenský technik.
- Vyhláška č. 50/1978 Sb. §5 pro Tebe není cizí slovo (§6 výhodou).
- Držíš certifikát ministerstva ŽP pro nakládání s chladivem a regulovanými látkami – kat. 1. a svářečský průkaz.
- Vlastníš řidičský průkaz sk. B.
- Alespoň krátká praxe je pro tuto pozici nutností.

Co Ti nabídneme?

- Různorodou práci v přátelském kolektivu.
- Motivační finanční ohodnocení.
- Práci v rodinném podniku, ve kterém je každý zaměstnanec důležitý.
- Stabilní pracovní doba – žádné směnování!
- Příspěvek 1.500 Kč na životní pojištění.
- 13. plat.
- Sezónní příplatek v letním období, který se jistě bude hodit na dovolenou.
- Stravenky.
- Pravidelná školení pro Tvůj rozvoj.
- Zdravotní péče.

Zajímá Tě víc? Neváhej se nám ozvat! Přilož svůj životopis a rádi se s Tebou setkáme.

3.3.3 Inzerce na pracovních portálech

Dle kapitoly analýzy pracovních portálů bude z ekonomických důvodů navrženo inzerovat na následujících 3 portálech:

1. Easy-práce.cz

Jelikož společnost nyní obsazuje pouze 2 pozice, je doporučeno využít balíček, který nabízí inzerát na 40 dní za 1 500 Kč, v tomto případě bude zakoupeno 2x inzerát na 40 dní za 3 000 Kč.

2. INwork.cz

Na tomto portále lze využít 2 inzeráty měsíčně zdarma a k tomu pořídit balíček Start – 40 kreditů za 3 400 Kč, při předpokladu využití průměrně 4 kreditů za inzerát, vyjde jeden inzerát na měsíc za 340 Kč.

3. VolnáMísta.cz

Tento portál umožňuje vkládat inzerci na 14 dní zdarma, je však doporučeno zvolit alespoň základní zvýraznění inzerátu za 59 Kč/2 týdny, pro 2 inzeráty na 1 měsíc tedy za 236 Kč.

3.3.4 Inzerce na sociálních sítích

Z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 65 % respondentů využívá k vyhledávání pracovních nabídek sociální síť Facebook, proto lze navrhnout společnosti, aby byla vytvořena vlastní FB stránka společnosti, kde se budou uveřejňovat nejen pracovní nabídky, ale také články a příspěvky z interního prostředí firmy – tzn. fotky z teambuildingových akcí, školení, fotografie dokončených zakázek, články o tom, jak se společnosti daří, popř. různé ankety. Takové příspěvky přiblíží návštěvníkům stránek každodenní události uvnitř podniku a tím mohou nejen přilákat potenciální uchazeče, ale také zlepšit image společnosti.

Na následující straně se nachází návrhy inzerce formou banneru pro obě dvě zmíněné pozice, které by se mohly uveřejnit na FB stránkách společnosti. Tento způsob inzerce bývá na sociálních sítích většinou poutavější než pouhá textová inzerce.

Grafický návrh poutače byl vytvořen na základě dedukce pár nejdůležitějších informací na tematických podkladech, které jsou volně dostupné z internetové databáze obrázků.

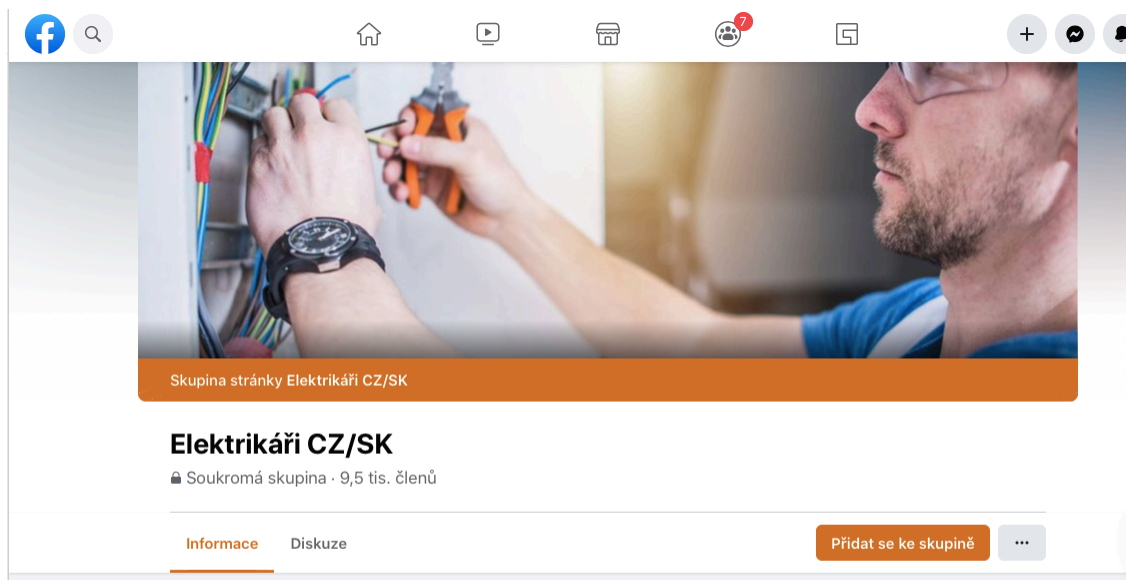


Obrázek č. 14: Návrh banneru na pozici elektromontéra (Zdroj: Vlastní zpracování, podklad dle 52).



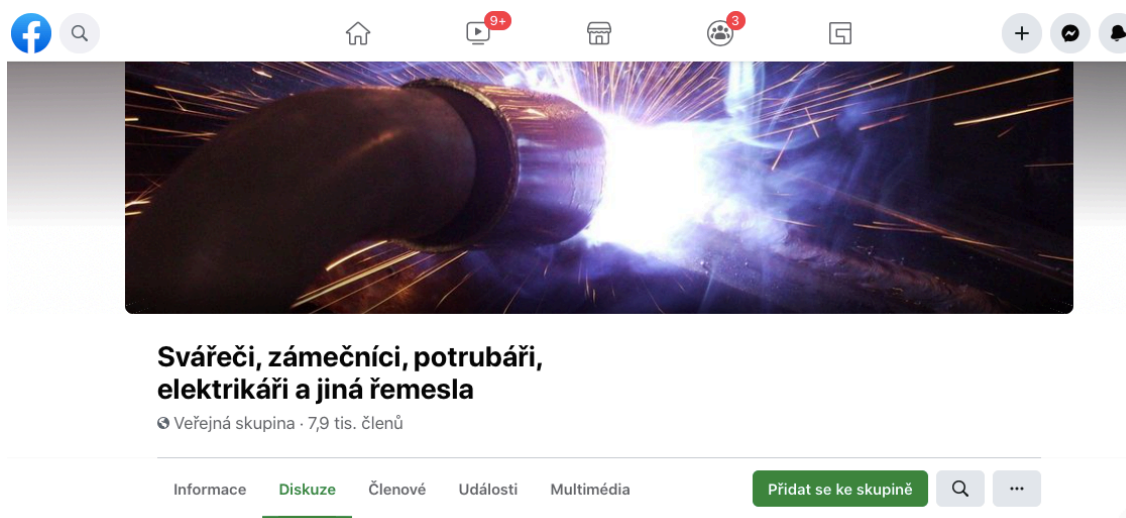
Obrázek č. 15: Návrh banneru na pozici montéra chladírenských zařízení (Zdroj: Vlastní zpracování, 52).

Dále lze společnosti doporučit, aby si vyhledala na Facebooku skupiny, kde se sdružují lidé zabývající se daným oborem. Na FB byla nalezena např. skupina Elektrikáři CZ/SK, kde se seskupuje 9,5 tis. lidí. Tato skupina slouží pro výměnu informací, zkušeností, rad a diskuzí elektrikářů a příbuzných oborů. Lze tedy poradit, aby se společnost pomocí své vytvořené FB stránky přidala do této skupiny a zkusila zde vyvěsit výše navrženou inzerci formou poutavého obrázku.



Obrázek č. 16: Skupina na FB sdružující elektrikáře (Zdroj: 55).

Dále byla nalezena skupina Svářeči, zámečníci, potrubáři, elektrikáři a jiná řemesla. V této skupině se dle obrázku níže nachází 7,9 tis. členů, kteří sdílí své zkušenosti okolo řemesla. Je tedy možné se přidat i do této skupiny a inzerovat v ní.



Obrázek č. 17: Skupina na FB sdružující řemeslníky (Zdroj: 54).

