

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Diplomová práce

**Aktivity firem směřující k podpoře studentů při
získávání praktických zkušeností**

Bc. Tereza Jalčáková

© 2019 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Tereza Jalčáková

Podnikání a administrativa

Název práce

Aktivity firem směřující k podpoře studentů při získávání praktických zkušeností

Název anglicky

Activities of companies heading to support of students in acquisition of practical experience

Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je na základě analýzy zhodnotit aktivity vybrané společnosti směřující k podpoře studentů při získávání praktických zkušeností a v případě zjištěných nedostatků navrhnout vhodná opatření.

Metodika

Práce se skládá ze dvou částí – teoretické a praktické. Teoretická část bude zpracována na základě analýzy sekundárních zdrojů. Praktická část bude zpracována na základě výstupů z kvantitativního/kvalitativního výzkumu.

Syntéza výchozí znalostní báze: 11/2016 – 08/2017

Kvantitativní/kvalitativní výzkum: 09/2017 – 11/2017

Agregace poznatků: 12/2017 – 02/2018

Odevzdání práce na katedru: 03/2018

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Řízení lidských zdrojů, personální marketing, nábor, stáž, trainee program, odborná praxe

Doporučené zdroje informací

- ARMSTRONG, M., TAYLOR, S. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy: 13. vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.
- DVOŘÁKOVÁ, Z. Řízení lidských zdrojů. Praha: C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-347-9.
- HRONÍK, František. Jak se nespálit podruhé: strategie a praxe výběrového řízení. V Brně: MotivPress, 2007. MBA study. ISBN 978-80-254-0698-4.
- JANIŠOVÁ, Dana a Mirko KŘIVÁNEK. Velká kniha o řízení firmy: [praktické postupy pro úspěšný rozvoj]. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4337-0.
- JOSHI, Manmohan. Human Resource Management. London: Bookboon 2013, 2013. ISBN 978-87-403-0393-3.
- KOCIÁNOVÁ, R. Personální činnosti a metody personální práce. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-2497-3.
- KOUBEK, J. Řízení lidských zdrojů : základy moderní personalistiky. Praha: Management Press, 2007. ISBN 978-80-7261-168-3.
- PASSENHEIM, Olaf. Project management. Bookboon, 2009. ISBN 978-87-7681-487-8.
- ŠIKÝŘ, Martin. Personalistika pro manažery a personalisty. Praha: Grada, 2012. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4151-2.
- TURECKIOVÁ, Michaela. Řízení a rozvoj lidí ve firmách. Praha: Grada, 2004. Psyché (Grada). ISBN 80-247-0405-6.

Předběžný termín obhajoby

2018/19 ZS – PEF (únor 2019)

Vedoucí práce

Ing. Martina Fejfarová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 22. 12. 2017

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 12. 1. 2018

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 29. 11. 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Aktivity firem směřující k podpoře studentů při získávání praktických zkušeností“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 11. 2019

Poděkování

Ráda bych touto cestou paní doc. Ing. Martině Fejfarové, Ph.D. za cenné informace, vedení a odborné konzultace, které mi při zpracování této diplomové práce poskytla. Dále bych ráda poděkovala pracovníkovi personálního oddělení organizace XY za poskytnuté materiály a informace, které mi umožnily vypracovat praktický základ této práce.

Aktivity firem směřující k podpoře studentů při získávání praktických zkušeností

Souhrn

Diplomová práce na téma Aktivity firem směřující k podpoře studentů při získávání praktických zkušeností se zaměřuje na možnosti spolupráce se studenty v organizaci XY. Hlavním cílem práce je pomocí analýzy zhodnotit nabízené aktivity pro studenty v organizaci XY a v případě nalezených nedostatků navrhnout jistá doporučení a opatření, která povedou ke zlepšení. Technikou sběru dat byla zejména analýza interních dokumentů společnosti, polostandardizovaný rozhovor s pracovníkem personálního oddělení a dotazníkové šetření.

Práce je rozdělena do dvou základních částí, a sice na část teoretickou a část praktickou. Teoretická část je zpracována na základě prostudování odborné literatury a jiných odborných článků. Dle teoretických východisek byla následně vypracována část praktická. Cílem bylo zhodnotit aktivity, které organizace XY studentům nabízí a navrhnout případná opatření k odstranění nedostatků. V závěru práce jsou shrnuty výsledky, které vzešly z dotazníkového šetření a navrženy doporučení pro zlepšení nalezených nedostatků.

Klíčová slova: personální řízení, řízení lidských zdrojů, personální marketing, spolupráce, studenti, výběrové řízení, stáž, trainee program, odborná praxe.

Activities of companies heading to support of students in acquisition of practical experiences

Summary

Diploma thesis on Activities of companies heading to support of students in acquisition of practical experiences is focused on possibilities of cooperation with students in organization XY. The main aim of the thesis is to analyze the activities offered for students in the organization XY and, in case of found deficiencies, to suggest certain recommendations that will lead to improvement. The technique of data collection was mainly the analysis of internal documents of the company, a semi-standardized interview with a personnel department and a questionnaire survey.

The thesis is divided into two basic parts, namely theoretical and practical. The theoretical part is based on the study of literature and other articles. The practical part was elaborated according to the theoretical background. The aim was to evaluate the activities that the organization XY offers to students and to suggest possible measures to eliminate shortcomings. The conclusion summarizes the results of the questionnaire survey and suggests recommendations for improvement of the deficiencies found.

Keywords: personnel management, human resources management, personnel marketing, cooperation, students, recruitment, internship, trainee program, professional practice.

Obsah

1 Úvod	10
2 Cíl práce a metodika	11
2.1 Cíl práce	11
2.2 Metodika	11
3 Teoretická východiska	13
3.1 Personální řízení	13
3.2 Proces získávání pracovníků	14
3.2.1 Vnitřní zdroje	16
3.2.2 Vnější zdroje	16
3.2.3 Metody výběru pracovníků	22
3.3 Spolupráce firem se studenty a absolventy	26
3.3.1 Odborné praxe	26
3.3.2 Trainee program	26
3.3.3 Spolupráce firem na bakalářských a diplomových pracích	28
3.3.4 Ostatní aktivity firem	28
3.4 Instituty spolupracující s firmami.....	29
4 Vlastní práce	30
4.1 Charakteristika organizace XY.....	30
4.2 Možnosti pro studenty ve společnosti XY	32
4.2.1 Získávání studentů v organizaci XY.....	34
4.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	36
5 Zhodnocení výsledků a návrhy na zlepšení	57
5.1 Nedostatečná propagace.....	57
5.1.1 Návrh na zlepšení	57
5.2 Nabídka benefitů a finanční ohodnocení	58
5.3 Nespokojenost studentů pracujících na částečný a plný úvazek	59
5.3.1 Návrh na zlepšení	59
5.4 Nespokojenost studentů píšící bakalářskou či diplomovou práci.....	60
5.4.1 Návrhy na zlepšení	60
5.5 Podoba trainee programu	60
5.5.1 Návrh na zlepšení	60
6 Závěr	62
7 Seznam použitých zdrojů	64

Seznam obrázků

Obrázek 1: Postup při obsazování volného pracovního místa	15
Obrázek 2: Metody získávání uchazečů podle průzkumu CIPD.....	17
Obrázek 3: Nejpoužívanější sociální média pro vyhledávání uchazečů	20
Obrázek 4: Metoda Assessment Centre	25
Obrázek 5: Struktura respondentů dle pohlaví	36
Obrázek 6: Struktura respondentů dle vysoké školy	37
Obrázek 7: Struktura respondentů dle studovaného programu	38
Obrázek 8: Struktura respondentů dle formy studia	38
Obrázek 9: Struktura respondentů dle studovaného oboru	39
Obrázek 10: Struktura respondentů, kteří právě prochází a kteří již prošli formou spolupráce.....	40
Obrázek 11: Zdroje informací o aktivitách organizace XY	40
Obrázek 12: Zájem respondentů na spolupráci	42
Obrázek 13: Respondenti dle druhu vykonávané aktivity v organizaci XY	43
Obrázek 14: Spokojenost respondentů s dosavadním průběhem spolupráce.....	44
Obrázek 15: Důvody spokojenosti respondentů s průběhem spolupráce	45
Obrázek 16: Důvody nespokojenosti respondentů s průběhem spolupráce.....	46
Obrázek 17: Studenti, kteří se cítí být plnohodnotnými členy týmu	47
Obrázek 18: Spokojenost respondentů s dosavadním průběhem spolupráce.....	48
Obrázek 19: Důvody spokojenosti respondentů s průběhem spolupráce	49
Obrázek 20: Důvody nespokojenosti respondentů s průběhem spolupráce.....	50
Obrázek 21: Důvody spokojenosti respondentů s trainee programem	52
Obrázek 23: Názor respondentů na dostatečnou propagaci nabízených spoluprací.....	54
Obrázek 24: Návrhy na zlepšení propagace nabízených spoluprací pro studenty	55
Obrázek 25: Doporučení spolupráce dalším studentům	56

Seznam tabulek

Tabulka 1: Finanční ukazatele organizace XY v mil. Kč	31
Tabulka 2: Poměrové ukazatele organizace XY v %	31
Tabulka 3: Zájem respondentů na spolupráci.....	41

1 Úvod

Společnosti se v dnešním velmi silně konkurenčním prostředí na pracovním trhu snaží najít kvalitní pracovní sílu, která bude mít i předpokládané schopnosti a dovednosti. Vyhledávání těchto zaměstnanců má poté na starosti personální oddělení společnosti. Počet studentů vysokých škol sice každým rokem mírně klesá, i nadále se ale nabízí možnost, aby personalisté získali zaměstnance z řad studentů a absolventů vysokých škol, jehož tématu je diplomová práce věnována.

Studenti či absolventi bývají ve společnostech zaměstnáváni se stále větší oblibou. Jedním z mnoha důvodů, proč tomu tak je, jsou především výhody, které ze spolupráce plynou oběma stranám. Z pohledu firmy je výhodné například to, že studenti jsou mladí, mnohdy časově flexibilní, jsou také inovativní a aktivní při plnění zadávaných úkolů. Dalším důvodem může být i fakt, že si firmy se studenty vytvoří dobrý vztah, vyškolí je a po skončení studia s nimi naváží trvalou spolupráci. Tento krok je jedním ze způsobů, jak si ze studenta vybudovat budoucího klíčového zaměstnance. Z takové spolupráce navíc profituje také student. Získá cenné zkušenosti, naučí se novým věcem a pozná také praktickou stránku svých nabytých teoretických zkušeností, která je u stále více firem stěžejní podmínkou pro přijetí.

Příkladem takové kooperace jsou třeba odborné praxe, trainee programy či workshopy. Velmi oblíbenou formou spolupráce je také pomoc se zpracováním bakalářských či diplomových prací. Typické dnešní době je také fakt, že si studenti během svých studií často přivydělávají a spolupráci se společnostmi tak hojně vyhledávají. Jsou si také vědomí toho, že získáním těchto zkušeností nabývají jistou konkurenční výhodu oproti ostatním studentům, kteří praktické dovednosti během studia nemají.

Studenti se o takových formách spolupráce dozvídají na veletrzích pracovních příležitostí, které se konají na akademických půdách vysokých škol, na dnech otevřených dveří daných společností, z informativních letáčků, z internetu a sociálních sítí, nebo například z různých pracovních portálů.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je na základě analýzy zhodnotit aktivity vybrané společnosti směřující k podpoře studentů při získávání praktických zkušeností a v případě zjištění nedostatků navrhnou vhodná opatření. Společnost, která je popsána v diplomové práci, si vzhledem k citlivosti údajů, které byly poskytnuty, nepřála být jmenována. V textu je tak dále označována jako organizace XY. Zhodnocení těchto aktivit proběhne na základě dotazníkového šetření. K dosažení tohoto hlavního cíle je zapotřebí vyčlenit i cíle dílčí.

Dílčí cíle diplomové práce:

- studium odborné literatury a jiných odborných článků,
- vypracovat literární rešerši diplomové práce,
- charakterizovat aktivity, které organizace studentům či absolventům poskytují,
- získat praktické poznatky, které pomohou ke zpracování praktické části diplomové práce,
- vypracovat dotazník a následné zhodnocení jeho výstupů,
- navrhnout řešení v případě odhalení nedostatků.

2.2 Metodika

První část diplomové práce, kterou jsou teoretická východiska, je zpracována na základě prostudování a komparace sekundárních zdrojů dat, tedy odborné literatury a internetových zdrojů. Z odborné literatury byla vybrána témata, jako je personální řízení, kde jsou popsány činnosti, které toto téma zahrnuje. Detailněji charakterizována byla pak činnost, která velmi úzce souvisí s tématem diplomové práce, a to proces získávání pracovníků, který pracuje s vnitřními a vnějšími zdroji. Poslední kapitolou jsou metody výběru takto získaných pracovníků. Pro účely této práce byly popsány aktivity firem, které se orientují na spolupráci se studenty a také aktivity institutů, které spolupracují s firmami, pro které byly využity především internetové zdroje.

V praktické části práce byla provedena charakteristika aktivit bankovní instituce, které byly zaměřeny na studenty vysokých škol. První metodou sběru dat byl polostandardizovaný rozhovor s pracovníkem personálního oddělení. Rozhovor měl 8 otázek a jejich seznam je uveden v příloze č. I. Pro vypracování praktické části byly použité také oficiální webové stránky organizace XY, interní materiály organizace XY a veřejné internetové zdroje. V neposlední řadě bylo metodou pro sběr dat dotazníkové šetření, které bylo za pomoci pracovníka personálního oddělení rozesláno mezi vhodné respondenty.

Pro účely diplomové práce byly vytvořeny dotazníky tři. Každý z nich byl přizpůsoben jedné aktivitě, kterou organizace XY studentům nabízí a byly v praktické části práce popsány. Dotazníky obsahovaly až 20 otázek a jejich konkrétní podoby jsou přiloženy v příloze č. II. Některé dotazníky byly rozeslány vhodným respondentům pracovníkem personálního oddělení pomocí e-mailu, jiné předal osobně. Osloveno bylo celkem 34 respondentů z nichž 27 dotazník vyplnilo, návratnost odpovědí byla tedy okolo 79 %. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, z jakých zdrojů se oslovení respondenti dozvěděli o nabízených aktivitách organizace XY nebo také jak jsou s programem, kterého se účastní, spokojeni. Dotazník obsahoval otevřené, polootevřené a uzavřené odpovědi. U polootevřených otázek měli respondenti na výběr jak předem definované odpovědi, tak možnost vyjádřit svůj vlastní názor. U uzavřených otázek respondenti vybírali pouze z předem formulovaných odpovědí. Bylo zde využito tzv. Likertovy metody nebo také Likertovy škály, dle které je možné zjistit míru souhlasu respondenta s položenou otázkou. Použity byly také dichotomické uzavřené otázky, které obsahují jen dvě odpovědi. Následně byly vyhodnoceny výsledky jednotlivých otázek z dotazníkového šetření do grafů a tabulek a poté slovně okomentovány. Dále bylo zpracováno závěrečné vyhodnocení a doporučení, jak odstranit nedostatky, na které se podařilo díky dotazníkovému šetření přijít.

3 Teoretická východiska

3.1 Personální řízení

Pojmem personální řízení je chápána oblast, která se zabývá pracovníky, tedy osobami, které ve firmě vykonávají pracovní činnosti a pracují na základě pracovní smlouvy. Obsah personálního řízení může mít však v různých kontextech odlišný význam. Je například jednou z oblastí, která se věnuje řízení organizace, dále pak specifickou oblastí s činnostmi orientovanými na člověka ve firmě, kterými jsou personální útvary a v neposlední řadě je personální řízení součástí práce vedoucích pracovníků.

Cílem této oblasti je dle Kociánové (2010) především využívání schopností pracovníků, kteří ve firmách dosahují stanovených cílů, vytváření příznivých podmínek pro vykonávanou práci a také motivace a rozvoj těchto pracovníků.

Dalšími činnostmi, kterými se personální řízení zabývá, je například rozbor práce a tvoření pracovního úkolu, odměňování a motivace, plánování lidských zdrojů, které usiluje o předpověď potřeby lidských zdrojů do budoucna, péče o pracovníky a jejich rozvoj ve firmě a v případě potřeby se stará také o jejich rozmístění a přeřazení (Dvořáková, 2007).

Úlohou personálního řízení by mělo být především utvoření struktury získávání a následného výběru pracovníků, jenž by zabezpečil běžnou kvalitu těchto nových pracovníků a také zavedení v celé firmě. V rámci této struktury by měly být stanoveny také metody a postupy získávání, výběru, hodnocení a přijímání nových pracovníků včetně jejich zapracování (Koubek, 2007).

V případě, že se jedná o velkou firmu, je pak dle Dvořákové (2007) vytvořen personální útvar, který má na starosti administrativní správu personálních agend a mnoho dalších činností. Jednou z činností, které má tento personální útvar na starosti je získávání pracovníků a jejich výběr.

Řízení lidských zdrojů versus personální řízení

Řízení lidských zdrojů je strategický a logicky promyšlený přístup k řízení lidí ve firmě, kteří přispívají k dosažení jejích cílů jak individuálně, tak kolektivně (Armstrong, 2007). Tento pojem určitým způsobem nahradil termín „Personální řízení“. Jisté shodné rysy oba termíny mají, nicméně je zde i mnoho odlišností. Armstrong (2007) tvrdí,

že více než o personální řízení samotné, jde spíš o pohled na něj. Dále autor poukazuje na to, že řízení lidských zdrojů se oproti personálnímu řízení zaměřuje také na vedoucí pracovníky a neovlivňuje pouze liniové manažery, nýbrž upozorňuje na důležitost jejich vzájemné spolupráce. Hlavním rozdílem je však to, že řízení lidských zdrojů je oproti personálnímu řízení typické tím, že se orientuje na podnikatelsky a manažersky zaměřenou filozofii. Jde tedy o taktickou aktivitu vyššího managementu, jejímž cílem je zvýraznit zájmy celé organizace.

Dle Bláhy (2005) lze řízení lidských zdrojů chápat jako souhrn manažerských postupů, které se zaměřují na získávání a zároveň udržení zaměstnanců. Stará se také o jejich spokojenost a zajištění tak vysoké výkonnosti, čímž přispívají k dosahování cílů organizace. Charakteristickými znaky nynějšího pojetí řízení lidských zdrojů je dle autora například aktivní účast manažerů, uplatnění strategického postupu k lidským zdrojům, efektivní komunikace v rámci organizace, snaha o dosažení konkurenční výhody a také podpora tvůrčích postupů a odpovědnosti.

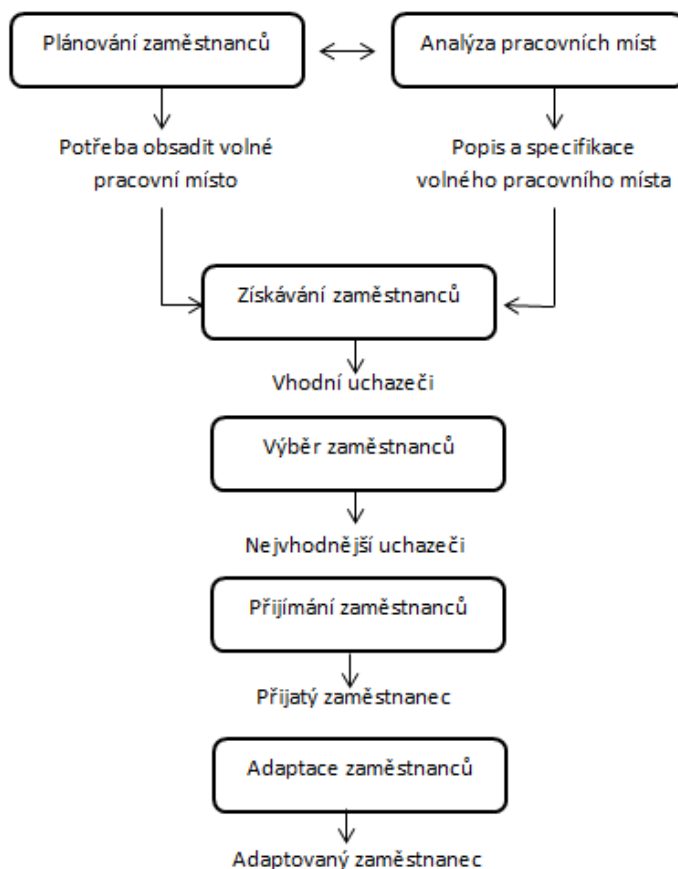
3.2 Proces získávání pracovníků

Základem pro obsazování volného pracovního místa vhodným pracovníkem jsou nároky na tohoto pracovníka. Je proto nutné vycházet z popisu pracovního místa a požadovaných kvalifikačních schopností (Kociánová, 2010).

Získávání pracovníků se zaměřuje na přilákání potenciálních kandidátů, kteří ve firmě hledají pracovní místo. Jde tak o první kontakt mezi firmou hledající vhodné pracovníky a vnějším trhem práce. Cílem výběru je pak na základě analýzy zaslaných životopisů, následného vybrání vhodných kandidátů a pohovorů s nimi, zvolit ty, se kterými bude uzavřena pracovní smlouva (Cole, 1993).