3.4 Online databáze životopisů

Z dotazníkového šetření také vyplynulo, že 44 % dotazovaných registrují své životopisy do online databází. Po srovnání analyzovaných databází je doporučeno využít portál Profesia.cz, jelikož nabízí odkrytí kontaktních údajů uchazečů za bezkonkurenčně nejnižší cenu. Po registraci firmy do portálu bude zakoupen balíček přístupu do databáze na 12 měsíců pro odkrytí 100 kontaktních údajů registrovaných uchazečů. Cena tohoto balíku je dle obrázku níže 2 495 Kč, tedy 24,95 Kč za jeden odkrytý životopis.

Ceník služeb
Ceník je platný od 1.10.2018
Ceny jsou uvedeny bez DPH.*

[Inzerce](#) [Inzertní balíčky](#) [Region balíky](#) **[Přístup do databáze](#)** [Image služby](#) [Reklama](#)

Přístup do databáze

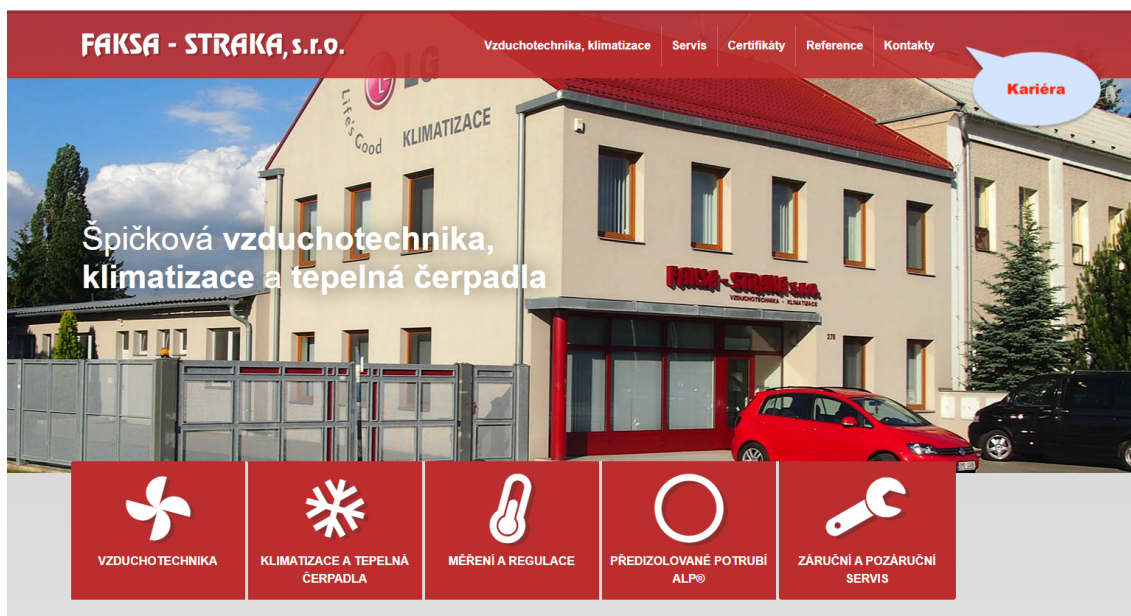
Balík je dostupný 12 měsíců od aktivace služby a umožňuje přístup ke kontaktním údajům uchazečů v databázi životopisů podle počtu předplacených kreditů. 1 kredit = kontaktní údaje 1 uchazeče.

CV.CZ 20	CV.CZ 50	CV.CZ 100	CV.CZ 200	CV.CZ 500
860 CZK	1 580 CZK	2 495 CZK	3 870 CZK	7 750 CZK
Objednat	Objednat	Objednat	Objednat	Objednat

Obrázek č. 18: Ceník služeb databáze Profesia.cz (Zdroj: 47).

3.5 Webové stránky společnosti

Společnost má nově přepracované webové stránky, kde má přehledně umístěny veškeré informace potřebné pro zákazníky, avšak žádné pro potenciální uchazeče. Dalším doporučením je tedy umístit za oddíl „Kontakty“ (viz obrázek č. 19) novou sekci „Kariéra.“ Tato sekce bude obsahovat volné pracovní pozice s inzercí, která byla navržena v předešlé kapitole.



Obrázek č. 19: Vzhled webu společnosti (Zdroj: upraveno dle 48).

3.5.1 Kontaktní formulář

Z dotazníkového šetření také vyplynulo, že skoro 80% většina dotazovaných by uvítala, kdyby nemusela sepisovat životopis, kandidáti by tak mohli místo toho vyplnit na stránkách společnosti online formulář, kde by přímo stručně sepsali své zkušenosti a přímo se tak přihlásili do výběrového řízení nebo alespoň tímto způsobem dali o sobě vědět.

Klasický jednoduchý kontaktní formulář již společnost na svých stránkách nabízí, a to v sekci Kontakty. Bylo by vhodné jej vložit i do navržené sekce Kariéra. Na obrázku níže je umístěn současný kontaktní formulář, pro účely hledání uchazečů by bylo zapotřebí přidat k výběru „Zajímá mě...“ také možnost „Kariéra“ či „Práce.“

..... **Napište nám a my se vám ozveme**

Jméno a příjmení (povinné):

E-mail (povinné)

Telefon:

Zajímá mě (i více možností):

☐ Vzduchotechnika
☐ Klimatizace
☐ Tepelná čerpadla
☐ Servis
☐ Obecné informace
☐ Jiné

Zpráva (povinné):

Vyplňte aktuální rok (kontrola proti spamu):

> ODESLAT

**Souhlasím se
zpracováním
osobních údajů**

Kariéra

Obrázek č. 20: Kontaktní formulář společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o. (Zdroj: upraveno dle 49).

Lze si všimnout, že na kontaktním formuláři společnosti není obsažen souhlas se zpracováním osobních údajů. Je však potřeba brát v potaz nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů. Jak tedy GDPR ošetřit? Doporučuje se tedy na kontaktní formulář přidat kolonku souhlasu se zpracováním osobních údajů, kterou návštěvník při vyplnění formuláře musí zaškrtnout. Pokud návštěvník klikne na odkaz, který bude uveden v souhlasu, odkáže jej to na další stránku, kde by se nacházely následující informace o zpracování osobních údajů.

☐ **Beru na vědomí informaci o zpracování osobních údajů.**

Obrázek č. 21: Souhlas se zpracováním osobních údajů (Zdroj: 51).

Informace o zpracování osobních údajů:

Odesláním dotazu udělujete souhlas společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., se sídlem: Příkazy 180, 783 33 Příkazy, IČO: 49611968, aby ve smyslu nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů) (dále jen „Nařízení“) zpracovávala tyto osobní údaje: jméno, příjmení, emailová adresa a veškeré jiné poskytnuté údaje, které tímto obsahem společnost získá a bude je využívat pro kontaktování a zodpovězení dotazu.

Tento souhlas uděluji na dobu vyřízení dotazu, poskytnuté informace budou uchovány po dobu maximálně 1 roku. Poskytnutí osobních údajů je dobrovolné. Souhlas lze vzít kdykoliv zpět, a to například zasláním emailu nebo dopisu na kontaktní údaje společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o.

Společnost FAKSA-STRAKA, s. r. o. se tímto zavazuje, že poskytnuté osobní údaje nebude předávat dalším stranám.

Vezměte na vědomí, že podle Nařízení máte právo:

- vzít souhlas kdykoliv zpět,
- požadovat po nás informaci, jaké vaše osobní údaje zpracováváme, žádat si kopii těchto údajů,
- vyžádat si u nás přístup k těmto údajům a tyto nechat aktualizovat nebo opravit, popřípadě požadovat omezení zpracování,
- požadovat po nás výmaz těchto osobních údajů,
- na přenositelnost údajů,
- podat stížnost u Úřadu pro ochranu osobních údajů nebo se obrátit na soud (50).

Jelikož v tomto případě se jedná o jednoduchý kontaktní formulář, kde uchazeč může dát o sobě pouze vědět, druhou variantou je v sekci Kariéra přidat možnost „Sestavit a odeslat životopis.“ V tomto případě by se jednalo o odkaz na samostatné okno, kde uchazeč vyplní své osobní a kontaktní údaje, dále by vyplnil své vzdělání, praxi, jiné znalosti a dovednosti. Vzor takového formuláře je uveden na obrázku níže.

Vyplňte svůj životopis

Jméno a příjmení:

E-mail:

Telefonní číslo:

Adresa:

Praxe:

- ☐ Jsem absolventem bez praxe

1. Název společnosti:

Pozice:

Od-do:

Náplň práce:

2. Název společnosti:

Pozice:

Od-do:

Náplň práce:

3. Název společnosti:

Pozice:

Od-do:

Náplň práce:

Nejvyšší dosažené vzdělání:

Stupeň vzdělání:

Název školy:

Obor:

Další znalosti a dovednosti:

- ☐ Beru na vědomí informaci o zpracování osobních údajů.

Odeslat

Obrázek č. 22: Vzor formuláře k vytvoření a odeslání životopisu (Zdroj: vlastní zpracování dle 51).

Vzor formuláře byl vytvořen na základě formy klasického životopisu a byl by umístěn na stránkách společnosti. Formulář samozřejmě znovu musí obsahovat souhlas se zpracováním osobních údajů.

3.6 Doporučení známých

Jelikož doporučování známých je hlavním ověřeným způsobem získávání pracovníků v analyzované společnosti a z realizovaného výzkumu vyplývá, že celých 82 % respondentů má zkušenosti s doporučením známého nebo jej někdo doporučil svému zaměstnavateli, je vhodné tuto metodu více podpořit.

Doporučuje se tedy zavést tzv. referral bonus, kdy zaměstnanec, který doporučí kvalitního pracovníka, obdrží jednorázovou finanční odměnu.

Dle zkušeností konzultanta společnosti LMC, která provozuje portály Jobs.cz a Práce.cz se odměna za doporučení na trhu pohybuje od pěti do padesáti tisíc korun, podle pozice a firmy. Nejnižší bonus většinou bývá vyplácen za doporučení pracovníků na dělnické pozice, naopak za ceněné seniorní IT programátory se samozřejmě vyplácí bonusy ve vyšších hodnotách (53).

Pro bonus za doporučení by tedy byla nastavena následující kritéria:

Zaměstnanci, který doporučí schopného pracovníka, bude vyplacena jednorázová odměna 5 000 Kč po odpracování prvních 6 měsíců doporučeného pracovníka.

Velikost odměny je samozřejmě dána výší mzdy obsazované pozice, obecně lze říci, že výše bývá v rozmezí 10–20 % hrubé měsíční mzdy. Tato odměna bývá v praxi většinou vyplacena již po uplynutí zkušební doby, avšak referral bonus bývá často využíván ve velkých společnostech, kde bývá vysoká míra fluktuace a do náborových procesů je investováno mnoho finančních prostředků. Z pohledu malé rodinné firmy je tedy vhodné pro tuto odměnu doporučit přísnější podmínky.

Jak se tedy podpora doporučování známých může firmě vyplatit? Běžně lze říci, že doporučení zvyšují pracovní morálku a dokáží společnosti ušetřit peníze. A to hlavně proto, že uchazeči přicházející na doporučení stávajících zaměstnanců mívají zpravidla vyšší šance na přijetí, v práci vykazují vyšší spokojenost a u firmy pak zůstávají déle než ostatní kandidáti (56).

3.7 Spolupráce s ÚP

Je obecně známo, že na úřadech práce většinou zůstávají jen lidé, kteří opravdu nechtějí pracovat, nemají kvalifikaci či úplně ztratili pracovní návyky. Pokud tedy úřad práce pošle do společnosti takového pracovníka, je dost pravděpodobné, že o práci buď nemá zájem vůbec, anebo ve firmě bude pracovat pouze po dobu trvání zkušební doby (57).

Z provedeného výzkumu však vyplývá, že respondenti si po dokončení školy své první zaměstnání našli díky nabídce úřadu práce. Je tedy ideální na úřadu práce hledat čerstvé absolventy, kteří ihned po škole nemohou sehnat místo, ačkoliv by mohli být často velmi schopnými pracovníky.

Nejlepším způsobem je hledat a inzerovat přes úřad práce pomocí webové aplikace:

1. Zadávání nových volných míst

To vyžaduje registraci zaměstnavatele u příslušné krajské pobočky ÚP přes webové stránky. Vložené volné pracovní místo lze zdarma aktualizovat, upravovat i vymazat v případě, kdy požadavek již není aktuální. Zájemce o danou pozici může reagovat prostřednictvím webové aplikace, v případě zájmu je možné uvést také přímé telefonické či emailové spojení na zaměstnavatele (58).

2. Vyhledávání vhodných kandidátů

Hledání uchazečů na ÚP je pak možné provádět zdarma přímo na webových stránkách úřadu práce v sekci Hledání zájemců o práci, kde zaměstnavatel uvede své požadavky zadáním do jednoduché tabulky s nastavenou nabídkou v oblasti vzdělání, směnnosti pracovní pozice, pracovního úvazku a místa výkonu práce. Nastavení lze doplnit o vyhledávání konkrétního textu v nabídce zájemce o zaměstnání. Na základě takovéto specifikace zaměstnavatel obdrží profily zájemců o zaměstnání, kteří vyhovují daným specifikacím (58).

Tato webová aplikace zároveň umožňuje měnit podmínky výběru dle počtu a kvality nabízených uchazečů. U každého vybraného zájemce je uvedeno referenční číslo, prostřednictvím kterého se zaměstnavatel může s uchazečem spojit (58).

3.8 Shrnutí procesu získávání pracovníků

Problém se získáváním pracovníků byl zjištěn již při zpracování bakalářské práce, společnost tuto otázku řeší již v řádu několika let. Podnik je nucen svou povahou malé firmy pokrýt volná pracovní místa za pomoci externích zdrojů – vyhledat nové pracovníky vně organizace.

Pro zjištění požadavků, které by měly být kladeny na potencionálního uchazeče o místo, byly sestaveny popisy pracovních pozic. Nyní lze určit, koho oslovit s nabídkou zaměstnání.

Dle předchozích analýz jsou tedy kromě dosavadních metod navrženy následující metody získávání pracovníků:

- Inzerce – na pracovních portálech, sociálních sítích, webových stránkách společnosti.
- Vyhledávání v online databázi životopisů.
- Doporučení známých.
- Vyhledávání přes ÚP.

Po uchazečích, kteří projeví zájem o pracovní nabídku, bude požadováno, aby zaslali svůj životopis (popř. vytvořili svoje CV za pomoci online formuláře). Dále se předpokládá, že budou ochotni a schopni doložit doklady o vzdělání a praxi, výpis z rejstříku trestu a výpis z lékařské dokumentace.

Na základě shromážděných dokumentů a informací o uchazečích pak proběhne předvýběr uchazečů, s nimiž se bude jednat, případně budou pozváni na pohovor s jednatelem společnosti.

Celý tento proces bude mít na starost účetní společnosti, tudíž dojde k rozšíření její pracovní pozice o tyto personální činnosti. Ke zpracování personální a mzdové agendy přibude tedy ještě personální práce zaměřená na získávání nových pracovníků. Na následující straně je tedy vytvořen nový popis pracovního místa samostatné účetní organizace včetně nově přiděleného bodu náplně práce.



Popis pracovního místa

Připravil:

Jméno pracovníka:

Dne:

Příjmení pracovníka:

ÚČETNÍ

Název pozice:	Samostatný/á účetní
Oddělení	Ekonomické oddělení
Nadřízená pozice:	Jednatel
Podřízená pozice:	Administrativní pracovník
Zastupuje (koho):	Ekonom, administrativní pracovník
Spolupracující:	Ekonom, administrativní pracovník

Náplň práce

- Kontrola náležitostí účetních dokladů, jejich evidence a zpracování.
- Vedení podvojného účetnictví - samostatné účtování jednotlivých účetních operací.
- Zpracování mzdové a personální agendy.
- Personální práce zaměřená na získávání pracovníků.
- Zpracování výstupních formulářů k DPH.
- Zpracování ročního zúčtování daní.
- Zpracování měsíčních a ročních závěrek.
- Správa a zajištění inventarizace majetku a závazků.

Kvalifikační požadavky

Vzdělání	SŠ ekonomické
Praxe	5 let na pozici samostat. účetní
Jazykové znalosti	Český jazyk
PC dovednosti	MS Office, ES Pohoda
Odborné znalosti a dovednosti	Vedení podvojného účetnictví včetně zpracování mzdové a personální agendy
Povinná školení	
1	Školení BOZP
2	Školení PO
Doplňková školení	
Školení dle potřeby účetnictví – Svaz účetních Olomouc	

V Příkazích dne

.....
podpis

Obrázek č. 23: Popis pracovního místa – samostatná účetní (Zdroj: vlastní zpracování dle 63).

3.9 Ekonomické zhodnocení

Veškerá řešení byla navržena tak, aby byla pro společnost co nejméně nákladná. Přesto je potřeba tyto návrhy vyčíslit, aby společnost získala obecný přehled o nákladech, které by bylo třeba vynaložit, kdyby tuto personální práci začala aplikovat. V mnoha případech se jedná především o hodiny práce účetní společnosti, která by se měla personální prací hlouběji zabývat.