Proces získávání pracovníků, který je završen jejich výběrem obsahuje dle Dvořákové (2012) ale také postupy, jako jsou analýza práce, označení dovedností, znalostí a schopností apod. Dále by se měly zpracovat metodiky výběru, kterými jsou třeba i volba vhodného testování, výběrový pohovor nebo stále oblíbenější assessment centre. Vhodné je také vypracovat strategie, které budou pro získávání použity. Spadají sem například otázky typu: jaká pracovní síla je hledána, za jaké náklady a v jakém časovém plánu, nebo také z jakých zdrojů budou pracovníci vybíráni.

Obrázek 1: Postup při obsazování volného pracovního místa



Zdroj: Upraveno dle Šikýře (2012)

Nábor znamená první stupeň v procesu zaplňování volných pracovních míst v organizaci. Tato volná místa mohou vzniknout následujícími způsoby:

- *vytváření nových pracovních míst*: V mnoha případech může být tato možnost nezbytná, aby nedocházelo k přetěžování stávajících zaměstnanců. Proto je nutné, aby HR oddělení prvně analyzovalo množství práce jednotlivých zaměstnanců a rozhodli se, zdali mohou sdílet práci další.
- *odstoupení/ ukončení stávajícího zaměstnance*: Personální oddělení bude muset rozhodnout, zda je nutné vyplnit toto volné místo. Je možné distribuovat práci odstupujícího zaměstnance mezi ty stávající. Může to být příležitost k re-designu přidělení práce různým stávajícím zaměstnancům (Joshi, 2013).

Termín nábor však někteří autoři odlišují. Kociánová (2010) uvádí, že tento výraz pocházející z ruštiny, vyjadřoval pouze obsazování pracovních míst z vnějších zdrojů.

Moderní pojetí získávání pracovníků, ale dle Koubka (2007) zahrnuje v první řadě i zdroje vnitřní.

3.2.1 Vnitřní zdroje

Nedostatek zaměstnanců by měl být řešen nejprve obsazováním volných pozic vnitřními zdroji firmy, tedy zaměstnanci, kteří ve firmě již pracují. Pro pracovníky je tato možnost postupu ve firmě motivující, náklady na proces vyhledávání nového pracovníka jsou výrazně nižší a doba, která je s tímto výběrem spojena, je kratší (Kociánová, 2010).

Hroník (2007) uvádí, že vyhledávání a získávání vlastních pracovníků zaopatřují u velkých firem personálními útvary. Ty menší na to využívají příslušných manažerů. V každé firmě se klade jiný důraz na metody, které jsou užívány na základě firemních zvyklostí a zkušeností. Výhodou obsazování pracovních míst na základě vnitřních zdrojů je zejména znalost firemní kultury, charakteru práce, znalost uchazeče, zesilování pocitu jistoty v zaměstnání, motivace pracovníka, nízké náklady na jeho získání a jiné. Nevýhodou však může být omezený výběr, náklady spojené se vzděláním a rozvojem pracovníka, tzv. provozní slepota, tedy neschopnost pracovníka vnímat věci jinak nebo také chybějící nadhled a zkušeností s novou pozicí.

Nástroji používanými pro získání pracovníků z vnitřních zdrojů je třeba *interní výběrové řízení*, dále pak *rozmístění pracovníků*, kdy tohoto pracovníka doporučí o stupeň vyšší vedoucí pracovník anebo *uchazeče osloví sám personální útvar* a vyzve ho tak k přihlášení do výběrového řízení (Dvořáková, 2007).

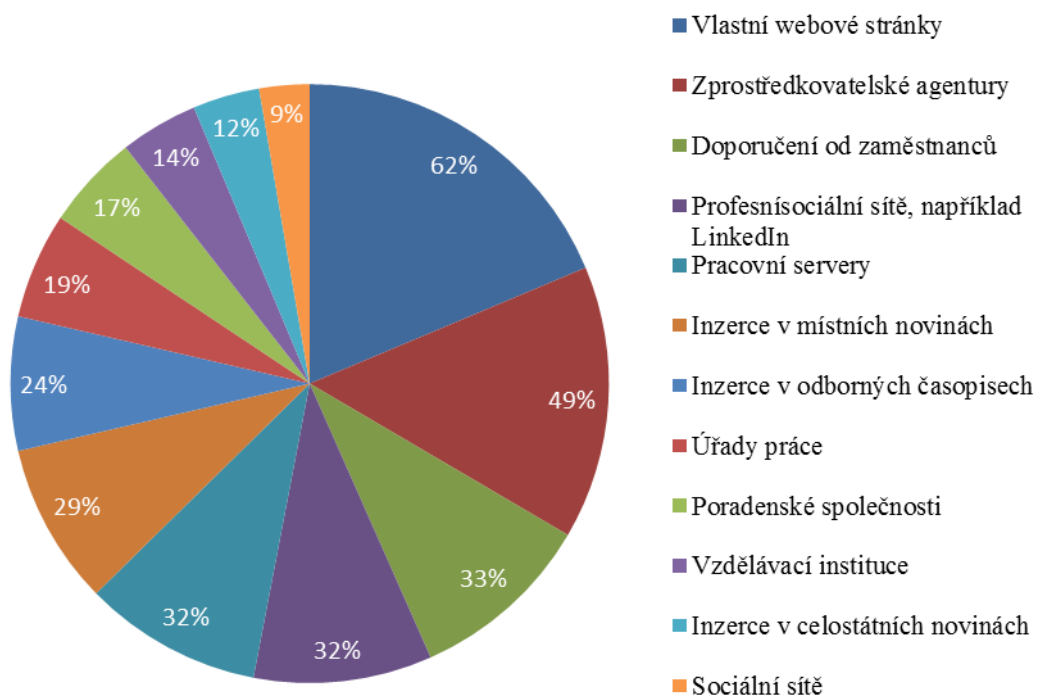
Podle Atwooda (2007) mnohé firmy využívají tzv. plánovaného následnictví, což je proces, kdy pracovníci ve firmě pracují na nižších pozicích a časem se mohou vypracovat na pozice vyšší i nejvyšší. Lze tak získat pracovníky, kteří budou připraveni zastávat klíčové role ve firmě a případně převzít vedení.

3.2.2 Vnější zdroje

Jestliže firma mezi svými zaměstnanci nemůže najít vhodného kandidáta, využívá zdrojů vnějších. Potenciální uchazeči se oslovují s využitím nejrůznějších metod, kterými jsou například úřady práce, inzerce, sociální média, online recruitment, spolupráce se zprostředkovatelskými agenturami, vzdělávacími institucemi nebo outsourcovanými procesy získávání pracovníků (Koubek, 2007).

Podle výzkumu Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD, 2013b), firmy k získávání pracovníků nejčastěji využívaly vlastních webových stránek – 62 %, neméně pak zprostředkovatelských agentur – 49 % a zhruba ze 33 % daly na doporučení svých zaměstnanců (Armstrong, 2015). Všechny výsledky průzkumu jsou uvedeny v následujícím obrázku č. 2.

Obrázek 2: Metody získávání uchazečů podle průzkumu CIPD



Zdroj: Upraveno dle Armstronga a Taylora (2015)

Počet uchazečů o volné pracovní místo dle Kociánové (2010) ovlivňuje především daná situace na trhu práce, dobré jméno a charakter firmy, pracovní podmínky, jako jsou formy odměňování, možnost rozvoje a profesního postupu. Patří sem volné pracovní síly na trhu, absolventi škol a jiných vzdělávacích institucí, pracovníci jiných firem, kteří chtějí změnit pracovní místo a další, jako jsou třeba důchodci, studenti nebo pracovní síly ze zahraničí.

Mezi výhody takto získaných pracovníků Dvořáková (2007) uvádí širší nabídky této pracovní síly, nově přijatý pracovník může mít na dané pozici také větší respekt nežli povýšený pracovník, bývá také aktivnější s vyšším pracovním nasazením a bývají zdrojem

know-how, kdy do firmy mohou přinést zlepšení procesů ze zkušeností z předešlých firem. Nevýhodami jsou však vyšší náklady a delší časový horizont pro jejich získání, zamezuje se profesnímu růstu vlastních pracovníků a je zde kladena také větší zátěž pro současné pracovníky, kteří se věnují zaučení toho nového.

Úřad práce

Podle Hroníka (2007), se služby úřadu práce v různých okresech liší, čímž reaguje na aktuální situaci v daném regionu. Jsou zde například oddělení zprostředkování, které má přímý styk s uchazečem a svým obsahem lze srovnávat s front office. Oddělení trhu práce zpracovává analýzy, prognózy, povoluje práci cizincům, pořádá burzy práce, předvýběry apod. Výhodou této metody získávání pracovníků je pak podle Šikýře (2012) především to, že úřad má poměrně velký přehled o situaci na trhu práce, uchovává evidenci potenciálních uchazečů a také volných pracovních míst. Nevýhodou je však poměrně omezený počet vhodných kandidátů.

Inzerování

Inzerce patří k nejrozšířenějším způsobům, jak si firmy hledají nové pracovníky. Mezi používaná média patří nejčastěji noviny a internet, mezi ty méně časté patří díky finanční náročnosti televize a radia (Dvořáková, 2012). Výběr média je velmi důležitý. Rozděluje se třeba podle územní působnosti na celostátní, regionální či lokální, podle čtenosti a struktury čtenářů, periodicity a také ceny za inzerci (Hroník, 2007).

Dle Dvořákové (2007) je inzerování volných pracovních míst v lokálním tisku, radiu či televizi vhodné především pro adepty ucházející se o místo, které požaduje základní nebo středoškolské vzdělání. Pro pracovní pozice vyžadující vzdělání vysokoškolské, se hodí použít masmédiu s celostátním rozsahem.

Úspěšný inzerát by měl obsahovat především výstižný a výrazný titulek, dostatek informací týkající se firmy včetně jejího názvu, popis pracovního místa a v neposlední řadě také pokyny a požadavky na uchazeče. Aby inzerát zaujmul, je vhodné dle Armstronga (2015) zveřejnit informace o zaměstnaneckých benefitech, mzdě a o místě výkonu práce.

Zprostředkovatelské agentury

Zprostředkovatelské agentury se zaměřují na získávání pracovníků především pro vykonávání administrativní a kancelářské práce. Tyto specializované poradenské společnosti zabezpečují třeba inzerci v novinách a na internetu, pohovory s uchazeči, předvýběr a testování. Po užším výběru pak klientovi nabízejí například pouze tři nejlepší uchazeče (Armstrong, 2015). Agentury však vedle vyhledávání kandidátů na základě klientových požadavků nabízí také pracovníky, které má zaevidované ve vlastní databázi, realizuje personální audity či kariérní poradenství a v neposlední řadě také testuje dovednosti a osobnost kandidátů (Janišová a Křivánek, 2013). Agentury dokáží potenciální pracovníky vyhledat velmi rychle a efektivně, nicméně si za služby mohou účtovat patnáct a více procent z ročního platu. Levnější variantou tak může být inzerce nebo využití internetu. Podle Armstronga (1999) je také důležité to, aby byla agentura dostatečně informována o tom, jakého pracovníka firma hledá, může se totiž jednoduše stát, že doporučí nevhodného uchazeče.

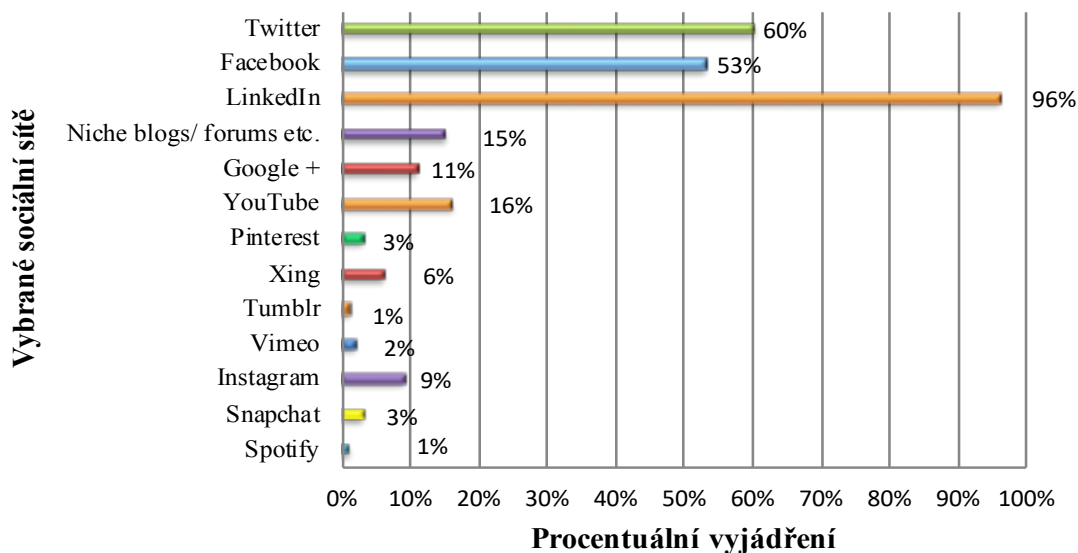
Sociální média

Využívání sociálních sítí za účelem vyhledávání a získávání vhodných uchazečů, se mezi zaměstnavateli stává čím dál tím více oblíbenější metodou. Nejrozšířenějšími sociálními sítěmi jsou bezesporu LinkedIn, tedy profesní sociální síť, soustřeďující se přímo na business, kde se setkávají profesionálové a diskutují zde o svých pracovních zájmech, či Facebook, známý pro šíření multimediálních dat, komunikací mezi uživateli a udržování vztahů a zábavy.

Průzkum, který v roce 2013 provedla organizace pro profesionální nábor zaměstnanců The FIRM, mezi jehož členy patří větší světoví zaměstnavatelé uvedl, že 94 % z nich využívá k oslovování potenciálních uchazečů profesní síť LinkedIn a zbylých 6 % se k tomu v budoucnu chystá (Armstrong, 2015).

Ten samý výzkum, který organizace The FIRM provedla v roce 2016, odhalil růst oblíbenosti této profesní sítě a uvedl, že zaměstnavatelé oslovují uchazeče na síti LinkedIn z 96 %. Za 3 roky tedy oblíbenost této profesní sociální sítě stoupla o 2 %. Průzkum dále také uvedl, že zaměstnavatelé k vyhledávání uchazečů používají Twitter - 60 % a Facebook - 53 % (Annual Membership Survey, 2016/2017). Oblíbenosti i jiných sociálních sítí zobrazuje následující obrázek číslo 3.

Obrázek 3: Nejpoužívanější sociální média pro vyhledávání uchazečů



Zdroj: Upraveno dle Annual Membership Survey (2016/2017)

Sociální media využívá také třeba CERN, Evropská organizace pro jaderný výzkum, která tvrdí, že veškerá volná místa jsou inzerována na LinkedInu, Twitteru a Facebooku. Využívají je především proto, že poskytují něco víc než běžné pracovní servery. Umožňují totiž komunikaci s lidmi, kteří nemusí být nutně uchazeči. Ti ale mohou znát ty, kteří by jimi být mohli (Armstrong a Taylor, 2015).

Online recruitment

Neboli inzerování volných pracovních pozic za pomoci internetu je další možností, jak tato místa zaplnit. E-recruitment, mezi zaměstnavateli nabývá stále větší oblíbenosti. Dle Dvořákové (2012) je výhodou, že i malé organizace dokáží oslovit velký okruh potenciálních uchazečů z různých lokalit. Personalisté jsou však díky filtrování nevhodných uchazečů více časově vytíženi. Online recruitment je také levnější a rychlejší než klasické inzerování, dokáže poskytnout více informací o volných pracovních místech a firmě a v neposlední řadě umožňuje také elektronické vyřizování životopisů. Podle již zmíněného průzkumu CIPD, 2013b uvedly čtyři pětiny respondentů, že díky online recruitmentu zvýšily povědomí o své značce. Nevýhodou je však vyřizování velkého množství nevhodných žádostí a také fakt, že mnoho uchazečů stále dává přednost jiným způsobům hledání zaměstnání (Armstrong a Taylor, 2015).

Webové stránky

Mnohdy obsahují seznam volných pracovních míst a důležité kontaktní údaje. Propracovanější webové stránky mají i speciální sekci, která se věnuje přímo uchazečům, obsahuje informace o požadavcích na ně, informace o zaměstnaneckých výhodách a také podmínkách pro přijetí. Některé poskytují také funkce online vyplnění žádosti o zaměstnání nebo také nejrůznější testy. Tyto části bývají propojené s intranetem a poskytují tak uchazečům informace přímo z vnitřních zdrojů. Úspěšné webové stránky by měly být často aktualizovány, poskytovat důležité kontakty, zajistit dostatek informací a mít odpovídající úroveň (Armstrong a Taylor, 2015).

Pracovní servery

Pracovní servery obsahují velké databáze volných pracovních míst a firmy si u nich zveřejňování svých inzerátů platí. Volná pracovní místa mohou vypadat například jako reklama, nebo jejich inzerce obsahuje odkaz na webové stránky firmy, která jej nechala zveřejnit. (Armstrong a Taylor, 2015).

V současné době je možné odhadnout, že vyšší počet reakcí je možné získat právě pomocí internetu než formou klasické inzerce. Lze také očekávat, že v budoucnosti počet těchto pracovních portálů nebude výrazně přibývat, protože český i slovenský trh je jimi nasycen. Mezi ty nejznámější patří portál Jobs.cz, který je největším a nejdéle sloužícím serverem, který tyto služby poskytuje. Dalšími známými servery je třeba Profesia.sk nebo Práce.cz, který na rozdíl od Jobs.cz nezveřejňuje pouze vybrané pozice ale všechny možné (Hroník, 2007).

Osobní doporučení

Jak již bylo zmíněno, podle průzkumu CIPD z roku 2013, firmy zaplnily volná místa na základě doporučení zaměstnanců z 33 %, což z něj dělá třetí nejpoužívanější způsob. Tato metoda je oblíbená především proto, že je zde jistá pravděpodobnost, že pracovníci nedoporučí nevhodného kandidáta, aby si tím tak nepoškodili vlastní reputaci. Výhodou je také to, že firma si skrze vlastního pracovníka dokáže o uchazeči získat více informací. Dalšími uchazeči se mohou stát i lidé, kteří s firmou spolupracují na smluvní bázi, nebo ti, se kterými v rámci svých aktivit přichází do kontaktu (Kociánová, 2010).

3.2.3 Metody výběru pracovníků

Poté, co firma vybere uchazeče ať už za pomoci interních či externích zdrojů, musí zvolit také metodu, podle které přijme ty nejvhodnější z nich. Za pomoci různých metod se posuzují jejich dovednosti, znalosti, schopnosti, zkušenosti anebo třeba kvalifikace. Ze získaných výsledků poté posuzují, zdali se adept hodí na danou pracovní pozici (Koubek, 2007). Metody, které se při výběru pracovníků používají, jsou detailně rozepsány níže.

Analýza dokumentace

Analýza dokumentace patří mezi nejzákladnější metody, které firma v ověřování zkušeností uchazeče používá. Kociánová (2010) uvádí například životopis, motivační dopis, certifikáty, které dokladují výši kvalifikace daného uchazeče, firemní či osobní dotazník, ústní nebo písemné reference, pracovní posudek, anebo lékařské vyšetření. Všechny tyto dokumenty poskytují potřebné informace a předpoklady daného uchazeče, vypovídají také o jeho úrovni slovní zásoby a schopnosti se vyjadřovat ať už písemně nebo slovně. Při studiu dokumentace je ale nutné věnovat dostatečnou pozornost, protože uchazeči si velmi často přibarvují, zkreslují a podávají nepravdivé informace nejčastěji o svém vzdělání, zkušenostech a podobně.

Životopisy jsou patrně nejčastěji vyžadovanými dokumenty uchazečů při hledání zaměstnání. Údaje, které se v nich vyskytují, jsou pro zaměstnavatele nezbytné k tomu, aby dokázal identifikovat uchazečovy vlastnosti, schopnosti a dovednosti a na základě těchto získaných poznatků rozhodnout, zda může vykonávat požadovanou práci. Firmy nejčastěji požadují tzv. strukturovaný životopis, ve kterém uchazeči logicky a chronologicky uspořádají životopisné údaje, jako jsou údaje o výši dosaženého vzdělání, dosavadní praxi, dovednostech, znalostech apod. Šikýř (2012) dále uvádí, že pro usnadnění posuzování a zpracování životopisů všech uchazečů je vhodné, aby firmy vyvěsily například pomocí internetu vzor strukturovaného životopisu, který uchazeč pouze vyplní a odešle, čímž lze také ověřit počítačovou gramotnost toho uchazeče. Studium životopisu je také přípravou na výběrový pohovor.