3.9.1 Inzerce

V tomto případě budou vyčísleny především počáteční náklady pro inzerci, která bude vystavena na pracovních portálech nejdříve po dobu okolo 1 měsíce, zde se započítá také přibližný počet hodin za měsíc, který stráví účetní měsíčně přidáváním a editací inzerátů a také odpovídáním a předvýběrem kandidátů. Dle zkušeností se předpokládá 1 h týdně strávená přidáváním a úpravou inzerce a přibližně 2 h týdně komunikace s uchazeči.

Tabulka č. 20: Vyčíslení nákladů za inzerci na pracovních portálech (Zdroj: vlastní zpracování).

Pracovní portál	Výpočet	Náklad v Kč
Easy-práce.cz	2 inzeráty x 1 500 Kč	3 000
In-work.cz	2 inzeráty zdarma + 40 kreditů za 3 400 Kč (1 inzerát za 340 Kč)	3 400
Volná místa	Topování 59 Kč/2 týdny x 2 týdny x 2 inzeráty	236
Práce účetní	12 h x 180 Kč/h + 33,8 % odvody	2 890
Celkem		9 526 Kč

Pokud by společnost inzerovala na všech doporučených pracovních portálech, vynaložila by počáteční náklady ve výši 9 526 Kč, inzerce by měla být vystavena na 1 měsíc, v případě portálu In-work by zakoupené kredity mohly vystačit až na půl roku.

3.9.2 Sociální sítě

Aktivitu na sociálních sítích by měla na starost administrativní pracovnice firmy. Je třeba, aby pracovnice vytvořila FB stránku společnosti a alespoň 1x týdně vyvíjela na zdi stránky aktivitu formou nějakého článku, ankety, novinky a také vystavené inzerce. Dále by bylo vhodné se přidat do oborových skupin, kde by bylo taky zapotřebí 1x týdně

vystavit inzerci. Pokud by se zájemci ozývali prostřednictvím FB, bude třeba, aby s nimi pracovnice komunikovala. Týdně lze odhadnout, že pro tuto práci bude třeba vyčlenit cca 2,5 h, tzn. kolem 10 hodin měsíčně.

Tabulka č. 21: Vyčíslení nákladů za aktivitu na Facebooku (Zdroj: vlastní zpracování).

Facebook	Výpočet	Náklad v Kč
Práce admin. pracovnice	10 h x 150 Kč/h + 33,8 % odvody	2 007
Celkem		2 007 Kč

Celkové měsíční náklady za aktivitu na sociální síti Facebook se odhaduje na 2 007 Kč včetně odvodů.

3.9.3 Online databáze životopisů

Pro online databázi bude zapotřebí zakoupit zkušební balíček pro odkrytí 100 životopisů a dále lze předpokládat, že pracovnice bude potřebovat okolo 1 hodiny týdně pro vyhledávání a předvýběru skrytých životopisů, měsíčně lze tedy počítat se 4 hodinami práce.

Tabulka č. 22: Vyčíslení nákladů za vyhledávání CV v online databázi (Zdroj: vlastní zpracování).

Online databáze	Výpočet	Náklad v Kč
Balík – přístup do databáze	100 CV za 2 495 Kč	2 495
Práce účetní	4 h x 180 Kč/h + 33,8 % odvody	964
Celkem		3 459 Kč

Celkové počáteční náklady se vyšplhají na 3 459 Kč, kam se započítává práce za jeden měsíc, avšak balík 100 životopisů určitě vystačí na delší dobu než pouhých 30 dní.

3.9.4 Webové stránky

Webové stránky spravuje externí webdesigner, který si za hodinu práce fakturuje 400 Kč. Pro přidání nové sekce Kariéra, inzerátů, vytvoření kontaktního formuláře a ošetření GDPR bylo odhadnuto, že bude zapotřebí cca 4 hodiny práce.

Tabulka č. 23: Vyčíslení nákladů za práci webdesignera (Zdroj: vlastní zpracování).

Webové stránky	Výpočet	Náklad v Kč
Práce webdesignera	4 h x 400 Kč/h	1 600
Celkem		1 600 Kč

Náklady za práci webdesignera se odhaduje na částku 1600 Kč bez DPH.

3.9.5 Doporučení zaměstnance

Bereme-li v úvahu, že na doporučení zaměstnance nastoupí pouze jeden kandidát, bude to pro společnost nákladem až za 6 měsíců od nástupu doporučeného uchazeče.

Tabulka č. 24: Vyčíslení nákladů za doporučení zaměstnance (Zdroj: vlastní zpracování).

Doporučení zaměstnance	Výpočet	Náklad v Kč
Referral bonus	5 000 Kč + 33,8 % odvody	6 690
Celkem		6 690 Kč

Náklady za jednoho doporučeného zaměstnance se tedy vyšplhají na částku 6 690 Kč.

3.9.6 Úřad práce

Spolupráce s ÚP byla záměrně zařazena až nakonec, většinou to totiž bývá jedna z posledních možností, kde firma chce hledat nové zaměstnance. Výhodou však je to, že vyhledávat a inzerovat na úřadu práce je tou nejlevnější variantou, jelikož je zapotřebí zaplatit pouze čas pracovníka, který bude tuto spolupráci realizovat. Předpokládaná doba, kterou bude účetní vkládat do vyhledávání uchazečů přes ÚP, se odhaduje na cca 4 hodiny za celý měsíc.

Tabulka č. 25: Vyčíslení nákladů za vyhledávání uchazečů na ÚP (Zdroj: vlastní zpracování).

ÚP	Výpočet	Náklad v Kč
Práce účetní	4 h x 180 Kč/h + 33,8 % odvody	964
Celkem		964 Kč

Náklady za práci věnované do vyhledávání uchazečů o zaměstnání registrovaných na úřadu práce se odhaduje na 964 Kč za měsíc.

3.9.7 Celkové zhodnocení

V této kapitole budou shrnuty a vyčísleny celkové náklady při využití všech návrhů ve společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o.

Tabulka č. 26: Celkové vyčíslení nákladů při realizaci návrhů (Zdroj: vlastní zpracování).

Jednotlivé návrhy	Náklad v Kč
Inzerce na pracovních portálech	9 526
Sociální sítě – Facebook	2 007
Online databáze životopisů	3 459
Aktualizace webových stránek	1 600
Bonus za doporučení 1 nového zaměstnance	6 690
Vyhledávání přes úřad práce	964
Celkem za měsíc	24 246 Kč

Pokud by společnost realizovala doporučené návrhy, lze odhadnout, že za měsíc intenzivnějšího vyhledávání pracovníků by vynaložila náklady ve výši 24 246 Kč. Avšak tyto výpočty jsou pouze orientační, společnost by je nevynakládala každý měsíc. Předpokládá se, že inzerovat nebude 12 měsíců v roce, balíček inzerátů na portále Inwork.cz a balíček odkrytí 100 CV na Profesii by společnosti stačil dost možná i na celý rok. Je zde zahrnut také samotný referral bonus, který bude vyplacen nejdříve až po 6 měsících po nástupu doporučeného zaměstnance a tento bonus jistě nebude za celý rok vyplacen více než za dva nové zaměstnance. Rovněž se předpokládá, že aktualizace webových stránek se provede pouze jednorázově.

Tato navrhovaná řešení byla zvolena především z toho důvodu, aby společnosti pomohla najít pracovníky na těžko obsazované pozice za co nejméně vynaložených zdrojů. V tomto případě bude třeba, aby nejvíce úsilí pro vyhledávání nových zaměstnanců vynaložila účetní společnosti, jelikož bez její snahy se kandidáti sami hlásit nebudou. Je tedy třeba zaplatit především její čas, který bude investovat do vyhledávání vhodných uchazečů.

Tabulka č. 27: Shrnutí mzdových nákladů (Zdroj: vlastní zpracování).

Práce účetní a admin. pracovníce	Výpočet	Náklad v Kč
Inzerce na portálech	12 h x 180 Kč/h + 33,8 % odvody	2 890
Aktivita na sociálních sítích	10 h x 150 Kč/h + 33,8 % odvody	2 007
Vyhledávání v online databáze	4 h x 180 Kč/h + 33,8 % odvody	964
Vyhledávání přes ÚP	4 h x 180 Kč/h + 33,8 % odvody	964
Celkem		6 825 Kč

Pokud budou shrnuty pouze náklady za práci účetní a administrativní pracovníce, při měsíčním intenzivnější vyhledávání uchazečů budou vynaloženy mzdové náklady ve výši 6 825 Kč.