Motivační dopis uchazeče je průvodním dopisem k písemným dokumentům, který by měl vzbudit pozornost a zájem u toho, který jej posuzuje. Je zde stručně vysvětlen důvod zájmu o pracovní pozici a ochotna účastnit se výběrového řízení. Oproti tomu

osobní dotazníky vyžadují pouze taková data, na která se odpovídá nejkratším možným způsobem. Obsahují nejčastěji osobní údaje, jako je například jméno, příjmení, datum narození, číslo občanského průkazu, rodné číslo, trvalé bydliště, národnost a státní příslušnost. Vyskytují se zde také otázky na vzdělání, jazykové znalosti, rodinný stav, odborné znalosti a dovednosti a jiné doplňující informace (Hroník, 2007). Výhodou tohoto dotazníku je však možnost srovnávat kandidáty navzájem. Ti totiž vyplňují stejný formulář, který vyžaduje přesné odpovědi a následný výběr toho vhodnějšího pak probíhá na základě stejných kritérií. Otázky, které dotazník obsahuje, jsou čistě na uvážení daného personalisty, nesmí však obsahovat diskriminační body (Barrow, 2011).

Výběrové testy

Po prvním kole postupují dále ti uchazeči, o kterých se personalista domnívá, že jsou vhodnými kandidáty na danou pracovní pozici. V tomto druhém kole se personalista setkává s několika uchazeči nejednou a zužuje výběr o 50 i více procent. Obsahem jsou například odborné testy způsobilosti, testy schopností apod. (Hroník, 2007).

Testy se používají především tam, kde je velké množství uchazečů a ostatní metody neposkytují zdaleka tolik potřebných informací pro spolehlivou predikci budoucího výkonu. Zmiňovaný průzkum organizace The FIRM uvádí, že testy byly použity u 72 % žádostí o zaměstnání. Jedním z mnoha výběrových testů používaných jako metoda výběru pracovníků je test inteligence. Armstrong a Taylor (2015) uvádí, že test srovnává celou řadu duševních schopností při plnění intelektuálních úkolů, kde je zapotřebí užít schopnosti vědění a uvažování. Může být připraven pro jednotlivce ale také pro celé skupiny a může probíhat i online.

Vzhledem k tomu, že existuje velké množství typů osobnosti, existuje proto také velké množství testů osobnosti. Dle Šikýře (2012) by měly být vytvořeny psychologem či agenturou na základě výzkumu a ověřování v terénu. Test probíhá nejčastěji formou dotazníku a umožňuje prověřit profil osobnosti, který je nezbytný pro výkon dané práce.

Testy způsobilosti zase prověří, do jaké míry může uchazeč vykonávat danou práci. Nejčastěji probíhá formou názorné ukázky práce, kdy uchazeč dostane úkol, který následně musí splnit a dokázat tak, že je na pracovní pozici způsobilý (Armstrong a Taylor, 2015).

Výběrové pohovory

Metody třetího kola mají zúžit počet kandidátů na minimum, ideálně tak na dva až tři. Oproti metodám z kol předešlých, je uchazečům věnováno více času, kritické pozornosti a mají spíše individuální charakter. „*Výběrový rozhovor, někdy nazývaný také přijímací pohovor či rozhovor, je stěžejní metodou celého výběru, tedy nejen závěrečného kola.*“ Z tohoto důvodu není od věci vést i několikahodinový rozhovor s omezeným počtem uchazečů (Hroník, 2007).

Dle Šikýře (2012) je účelem takového pohovoru především ověřit a doplnit rozhodující údaje z předešlých kol, posoudit jejich způsobilost a chování, sdělit detailní informace o podmínkách a stanovit jejich konečnou představu o práci.

Výběrové pohovory lze dle Kociánové (2010) rozdělit například podle počtu účastníků, jak na straně uchazečů, tak na straně tazatelů. Pokud je tento poměr 1 ku 1, nazýváme takový rozhovor *rozhovorem individuálním*. Tento typ patří k nejběžnější metodě, která umožňuje navázání úzkého kontaktu s uchazečem. Nevýhodou je však to, že je zde jisté nebezpečí chybného úsudku jediného tazatele, což v praxi řeší tzv. *série individuálních pohovorů*, která spočívá v tom, že uchazeč předstupuje před více tazatelů, ti jsou nazýváni *pohovorovým panelem*. Jsou jimi například personalista, potenciální nadřízený a spolupracovník uchazeče nebo vnější expert.

Oficiálnějším a větším pohovorovým panelem je tzv. *výběrová komise*, protože se zde vyskytuje více stran, které mají na rozhodování a výběru zájem. Je svolána pověřenými orgány podniku a účastní se jí více lidí, kteří dokáží posoudit a srovnat své poznatky navzájem. Nevýhodou této metody je však například to, že uchazeč se nemusí dostatečně projevit pod tlakem serióznosti a vážnosti výběrové komise, která je pak náchylnější k tomu být nakloněna spíše k sebejistějším a výřečnějším uchazečům (Armstrong, 1999).

Assessment centre

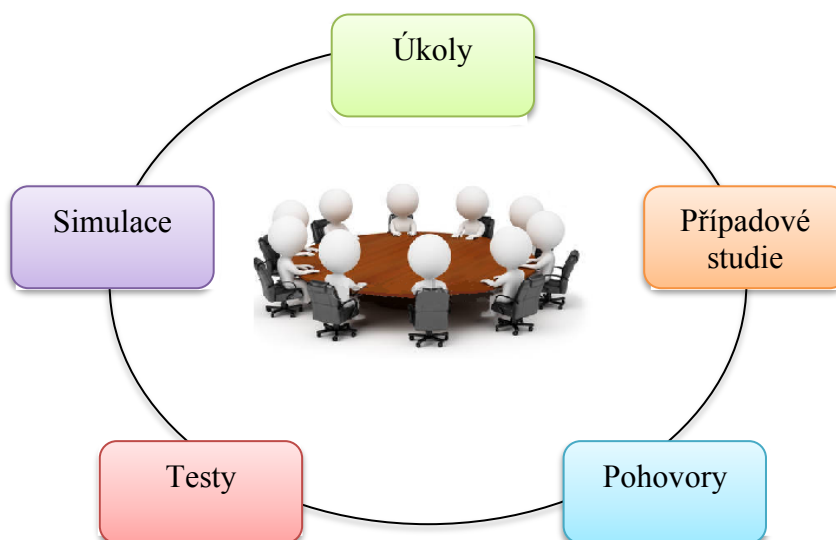
„*Metoda Assessment Centre (AC) je použitelná jako metoda výběru, hodnocení i vzdělávání zaměstnanců, kdy umožňuje komplexně posoudit pracovní výkon a rozvojový potenciál zaměstnanců.*“ (Šikýř, 2012).

Assessment Centre, (kdysi se termín překládal do českého jazyka jako diagnosticko-výcvikový program), se stala během posledních let velice populární metodou výběru

pracovníků. Je ovšem velmi nákladná, obvykle stojí 9-15 tisíc korun na osobu, a to bez vedlejších nákladů, které zahrnují například pronájem místností či pohoštění. Do této metody lze zahrnout téměř cokoliv, proto je její definice obtížná. Může zahrnovat mnoho dílčích metod, které lze použít samostatně. Pro AC jsou ale stěžejní především projevy chování, nikoli rysy, které jsou běžné pro typické psychodiagnostiky (Hroník, 2007).

Dle Dvořákové (2007) jde o metodu, která je využívána při výběru, povyšování, rozmístění, rozvoji a vzdělávání, nejčastěji různých specialistů a manažerů. Jde o hodnocení toho, jak člověk jedná. Dochází při ní k pozorování účastníků při řešení případových studií, při skupinové diskusi, hraní rolí apod. Pozorovatelé pak používají různých technik a kritérií pro hodnocení. Měří zároveň také úroveň sociálních a komunikačních dovedností. Všechny dílčí výsledky pak společně vyhodnotí team hodnotitelů, na jejichž základě je sestaveno například pořadí umístění.

Obrázek 4: Metoda Assessment Centre



Zdroj: Upraveno podle Šikýře (2012)

Důvodem pro využívání této metody výběru pracovníků, která trvá jeden nebo dva dny, je především to, že zprostředkovává mnohem více informací než například pohovor, i když jej doplní testy. AC je ale poměrně nákladná a časově náročná metoda, která je využívána převážně ve velkých firmách, a to při zaplňování manažerských funkcí nebo výběrů z řad absolventů (Armstrong a Taylor, 2015).

3.3 Spolupráce firem se studenty a absolventy

Jak již bylo v úvodu práce řečeno, studenti a absolventi jsou ve firmách zaměstnávání se stále větší oblibou a jsou tak skupinou, které je věnována vyšší pozornost. Je tomu tak především proto, že jsou mladí, aktivní a také inovativní při plnění zadávaných úkolů. Bělohávek (1994) uvádí, že *„První pracovní období člověka, který opustil školu či učení, je poznamenáno nejistotou a zklamáním. Zjišťuje, že to, čemu se učil ve škole, v praxi funguje jinak. Je dobře připraven teoreticky na práci v optimálních podmínkách, neuvědomuje si však, že v životě je třeba dělat kompromisy, a naráží hlavou na zeď.“* Firmy jsou si vědomy, že připravenost studentů a absolventů na konkrétní pozice, které se na trhu práce nacházejí, není ani z daleka tak kvalitní, jakou by si představovaly. Proto se mnohé firmy rozhodly podílet se na spolupráci s nimi formou odborných praxí, trainee programů, spoluprací na bakalářských a diplomových pracích či různými rozvojovými programy a veletrhy. Výsledkem takovéto spolupráce je především vytvoření kladných vztahů se studenty a absolventy, možnost jejich vyškolení a následné navázání dlouhodobější spolupráce ve formě zaměstnání. Pro firmy je takový pracovník výhodný z hlediska přesného zaškolení na dané pozice podle obrazu svého nebo vychování si budoucího klíčového zaměstnance.

3.3.1 Odborné praxe

Aktuální situace na trhu práce si žádá, aby studenti, kteří se ucházejí o pracovní pozici, měli dostatečnou odbornou praxi. Školy sice vyžadují, aby si ji student v průběhu studia zajistil, nicméně je zejména na nich samotných, aby se v tomto hledisku angažovali a budovali si ji sami. Jak již bylo zmíněno výše, spolupráce se studenty přináší firmám jisté výhody. To samé ale platí také pro studenty. Ti vytěží bohaté zkušenosti, dovednosti a znalosti z vnějšího prostředí, které ve školách nezískají. Dozvědí se také něco o tom, jak funguje firemní prostředí, dostanou důležité kontakty a přípravu pro svou budoucí kariéru a v neposlední řadě také zajímavé položky do svého životopisu (Jobfairs, 2014).

3.3.2 Trainee program

Trainee program je určený pro čerstvé absolventy nebo ty, kteří dokončili studium maximálně v posledních osmnácti měsících. Jedná se o práci, která je placená a na plný úvazek. Firmy také zpravidla investují do absolventova rozvoje a vzdělání. Na rozdíl

od odborných praxí se však nejedná o určitý projekt či pracovní pozici. Trainee je přijat do oddělení na základě svých zkušeností a dovedností ale také na úrovni dosaženého vzdělání (Jobs, 2014).

Hlavním cílem této metody je připravit pracovníky, především pak slibné uchazeče o vedoucí pozice, na převzetí obtížnějších pracovních úkolů. Zaměřena je na čerstvé absolventy vysokých škol. Propojuje prvky rotace práce, při níž se pracovníci seznamují s různými oblastmi ve firmě, s prvky vzdělávání. Dle Tureckiové (2004) a Dvořákové (2007) cílí také na definování silných a slabých stránek absolventa, rozšiřování jejich odborných předpokladů a zamezuje tak výběru nesprávného uchazeče, což z této metody dělá spíše metodu rozvoje zaměstnanců. Jonsson a Clyton (2015) uvádí, že svět trainee programů může na první pohled vypadat složitě. Tyto absolventské programy jsou totiž v různých formách, velikostech, s různými délkami, strukturami a cíli. Výběr kurzů není přímočarý, ale jsou zde jednoduchá pravidla, podle kterých si absolvent daný program vybere. Než však začne vybírat, měl by se zamyslet nad tím, jaký program je pro něj nejvhodnější, proto by měl procházet internet, mluvit s přáteli, nebo třeba zajistit setkání s lidmi na postgraduálních programech. Stručně řečeno, pro výběr vhodného programu je důležité se co nejvíce informovat. Samotný výběr do trainee programů probíhá podobným způsobem, jako výběrové řízení. Základem je zaslání životopisu, poté následuje telefonický rozhovor, v některých případech také assessment centre, neboli skupinová metoda výběru a osobní pohovor (Jobs, 2014).

Běžná délka trainee programů, je několik měsíců. Může však trvat i dva roky. V nabídce firem, které tyto programy poskytují, je několik mnoho oborů, například v oblasti architektury, vzdělávání, sociální péče, v reklamě, cestovním ruchu nebo nejčastěji v businessu a managementu. Žádoucím výsledkem těchto programů je dle Dvořákové (2004) především to, aby absolvent ve firmě vystřídal různé pozice, kde plní souhrnný úkol. Po úspěšném dokončení tohoto střídání pracovních míst, pak zpravidla zažádá o zařazení a volné pozice.

Výhody, které trainee program přináší, jsou oboustranné. Firma získá pracovníka, který není navyklý na standardy z předchozích prací, a proto si zaměstnavatel může absolventa formovat do své podoby. Absolvent je po celou dobu programu pod odborným dohledem, který mu zadává úkoly, předává cenné informace a dovednosti. Ten poté zpravidla dostává pracovní místo. Tyto výhody jsou ale úzce spojeny s jeho nevýhodami.

Účastníkovi nemusí vyhovovat neustálý tlak na jeho zdokonalování a nepřetržitý dohled. Další nevýhodou může být také to, že dojde na řešení jen dílčích úkolů nebo také to, že ukončení programu nutně neznamená další spolupráci ve firmě (Vzdělání, 2011). Všechny tyto výhody a nevýhody však mohou vést k sebepoznání a vylepšování svých dovedností. Absolventi, kteří se k trainee programu odhodlají a absolvují ho, pracují v takových podmínkách ve většině případech poprvé a je nutné se učit i z chyb.

3.3.3 Spolupráce firem na bakalářských a diplomových pracích

Spolupráce firem na bakalářských a diplomových pracích začíná tím, že si student vybere vhodné téma ke svému studijnímu oboru a následně kontaktuje firmy, které dané služby nabízejí. Pokud si však student vybere téma sám, může se stát, že s ním firma nemusí souhlasit nebo si ho upraví podle svých požadavků, aby tak student nezveřejnil know-how jejich konkurenci (Stáže, 2014).

Mnoho firem či institucí si dnes však již témata vypisují sami, je tomu tak z toho důvodu, že si téma utvoří ke svému prospěchu. Výhodou pro studenta je například to, že získá přehled o praktických záležitostech uvnitř firmy, někteří poté mohou získat nabídku další spolupráce. Oponentem práce je zaměstnanec z firmy, který je zkušený a prostřední firmy zná velmi dobře, práce je pak tedy ověřena i praxí. Studenti se o těchto příležitostech mohou dozvědět i na pracovních veletrzích, kterých je do roka hned několik. Jsou jimi například IKariéra, JobChallenge, Profesia a mnoho dalších (Jobfairs, 2014).

Hroník (2007) uvádí, že diplomová práce je vhodným zakončením sponzorování a praxe. Student tak uvádí své teoretické znalostní dovednosti a svou oborově zájmovou orientaci. Lze také odhadnout, jak se student, který diplomovou práci v některé z firem vykonával, bude zaměřovat na svou budoucí kariéru. Nelze opomenout ani případný přínos, kterým diplomová práce může řešit některé firemní problémy.

3.3.4 Ostatní aktivity firem

Dalšími aktivitami firem, které směřují k podpoře studentů, jsou například workshopy, kde se studenti seznámí s tím, jak to v konkrétní firmě chodí. Trvají nejčastěji jeden den, začínou ráno a končí odpoledne. Oblíbenou formou spolupráce jsou i například studentské projekty a soutěže kreativity, určené pro student grafiky, návrhářství, designu a podobně (Jobfairs, 2014).

3.4 Instituty spolupracující s firmami

Aktivity firem, které podporují studenty při získávání jejich praktických zkušeností, mohou směřovat také přes instituty vysokých škol. Firmy se specifickým oborem činnosti, nebo firmy, které na trhu teprve začínají a nejsou ještě tolik v podvědomí společnosti, mívají problém získat pracovníky na vybrané pozice. Instituty vysokých škol, jenž mnohdy působí zároveň jako výzkumné ústavy, proto pořádají přednášky, odborné konference a exkurze. Zástupci firem tak chodí na vysoké školy přednášet o jejím fungování a o svých produktech, na jejímž konci pak zpravidla poskytnou kontakt na personální oddělení dané firmy či například emailovou adresu pro zaslání životopisu. Mohou vést také určité semináře. Když je přednáška či seminář rozložen do dvou nebo více semestrů a je značně směřován na praxi, najde ohlas zejména u studentů, kteří jsou schopni se angažovat. Předpokladem však je, že přednášející je z firmy, která má pro studenty přitažlivou image a značku. Dle Hroníka (2007) se během těchto přednášek a seminářů vytváří vztah mezi přednášejícím a talentovanými studenty, který může být posvěcen praxí a diplomovou prací. Po vystudování školy pak absolvent rovnou nastupuje do trainee programů.

Dalším příkladem může být také Veletrh pracovních příležitostí, který na své akademické půdě každoročně pořádá Provozně ekonomická fakulta České zemědělské univerzity v Praze. Fakulta se tak formou tohoto jednodenního workshopu snaží studentům a absolventům zprostředkovat přímý kontakt se zástupci významných českých i nadnárodních firem, se kterými se mohou osobně setkat, získat důležité rady a kontakty, porovnat pracovní nabídky a zvýšit tak svoje šance pro uplatnění na trhu. Firmy na tomto veletrhu mohou studenty seznámit s nabídkou volných pracovních míst, seznamují je s aktuálně nabízenými trainee programy a dalšími formami spolupráce. Díky tomuto bezprostřednímu kontaktu, mají šanci se zviditelnit před velkým množstvím studentů, kteří se s oblibou účastní, mohou předat mnoho zkušeností z praxe, popřípadě vybrat budoucí spolupracovníky (PEF ČZU, 2017).

4 Vlastní práce

4.1 Charakteristika organizace XY

Organizace XY je jedna z předních bankovních institucí v České republice a také regionu východní a střední Evropy. Organizace XY vznikla v roce 1990 jako státní společnost a v roce 1992 transformovala na akciovou společnost. V rámci udržení si výsadní pozice na českém bankovním trhu se zaměřuje na neustálé zlepšování svých služeb a obchodních aktivit, díky kterým se již několikrát stala bankou roku. K prosinci roku 2018 obsluhovala přibližně 1 668 tisíc klientů, meziročně o 0,2 % více, kterým poskytuje služby drobného, investičního a podnikového bankovníctví. Nabízí ale také služby specializované, kterými jsou například stavební spoření, penzijní pojištění, spotřebitelské úvěry a pojištění, factoring, leasing a jiné. Ve stejném roce dokonce přesáhla hranici půl milionů uživatelů, kteří používají některou z jejích mobilních bankovních aplikací, čímž se stává lídrem mezi bankovními institucemi v České republice. Zákazníci využívají zhruba 1 570 000 aktivních platebních karet a cca 180 000 kreditních. Na konci roku 2018 organizace disponovala zhruba 780 bankomaty a pro snadnou dostupnost nabízených služeb také každým rokem rozšiřuje množství svých poboček. V současné době jich je zhruba 380 a obsluhuje je okolo 8 500 zaměstnanců (Organizace XY, 2019).

Základní kapitál organizace XY činí 19 004 926 000 Kč a je rozdělen do 190 049 260 kusů kmenových akcií o nominální hodnotě 100 Kč. Základní kapitál je v celé své výši splacen. Organizace XY má celkem jedenáct dceřiných společností, u kterých drží zároveň nadpoloviční podíl. Počet akcionářů organizace XY je k 31. 12. 2018 okolo 48 tisíc fyzických a právnických osob. Fyzické osoby tvoří cca 98 % z nich, nicméně právnické osoby mají téměř 96% podíl na základním kapitálu. Zhruba 30 % právnických osob je pak z České republiky. Úvěry poskytnuté klientům se zvýšily o 4,7 % na 640 miliardy korun. Úvěry podnikům se pak zvýšily o 5,5 %. Vklady klientů stouply na 797 miliardy korun, což je meziročně asi o 5,2 % více. Organizace XY již několik let patří k předním bankovním institucím, které obsluhují a financují velké podniky. Jejich služeb využívá až 55 % podniků s obratem vyšším než 1,5 miliardy Kč. V tabulce č. 1 jsou uvedeny jednotlivé finanční ukazatele organizace XY za uplynulé 4 roky.

Tabulka 1: Finanční ukazatele organizace XY v mil. Kč

Rok	2018	2017	2016	2015
Čisté provozní výnosy	32 203	31 060	31 750	31 044
Z toho: čisté úrokové výnosy	22 509	20 985	21 067	21 357
Z toho: čistý výnos z poplatků a provizí	6 220	6 284	6 683	6 968
Z toho: čistý zisk z finančních operací	3 209	3 576	3 837	2 610
Provozní náklady	-14 635	-14 510	-14 026	-14 352
Zisk připadající vlastníkům mateřské společnosti	14 846	14 930	13 688	12 758
Čistý zisk na akcii (Kč)	78,61	79,05	72,48	67,55

Zdroj: Organizace XY, 2019

Náklady organizace XY od roku 2015 pozvolna klesají. Z tabulky č. 1 je také zřejmé, že od roku 2015 klesají i čisté výnosy z poplatků a provizí, což je pro klienty jistě příjemné. Naopak čisté úrokové výnosy vzrostly o 7, 26 %.

V následující tabulce č. 2 jsou zobrazeny poměrové ukazatele organizace XY v %.

Tabulka 2: Poměrové ukazatele organizace XY v %

Poměrové ukazatele (%)	2018	2017	2016	2015
Rentabilita průměrného vlastního kapitálu (ROAE)	15,28	15,07	13,42	12,22
Rentabilita průměrných aktiv (ROAA)	1,44	1,55	1,51	1,38
Čistá úroková marže	2,33	2,33	2,53	2,60
Poměr provozních nákladů k provozním výnosům	45,45	46,72	44,18	46,23

Zdroj: Organizace XY, 2019

Z tabulky č. 2 je patrné, že poměr mezi čistým ziskem a vlastním kapitálem, tedy rentabilita vlastního kapitálu, od roku 2015 postupně roste. Organizace XY v předchozích dvou letech hospodařila se svými aktivy o něco lépe, ukazatel rentability aktiv totiž oproti roku 2017 klesl o 7 %. Čistá úroková marže zůstala od roku 2017 neměnná.

Organizační struktura

Organizační struktura organizace XY v ČR je členěna do 5 divizí, kterými jsou Praha, sever, jih, východ a západ, přičemž divize jižní a východní se dále rozděluje na Čechy a Moravu. Pobočky se člení na pobočky malé, které zaměstnávají 1-4 zaměstnance a pobočky velké, kde pracuje od 5 do 15 zaměstnanců. V každé pobočce, ať už velké, nebo malé, se nachází ředitel pobočky, dále pokladní, kteří jsou v případě velké pobočky dva. Jsou zde také bankovní poradci, jejichž početní zastoupení se odvíjí od počtu a druhu klientů, které daná pobočka má. Struktura klientů je totiž rozdělena na občany a podnikatele. Má-li daná pobočka ve své klientele zastoupeny právě podnikatele, disponuje pak také bankovním poradcem zaměřeným přímo na ně (Organizace XY, 2019).

4.2 Možnosti pro studenty ve společnosti XY

Organizace XY se každým rokem snaží rozšiřovat své řady zaměstnanců o bankovní poradce, obsluhy pokladny, analytiku, datové specialisty a jiné, aby tak vyhověla stále rostoucímu počtu svých klientů. Tato místa obsazuje jak zaměstnanci z vnitřních zdrojů, tedy zaměstnanci, kteří již v organizaci pracují, tak ze zdrojů vnějších. V případě, že organizace dá novou pracovní příležitost svým stávajícím zaměstnancům, získává tím určitou jistotu, že danou osobu znají. Ta již má ponětí o firemní kultuře a také charakteru práce. Organizace ale zároveň čelí riziku, že tito zaměstnanci mají zažitá stereotypy, které mnohdy těžko mění. Proto také často obsazují volná pracovní místa ze zdrojů vnějších. Největší výhodou výběru zaměstnanců touto metodou je především oživení kolektivu novou pracovní silou a mnohdy také zlepšení zaběhlých procesů. Uchazeči naleznou volná pracovní místa na webových stránkách organizace či pracovních portálech, kterým je například jobs.cz. Volná místa zveřejňuje také na profesní sociální síti LinkedIn. V případě, že je uchazeč na danou pracovní pozici vhodným kandidátem, personální oddělení nebo najatá agentura ho vyzve k výběrovému řízení, které velmi často probíhá formou Assessment centra. Při závěrečném výběru se samotného řízení účastní také ředitel pobočky. Výhodou toho, že se uchazeč setkává také s ředitelem je například to, že vzhledem k tomu, že každá pobočka má kvůli vytíženosti upravenou pracovní dobu, dozví se potřebné informace již na samém začátku (Organizace XY, 2019).

Organizace XY si také uvědomuje, že ve studentech a absolventech středních a vysokých škol je velký potenciál a snaží se s nimi navázat kontakt při každé příležitosti. Setkává se s nimi na veletrzích pracovních příležitostí, workshopech, dnech otevřených dveří, či speciálních akcích věnující se ekonomickým tématům. Studenty, kteří jsou mladí a dokáží se rychle učit a přizpůsobit se změnám, si tak tzv. vychovává ke svým potřebám. Stávají se tak stále atraktivnějšími z hlediska náboru nových zaměstnanců do společnosti (Organizace XY, 2019).

Odborné praxe či stáže

Organizace XY se studenty počítá již při jejich studiích. Díky změnám obecných nařízení pro ochranu osobních údajů neboli GDPR, ale byla nucena mnohé pozice zrušit, protože si již nemůže dovolit studenty nechat nahlížet do databází a povolit práci v programech, které by k výkonu takové praxe potřebovali. Praxe pro studenty či absolventy ale stále nabízí, mimo jiné například na pozici tzv. Welcome officera či pracovníka Call centra. Ti tak získají pracovní poměr na bázi dohody o provedení práce (DPP) (Organizace XY, 2019). Welcome officer je osoba, která je zaměstnána zejména ve velkých pobočkách. Klienta, který tak do takové pobočky přijde nejprve uvítá, zjistí účel jeho návštěvy, podá mu základní informace a popřípadě poradí s orientací v pobočce. Po získání veškerých informací ho zavede k danému bankovnímu poradci. V mnoha případech je také podporou těchto poradců, kterým pomáhá s administrativními a kancelářskými činnostmi. Vzhledem k tomu, že se student či absolvent dostává k mnohým citlivým informacím, podepisuje bankovní tajemství (Organizace XY, 2019).

Organizace XY má 2 velká call centra zaměřená na oblast Čech a Moravy. Pracovník takového call centra obdrží telefonát od klienta a pokud není schopen ho vyřídit v daný okamžik, domluví schůzku s bankovním poradcem na druhý den, a ten se klientovi následně ozve (Organizace XY, 2019).

Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

Organizace XY nabízí studentům také spolupráci na bakalářských či diplomových pracích. Student v případě zájmu zašle na příslušný e-mail téma své práce a přiloží také životopis s motivačním dopisem, ve kterém by měl zmínit, proč chce práci psát zrovna v organizaci XY a jaký přínos pro ni daná práce bude mít. Najde-li se odpovědný pracovník, který má k daném tématu nejbližší a má zájem na něm spolupracovat,

je studentovi vyhověno. Takový pracovník pak studentům poskytuje konzultace dle jejich individuálních dohod (Organizace XY, 2019).

Trainee program

Trainee program byl v organizaci XY z důvodu aktuálního transformačního programu zrušen a momentálně jej organizace nenabízí. Poprvé byl však realizován v roce 2002 a do přibližně rok trvajících programu bylo každoročně vybráno až 50 absolventů pracujících v organizaci XY. Program byl rozdělen do tří částí, v té první probíhal nábor trainees, který trval celkem 6 týdnů. První tři týdny probíhaly tzv. náborové kampaně a následující tři týdny selektivní procedury. Ve druhé části se trainees účastnili 4týdenního semináře, který se věnoval jejich integraci a začlenění. Uchazeči zde procházeli různými pobočkami a odděleními společnosti XY a součástí byl také trénink soft skills. Poslední část tvořil podrobnější program, jehož délka trvání byla přibližně jeden rok. Trainees byli postupně integrováni a seznamováni s hlavními cíli, následně probíhal mentoring, neboli přenášení znalostí a zkušeností mentora na trainee, profesionální trénink a také networking, tedy vytváření vztahů a konexí mezi lidmi napříč organizací (Organizace XY, 2019).

Kritérii pro výběr vhodného kandidáta do trainee programu byly například plynulá či středně pokročilá znalost anglického jazyka, mezinárodní zkušenosti, předchozí pracovní zkušenosti z průběhu studia. Znalost francouzského jazyka byla výhodou. Správný kandidát musel také ovládat dílčí schopnosti, jako třeba ekonomické a logické myšlení, orientace na cíl, schopnost učit se novým věcem a dále se vzdělávat, perfektní znalost českého jazyka, musel mít dobré komunikační dovednosti a také správného týmového ducha (Organizace XY, 2019).

Hlavními cíli programu bylo především zviditelnit organizaci XY v povědomí studentů vysokých škol a přilákat tak do ní mladé lidi s velkým potenciálem, podpořit kampaň zaměřenou na komunikaci organizace XY s vysokými školami a zrychlit kariérní růst jednotlivých uchazečů (Organizace XY, 2019).

4.2.1 Získávání studentů v organizaci XY

Spolupráce s vysokými školami

Spolupráce s vysokými školami má bezesporu mnohé výhody. Organizace XY spolupracuje s hned několika velkými vysokými školami, kde se snaží vyhledávat

talentované studenty, které po ukončení studia může zaměstnat. Forma kooperace je založena na základě přednášek a odborných seminářů, které přináší na veletrhy pracovních příležitostí (Organizace XY, 2019).

Organizace XY spolupracuje například s:

- Česká zemědělská univerzita (ČŽU)
- Vysoká škola ekonomická (VŠE)
- České vysoké učení technické (ČVUT)
- Univerzita Karlova (UK)
- Mendelova univerzita v Brně (Mendelu)

Veletrhy pracovních příležitostí

Organizace XY se se studenty setkává téměř na všech větších studentských akcích, kterými jsou například pracovní veletrhy. Veletrhy jsou pořádány samotnými vysokými školami po celé České republice a organizace XY se v roce 2018 zúčastnila více než 15- ti takových akcí. V roce 2019 se prozatím účastnila 12 veletrhů. Přednášející zde studenty informují o aktuálně nabízených pracovních pozicích, brigádách či stážích, předají jim své osobní zkušenosti, popřípadě zkontrolují studentův motivační dopis a CV (Organizace XY, 2019).

Webové stránky

Seznam volných pracovních pozic organizace XY uveřejňuje na svých webových stránkách. Uchazeči si nabídky mohou filtrovat dle různých kritérií, například dle typu úvazku od praxe, stáže, práce na částečný či plný úvazek, po práce nabízené zdravotně postiženým či rodičům. Vybrat si také můžou dle daného oboru či lokality (Organizace XY, 2019) .

Pracovní portály

Ke zveřejňování aktuálních volných pracovních pozic organizace XY využívá také pracovní portály, kterými jsou například www.jobs.cz či www.prace.cz.

4.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

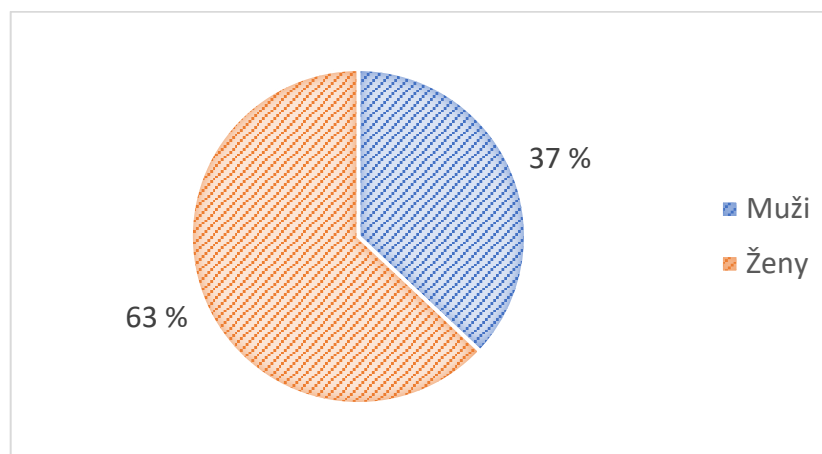
Následující část diplomové práce se zabývá zhodnocením výsledků dotazníkového šetření. Dotazníky byly distribuovány za pomoci pracovníka personálního oddělení, který je vhodným respondentům odeslal prostřednictvím e-mailu či osobně předal. Pro účely práce byly podrobněji rozepsány celkem tři aktivity, které organizace XY studentům či absolventům nabízí. Pro každou z nich tak byl vytvořen samostatný dotazník. Osloveno bylo celkem 34 respondentů z nichž dotazník vyplnilo a odevzdalo celkem 27, návratnost je tedy 79 %. Pro získání relevantních výsledků byly v dotaznících využity otevřené, polootevřené a uzavřené otázky, s primárním cílem v podobě identifikace zdrojů, ze kterých se respondenti o nabízených aktivitách organizace XY dozvěděli, či jak jsou s programem spokojeni.

Vyhodnocení otázky č. 1

- *Jakého jste pohlaví?*

Dotazník vyplnilo celkem 17 žen a 10 mužů. Dle obrázku číslo 5 je patrné, že z celkového počtu 27 respondentů tvořily 63 % ženy a 37 % muži.

Obrázek 5: Struktura respondentů dle pohlaví



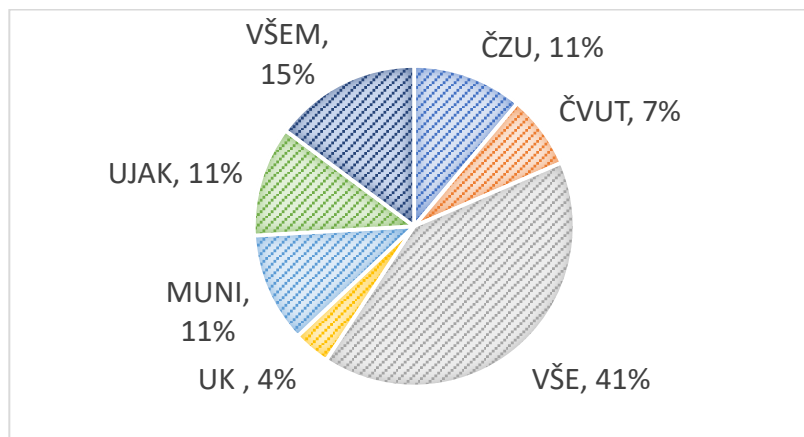
Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky č. 2

- *Na jaké vysoké škole studujete nebo jste studovali?*

Cílem této otevřené otázky bylo zjistit, jakou školu oslovení respondenti studují. Odpovědi jsou zobrazeny na následujícím obrázku číslo 6.

Obrázek 6: Struktura respondentů dle vysoké školy



Zdroj: vlastní zpracování

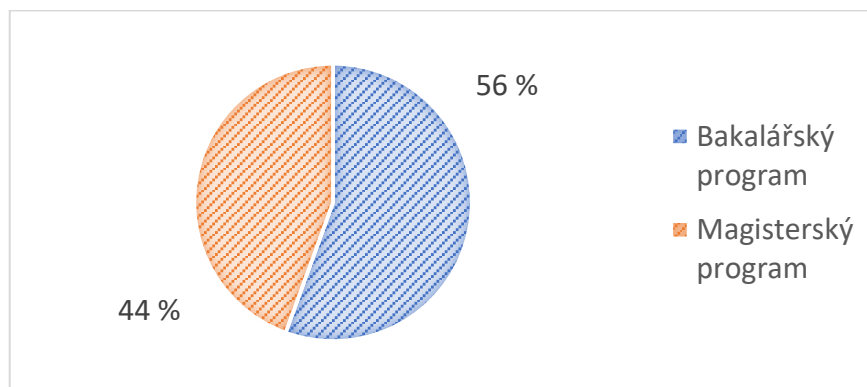
Z obrázku je zřetelné, že největší počet respondentů a to celkem 11 (41 %) studuje Vysokou školu ekonomickou v Praze (VŠE). Mezi dotazovanými byli také čtyři studenti (15 %) z Vysoké školy ekonomie a managementu (VŠEM), tři studenti (11 %) z České zemědělské univerzity v Praze (ČZU), tři z Masarykovy univerzity (MUNI), tři z Univerzity Jana Amose Komenského (UJAK), dva studenti (7 %) z Českého vysokého učení technického (ČVUT) a jeden student (4 %) z Univerzity Karlovy (UK).

Vyhodnocení otázky č. 3

- *V jakém programu studujete nebo jste studovali?*

Z obrázku č. 7 je patrné, že 56 % respondentů, tedy 15 studuje bakalářský program studia. Zbýlých 44 % neboli 12 respondentů pak studuje magisterský program.

Obrázek 7: Struktura respondentů dle studovaného programu



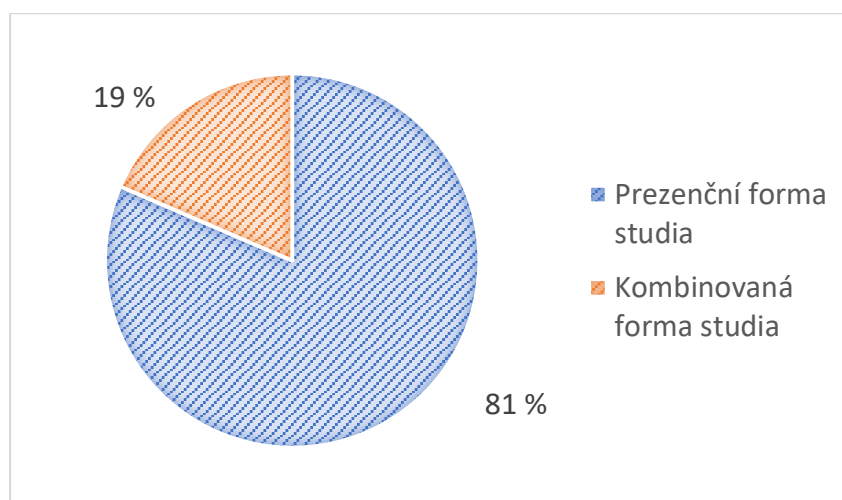
Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky č. 4

- *Jakou formu studia studujete nebo jste studovali?*

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 22 respondentů, tedy 81 % studuje prezenční formu studia. Zbýlých 5, tedy 19 % formu kombinovanou. Odpovědi jsou znázorněny na následujícím obrázku číslo 8.

Obrázek 8: Struktura respondentů dle formy studia



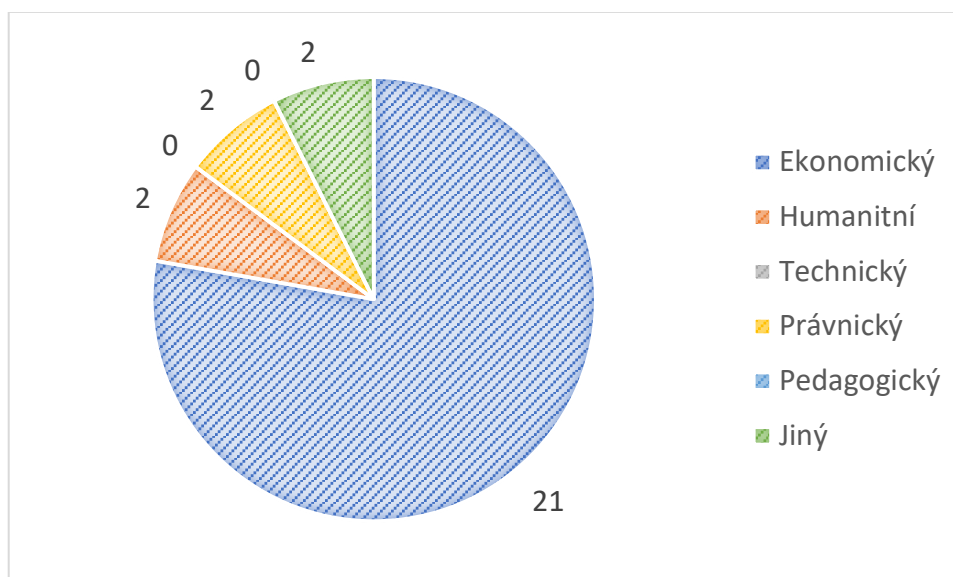
Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky č. 5

- *Jaký obor studujete nebo jste studovali?*

Z obrázku číslo 9 je možné zjistit, že nejvíce respondentů, tj. 21, studuje ekonomický obor. Dva respondenti uvedli, že studují humanitní obor, další dva respondenti studují právní obor. Pouze 2 respondenti odpověděli, že studují jiný obor a to informatiku. Žádný z respondentů nestuduje technický ani pedagogický obor.