3.9.8 Přínosy navrhovaných řešení

Hlavním přínosem těchto návrhů je především systemizace personální činností ve firmě, a to konkrétně v oblasti získávání pracovníků, za pomoci níž by společnost měla být schopna vyhledat a získat kvalitní pracovníky, a to nejen na těžko obsazované pozice elektromontéra a chladírenského technika, ale také na jiné místa, které by mohly být v budoucnu potřeba zaplnit.

Za další přínos se dá označit také to, že pokud bude společnost aktivní na sociálních sítích a na svých webových stránkách, dokáže se dostat do podvědomí většímu množství lidí a tím si nejen přiláká novou pracovní sílu, ale také nové potenciální zákazníky, popřípadě dodavatele VZT a klimatizačních jednotek a celkově si zlepši svoji image.

Jestliže by se společnosti podařilo získat nové kvalitní zaměstnance, kteří pomohou ke zvýšení výstupu společnosti, může si tím zajistit úspěšnost a konkurenceschopnost na trhu ve svém odvětví.

ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo navrhnout změny konceptu řízení lidských zdrojů se zaměřením na získávání pracovníků dělnických profesí ve společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o., sídlící v Olomouckém kraji a tím vyřešit problém s obsazováním některých dělnických pozic.

Ze všeho nejdříve bylo třeba provést analýzu hospodářské situace společnosti a analýzu personálních činností, které jsou v podniku realizovány.

K tomu, aby byly navrženy samotné metody získávání pracovníků, bylo zapotřebí zpracovat výzkum metod vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v Olomouckém kraji. Výzkum byl uskutečněn prostřednictvím dotazníkového šetření. Pomocí výzkumu bylo zjištěno, že nejčastější metodou vyhledávání nabídek na trhu práce montážními dělníky v Olomouckém kraji je za pomoci online inzerce na pracovních portálech a inzerce na webových stránkách zaměstnavatelů.

Dále bylo třeba prošetřit samotný trh práce, zanalyzovat pracovní portály na českém trhu a v neposlední řadě srovnat, jakým způsobem inzerují konkurenční společnosti.

Na základě provedených analýz byla navržena vhodná řešení, jak efektivně inzerovat a vyhledávat pracovníky na dělnické pozice. Dále byly navrženy popisy pracovních míst hledaných pozic a také účetní společnosti, jelikož v případě využití návrhů bude třeba rozšíření její náplně práce. Doporučení pro tuto rodinnou společnost však musí korespondovat s finančními možnostmi firmy, tudíž veškeré návrhy, které byly doporučeny, byly vybírány také na základě co nejnižší nákladové náročnosti. Proto na závěr návrhů byla tato doporučení ekonomicky vyčíslena. Pokud by společnost realizovala doporučené návrhy, lze odhadnout, že za první měsíc intenzivnějšího vyhledávání pracovníků by vynaložila náklady ve výši 24 246 Kč.

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, přínosem těchto návrhů je především systemizace personálních činností v oblasti získávání pracovníků. Díky návrhům by společnost měla být schopna obsadit veškeré dělnické pozice kvalifikovanými pracovníky. Pokud se společnosti tato úloha podaří, dokáže si zajistit úspěšnost a konkurenceschopnost na trhu ve svém odvětví.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- (1) Obchodní rejstřík: FAKSA-STRAKA, s. r. o. In: *Kurzy.cz* [online]. [cit. 2020-11-13]. Dostupné z: <https://rejstrik-firem.kurzy.cz/49611968/faksa-straka-sro/>
- (2) Vzduchotechnika, klimatizace a tepelná čerpadla. In: *Faksa-Straka.cz* [online]. [cit. 2020-11-14]. Dostupné z: http://www.faksa-straka.cz/vzduchotechnika_klimatizace.php
- (3) Obyvatelstvo ekonomicky aktivní podle věku a podle hlavních tříd a tříd zaměstnání a podle pohlaví - Olomoucký kraj. In: *ČSÚ* [online]. [cit. 2020-10-18]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=all&pvo=SPKR163&vyhltext=elektrik%25C3%25A1%25C5%2599&bkvt=ZWxla3RyaWVDocWZ&pvokc=100&pvoch=3123&str=v92
- (4) WRIGHT, Patrick M., Gary C. MCMAHAN a Abigail MCWILLIAMS. Human resources and sustained competitive advantage: a resource-based perspective, *The International Journal of Human Resource Management*, 1994. 5:2, p. 301-326, DOI: 10.1080/09585199400000020.
- (5) KOUBEK, Josef. *Personální práce v malých a středních firmách*. 4., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3823-9.
- (6) KLEIBL, Jiří, Zuzana DVOŘÁKOVÁ a Bořivoj ŠUBRT. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: C.H. Beck, 2001. ISBN 80-717-9389-2.
- (7) ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy : 13. vydání*. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.
- (8) WATSON, T., Critical social science, pragmatism and the realities of HRM. *International Journal of Human Resource Management Studies*. 2010. 21(6), p, 915–931.
- (9) DYTRT, Zdeněk. *Dobré jméno firmy*. Praha: Alfa Publishing, 2006. Management studium. ISBN 80-868-5145-1.

- (10) ARMSTRONG, Michael. *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy: 10. vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.
- (11) KOCIANOVÁ, Renata. *Personální činnosti a metody personální práce*. Praha: Grada, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2497-3.
- (12) KOUBEK, Josef. *Personální práce v malých podnicích. 2., přeprac. a dopl. vyd.* Praha: Grada, 2003. Manažer. ISBN 80-247-0602-4.
- (13) KOCIANOVÁ, Renata. *Personální řízení: východiska a vývoj. 2., přeprac. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2012. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3269-5.
- (14) DVOŘÁKOVÁ, Zuzana. *Řízení lidských zdrojů*. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-347-9.
- (15) MAYEROVÁ, Marie a Jiří RŮŽIČKA. *Moderní personální management*. Praha, 2000. ISBN 80-860-2265-X.
- (16) ŠIMÁKOVÁ, Markéta. *Trendy a možnosti při přijímacím pohovoru*. HR forum, 2013. 2, 20.
- (17) Hledám zaměstnance pomocí internetu. Jak na to? In: *Hledám zaměstnance.cz* [online]. [cit. 2020-11-15]. Dostupné z: <http://www.hledam-zamestnance.cz>
- (18) KOUBEK, Josef. *Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky. 5., rozš. a dopl. vyd.* Praha: Management Press, 2015. ISBN 978-80-7261-288-8.
- (19) KOŠŤAN, Pavol, František BĚLOHLÁVEK a Oldřich ŠULEŘ. *Management: [co je management, proces řízení, obsah řízení, manažerské dovednosti]*. Brno: Computer Press, 2006. Business books (Computer Press). ISBN 80-251-0396-X.
- (20) DVOŘÁKOVÁ, Zuzana. *Management lidských zdrojů*. Praha: C.H. Beck, 2007. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-893-4.
- (21) FAKSA-STRAKA, s. r. o. *Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2017*. Příkazy: FAKSA-STRAKA, s. r. o., 2018.
- (22) FAKSA-STRAKA, s. r. o. *Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2018*. Příkazy: FAKSA-STRAKA, s. r. o., 2019.

- (23) FAKSA-STRAKA, s. r. o. *Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2019*. Příkazy: FAKSA-STRAKA, s. r. o., 2020.
- (24) FAKSA-STRAKA, s. r. o. *Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2020*. Příkazy: FAKSA-STRAKA, s. r. o., 2021.
- (25) STRAKOVÁ, Mária. *Interview*. Příkazy: FAKSA-STRAKA, s. r. o., 23. 12. 2020.
- (26) Trh práce. In: *Statutární město Olomouc* [online]. [cit. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/podnikatel/profil-mesta-a-informace-pro-investory/profil-mesta/trh-prace>
- (27) Zaměstnanost, nezaměstnanost. Krajská správa ČSÚ v Olomouci. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/zamestnanost-xm>
- (28) Statistiky o trhu práce. In: *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. [cit. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/web/cz/statistiky#statistiky-o-trhu-prace>
- (29) Organizační statistika v Olomouckém kraji v roce 2019. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/organizacni-statistika-v-olomouckem-kraji-v-roce-2019>
- (30) Průměrné mzdy v Olomouckém kraji v 1. čtvrtletí 2020. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-12-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/prumerne-mzdy-v-olomouckem-kraji-v-1-ctvtletí-2020>
- (31) Pracovní portály. In: *Pracovní portály* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz>
- (32) Inzerujte na Prace.cz. In: *Prace.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://firmy.prace.cz>
- (33) Inzerujte na Jobs.cz. In: *Jobs.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://firmy.jobs.cz>
- (34) Zadat inzerát. In: *easy-práce.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://www.easy-prace.cz/jednokrokové-zadáni-inzeratu>