Obrázek 9: Struktura respondentů dle studovaného oboru



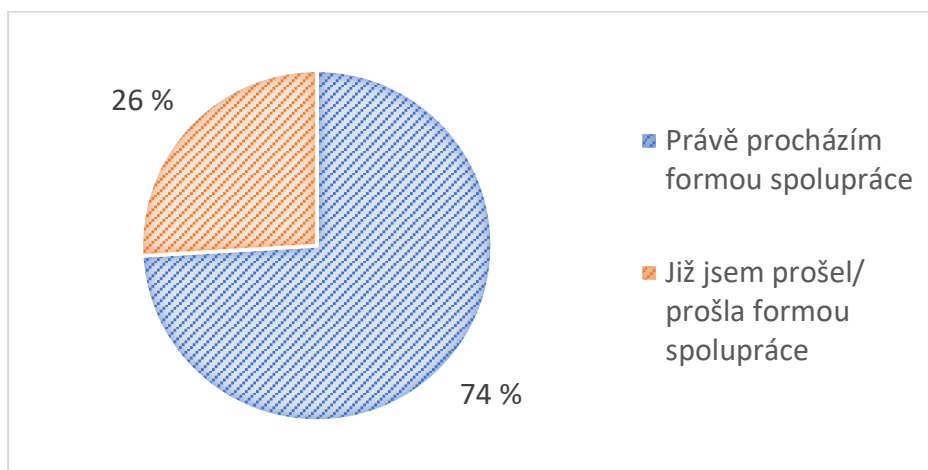
Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky č. 6

- *V organizaci XY:*

Otázkou číslo 6 bylo zjišťováno, kolik oslovených respondentů již prošlo některou z forem spolupráce s organizací XY a kolik z nich ještě stále s organizací spolupracuje. Z následujícího obrázku číslo 10 je patrné, že 74 % respondentů aktuálně spolupracuje s organizací XY. Konkrétně se jedná o 18 respondentů, kteří zde pracují na částečný či na plný úvazek a dva studenty, kteří v organizaci XY píšou bakalářskou či diplomovou práci. Zbýlých 26 % tvoří tři respondenti, kteří absolvovali trainee program a 4 respondenti, jež zde psali bakalářskou či diplomovou práci.

Obrázek 10: Struktura respondentů, kteří právě prochází a kteří již prošli formou spolupráce



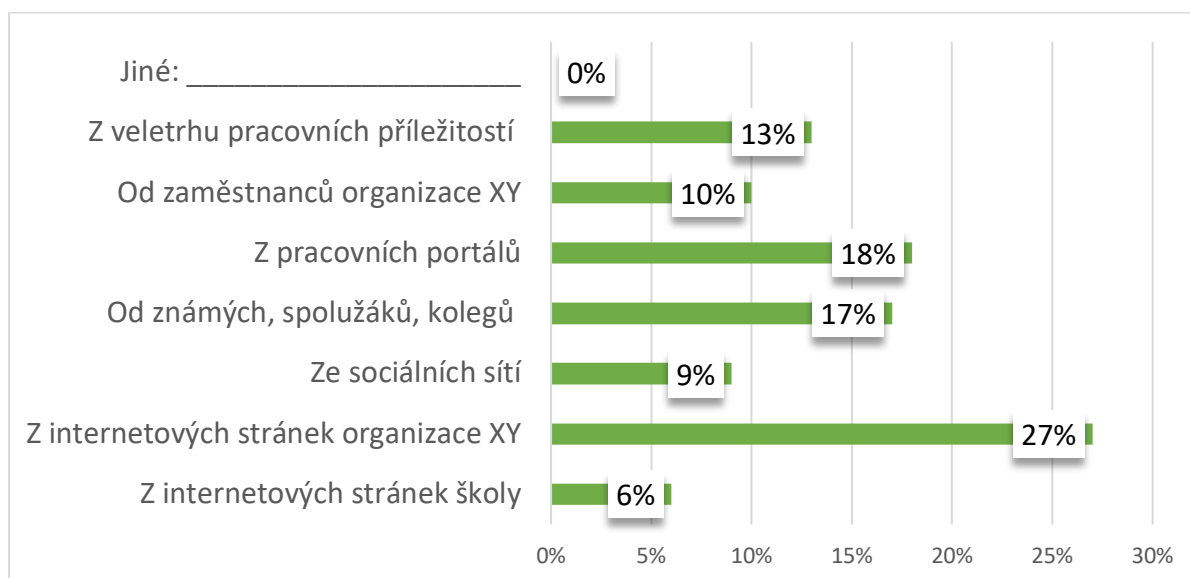
Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky č. 7

- *Odkud jste se dozvěděli o nabízených formách spolupráce organizace XY?*

Cílem této polootevřené otázky bylo zjistit, odkud se oslovení respondenti dozvěděli o nabízených formách spolupráce s organizací XY. Odpovědi jsou uvedeny na obrázku číslo 11.

Obrázek 11: Zdroje informací o aktivitách organizace XY



Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastěji se respondenti o možnostech spolupráce s organizací XY dozvěděli z internetových stránek organizace (27 %). Druhou nejčastější odpovědí byly pracovní portály (18 %). Dalších 17 % respondentů získalo informaci o spolupráci od svých známých, spolužáků či kolegů. O aktivitách organizace XY se 13 % respondentů dozvědělo na veletrzích pracovních příležitostí. Dále se 10 % respondentů informaci dozvědělo od zaměstnanců z organizace XY. Pouhých 9 % respondentů se o těchto aktivitách dozvědělo ze sociálních sítí a 6 % z internetových stránek své školy. Žádný z nich neuvěděl jinou možnost zdroje informací.

Vyhodnocení otázky č. 8

- *Co Vás na spolupráci s organizací XY nejvíce zaujalo?*

V rámci dotazníkovém šetření bylo dále zjišťováno, co oslovené respondenty nejvíce zaujalo na spolupráci s organizací XY. Otázka byla formulována jako polootevřená s možností vlastní odpovědi. Respondenti neměli omezený počet možných odpovědí, a tak je jejich součet celkem 157. Odpovědi jsou vyobrazeny v tabulce číslo 3.

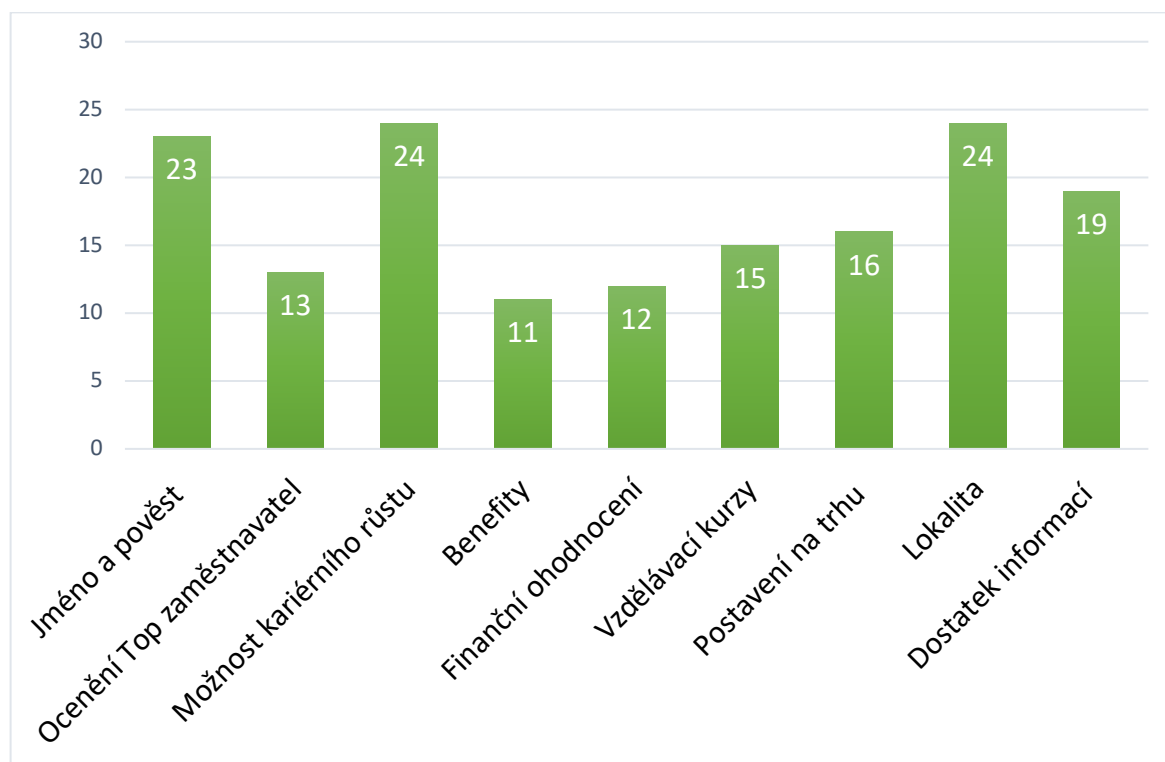
Tabulka 3: Zájem respondentů na spolupráci

Možnosti odpovědí	Počet respondentů	Relativní četnost (v %)
Jméno a pověst organizace XY	23	14,6
Ocenění Top zaměstnavatel	13	8,3
Možnost kariérního růstu	24	15,3
Benefity	11	7,0
Finanční ohodnocení	12	7,6
Vzdělávací kurzy	15	9,6
Postavení zaměstnavatele na trhu	16	10,2
Lokalita	24	15,3
Dostatek informací o nabízených typech spolupráce	19	12,1
Jiné:	0	0
Celkem	157	100,00

Zdroj: vlastní zpracování

Největší množství respondentů odpovědělo, že je na spolupráci s organizací XY nejvíce zaujala možnost kariérního růstu a lokalita (15,3 %). Druhou nejčastější odpovědí bylo jméno a pověst organizace XY, tato možnost zaujímá 14,6 %. Celkem 19 respondentů odpovědělo, že je na spolupráci s organizací XY také oslovilo dostatek informací o nabízených typech spolupráce, tato odpověď zaujímá 12,1 % odpovědí. Odpověď „Postavení zaměstnavatele na trhu“ zabírá 10,2 %. Nabídka vzdělávacích kurzů zaujaly 15 respondentů, tedy procentuálně vyjádřeno 9,6 %. Ocenění Top zaměstnavatel oceňuje 13 respondentů, a tak tato odpověď zabírá 8,3 %. Nejméně respondentů zaujalo finanční ohodnocení (7,6 %) a benefity (7,0 %). Žádný z respondentů neuvedl jinou možnost odpovědi. Grafické znázornění odpovědí je k nahlédnutí na obrázku číslo 12.

Obrázek 12: Zájem respondentů na spolupráci



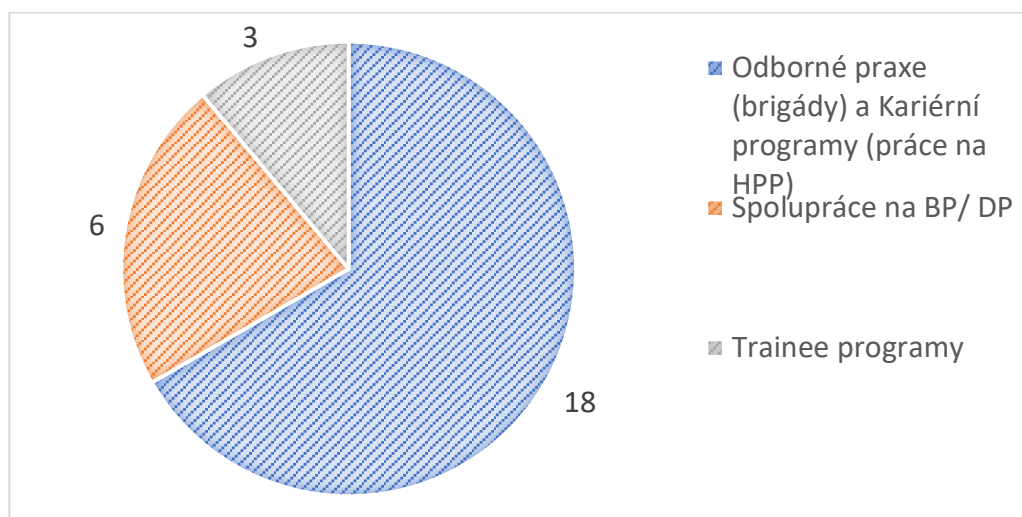
Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky č. 9

- *Jakého programu se účastníte nebo jste se zúčastnili?*

Cílem této otázky bylo identifikovat skupiny respondentů, kteří dotazník vyplňovali. Složení respondentů je zobrazeno v následujícím obrázku číslo 13.

Obrázek 13: Respondenti dle druhu vykonávané aktivity v organizaci XY



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce respondentů spolupracuje s organizací XY formou odborné praxe pro studenty (brigády) či formou kariérních programů (práce na plný úvazek). Z celkových 18 zde 10 respondentů plní odbornou praxi a 8 pracuje na plný úvazek. Celkem 6 respondentů v organizaci píše či psalo bakalářskou nebo diplomovou práci a 3 se zúčastnili trainee programu.

Pro lepší přehlednost výsledků z dotazníkového šetření, budou následně uvedeny odpovědi respondentů dle jednotlivých forem spolupráce. Největší zastoupení respondentů spolupracuje s organizací XY formou brigády či práce na plný úvazek (18). Jejich odpovědi jsou v této části práce uvedeny jako první.

Vyhodnocení otázky č. 10 – Odborné praxe pro studenty a kariérní programy

- *Jak dlouho jste členy organizace XY?*

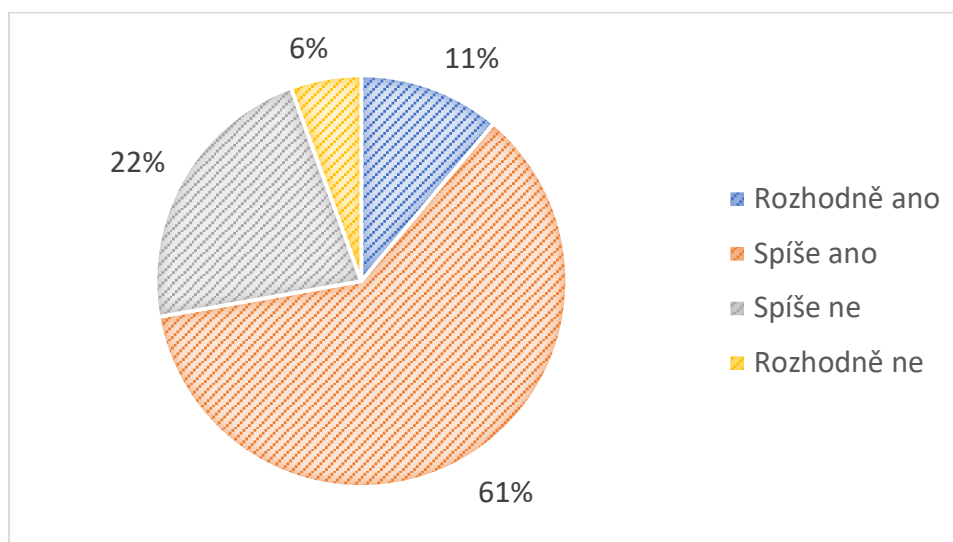
Z celkového počtu 18 respondentů jich 12 uvedlo, že jsou členy v organizaci XY méně než 1 rok. Zbýlých 6 respondentů je členy organizace 1 až 3 roky.

Vyhodnocení otázky č. 11 – Odborné praxe pro studenty a kariérní programy

- *Jak jste spokojeni s průběhem spolupráce?*

Pomocí této otázky bylo zjišťováno, zda jsou respondenti spokojeni s průběhem spolupráce v organizaci XY. Výsledek odpovědí je zobrazen na obrázku číslo 14.

Obrázek 14: Spokojenost respondentů s dosavadním průběhem spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

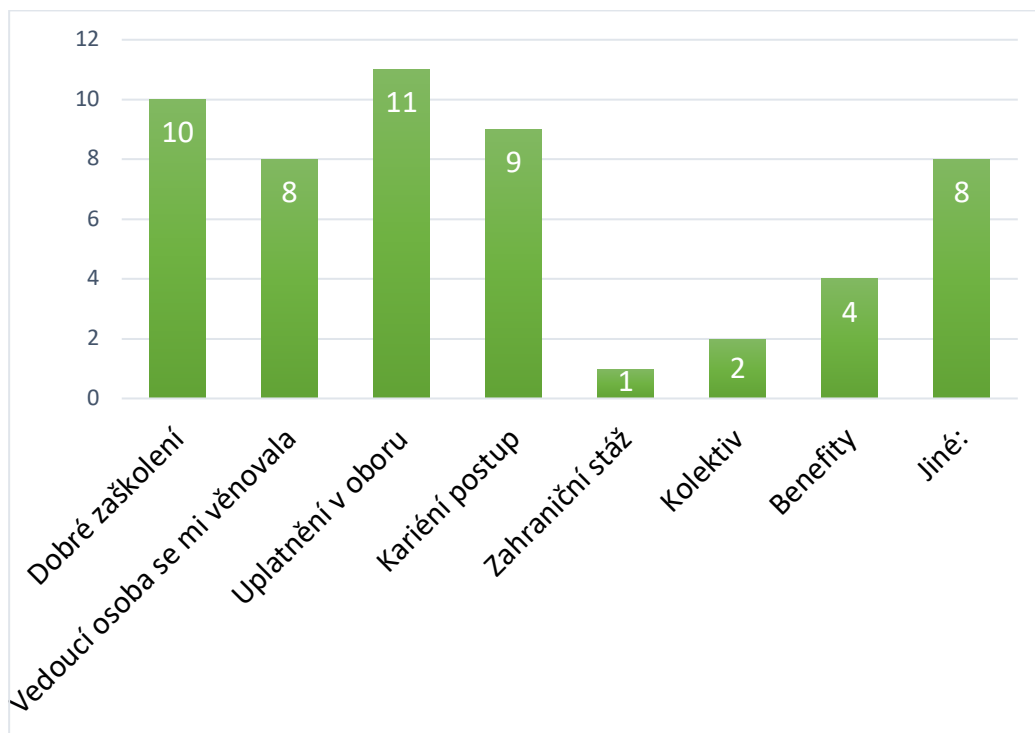
Z výše uvedeného obrázku je zřejmé, že 61 % je respondentů je spíše spokojeno s průběhem spolupráce. Tato hodnota odpovídá 11 respondentům. Dva respondenti, tedy 11 % pak uvedlo možnost „Rozhodně ano“. Čtyři respondenti zvolili možnost „Spíše ne“. Toto množství odpovídá hodnotě 22 %. Jeden z dotázaných (6%) pak zvolil možnost „Rozhodně ne“.

Vyhodnocení otázky č. 12 – Odborné praxe pro studenty a kariérní programy

- *V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ano“ či „spíše ano“, uveďte, prosím, proč.*

Následující polootevřená otázka má neomezený počet odpovědí a byla položena pouze respondentům, kteří v otázce č. 11 zvolili možnost „Rozhodně ano“ a „Spíše ano“. Takto bylo zodpovězena 13 respondenty a jejich odpovědi jsou zobrazeny na obrázku číslo 15.

Obrázek 15: Důvody spokojenosti respondentů s průběhem spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

Z obrázku vyplývá, že 11 respondentů je v organizaci XY spokojeno z důvodu dostatečného uplatnění v oboru. Druhou nejčastější odpovědí bylo „Dobré zaškolení“. Tuto možnost zvolilo celkem 10 respondentů. Devět dotázaných zvolilo možnost „Kariéerní postup“. Celkem 8 dotázaných je v organizaci XY spokojeno díky tomu, že se jim vedoucí osoba dostatečně věnovala. Dalších 8 respondentů využilo možnosti uvést jinou odpověď. Uvedli například, že jsou v organizaci XY spokojeni mimo jiné proto, že si tuto zkušenost mohou uvést do svého životopisu a vyhovuje jim také lokalita pracoviště. Benefity vyhovují čtyřem respondentům, kolektiv poté dvěma. Pouze jeden respondent ze 13 zvolil možnost „Zahraniční stáž“.