- (35) Fajnspráva.cz. In: *fajnsprava.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://www.fajnsprava.cz/cenik.html>
- (36) Typy reklamy na Volnámísta.cz. In: *Seznam.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://www.seznam.cz/reklama/cz/obsahovy-web/sluzba-volna-mista/volna-mista-typy-reklamy>
- (37) Teamio. In: *Teamio.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: https://www.teamio.com/cz/inzerce/?gclid=Cj0KCQiA0MD_BRCTARIsADXooPYYDT_eMqrT1vAWr6Qdk-nY4csoHnTbZe56q7uxQVO3wEIPqQmOFnEaAhFbEALw_wcB
- (38) Databáze životopisů – po ruce, když je málo kandidátů. In: *Teamio.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://www.teamio.com/cz/blog/databaze-zivotopisu-po-ruce-kdyz-je-malo-kandidatu/>
- (39) Hledám zaměstnance. In: *Zivotopisy.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://www.zivotopisy.cz/hledam-zamestnance>
- (40) Hledám zaměstnance. In: *Profesia.cz* [online]. [cit. 2021-01-02]. Dostupné z: <https://www.profesia.cz/hledame-zamestnance>
- (41) Vzduchotechnika Zmrzlík s. r. o. In: *Vzt-zmrzlik.cz* [online]. [cit. 2021-01-09]. Dostupné z: <http://www.vzt-zmrzlik.cz/cs/profil.php>
- (42) Nabídky práce. In: *Jobs.cz* [online]. [cit. 2021-01-09]. Dostupné z: <https://www.jobs.cz/prace/?company%5B%5D=421096963>
- (43) Volná místa: Vzduchotechnika Zmrzlík s.r.o. In: *VolnaMista.cz* [online]. [cit. 2021-01-09]. Dostupné z: <https://www.volnamista.cz/firma/vzduchotechnika-zmrzlik-sro/206567>
- (44) GLOBAL CLIMA s.r.o. In: *Globalclima.cz* [online]. [cit. 2021-01-09]. Dostupné z: <http://www.globalclima.cz>
- (45) AZ KLIMA a. s. In: *azklima.cz* [online]. [cit. 2021-01-10]. Dostupné z: <https://www.azklima.com>
- (46) AZ KLIMA a. s. In: *Facebook.com* [online]. [cit. 2021-01-10]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/azklima.cz>

- (47) Ceník služeb. In: *Profesia.cz* [online]. [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://www.profesia.cz/cenik-sluzeb#cv>
- (48) Faksa-Straka, s. r. o. In: *faksa-straka.cz* [online]. [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <http://www.faksa-straka.cz>
- (49) Kontakty. In: *faksa-straka.cz* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <http://www.faksa-straka.cz/kontakty.php>
- (50) Vzor souhlasu se zpracováním osobních údajů podle GDPR. In: *elegal.cz* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <https://elegal.cz/vzor-souhlasu-se-zpracovanim-osobnich-udaju-podle-gdpr>
- (51) Vyplňte svůj životopis. In: *prace-daikinbrno.cz* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <https://www.prace-daikinbrno.cz/nemam-cv>
- (52) Free images. In: *Pixabay.com* [online]. [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <https://pixabay.com/photos/search/air%20conditioner/>
- (53) Hladové firmy platí až padesát tisíc za dohození nového kolegy. In: *iDNES.cz* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/zamestnanost-prace-benefity-nabor-prispevek.A180523_403042_ekonomika_fih
- (54) Svářeči, zámečníci, potrubáři, elektrikáři a jiná řemesla. In: *Facebook.com* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/1419497501511010>
- (55) Elektrikáři CZ/SK. In: *Facebook.com* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/2013665375561502>
- (56) Bohatství v interních doporučeních. In: *HRnews.cz* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://www.hrnews.cz/dual/lidske-zdroje/SR2074824/jak-zlepsit-proces-naboru-pomoci-doporuceni-a-socialnich-med-id-2074824>
- (57) Je pro firmy hledání pracovníků na úřadech práce ztrátou času? In: *FinExpert.cz* [online]. [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/finexpert/vydelavame/je-pro-firmy-hledani-pracovniku-na-uradech-prace-ztratou-casu-1338235>

- (58) Zaměstnavatel na úřadu práce. In: *socialnidialog.cz* [online]. [cit. 2021-04-03].
Dostupné z:
https://www.socialnidialog.cz/images/stories/Zamestnavatel_na_uradu_prace.pdf
- (59) Nezaměstnanost v Olomouckém kraji k 31.12.2020. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2021-04-11]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/csu/xm/nezamestnanost-v-olomouckem-kraji-k-31-12-2020>
- (60) Informace o nezaměstnanosti v Olomouckém kraji ke konci roku 2020. In:
Prostejov.eu [online]. [cit. 2021-04-11]. Dostupné z:
<https://www.prostejov.eu/cs/aktuality-archiv/informace-o-nezamestnanosti-v-olomouckem-kraji-ke-konci-roku-2020.html>
- (61) Tisková zpráva z 8. ledna 2021. In: *mpsv.cz* [online]. [cit. 2021-04-11]. Dostupné z:
https://www.mpsv.cz/documents/20142/2061970/08_01_2020_TZ_Nezamestnanost_prosinec.pdf/
- (62) Průměrná mzda stoupla na 38.525 Kč, i díky odměnám zdravotníků. In: *České noviny ČTK* [online]. [cit. 2021-04-11]. Dostupné z:
<https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/prumerna-mzda-stoupila-na-38-525-kc-i-diky-odmenam-zdravotniku/2005741>
- (63) STRAKOVÁ, Mária. *Interview*. Příkazy: FAKSA-STRAKA, s. r. o., 16. 04. 2021.

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ

aj.	a jiné
a. s.	akciová společnost
apod.	a podobně
CV	Cirriculum vitae (životopis)
ČSÚ	Český statistický úřad
DPČ	dohoda o pracovní činnosti
DPP	dohoda o provedení práce
FB	Facebook
FN	fakultní nemocnice
MD	mateřská dovolená
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
např.	například
OK	Olomoucký kraj
OR	obchodní rejstřík
popř.	popřípadě
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
tn.	to znamená
TZB	technické zařízení budov
tzv.	takzvaně
ÚP	úřad práce
VH	výsledek hospodaření
VZT	vzduchotechnika

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Vývoj celkových nákladů společnosti	38
Graf č. 2: Vývoj osobních nákladů společnosti	39
Graf č. 3: Vývoj výnosů společnosti.....	40
Graf č. 4: Výsledek hospodaření společnosti.....	41
Graf č. 5: Bydliště či pracoviště respondentů	49
Graf č. 6: Profese respondentů.....	50
Graf č. 7: Počet let zkušeností.....	50
Graf č. 8: Současný pracovní poměr respondentů	51
Graf č. 9: Velikost společnosti.....	52
Graf č. 10: Nové pracovní příležitosti.....	52
Graf č. 11: Nalezení prvního zaměstnání.....	53
Graf č. 12: Metody vyhledávání nových pracovních nabídek	54
Graf č. 13: Využívání médií k vyhledávání nových pracovních nabídek.....	54
Graf č. 14: Využívání internetu k vyhledávání pracovních nabídek	55
Graf č. 15: Pracovní portály.....	56
Graf č. 16: Sociální sítě.....	56
Graf č. 17: Webové stránky zaměstnavatelů.....	57
Graf č. 18: Personální agentura.....	57
Graf č. 19: Zasílání životopisů.....	58
Graf č. 20: Online database životopisů.....	58
Graf č. 21: Formulář pracovních zkušeností na webu společnost	59
Graf č. 22: Doporučování známých.....	59
Graf č. 23: Vzdělání respondentů	60
Graf č. 24: Pohlaví respondentů.....	60

Graf č. 25: Věk respondentů	61
Graf č. 26: Polygon četností metod vyhledávání pracovních nabídek.....	62
Graf č. 27: Průměrná měsíční mzda v Olomouckém kraji.....	74
Graf č. 28: Srovnání cen za zobrazení inzerátu na pracovních portálech.....	77
Graf č. 29: Počet uchazečů denně	78