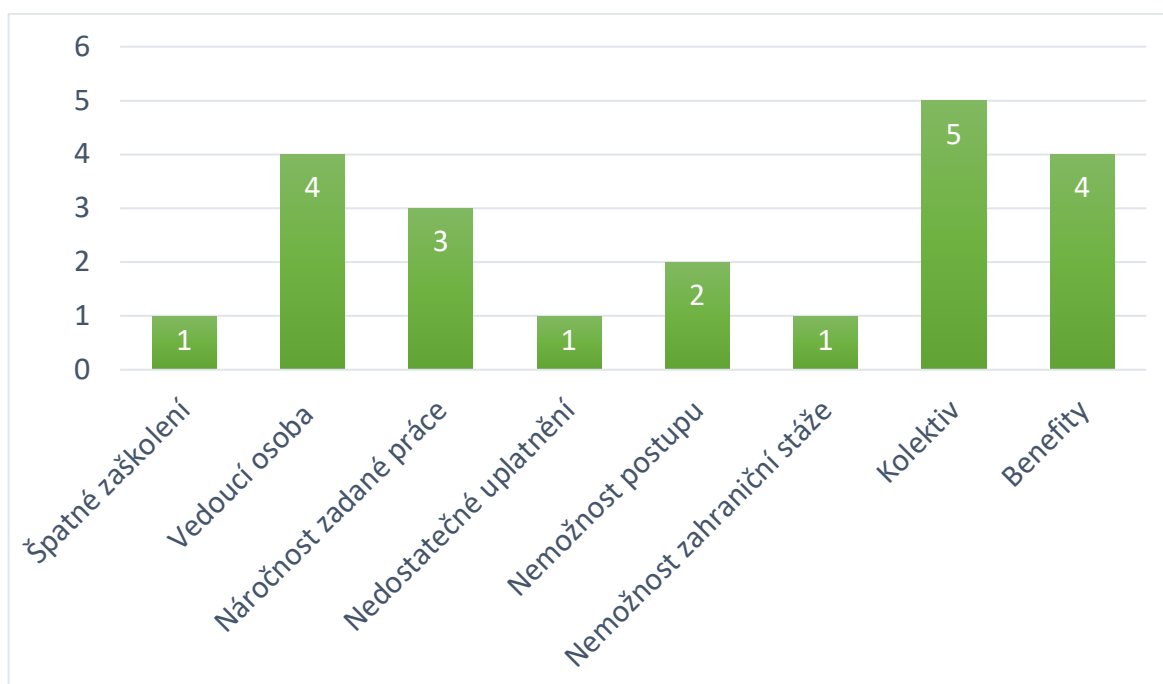
Vyhodnocení otázky č. 13 – Odborné praxe pro studenty a kariéerní programy

- *V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ne“ či „spíše ne“, uveďte, prosím, proč.*

V následující polootevřené otázce mohli respondenti vybírat jednu nebo více odpovědí. Byla položena pouze dotazovaným, kteří v otázce č. 11 zvolili možnost „Rozhodně ne“

a „Spíše ne“. Takto ji zodpovědělo 5 respondentů a jejich odpovědi jsou zobrazeny na obrázku číslo 16.

Obrázek 16: Důvody nespokojenosti respondentů s průběhem spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

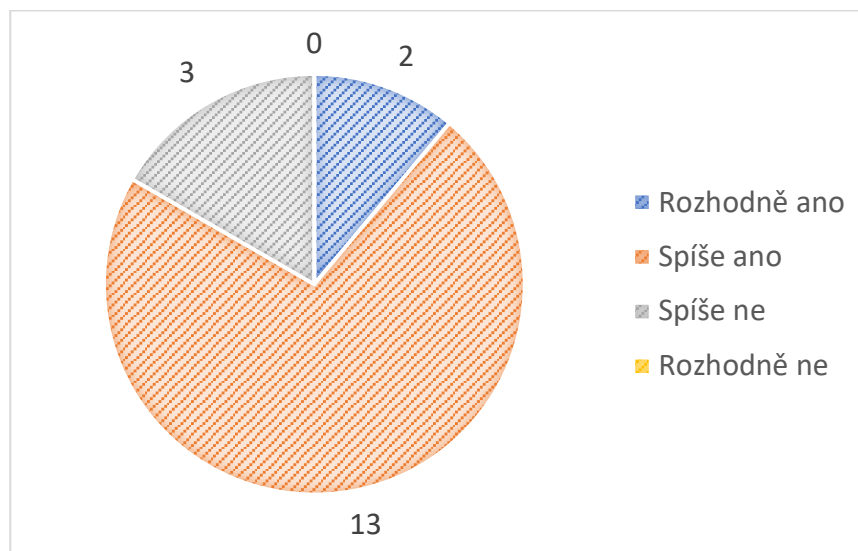
Z obrázku výše je zřejmé, že 5 respondentů je nespokojeno s průběhem spolupráce v organizaci XY kvůli kolektivu, ve kterém pracují. Dále 4 respondenti nejsou spokojeni se spoluprací díky vedoucí osobě, která se jim málo věnovala a také kvůli benefitům. Dále pak 3 respondenti uvedli možnost „Náročnost zadané práce“. Dva dotazovaní uvedli jako důvod své nespokojenosti nemožnost kariérního postupu. Možnost odpovědi špatné zaškolení, nedostatečné uplatnění a nemožnost zahraniční stáže pak respondenti zvolili pouze jednou. Jiný důvod nespokojenosti s průběhem spolupráce v organizaci XY dotazovaní neuváděli.

Vyhodnocení otázky č. 14 – Odborné praxe pro studenty a kariérní programy

- *Cítíte se být plnohodnotnými členy týmu?*

V pořadí čtrnáctá otázka měla za cíl zjistit, zda se oslovení respondenti cítí být plnohodnotnými členy týmu. Dotazovaní měli na výběr z možností: Rozhodně ano, Spíše ano, Spíše ne, Rozhodně ne. Uvedené odpovědi jsou zobrazeny na obrázku číslo 17.

Obrázek 17: Studenti, kteří se cítí být plnohodnotnými členy týmu



Zdroj: vlastní zpracování

Z obrázku je zřejmé, že 13 respondentů se spíše cítí být členem týmů. Toto množství odpovídá 72 %. Možnost „Spíše ano“ zvolili 2 dotazovaní a tvoří tak 11 procent. Tři respondenti (17 %) zvolili možnost „Spíše ne“.

Vyhodnocení otázky č. 15 – Odborné praxe pro studenty a kariérní programy

- *Poskytuje Vám manažer zpětnou vazbu?*

Celkem 11, tedy 61 % dotazovaných odpovědělo záporně, tedy že nedostávají zpětnou vazbu od svého manažera. Zbylých 7 respondentů uvedlo, že jim manažer poskytuje zpětnou vazbu.

Vyhodnocení otázky č. 16 – Odborné praxe pro studenty a kariérní programy

- *Co Vám daná spolupráce přinesla?*

Otázka číslo 16 byla otevřená a každý z dotázaných měl uvést alespoň 3 důvody toho, co jim spolupráce s organizací XY doposud přinesla. Všichni z dotázaných (18) uvedli, že díky spolupráci s organizací získali především nové zkušenosti a dovednosti, 16 z nich poté uvedlo jako přínos praxi. Zbylé odpovědi respondentů byly nabytí nových kontaktů, možnost kariérního růstu a seberealizace, získání nových přátel a zajímavého finančního ohodnocení.

Druhou nejpočetnější skupinou respondentů (6), kteří vyplnili dotazník jsou studenti, kteří v organizaci XY píšou nebo psali bakalářskou či diplomovou práci. Zde jsou jejich odpovědi.

Vyhodnocení otázky č. 10 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- *Jak dlouho jste členy organizace XY?*

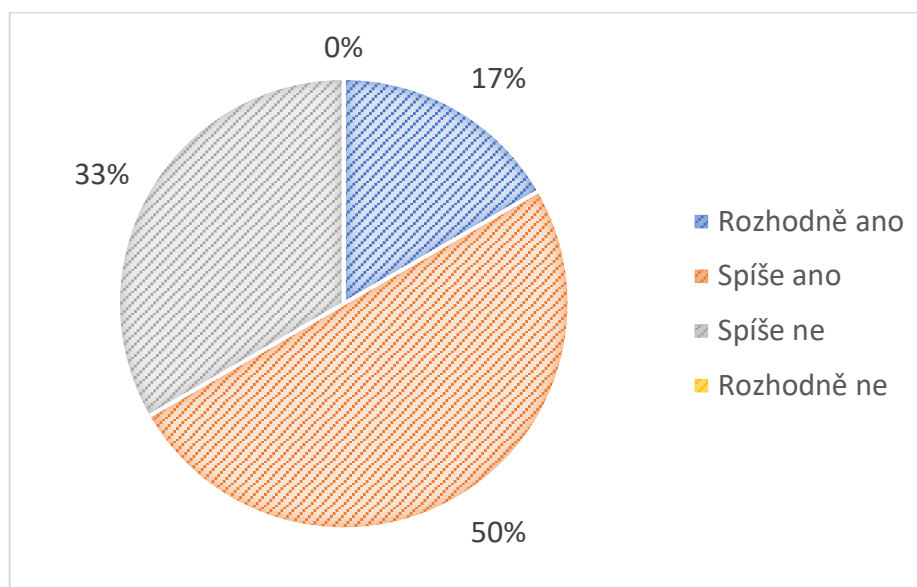
Z celkového počtu 6 respondentů 4 uvedli, že jsou členy v organizaci XY 1 až 3 roky. Dva dotazující jsou členy méně než 1 rok.

Vyhodnocení otázky č. 11 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- *Jak jste spokojeni s průběhem spolupráce?*

V otázce č. 11 respondenti odpovídali na otázku, zda jsou s průběhem spolupráce v organizaci XY spokojeni. Na výběr měli z možností: Rozhodně ano, Spíše ano, Spíše ne a Rozhodně ne. Jejich odpovědi jsou zobrazeny na následujícím obrázku číslo 18.

Obrázek 18: Spokojenost respondentů s dosavadním průběhem spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

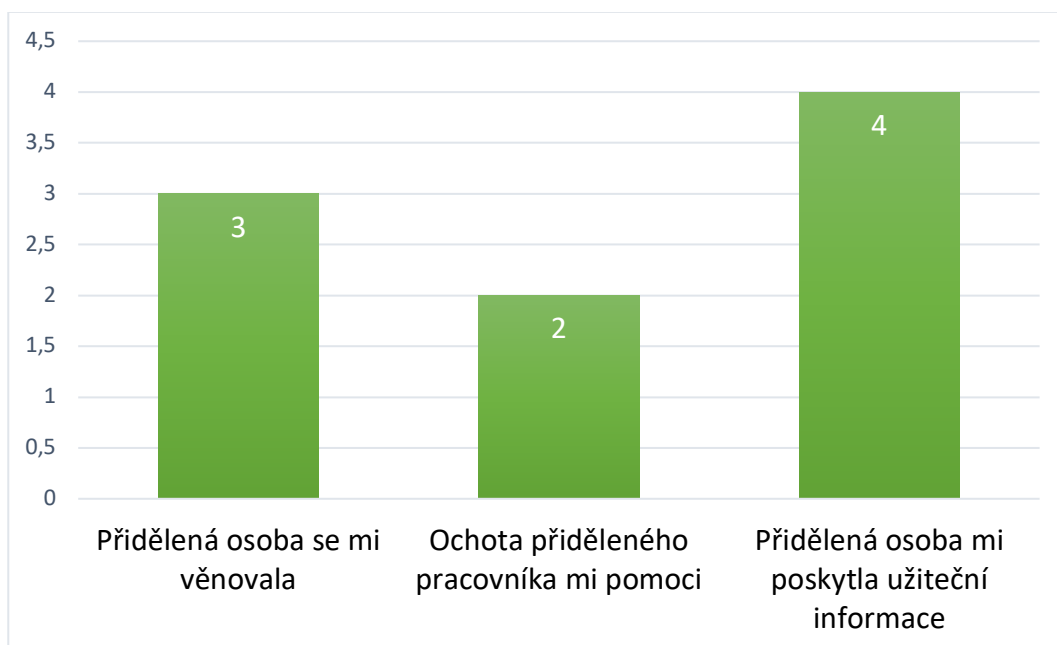
Z obrázku je zřetelné, že 50 % respondentů je spíše spokojeno s průběhem spolupráce. Tato hodnota odpovídá 3 respondentům. Jeden respondent (17 %) uvedl možnost „Rozhodně ano“. Dva respondenti zvolili možnost „Spíše ne“. Toto množství odpovídá 33 %. Žádný z dotázaných nevedl možnost odpovědi „Rozhodně ne“.

Vyhodnocení otázky č. 12 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ano“ či „spíše ano“, uveďte, prosím, proč.

V polootevřené otázce číslo 12 respondenti vybírali jednu nebo více odpovědí a byla položena pouze těm, kteří v otázce č. 11 zvolili možnost „Rozhodně ano“ a „Spíše ano“. Takto odpověděli 4 respondenti a jejich odpovědi jsou zobrazeny na obrázku číslo 19.

Obrázek 19: Důvody spokojenosti respondentů s průběhem spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

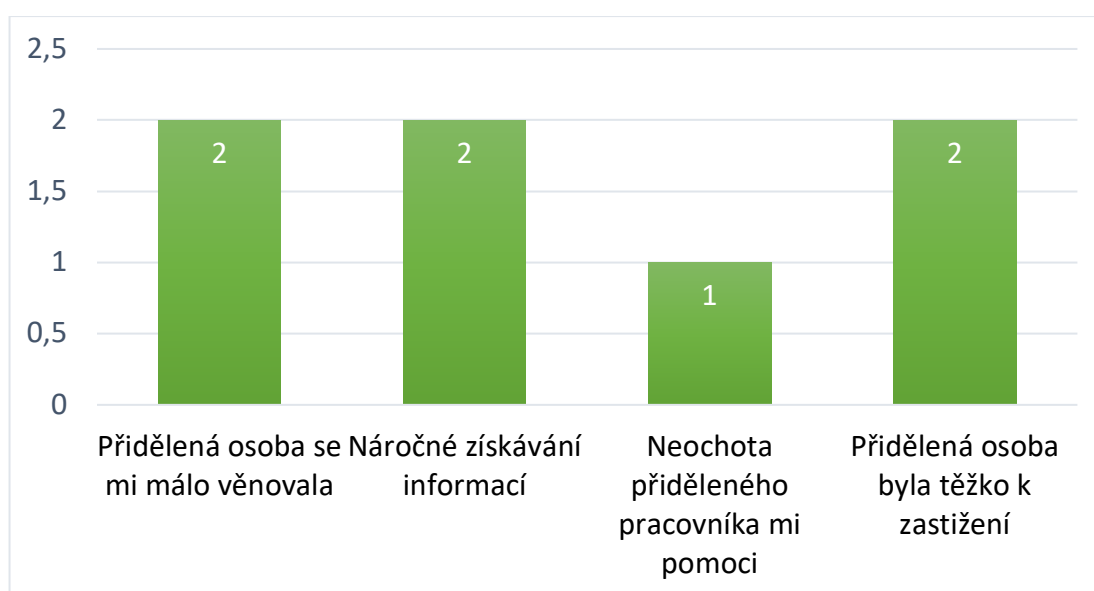
Všichni čtyři respondenti uvedli, že byli v organizaci XY se spoluprací spokojeni díky přidělené osobě, která jim poskytla užitečné informace. Druhou nejčastější odpovědí bylo tvrzení, že se jim přidělená osoba věnovala. Tuto možnost zvolili 3 respondenti. Dva dotázaní ještě uvedli, že jim přidělený pracovník byl ochotný pomoci. Žádný z nich nezvolil možnost „Snadné získávání informací“, „Přidělená osoba byla snadno k zastížení“ a možnost „Jiné“.

Vyhodnocení otázky č. 13 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ne“ či „spíše ne“, uveďte, prosím, proč.

V této polootevřené otázce mohli respondenti vybírat jednu nebo více odpovědí. Byla položena pouze dotazovaným, kteří v otázce č. 11 zvolili možnost „Rozhodně ne“ a „Spíše ne“. Zodpověděli ji 2 z celkových 6 dotazovaných a jejich odpovědi jsou zobrazeny na obrázku číslo 20.

Obrázek 20: Důvody nespokojenosti respondentů s průběhem spolupráce



Zdroj: vlastní zpracování

Oba dva respondenti se shodli, že důvodem jejich nespokojenosti s průběhem spolupráce ve společnosti XY bylo náročné získávání informací a také fakt, že se jim přidělená osoba málo věnovala a byla těžko k zastížení. Jeden z nich také uvedl, že mu přidělený pracovník nebyl ochotný pomoci. Žádný z respondentů nezvolil možnost, že mu přidělená osoba neposkytla užitečné informace ani nevyplnil možnost „Jiné“.

Vyhodnocení otázky č. 14 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- Obhájili jste již svou bakalářskou či diplomovou práci?

Tři respondenti z celkových 6 uvedli, že svou práci již obhájili. Zbylí 3 dotazovaní ještě svou práci před komisí neobhajovali.

Vyhodnocení otázky č. 15 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- *Obhájil/a jsem za:*

Respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že svou práci již obhájovali, byli dále dotázáni na to, jakou známku u obhajoby obdrželi. Dva dotazovaní byli ohodnoceni známkou velmi dobře, jeden byl ohodnocený známkou dobře.

Vyhodnocení otázky č. 16 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- *Chcete po skončení spolupráce v organizaci XY zůstat?*

V otázce číslo 6 bylo zjištěno, že 2 oslovení respondenti v organizaci XY ještě stále svou práci píšou. Těmto dvěma dotazovaným tak byla navíc položena otázka, zda chtějí po skončení spolupráce v organizaci XY zůstat. Oba dva zvolili možnost „Spíše ano“.

Vyhodnocení otázky č. 17 – Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

- *Byla Vám nabídnuta pozice na hlavní pracovní poměr?*

Tito dva dotazovaní poté ještě zodpověděli otázku, zda jim byla nabídnuta práce na hlavní pracovní poměr. Na výběr měli z možností: Ano a Ne. Oba respondenti se opět shodli na stejné odpovědi „Ne“.

Poslední a zároveň nejmenší dotazovanou skupinou respondentů tvoří ti, kteří se zúčastnili trainee programu (3). Všichni tito respondenti po dokončení trainee programu přijali nabídku spolupráce na hlavní pracovní poměr a v organizaci XY tedy pracují. V této části práce jsou zveřejněny jejich odpovědi.

Vyhodnocení otázky č. 10 – Trainee program

- *Jak dlouho jste členy organizace XY?*

Dva ze tří respondentů uvedli, že jsou členy organizace 1 až 3 roky. Jeden dotazovaný je pak členem organizace 3 a více let.

Vyhodnocení otázky č. 11 – Trainee program

- *Jste spokojeni s průběhem spolupráce?*

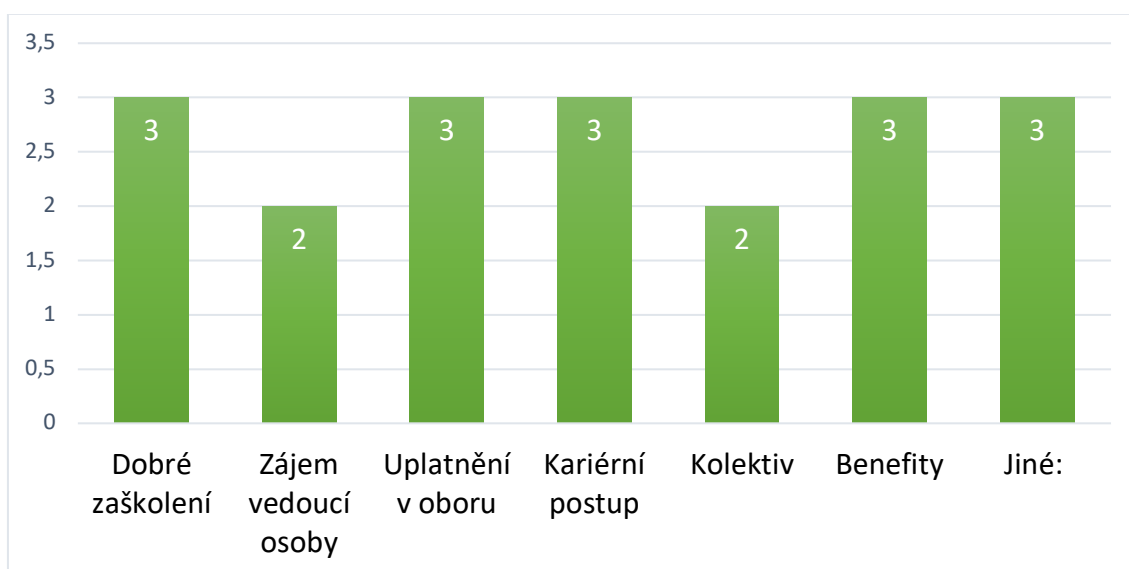
Všichni tři respondenti se shodli na stejné odpovědi. S průběhem spolupráce v organizaci XY byli spíše spokojeni.

Vyhodnocení otázky č. 12 – Trainee program

- *V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli “rozhodně ano“ či “spíše ano“, uveďte, prosím, proč.*

Pomocí této polootevřené otázky byli respondenti následně vyzváni, aby uvedli důvody, dle kterých byli se spoluprací spokojeni. V otázce mohli vybírat jednu či více odpovědí. Na následujícím obrázku číslo 21 jsou zobrazeny jejich odpovědi.

Obrázek 21: Důvody spokojenosti respondentů s trainee programem



Zdroj: vlastní zpracování

Z obrázku je patrné, že se respondenti shodli na většině nabízených možnostech odpovědí. Všichni tři byli s průběhem spolupráce spokojeni z důvodu dobrého zaškolení, dostatečného uplatnění v oboru, možnosti kariérního postupu a také nabídky benefitů. Dva dotazovaní zvolili možnost, že se jim vedoucí osoba věnovala. Stejné množství respondentů bylo spokojených díky kolektivu. Všichni tři respondenti také uvedli několik dalších důvodů jejich spokojenosti. Byly jimi například množství získaných informací, přátelské prostředí a praxe ve velké společnosti.

Vyhodnocení otázky č. 13 – Trainee program

- *Vyhovovala Vám podoba trainee programu?*

Dva respondenti uvedli, že jim podoba trainee programu spíše nevyhovovala. Zbylému jednomu dotazovanému podoba programu vyhovovala.

Vyhodnocení otázky č. 14 – Trainee program

- *Pokud jste v předchozí otázce odpověděli „ne“ uveďte, prosím, jaká forma by Vám více vyhovovala?*

V otázce číslo 13 bylo zjištěno, že dva ze tří respondentů nebyli spokojeni s podobou trainee programu. V této otevřené otázce číslo 14 tak měli možnost zmínit, jaká podoba trainee programu by jim více vyhovovala. Mezi odpověďmi byla například lepší organizace práce, lepší zapojení trainees v jednotlivých odděleních nebo větší finanční ohodnocení.

Vyhodnocení otázky č. 15 – Trainee program

- *Cítíte se být plnohodnotnými členy týmu?*

Cílem této otázky bylo zjistit, zda se oslovení respondenti cítí být plnohodnotnými členy týmu. Dotazovaní měli na výběr z možností: Rozhodně ano, Spíše ano, Spíše ne, Rozhodně ne. Za plnohodnotné členy týmu se dle obrázku číslo 22 považují dva respondenti, kteří odpověděli „Spíše ano“ a jeden dotazovaný, který zvolil možnost „Rozhodně ano“.

Vyhodnocení otázky č. 16 – Trainee program

- *Poskytuje Vám manažer zpětnou vazbu?*

Pomocí této uzavřené otázky bylo zjišťováno, zda byla respondentům, kteří se zúčastnili trainee programu, poskytnuta zpětná vazba od jejich manažera. Dotázaní mohli odpovědět buď ano či ne. Dva respondenti uvedli, že jim byla poskytnuta zpětná vazba od manažera. Zbylý jeden respondent odpověděl záporně.

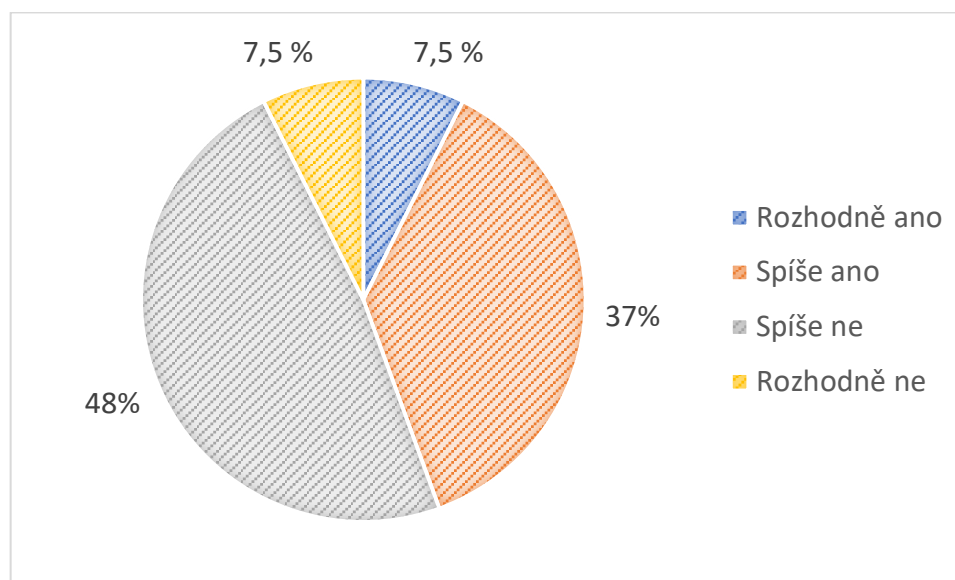
Závěr dotazníku byl již pro všechny respondenty (27) stejný. Níže jsou uvedeny odpovědi všech dotazovaných.

Vyhodnocení otázky č. 17

- *Je dle Vašeho názoru propagace nabízených spoluprací organizace XY dostatečná?*

Pomocí této otázky byl zjišťován názor dotazovaných na to, zda je propagace nabízených spoluprací organizace XY dostatečná. Respondenti měli na výběr z odpovědí: Rozhodně ano, Spíše ano, Spíše ne a Rozhodně ne. Výsledky jejich odpovědí jsou znázorněny na obrázku číslo 23.

Obrázek 22: Názor respondentů na dostatečnou propagaci nabízených spoluprací



Zdroj: vlastní zpracování

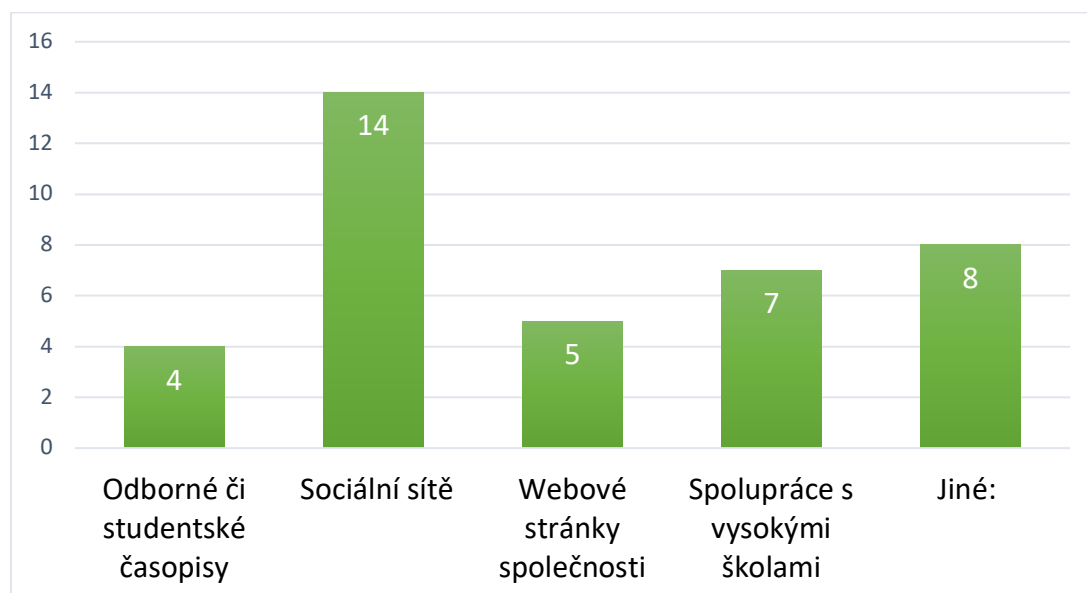
Z obrázku číslo je možné zjistit, že 48 % respondentů (celkem 13) je názoru, že propagace forem spolupráce organizace XY, které nabízí studentům, je spíše nedostatečná. Deset dotázaných, neboli 37 % zvolilo odpověď „Spíše ano“. Možnost „Rozhodně ano“ zvolili 2 respondenti (7,5 %). Opačnou možnost „Rozhodně ne“ zvolili také dva dotazovaní.

Vyhodnocení otázky č. 18

- *Pokud jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ne“ nebo „spíše ne“, co byste zlepšili?*

Na tuto polootevřenou otázku mohli odpovědět pouze respondenti, jež v předchozí otázce zvolili možnost „Rozhodně ne“ nebo „Spíše ne“. Takových respondentů bylo celkem 15 a cílem otázky tak bylo zjistit, co by na propagaci forem spolupráce organizace XY zlepšili. V otázce mohli vybírat jednu či více odpovědí. Výsledky jsou zaneseny do následujícího obrázku číslo 24.

Obrázek 23: Návrhy na zlepšení propagace nabízených spoluprací pro studenty



Zdroj: vlastní zpracování

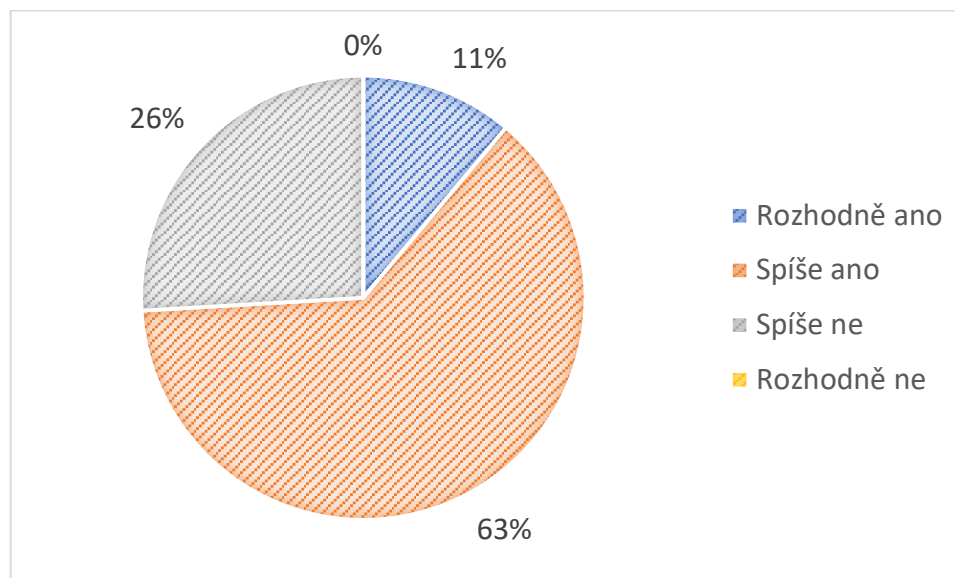
Nejvíce respondentů, celkem 14, se shodlo na odpovědi, že by organizace XY měla využít větší propagace na sociálních sítích. Druhou nejčastější odpovědí, kterou zvolilo celkem 7 dotazovaných, je větší míra spolupráce s vysokými školami. Pět respondentů vyjádřilo názor, že ke zlepšení propagace nabízených forem spolupráce studentům pomůže více článků na webových stránkách společnosti. Možnost více článků ve studentských či odborných časopisech zvolili 4 dotazovaní. Osm respondentů využilo možnosti uvést jinou odpověď. Nejčastěji uváděli lepší propagaci na pracovních portálech či rozesílání newsletterů s nabídkou volných pracovních pozic.

Vyhodnocení otázky č. 19

- *Doporučili byste některou s forem spolupráce, které organizace XY nabízí i dalším studentům či absolventům?*

Poslední otázka měla zjistit, zda by oslovení respondenti studentům doporučili některou z nabízených forem spolupráce organizace XY. Dotazovaní měli na výběr z možností: Rozhodně ano, Spíše ano, Spíše ne, Rozhodně ne. Jejich odpovědi jsou znázorněny v obrázku číslo 25.

Obrázek 24: Doporučení spolupráce dalším studentům



Zdroj: vlastní zpracování

Z obrázku je zřejmé, že 63 % dotazovaných spolupráci s organizací XY studentům doporučuje. Toto množství odpovídá 17 respondentům. Celkem 26 % dotázaných (7) spolupráci spíše nedoporučuje. Tři dotázaní (11 %) by však kooperaci organizace se studenty rozhodně doporučilo. Žádný z respondentů nevedl možnost „Rozhodně ne“.

5 Zhodnocení výsledků a návrhy na zlepšení

Z realizovaného výzkumu, který byl proveden pomocí dotazníkového šetření vyplývá, že spolupráce mezi organizací XY a studenty je na slušné úrovni. Ukázalo se, že naprostá většina respondentů je s průběhem spolupráce v organizaci XY spokojena například díky dobrému zaškolení, propojení teoretických poznatků s praktickým využitím, možnosti kariérního postupu či benefitům a spolupráci s organizací XY by ostatním studentům doporučilo celkem 74 % respondentů. I přes to však byly nalezeny určité nedostatky, díky kterým je možné organizaci navrhnout jistá doporučení, která povedou ke zlepšení situace a odstranění těchto nedostatků.

5.1 Nedostatečná propagace

Prvním takovým nedostatkem je do jisté míry nedostatečná propagace forem spoluprací na sociálních sítích. Z dotazníkového šetření je sice zřejmé, že se pouhých 6 % respondentů dozvědělo o nabízených formách spolupráce pomocí internetových stránek školy, kterou studují. Výsledek ale není příliš překvapivý hlavně proto, že studenti využívají stránky školy především z důvodu získání informací ke studiu a po většinu času spíše kontrolují informační systémy svých univerzit, ve kterých se přihlašují na zkoušky, sbírají materiály apod. Druhou nejmenší skupinou respondentů se však stali ti, kteří se o formách spolupráce se studenty dozvěděli ze sociálních sítí. To je zřejmé také z odpovědi na otázku číslo 17, kde je zhruba 55,5 % respondentů toho názoru, že propagace organizace XY není dostatečná. Naprostá většina z nich, a to až 93 % se pak domnívá, že pro zlepšení propagace nabízených forem spolupráce by organizace XY měla využít sociální sítě.

5.1.1 Návrh na zlepšení

Organizace XY má založený svůj profil jak na Facebooku, tak na Instagramu. Na obou sítích však nejčastěji propaguje akce, kterých je partnerem nebo své služby. Z průzkumu společnosti AMI Digital Index z roku 2019 vyplývá, že využívání sociální sítě Facebook již mezi Čechy dále neroste. Naopak oblíbenost Instagramu ano, a právě ten vykazuje v posledních letech dynamický růst (Ami Digital s.r.o., 2019). Marketingovému oddělení organizace XY tak bylo doporučeno, aby zvýšila propagaci svých nabídek

spolupráce se studenty právě na Instagramu. Mezi nejsilnější věkovou skupinu na Instagramu patří uživatelé ve věku od 15 do 29 let (Ami Digital s.r.o., 2019), která se částečně řadí mezi ty, které by měla organizace XY primárně oslovit. Zaujmut právě tyto uživatele může například pravidelným zveřejňováním volných pracovních míst a nabídek spolupráce studentům na své zdi. V současné době je také velmi populární si ze strany společnosti najmout takzvaného influencera, což je uživatel, který dokáže využitím vlastního obsahu, názory, myšlenkami a velikostí svého publika, ovlivnit chování dalších uživatelů. V tomto případě bylo marketingovému oddělení doporučeno zvolit takového influencera, který svým dosahem dokáže oslovit zmíněnou věkovou skupinu uživatelů, bude mezi ní oblíbený a bude korespondovat s typem podnikání. Volbě vhodného influencera však předchází náročný proces výběru, kdy je nutné nejprve pozorovat několik kandidátů, sledovat jejich styl vyjadřování se, komunikaci a interakci se svým publikem. Vždy také záleží na vzájemných sympatiích mezi marketingovým oddělením a daným influencerem. Na tomto základě bylo doporučeno zvolit například cestovatele či mladou lifestylovou bloggerku. Zda byla spolupráce úspěšná je možné zjistit až po delším časovém horizontu. Doporučená délka této spolupráce je tak 6 měsíců. Ceník každého influencera se liší, někteří ho mají veřejně k dispozici, většina ho ale zveřejní až při soukromé komunikaci. Obecně se však jejich cena odvíjí od počtu sledujících. Najme-li si organizace XY influencera s 50 000 sledujícími, cena na jeden měsíc se může pohybovat od 8 000 do 10 000 Kč za 1 - 2 fotografie na zdi a 3 – 5 zmínek ve stories (Powerofdoing.blog, 2019). Celková částka tak za půl roční spolupráci činí 48 000 – 60 000 Kč.

Spolupráce na takové úrovni může být ohodnocena i formou barteru. Pokud by se společnost rozhodla influencera zaplatit touto formou, bylo jí doporučeno nabídnout mu zvýhodněnou půjčku, pojištění či jiné služby, které organizace XY poskytuje.

5.2 Nabídka benefitů a finanční ohodnocení

V dotazníkovém šetření byli dále respondenti dotazováni na to, co je na spolupráci s organizací XY nejvíce zaujalo. Z výsledků vyplývá, že pouhých 7 % dotazovaných zaujala nabídka benefitů a 7,6 % finanční ohodnocení. Je však nutné zohlednit, že většinu dotazovaných tvořili respondenti, kteří ve společnosti pracují na částečný úvazek formou brigády. Nezískávají tak benefity a finanční ohodnocení, které dostává respondent pracující

ve společnosti na plný úvazek. Navíc je všeobecně známé, že studenti mají mnohdy vyšší finanční očekávání, než odpovídá jejich dovednostem. Druhou největší skupinu tvořili respondenti, kteří zde píšou nebo psali bakalářskou či diplomovou práci. Lze tak očekávat, že právě pro tuto skupinu zmíněné prvky nebudou natolik zajímavé, jelikož ani neočekávají, že je při spolupráci budou čerpat.

5.3 Nespokojenost studentů pracujících na částečný a plný úvazek

Z výsledků dále vyplývá, že 72 % studentů, kteří v organizaci XY pracují na částečný nebo na plný úvazek je ve společnosti spokojeno. Zbýlých 28 % je ve společnosti nespokojeno nejvíce z důvodu špatného kolektivu a vedoucí osobě, která se jim málo věnovala. Možné důvody vzniku nespokojenosti mohou být například ty, že vedoucí osoba nemá na studenty dostatek času a není tak schopná jim předat potřebné množství informací k zadanému úkolu. To může následně vytvářet také špatné pracovní klima.

5.3.1 Návrh na zlepšení

Organizaci XY bylo doporučeno se více orientovat na spokojenost studentů, které zde zaměstnává. Bylo doporučeno provést průzkum ve formě dotazníkového šetření, ve kterém je možné zjistit podrobnější příčiny nespokojenosti a ty následně odstranit. Dále bylo organizaci doporučeno, aby vyhledávala pouze takové osoby, které budou mít zájem se studenty spolupracovat. Bylo navrženo, aby každá vedoucí osoba měla na starosti maximálně 3 studenty, jelikož s menší skupinou lidí může lépe komunikovat a trávit s ní více času nad zadaným úkolem. Byl navržen také finanční příplatek k hrubé mzdě vedoucích osob ve výši 1 000 Kč na měsíc.

V otázce číslo 15 pak 61 % respondentů uvádí, že jim manažer neposkytuje zpětnou vazbu, která je jedním ze základních nástrojů vedení a rozvoje zaměstnanců. Organizaci XY tak bylo dále doporučeno, aby navedla své manažery k poskytování zpětné vazby studentům, kteří na oddělení pracují. Ti pak na základě zpětné vazby mohou upravit své chování a lépe dosahovat cílů, což může následně vést k větší spokojenosti na pracovišti.

5.4 Nespokojenost studentů píšící bakalářskou či diplomovou práci

S vedením bakalářské či diplomové práce nejsou spokojeni dva studenti z šesti. Mezi důvody uvedli, že se jim vedoucí osoba málo věnovala a byla těžko k zastižení, dalším důvodem nespokojenosti bylo i náročné získávání informací.

5.4.1 Návrhy na zlepšení

Také v tomto případě bylo organizaci doporučeno, aby pro práci se studenty vyhledávala pouze takové pracovníky, kteří budou ochotní se studenty spolupracovat, plně se jim věnovat a budou snáze k zastižení. Pro dostatečnou motivaci těchto vedoucích osob byla doporučena finanční odměna ve výši 100 Kč na hodinu za každého studenta po dobu jeho konzultací, popřípadě snížení pracovní doby o každou hodinu, kterou vedoucí osoba se studentem stráví.

5.5 Podoba trainee programu

Z dotazníkového šetření dále vyplývá, že trainee programu se v minulosti účastnili 3 respondenti. Všichni tři se také shodli, že s jeho průběhem byli spokojeni, nicméně dva z nich by pozměnili jeho podobu. Zlepšili by například organizaci práce a zapojení trainees v jednotlivých odděleních. Důvodem vzniku nespokojenosti s jeho podobou může být například to, že v rámci rotace mezi jednotlivými odděleními zde trainees tráví kratší dobu a nemá tak dostatek času se zde orientovat a pochytit velké množství nových informací.

5.5.1 Návrh na zlepšení

Jak již bylo zmíněno, organizace XY momentálně žádný trainee program nenabízí. Dle získaných informací o jeho znovuzavedení ale do budoucna dále uvažuje, a proto bylo organizaci XY doporučeno, aby se zaměřila na lepší organizaci práce pro trainees na jednotlivých odděleních. V rámci doporučení byla navržena úprava délky druhé části trainee programu, tedy části, kde trainee přechází z jednoho oddělení na další a trénuje soft skills, a byla prodloužena ze čtyř týdnů na šest. Trainee tak bude mít více času se na jednotlivých odděleních adaptovat a vstřebávat nové informace. Dále bylo doporučeno, aby přidělená osoba dostala na starosti omezený počet trainee, a to nejvíce tři, kterým se bude moci plně věnovat. Měla by je také zapojit do krátkodobějších

projektů v týmech a po dostatečném zaškolení přidělit větší, náročnější projekty, na kterých budou pracovat samostatně. Na základě této zkušenosti trainee zdokonalí své dovednosti, podpoří svou disciplínu a naučí se samostatnosti, což by v budoucnu mohlo ovlivnit také jeho zapojení v oddělení. V neposlední řadě by přidělená osoba měla jednotlivým trainees poskytovat pravidelnou zpětnou vazbu, a to jak pozitivní, tak negativní. Trainee by měl mít také možnost se v průběhu programu sám rozhodnout, v jaké oblasti se chce dále zdokonalovat a na základě toho by mu byla vypracována individuální podoba programu.