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Schéma řízení lidských zdrojů.....	16
Obrázek č. 2: Získávání pracovníků uvnitř i mimo organizaci.....	25
Obrázek č. 3: Realizace vzduchotechniky společností Faksa-Straka, s. r. o.	36
Obrázek č. 4: Klimatizační jednotky Daikin montované společností.....	37
Obrázek č. 5: Největší zaměstnavatelé v Olomouckém kraji k 31.12.2019	72
Obrázek č. 6: Databáze životopisů Jobs.cz a Práce.cz.....	79
Obrázek č. 7: Inzerce VZT Zmrzlík na Jobs.cz	81
Obrázek č. 8: Inzerce VZT Zmrzlík na Volných místech.....	81
Obrázek č. 9: Příklad inzerátu společnosti na webových stránkách	82
Obrázek č. 10: Poutač pro návštěvníky a uchazeče na webu společnosti.....	83
Obrázek č. 11: Poutač pro uchazeče z řad studentů, absolventů a matek po MD	84
Obrázek č. 12: Popis pracovního místa – chladírenský technik	87
Obrázek č. 13: Popis pracovního místa – elektromontér	88
Obrázek č. 14: Návrh inzerátu na pozici elektromontéra	93
Obrázek č. 15: Návrh inzerátu na pozici montéra chladírenských zařízení.....	93
Obrázek č. 16: Skupina na FB sdružující elektrikáře	94
Obrázek č. 17: Skupina na FB sdružující řemeslníky	94
Obrázek č. 18: Ceník služeb databáze Profesia.cz.....	95
Obrázek č. 19: Vzhled webu společnosti.....	96
Obrázek č. 20: Kontaktní formulář společnosti FAKSA-STRAKA, s. r. o.....	97
Obrázek č. 21: Souhlas se zpracováním osobních údajů	97
Obrázek č. 22: Vzor formuláře k vytvoření a odeslání životopisu	99
Obrázek č. 23: Popis pracovního místa – samostatná účetní	103

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Procentní změny osobních nákladů	39
Tabulka č. 2: Absolutní a relativní četnosti	62
Tabulka č. 3: Test pro podíl u jednoho výběru	63
Tabulka č. 4: Aktuální četnosti	64
Tabulka č. 5: Očekávané četnosti	64
Tabulka č. 6: Aktuální četnosti	65
Tabulka č. 7: Očekávané četnosti	65
Tabulka č. 8: Aktuální četnosti	66
Tabulka č. 9: Očekávané četnosti	66
Tabulka č. 10: Aktuální četnosti	67
Tabulka č. 11: Očekávané četnosti	67
Tabulka 12: Cramérův test kontingence	68
Tabulka č. 13: Vývoj podílu nezaměstnaných osob v % k 31.12.	70
Tabulka č. 14: Podíl nezaměstnaných osob v okresech OK v % k 31.12.	71
Tabulka č. 15: Počet uchazečů o zaměstnání na jedno volné pracovní místo k 31.12. ..	71
Tabulka č. 16: Ekonomicky aktivní a neaktivní obyvatelstvo v Olomouckém kraji.....	72
Tabulka č. 17: Největší zaměstnavatelé v Olomouci za rok 2019	73
Tabulka č. 18: Průměrná měsíční mzda v Kč.	74
Tabulka č. 19: Srovnání databází.....	80
Tabulka č. 20: Vyčíslení nákladů za inzerci na pracovních portálech.....	104
Tabulka č. 21: Vyčíslení nákladů za aktivitu na Facebooku	105
Tabulka č. 22: Vyčíslení nákladů za vyhledávání CV v online databázi.....	105
Tabulka č. 23: Vyčíslení nákladů za práci webdesignera.	106
Tabulka č. 24: Vyčíslení nákladů za doporučení zaměstnance.....	106

Tabulka č. 25: Vyčíslení nákladů za vyhledávání uchazečů na ÚP.....	106
Tabulka č. 26: Celkové vyčíslení nákladů při realizaci návrhů	107
Tabulka č. 27: Shrnutí mzdových nákladů	108

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Původní znění dotazníkového šetření

Příloha č. 2: Výkaz zisku a ztráty v plném rozsahu ke dni 31.12.2016

Příloha č. 3: Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2017

Příloha č. 4: Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2018

Příloha č. 5: Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2019

Příloha č. 1: Původní znění dotazníkového šetření

Dobrý den,

touto cestou bych Vás ráda požádala o vyplnění krátkého dotazníku, který Vám nezabere více než 5 minut Vašeho času.

Dotazník je určen ***pouze pro elektromontéry a montéry chladicího zařízení v Olomouckém kraji.*** Pokud tuto podmínku nesplňujete, nevyplňujte prosím tento dotazník.

Dotazník slouží ke zjištění nejčastějších metod vyhledávání pracovních nabídek montážními dělníky v Olomouckém kraji.

Výsledky dotazníku budou využity k výzkumu a poté ke zpracování mé diplomové práce realizované na Fakultě podnikatelské Vysokého učení technického v Brně.

Veškeré odpovědi jsou anonymní a budou využity pouze ke studijním účelům.

Děkuji za Váš čas,

Kateřina Straková, studentka FP VUT

1. V jakém kraji se nachází Vaše bydliště či pracoviště?

Olomoucký kraj

Jiný

2. Jaká je Vaše profese?

Elektromontér

Montér chladicího zařízení

Jiná

3. Kolik let zkušeností máte na Vaší pozici?

Méně než 1 rok

1-2 roky

2-5 let

5-10 let

Více než 10 let

4. V jakém pracovním poměru se nyní nacházíte?

Pracovní smlouva

Práce na DPP/DPČ

Dočasné přidělení (agenturní zaměstnání)

Nezaměstnaný

5. Jak velkou společnost byste preferovali jako svého zaměstnavatele?

Mikro podnik: méně než 10 zaměstnanců

Malý podnik: 10–49 zaměstnanců

Střední podnik: 50–249 zaměstnanců

Velký podnik: více než 250 zaměstnanců

6. Jste otevřen novým pracovním příležitostem?

Ano

Nevím

Ne

7. Jakým způsobem se Vám podařilo najít své první zaměstnání?

Spolupráce organizace se střední školou/učilištěm

Nabídka úřadu práce

Inzerát na pracovním portále (jobs.cz, práce.cz, aj.)

Inzerát na webu společnosti

Sociální sítě

Doporučení známým

Využití služeb personální agentury

Veletrh pracovních příležitostí

Samostatné oslovení dané společnosti

Přímé oslovení personalistou společnosti

Místní vývěsky

Inzerát v novinách či jiných médiích

Letáky v poštovní schránce

8. Které z následujících metod upřednostňujete při hledání nového zaměstnání?

Inzeráty na pracovních portálech (jobs.cz, práce.cz, aj.)

Inzeráty na webu společnosti

Sociální sítě

Doporučení od známého

Nabídky úřadu práce

Využití služeb personální agentury

Veletrh pracovních příležitostí

Samostatné oslovení dané společnosti

Přímé oslovení personalistou společnosti

Místní vývěsky

Inzeráty v novinách či jiných médiích

Letáky v poštovní schránce

9. Jaká média kromě internetu využíváte k vyhledávání pracovních nabídek?

Celostátní deníky a časopisy (např. DNES, Hospodářské noviny, Blesk)

Lokální tiskoviny (např. Olomoucký deník)

Rozhlas/Rádio

Televize

Nevyužívám média k vyhledávání pracovních nabídek

10. Využíváte internet k vyhledání nových pracovních nabídek?

Ano

Nevím

Ne

11. Jaké pracovní portály využíváte k vyhledání pracovních nabídek?

Jobs.cz

Práce.cz

Profesia.cz

easy-práce.cz

INwork.cz

VolnáMísta.cz

JobDNES.cz

JobList.cz

HyperPráce.cz

Flek.cz

Monster.cz

DobráPráce.cz

Portál Úřadu práce ČR

Nevyužívám žádné portály při hledání nového zaměstnání.

12. Jaké sociální sítě využíváte k vyhledávání nabídek práce?

Facebook

LinkedIn

Twitter

Instagram

TikTok

Nevyužívám sociální sítě při hledání nového zaměstnání

13. Když hledáte nové zaměstnání, sledujete přímo webové stránky atraktivních zaměstnavatelů?

Ano

Nevím

Ne

14. Máte zkušenosti s využíváním služeb personální agentury ke zprostředkování práce?

Ano

Nevím

Ne

15. Když hledáte nové zaměstnání, zasíláte atraktivním zaměstnavatelům svůj životopis?

Ano

Nevím

Ne

16. Když hledáte nové zaměstnání, registrujete svůj životopis do online databáze životopisů?

Ano

Nevím

Ne

17. Uvítali byste, kdyby bylo možné přes jednoduchý formulář na webu společnosti sepsat a přímo odeslat své pracovní zkušenosti?

Ano

Nevím

Ne

18. Máte zkušenosti s doporučováním známých, či vás někdo doporučil svému zaměstnavateli?

Ano

Nevím

Ne

19. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní

Vyučen

Středoškolské

Vysokoškolské

20. Jaké je Vaše pohlaví?

Žena

Muž

21. Jaký je Váš věk?

18-30

31-40

41-50

51-60

nad 60 let

Příloha č. 2: Výkaz zisku a ztráty v plném rozsahu ke dni 31.12.2016

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY v plném rozsahu

ke dni 31.12.2016
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2016		49611968

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

Faksa-Straka, s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání liší-li se od bydliště

Příkazy 180
783 33

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	64 024	54 742
III.	Tržby za prodej zboží	2	25	9
A.	Výkonová spotřeba Součet A.1. až A.3.	3	42 228	39 437
A. 1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	4		-2
A. 2.	Spotřeba materiálu a energie	5	37 105	35 985
A. 3.	Služby	6	5 123	3 454
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	7		-51
C.	Aktivace (-)	8		
D.	Osobní náklady Součet D.1. až D.2.	9	14 675	13 416
D. 1.	Mzdové náklady	10	10 402	9 809
D. 2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	11	4 273	3 607
D. 2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	12	3 679	3 150
D. 2.2.	Ostatní náklady	13	594	457
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti Součet E.1. až E.3.	14	1 973	1 465
E. 1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	15	1 973	1 465
E. 1.1.	- Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvalé	16	1 973	1 465
E. 1.2.	- Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasné	17		
E. 2.	Úpravy hodnot zásob	18		
E. 3.	Úpravy hodnot pohledávek	19		
III.	Ostatní provozní výnosy Součet III.1. až III.3.	20	994	2 210
III. 1.	Tržby z prodaného dlouhodobého majetku	21		
III. 2.	Tržby z prodaného materiálu	22	859	1 775
III. 3.	Jiné provozní výnosy	23	135	435
F.	Ostatní provozní náklady Součet F.1. až F.5.	24	549	1 324
F. 1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	25		
F. 2.	Zůstatková cena prodaného materiálu	26		
F. 3.	Daně a poplatky v provozní oblasti	27	116	124
F. 4.	Rezervy v provozní oblasti a komplexní náklady příštích období	28		60
F. 5.	Jiné provozní náklady	29	433	1 140
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-) I. + II. - A. - B. - C. - D. - E. + III. - F.	30	5 618	1 370

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly Součet IV.1. až IV.2.	31		
IV. 1.	Výnosy z podílů - ovládaná nebo ovládající osoba	32		
IV. 2.	Ostatní výnosy z podílů	33		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	34		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku Součet V.1. až V.2.	35		
V. 1.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku - ovládaná nebo ovládající osoba	36		
V. 2.	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	37		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	38		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy Součet VI.1. až VI.2.	39	8	
VI. 1.	Výnosové úroky a podobné výnosy - ovládaná nebo ovládající osoba	40	8	
VI. 2.	Ostatní výnosové úroky a podobné výnosy	41		
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	42		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady Součet J.1. až J.2.	43	27	17
J. 1.	Nákladové úroky a podobné náklady - ovládaná nebo ovládající osoba	44	27	17
J. 2.	Ostatní nákladové úroky a podobné náklady	45		
VII.	Ostatní finanční výnosy	46		
K.	Ostatní finanční náklady	47	2	42
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-) IV. - G. + V. - H. + VI. - I. - J. + VII. - K.	48	-21	-59
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) * (ř. 30) + * (ř. 48)	49	5 597	1 311
L.	Daň z příjmů Součet L.1. až L.2.	50	1 067	365
L. 1.	Daň z příjmů splatná	51	1 067	365
L. 2.	Daň z příjmů odložená (+/-)	52		
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-) ** (ř. 49) - L.	53	4 530	946
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	54		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) ** (ř. 53) - M.	55	4 530	946
*	Čistý obrát za účetní období I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	56	65 051	56 961

Sestaveno dne: 31.03.2017		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou	
Právní forma účetní jednotky	Předmět podnikání vzduchotechnika	Pozn.:	

Příloha č. 3: Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2017

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY ve zkráceném rozsahu

ke dni 31.12.2017

(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2017		49611968

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

Faksa-Straka, s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání liší-li se od bydliště

Příkazy 180
783 33

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	66 323	64 024
II.	Tržby za prodej zboží	2	16	25
A.	Výkonová spotřeba	3	42 287	42 228
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	4		
C.	Aktivace (-)	5		
D.	Osobní náklady	6	16 398	14 675
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	7	2 497	1 973
III.	Ostatní provozní výnosy	8	1 173	994
F.	Ostatní provozní náklady	9	707	549
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-) I. + II. - A. - B. - C. - D. - E. + III. - F.	10	5 623	5 618
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	11		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	12		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	13		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	14		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	15		8
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	16		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	17	73	27
VII.	Ostatní finanční výnosy	18		
K.	Ostatní finanční náklady	19	2	2
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-) IV. - G. + V. - H. + VI. - I. - J. + VII. - K.	20	-75	-21
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) * (ř. 10) + * (ř. 20)	21	5 548	5 597
L.	Daň z příjmů	22	1 068	1 067
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-) ** (ř. 21) - L.	23	4 480	4 530
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	24		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) ** (ř. 23) - M.	25	4 480	4 530
*	Čistý obrát za účetní období I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	26	67 512	65 051

Sestaveno dne: 27.03.2018		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky	Předmět podnikání vzduchotechnika	Pozn.: FAKSA-STRAKA, s.r.o. vzduchotechnika a klimatizace -1- CZ - 783 33 PŘÍKAZY 278 TEL.: 585 416 349 FAX: 585 412 773

Příloha č. 4: Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2018

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY ve zkráceném rozsahu

ke dni 31.12.2018
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2018		49611968

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

Faksa-Straka, s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Příkazy 180
783 33

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	62 163	66 323
II.	Tržby za prodej zboží	2	14	16
A.	Výkonová spotřeba	3	39 454	42 287
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	4		
C.	Aktivace (-)	5		
D.	Osobní náklady	6	18 293	16 398
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	7	2 418	2 497
III.	Ostatní provozní výnosy	8	1 532	1 173
F.	Ostatní provozní náklady	9	1 530	707
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-) I. + II. - A. - B. - C. - D. - E. + III. - F.	10	2 014	5 623
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	11		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	12		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	13		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	14		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	15		
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	16		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	17	68	73
VII.	Ostatní finanční výnosy	18		
K.	Ostatní finanční náklady	19	3	2
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-) IV. - G. + V. - H. + VI. - I. - J. + VII. - K.	20	-71	-75
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) * (ř. 10) + * (ř. 20)	21	1 943	5 548
L.	Daň z příjmů	22	382	1 068
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-) ** (ř. 21) - L.	23	1 561	4 480
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	24		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) ** (ř. 23) - M.	25	1 561	4 480
*	Čistý obrát za účetní období I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	26	63 709	67 512

Sestaveno dne: 28.03.2019		FAKSA-STRAKA, s.r.o. Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou CZ - 783 33 - PŘÍKAZY 180 TEL.: 585 416 349 FAX: 585 412 773	
Právní forma účetní jednotky	Předmět podnikání vzduchotechnika	Pozn.:	

Příloha č. 5: Výkaz zisku a ztráty ve zkráceném rozsahu ke dni 31.12.2019

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY ve zkráceném rozsahu

ke dni 31.12.2019
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČ
2019		49611968

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

Faksa-Straka, s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Příkazy 180
783 33

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby z prodeje výrobků a služeb	1	58 367	62 163
II.	Tržby za prodej zboží	2	18	14
A.	Výkonová spotřeba	3	34 610	39 454
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)	4		
C.	Aktivace (-)	5		
D.	Osobní náklady	6	19 436	18 293
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	7	2 167	2 418
III.	Ostatní provozní výnosy	8	1 420	1 532
F.	Ostatní provozní náklady	9	2 074	1 530
*	Provozní výsledek hospodaření (+/-) I. + II. - A. - B. - C. - D. - E. + III. - F.	10	1 518	2 014
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly	11		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	12		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	13		
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	14		
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	15	29	
I.	Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	16		
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	17	57	68
VII.	Ostatní finanční výnosy	18		
K.	Ostatní finanční náklady	19	2	3
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-) IV. - G. + V. - H. + VI. - I. - J. + VII. - K.	20	-30	-71
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) * (ř. 10) + * (ř. 20)	21	1 488	1 943
L.	Daň z příjmů	22	297	382
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-) ** (ř. 21) - L.	23	1 191	1 561
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	24		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) ** (ř. 23) - M.	25	1 191	1 561
*	Čistý obrát za účetní období I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	26	59 834	63 709

Sestaveno dne: 01.04.2020		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou vzduchotechnika klíčová CZ - 783 33 PŘÍKAZY 180
Právní forma účetní jednotky	Předmět podnikání vzduchotechnika	Pož.: 585 416 349 FAX: 585 412 7