6 Závěr

Trh práce je sice v současné době nasycen, nicméně společnosti se i nadále poohlížejí po pracovní síle a jsou si dobře vědomy, že studenti či absolventi vysokých škol patří ke skupinám, které má cenu oslovit. Může za to hned několik důvodů, jako je například fakt, že jsou mladí a dokáží tak své práci věnovat velké množství energie, jsou také časově flexibilní, mají zájem se dále rozvíjet a přináší do společnosti své čerstvě nabyté teoretické znalosti. Společnosti by se tak měly více zaměřovat na aktivity, které nabízí studentům pro získávání jejich praktických zkušeností, jelikož spolupráce s nimi přináší výhody oběma stranám. Společnost má možnosti si ze studenta vychovat kvalitního zaměstnance k obrazu svému, zatímco student na druhé straně získá cenné praktické zkušenosti a s těmi také konkurenční výhodu oproti studentům, kteří během svých studií praktické zkušenosti nemají získávat.

Organizace XY si je této skutečnosti dobře vědoma, a tak studentům nabízí možnosti spolupráce na částečný či na plný úvazek nebo možnost spolupráce na bakalářských či diplomových pracích. V minulosti nabízela také spolupráci formou trainee programu. V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že úroveň spolupráce organizace XY se studenty dosahuje poměrně dobrých výsledků. I přes to ale byly zjištěny nedostatky, k nimž byla následně navrhnutá doporučení, která by měla vézt ke zlepšení spolupráce se studenty.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že nabízené formy spolupráce organizace XY nejsou přes své dobré výsledky a spokojenost ze strany studentů dostatečně dobře propagovány. Marketingovému oddělení společnosti tak bylo doporučeno, aby se více zaměřila na propagaci svých forem spoluprací se studenty na sociálních sítích, a to především na Instagramu formou tzv. influencerů, tedy uživatele, který svým obsahem, názory či postoji, dokáže ovlivnit ostatní uživatele. Ten by v rámci své funkce měsíčně zveřejňoval jednu nebo dvě fotografie na zed' a tři až pět fotografií do stories. Délka spolupráce byla doporučena na 6 měsíců a doporučená částka pro tuto investici je 48 000 – 60 000 Kč. Spolupráce může být ohodnocena také formou barteru. Jestliže organizace XY rozhodne pro tuto formu výplaty, bylo společnosti doporučeno, aby influencerovi nabídla například zvýhodněnou půjčku, pojištění nebo jiné služby, které poskytuje.

Dalšími kroky ke zlepšení a zkvalitnění spolupráce se studenty je dle výsledků dotazníkového šetření volba vhodnějších vedoucích osob, které budou mít zájem na spolupráci se studenty zaměstnanými ve společnosti na částečný nebo na plný úvazek. Následně bylo navrženo, aby taková osoba měla na starosti maximálně 3 studenty a získala také finanční příplatek ve výši 1 000 Kč k měsíční hrubé mzdě navíc.

Nespokojenost respondentů se vyskytla také s vedením bakalářských či diplomových prací. Organizaci XY bylo opět doporučeno, aby na spolupráce se studenty vyhledávaly pouze takové vedoucí osoby, které se jim budou ochotny věnovat, spolupracovat s nimi a budou snáze k zastížení. K motivaci těchto zaměstnanců bylo doporučeno je finančně odměnit ve výši 100 Kč na hodinu za každého studenta po dobu jeho konzultací, popřípadě snížení pracovní doby o každou hodinu, kterou studentovi věnuje.

I přes to, že organizace XY již nenabízí spolupráci formou trainee programu, do budoucna tuto možnost nezavrhl, a tak bylo společnosti doporučeno, aby zlepšila organizaci práce a lépe zapojila trainees v jednotlivých oddělení. Bylo doporučeno, aby se délka druhé části trainee programu prodloužila ze čtyř na šest týdnů, přičemž bude mít trainee při rotaci mezi jednotlivými odděleními více času na adaptaci, na vstřebávání nových informací a lepší organizaci práce. Dále bylo doporučeno, aby vedoucí osoba dostala na starosti pouze omezený počet trainees, a to maximálně tři. Měla by jim také poskytovat pravidelnou zpětnou vazbu, zapojit je do větších samostatných projektů a nechat je se samotné rozhodnout, v jaké oblasti se chtějí dále zdokonalovat. Na základě jejich požadavků by jim byl poté program individuálně upraven.

Výše uvedené nedostatky spolu souvisí a po uskutečnění doporučených návrhů na zlepšení, tak díky propagaci forem spoluprací, které studentům organizace XY nabízí, o sobě zvýší své povědomí a na základě výběru vhodnější vedoucích osob a jejich lepšího ohodnocení budou studenti v organizaci XY spokojenější.

7 Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje:

ATWOOD, Christee Gabour. *Succession planning basics*. Alexandria, VA: ASTD Press, c2007. ISBN 9781562864774.

ARMSTRONG, Michael. *Personální management*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-614-5.

ARMSTRONG, Michael. *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy: 10. vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

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

BLÁHA, Jiří, Aleš MATEICIUC a Zdeňka KAŇÁKOVÁ. *Personalistika pro malé a střední firmy*. Brno: CP Books, 2005. Business books (CP Books). ISBN 80-251-0374-9.

BARROW, C. C. *Starting and running a business all-in-one for dummies*. 2nd ed. Chichester: John Wiley, 2011. ISBN 9781119975274.

BĚLOHLÁVEK, František. *Osobní kariéra*. Praha: Grada, 1994. ISBN 9788071690832.

COLE, G. A.: *Personnel Management-Theory and practice*. 3rd ed, London: DP Publications, 1993, 558s. ISBN 0181-746 0044.

DVOŘÁKOVÁ, Z. a kol.: *Slovník pojmů k řízení lidských zdrojů*. 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2004. 157 s. ISBN 80-7197-468-6.

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana. *Management lidských zdrojů*. Praha: C.H. Beck, 2007. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-893-4.

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

HRONÍK, František. *Jak se nespálit podruhé: strategie a praxe výběrového řízení*. V Brně: MotivPress, 2007. MBA study. ISBN 978-80-254-0698-4.

JANIŠOVÁ, Dana a Mirko KŘIVÁNEK. *Velká kniha o řízení firmy: [praktické postupy pro úspěšný rozvoj]*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4337-0.

JOSHI, Manmohan. *Human Resource Management* [online]. 1st edition: Ventus Publishing, 2013 [cit. 2017-05-22]. ISBN 978-87-403-0111-3.

JONSSON, Patrick a CLAYTON, Thomas. *Management and Business Trainee 1st edition*. Bookboon, 2015. ISBN 978-87-403-0871-6

KOCIANOVÁ, Renata. *Personální činnosti a metody personální práce*. Praha: Grada, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2497-3.

KOUBEK, Josef. *Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky*. 4., rozš. a dopl. vyd. Praha: Management Press, 2007. ISBN 978-80-7261168-3.

ŠIKÝŘ, Martin. *Personalistika pro manažery a personalisty*. Praha: Grada, 2012. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4151-2.

TURECKIOVÁ, Michaela. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2004, 168 s. Psyché. ISBN 80-247-0405-6.

Internetové zdroje:

Annual Membership Survey 2016/2017 [online], 34 [cit. 2017-07-14]. Dostupné z: <http://www.thefirm-network.com/pdf/The-FIRM-Annual-Membership-Survey-2016.pdf>

Index.amidigital.cz: Znalost a užívání sociálních médií v ČR [online]. 2019 [cit. 2019-11-16]. Dostupné z: <http://index.amidigital.cz>

Institutee.cz: IEE [online]. [cit. 2017-07-22]. Dostupné z: <http://www.institutee.cz/iee0>

Jobfairs.eu: Spolupráce s firmami během studia přináší cenné body do životopisu. [online]. 2014 [cit. 2017-07-15]. Dostupné z: <http://www.jobfairs.eu/magazin/spoluprace-s-firmami-behem-studia-prinasi-cenne-body>

Jobs.cz: Absolventi, hledáte kariérní výťah? Zkuste trainee program [online]. 2014 [cit. 2017-06-15]. Dostupné z: <http://www.jobs.cz/poradna/absolventi-hledate-karierni-vytah-zkuste-trainee-program/>

Jobs.pef.czu.cz: Veletrh pracovních příležitostí [online]. [cit. 2017-06-22]. Dostupné z: <https://jobs.pef.czu.cz/veletrh-pracovnich-prilezitosti>

Powerofdoing.blog: Jak na dobrou spolupráci s influencery – youtubeři, instagrameři a blogeři [online]. [cit. 2019-11-1]. Dostupné z: <https://powerofdoing.blog/spoluprace-s-influencery/>

Stáže: Slovníček - co je co. [online]. 2014 [cit. 2017-06-16]. Dostupné z: <http://www.staze.cz/slovnicek-co-je-co/>

Vzdělání.cz: Trainee programy – mezistupeň mezi školou a zaměstnáním [online]. 2011 [cit. 2017-06-15]. Dostupné z: <http://clanky.vzdelani.cz/trainee-programy-mezistupe-mez skolou-a-zamestnanim-a4746>

8 Přílohy

Příloha I – Rozhovor s pracovníkem personálního oddělení I

Příloha II – Dotazníky..... II

Příloha I – Rozhovor s pracovníkem personálního oddělení

Otázky:

1. Jaké formy spolupráce organizace XY pro studenty nabízí?
2. Jaké stáže, odborné praxe či práce na plný úvazek u Vás může student absolvovat?
3. Jak probíhá proces výběrového řízení?
4. Jaké smlouvy s nimi uzavíráte?
5. Kde se můžou studenti o těchto aktivitách dozvědět?
6. Co musí student udělat pro to, aby u Vás mohl napsat bakalářskou či diplomovou práci?
7. Jak v minulosti probíhal trainee program?
8. Jaká byla kritéria pro výběr vhodného kandidáta do trainee programu?

Příloha II – Dotazníky

Dotazník pro respondenty pracující v organizaci XY na částečný nebo na plný úvazek.

1) Jakého jste pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž

2) Na jaké vysoké škole studujete nebo jste studovali?

Uveďte: _____

3) V jakém programu studujete nebo jste studovali?

- a) Bakalářský program
- b) Navazující magisterský program

4) Jakou formu studia studujete nebo jste studovali?

- a) Prezenční forma studia
- b) Kombinovaná forma studia

5) Jaký obor studujete nebo jste studovali?

- a) Ekonomický
- b) Technický
- c) Humanitní
- d) Pedagogický
- e) Právnícký
- f) Jiný: _____

6) V organizaci XY:

- a) Právě procházím formou spolupráce
- b) Již jsem prošel/ prošla formou spolupráce

7) Odkud jste se dozvěděli o nabízených formách spolupráce organizace XY

- a) Z internetových stránek školy

- b) Z internetových stránek organizace XY
- c) Ze sociálních sítí
- d) Od známých, spolužáků, kolegů
- e) Z pracovních portálů
- f) Od zaměstnanců organizace XY
- g) Z veletrhu pracovních příležitostí
- h) Jiné: _____

8) Co Vás na spolupráci s organizací XY nejvíce zaujalo?

- a) Jméno a pověst organizace XY
- b) Ocenění Top zaměstnavatel
- c) Možnost kariérního růstu
- d) Benefity
- e) Finanční ohodnocení
- f) Vzdělávací kurzy
- g) Postavení zaměstnavatele na trhu
- h) Lokalita
- i) Dostatek informací o nabízených typech spolupráce
- j) Jiné: _____

9) Jakého programu se účastníte nebo jste se zúčastnili?

- a) Odborné praxe pro studenty (brigády)
- b) Kariérní programy (práce na plný úvazek)

10) Jak dlouho jste členy organizace XY?

- a) Méně než 1 rok
- b) 1-3 roky
- c) 3 a více let

11) Jste spokojení s průběhem spolupráce?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano

- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

12) V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ano“ či „spíše ano“, uveďte, prosím, proč.

- a) Dobré zaškolení
- b) Vedoucí osoba se mi věnovala
- c) Dostatečné uplatnění v oboru
- d) Možnost kariérního postupu
- e) Možnost zahraniční stáže
- f) Kolektiv
- g) Benefity
- h) Jiné: _____

13) V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ne“ či „spíše ne“, uveďte, prosím, proč.

- a) Špatné zaškolení
- b) Vedoucí osoba se mi málo věnovala
- c) Náročnost zadané práce
- d) Nedostatečné uplatnění
- e) Nemožnost kariérního postupu
- f) Nemožnost zahraniční stáže
- g) Kolektiv
- h) Benefity
- i) Jiné: _____

14) Cítíte se být plnohodnotnými členy týmu?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

15) Poskytuje Vám manažer zpětnou vazbu?

- a) Ano
- b) Ne

16) Co Vám daná spolupráce přinesla?

Uveďte, prosím, alespoň 3 důvody: _____

17) Je dle Vašeho názoru propagace nabízených spoluprací organizace XY dostatečná?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

18) Pokud jste v předchozí otázce odpověděli “rozhodně ne“ nebo “spíše ne“, co byste zlepšili?

- a) Více článků ve studentských či odborných časopisech
- b) Více propagace na sociálních sítích
- c) Více článků na webových stránkách společnosti
- d) Více spolupráce s konkrétními vysokými školami
- e) Jinde: _____

19) Doporučili byste některou z forem spolupráce, které organizace XY nabízí i dalším studentům či absolventům?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

Dotazník pro respondenty, kteří píší nebo psali v organizaci XY bakalářskou nebo diplomovou práci

1) Jakého jste pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž

2) Na jaké vysoké škole studujete nebo jste studovali?

- Uveďte: _____

3) V jakém programu studujete nebo jste studovali?

- a) Bakalářský program
- b) Navazující magisterský program

4) Jakou formu studia studujete nebo jste studovali?

- a) Prezenční forma studia
- b) Kombinovaná forma studia

5) Jaký obor studujete nebo jste studovali?

- a) Ekonomický
- b) Technický
- c) Humanitní
- d) Pedagogický
- e) Právnícký
- f) Jiný: _____

6) V organizaci XY:

- a) Právě procházím formou spolupráce
- b) Již jsem prošel/a formou spolupráce

7) Odkud jste se dozvěděli o nabízených formách spolupráce organizace XY

- a) Z internetových stránek školy
- b) Z internetových stránek organizace XY

- c) Ze sociálních sítí
- d) Od známých, spolužáků, kolegů
- e) Z pracovních portálů
- f) Od zaměstnanců organizace XY
- g) Z veletrhu pracovních příležitostí
- h) Jiné: _____

8) Co Vás na spolupráci s organizací XY nejvíce zaujalo?

- a) Jméno a pověst organizace XY
- b) Ocenění Top zaměstnavatel
- c) Možnost kariérního růstu
- d) Benefity
- e) Finanční ohodnocení
- f) Vzdělávací kurzy
- g) Postavení zaměstnavatele na trhu
- h) Lokalita
- i) Dostatek informací o nabízených typech spolupráce
- j) Jiné: _____

9) Jakého programu se účastníte nebo jste se zúčastnili?

- a) Spolupráce na bakalářských či diplomových pracích

10) Jak dlouho jste členy organizace XY?

- a) Méně než 1 rok
- b) 1-3 roky
- c) 3 a více let

11) Jste spokojení s průběhem spolupráce?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

12) V případě, že jste v předchozí otázce zodpověděli “rozhodně ano“ či “spíše ano“, uveďte, prosím, proč.

- a) Přidělená osoba se mi věnovala
- b) Snadné získávání informací
- c) Ochota přiděleného pracovníka mi pomoci
- d) Přidělená osoba byla snadno k zastižení
- e) Přidělená osoba mi poskytla užiteční informace
- f) Jiné: _____

13) V případě, že jste v předchozí otázce zodpověděli “rozhodně ne“ či “spíše ne“, uveďte, prosím, proč.

- a) Přidělená osoba se mi málo věnovala
- b) Náročné získávání informací
- c) Neochota přiděleného pracovníka mi pomoci
- d) Přidělená osoba byla těžko k zastižení
- e) Přidělená osoba mi neposkytla užitečné informace
- f) Jiné: _____

14) Obhajovali jste již svou bakalářskou či diplomovou práci?

- a) Ano
- b) Ne

15) Obhájil/a jsem za:

- a) Výborně
- b) Velmi dobře
- c) Dobře
- d) Neobhájil

16) Chcete po skončení spolupráce v organizaci XY zůstat?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne

d) Rozhodně ne

17) Byla Vám nabídnuta pozice na hlavní pracovní poměr?

a) Ano

b) Ne

18) Je dle Vašeho názoru propagace nabízených spoluprací organizace XY dostatečná?

a) Rozhodně ano

b) Spíše ano

c) Spíše ne

d) Rozhodně ne

19) Pokud jste v předchozí otázce odpověděli “rozhodně ne“ nebo “spíše ne“, co byste zlepšili?

a) Více článků ve studentských či odborných časopisech

b) Více propagace na sociálních sítích

c) Více článků na webových stránkách společnosti

d) Více spolupráce s konkrétními vysokými školami

e) Jinde: _____

20) Doporučili byste některou z forem spolupráce, které organizace XY nabízí i dalším studentům či absolventům?

a) Rozhodně ano

b) Spíše ano

c) Spíše ne

d) Rozhodně ne

Dotazník pro respondenty, kteří se zúčastnili trainee programu

1) Jakého jste pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž

2) Na jaké vysoké škole studujete nebo jste studovali?

- Uveďte _____

3) V jakém programu studujete nebo jste studovali?

- a) Bakalářský program
- b) Navazující magisterský program

4) Jakou formu studia studujete nebo jste studovali?

- a) Prezenční forma studia
- b) Kombinovaná forma studia

5) Jaký obor studujete nebo jste studovali?

- a) Ekonomický
- b) Technický
- c) Humanitní
- d) Pedagogický
- e) Právnícký
- f) Jiný: _____

6) V organizaci XY:

- a) Právě procházím formou spolupráce
- b) Již jsem prošel/ prošla formou spolupráce

7) Odkud jste se dozvěděli o nabízených formách spolupráce organizace XY

- a) Z internetových stránek školy
- b) Z internetových stránek organizace XY
- c) Ze sociálních sítí

- d) Od známých, spolužáků, kolegů
- e) Z pracovních portálů
- f) Od zaměstnanců organizace XY
- g) Z veletrhu pracovních příležitostí
- h) Jiné: _____

8) Co Vás na spolupráci s organizací XY nejvíce zaujalo?

- a) Jméno a pověst organizace XY
- b) Ocenění Top zaměstnavatel
- c) Možnost kariérního růstu
- d) Benefity
- e) Finanční ohodnocení
- f) Vzdělávací kurzy
- g) Postavení zaměstnavatele na trhu
- h) Lokalita
- i) Dostatek informací o nabízených typech spolupráce
- j) Jiné: _____

9) Jakého programu se účastníte nebo jste se zúčastnili?

- a) Trainee program

10) Jak dlouho jste členy organizace XY?

- a) Méně než 1 rok
- b) 1-3 roky
- c) 3 a více let

11) Jste spokojení s průběhem spolupráce?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

12) V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „rozhodně ano“ či „spíše ano“, uveďte, prosím, proč.

- a) Dobré zaškolení
- b) Vedoucí osoba se mi věnovala
- c) Dostatečné uplatnění v oboru
- d) Možnost kariérního postupu
- e) Možnost zahraniční stáže
- f) Kolektiv
- g) Benefity
- h) Jiné: _____

13) V případě, že jste v předchozí otázce odpověděli „spíše ne“ či „rozhodně ne“, uveďte, prosím, proč.

- a) Špatné zaškolení
- b) Vedoucí osoba se mi málo věnovala
- c) Náročnost práce
- d) Nedostatečné uplatnění
- e) Nemožnost kariérního postupu
- f) Nemožnost zahraniční stáže
- g) Kolektiv
- h) Benefity
- i) Jiné: _____

14) Vyhovovala Vám podoba trainee programu?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

15) Pokud jste v přechozí otázce odpověděli „rozhodně ne“ nebo „spíše ne“ uveďte, prosím, jaká forma by Vám více vyhovovala?

Doplňte: _____

16) Cítíte se být plnohodnotným členem týmu?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

17) Poskytuje Vám manažer zpětnou vazbu?

- a) Ano
- b) Ne

18) Je dle Vašeho názoru propagace nabízených spoluprací organizace XY dostatečná?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

19) Pokud jste v předchozí otázce odpověděli “spíše ne“ nebo “rozhodně ne“, co byste zlepšili?

- a) Více článků ve studentských či odborných časopisech
- b) Více propagace na sociálních sítích
- c) Více článků na webových stránkách společnosti
- d) Více spolupráce s konkrétními vysokými školami
- e) Jinde: _____

20) Doporučili byste některou z forem spolupráce, které organizace XY nabízí i dalším studentům či absolventům?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne