



# REGIONÁLNÍ KALEIDOSKOP

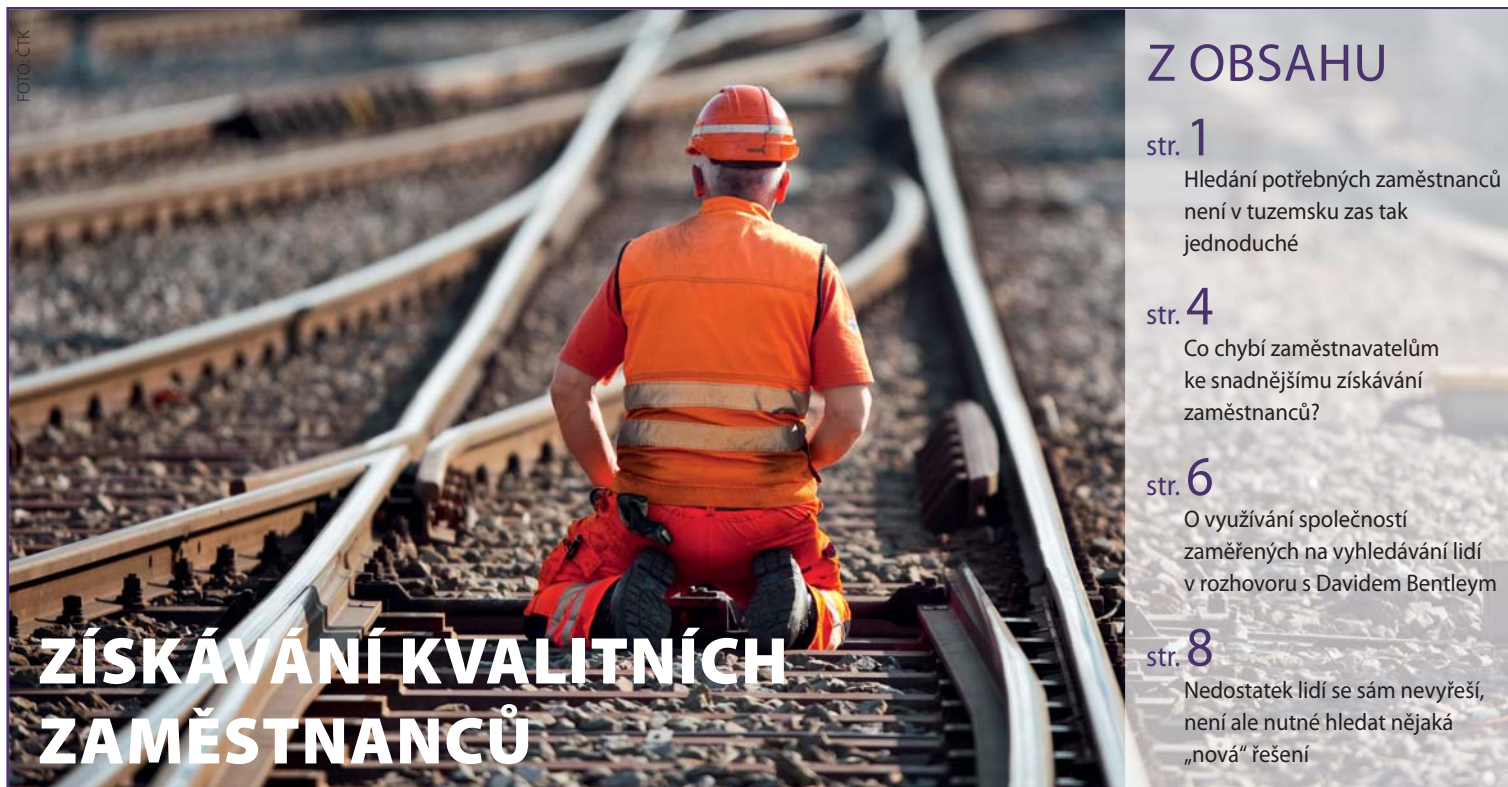
7–8/2012

[www.socialnidialog.cz](http://www.socialnidialog.cz)



OPERAČNÍ PROGRAM  
LIDSKÉ ZDROJE  
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)



## Z OBSAHU

str. 1

Hledání potřebných zaměstnanců není v tuzemsku zas tak jednoduché

str. 4

Co chybí zaměstnavatelům ke snadnějšímu získávání zaměstnanců?

str. 6

O využívání společností zaměřených na vyhledávání lidí v rozhovoru s Davidem Bentleyem

str. 8

Nedostatek lidí se sám nevyřeší, není ale nutné hledat nějaká „nová“ řešení

## HLEDÁNÍ POTŘEBNÝCH ZAMĚSTNANCŮ NENÍ V TUZEMSKU ZAS TAK JEDNODUCHÉ

Z dávnivě triviální záležitostí, jakou by se na pracovním trhu zdálo být získávání zaměstnanců, není pro české podniky, zvláště v posledních letech, žádnou selankou. Podnikoví personalisté nasazují kvůli hledání nejlepší pracovní síly vějíř aktivit, které ale velmi často nekončí úspěchem. Porovnáme-li třeba jen mediální výstupy, ve kterých figuruje citát o tom, že zaměstnavatelům se nedostává technických odborníků, pak se intenzita zmíněných prohlášení v posledních týdnech a měsících oproti předchozím létům dramaticky zvyšuje.

Situace ohledně hledání potřebné pracovní síly je také velmi rozdílná ve velkých městech a mimo ně. Potvrzují to i zjištění regionálních manažerů Svazu průmyslu a dopravy ČR. „Perso-

nalisté mají se získáváním kvalitních pracovníků, zejména technických profesí, velké problémy.

Ve velkých městech není situace tak tristní, protože kvalitní zaměstnanci obvykle velká města upřednostňují a vyhledávají,“ zjistil mezi členskými firmami Michal Lehký, regionální manažer SP ČR pro Plzeňský a Jihočeský kraj. A s podobným zjištěním přišli i ostatní regionální manažeri. A ještě jeden rys v tématu hledání zaměstnanců mají české kraje společný – firmy totiž musí kvůli špatně

nastavenému vzdělávacímu systému velmi často investovat nemalé peníze k tomu, aby si vlastními

silami potřebné odborníky vchovaly a vyškolily. Marné je tak zatím volání po těsnější spolupráci se vzdělávací soustavou nejen co do otevírání studijních oborů, ale i k větší podpoře technických oborů.

Využívání kontaktů stávajících zaměstnanců pro získání potřebných pracovníků zažívá doslova restart.

Nemluvě o přenastavení systému vzdělání. K získávání pracovníků funguje v tuzemsku obecný

pokračování ze strany 1

model, který využívá nejen síť personálních agentur a headhunterských společností, ale i další nástroje. Najímání služeb personálních a poradenských společností však kvůli krizi doznává, podle regionálních manažerů, v posledních měsících značný úbytek. Firmy totiž zjistily, že cest, jak získat potřebného člověka do svých řad, mají samy dostatek.

Mezi znovunalezené možnosti, jak najít potřebné zaměstnance, které firmy opět využívají, patří nejen kontakty stávajících zaměstnanců, kteří mohou oslovit své příbuzné, známé a kamarády, ale i inzerce na vlastních webových stránkách, či speciální náborové akce. Využívány jsou také stále častěji pracovní veletrhy, spolupráce s pobočkami Úřadu práce ČR nebo oslovení kandidátů přes inzerce na specializovaných pracovních serverech. Samostatnou kapitolou je pak nábor pracovníků prostřednictvím personálních agentur.

Faktem je, že tato možnost je využívána hlavně většími firmami. Personální a headhun-

terské agentury fungují na dvou základních principech. Zprv, podobně jako úřady práce mají vlastní databáze uchazečů o zaměstnání, což jsou často i stávající zaměstnanci pracující ve firmách, kde nejsou příliš spokojeni, ale

hledání vhodných kandidátů „známý má známého, tedy práci na doporučení“. V souvislosti s tímto trendem – znovu-návratu recruitment procesů do personalistických kanceláří – stoupá podle Markéty Heroutové poptávka po možnosti školení, které se týká výběru zaměstnanců. „Školení tohoto typu jsou členskými firmami v poslední době hodně žádána, proto zaměstnavatelům vycházíme vstříc a připravujeme semináře s tématem náboru zaměstnanců,“ konstatovala Markéta Heroutová.

Kromě top manažerů bývá doslova nadlidský úkol v průmyslových firmách získat technické odborníky. „Získávání potřebných a zejména kvalifikovaných zaměstnanců je pro firmy velmi těžký úkol,“ řekla po šetření mezi svými členskými firmami Kateřina Budínková, regionální manažerka SP ČR pro Středočeský kraj. Lidí se totiž nedostává nejen kvůli nízkému zájmu o technické obory, který nepomáhá zvýšit ani podpora formou stipendijních programů, ale i zpříšňování pravidel pro najímání lidí. Firmy proto bijí na poplach kvůli razantnímu zpříšnění možnosti zaměstnat lidi pocházející z takzvaných třetích zemí, tedy mimo hranice EU. -pd-



FOTO: ČTK

zase jim to nestojí za výpověď. A druhým principem je aktivní vyhledávání lidí, kteří splňují podmínky vypsane zaměstnavatelem na danou pozici.

Jak zjistila Markéta Heroutová, regionální manažerka SP ČR pro Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj, většina firem z regionu se nyní uchyluje k osvědčenému systému

## STANE SE ...

Bezplatné akce připravené regionálními zastoupeními SP ČR

### ČERVENEC – ZÁŘÍ 2012

- **Time management – řízení času 4. generace** si vezme pod lupou seminář 17. července v Liberci.
- **MS Power Point 2007** a jeho zákoutí objasní seminář 17. července v Olomouci.
- Na **srážky ze mzdy, exekuce, osobní bankrot** se zaměří seminář 17. července v Plzni.
- **Zákoník práce pro vedoucí THP pracovníky** přiblíží seminář 25. července v Žatci.

## SEMINÁŘE, KULATÉ STOLY

- **Zákoník práce pro mistry** uvede také seminář 30. července v Žatci.
- **BOZP pro mistry a ostatní řídící pracovníky** představí seminář 7. července ve Svitavách.
- O **vedení lidí a pracovních týmů** se dozvíte na semináři 6. září v Olomouci.
- **Výstupy z kontrolní činnosti Inspektorátu práce a připravované kontroly na 2. pololetí 2012** jsou stěžejními tématy kulatého stolu 11. září v Olomouci.

Podrobnosti o výše uvedených i dalších akcích naleznete v Kalendáři akcí na [www.socialnidialog.cz](http://www.socialnidialog.cz) nebo [www.spcr.cz](http://www.spcr.cz) -og-



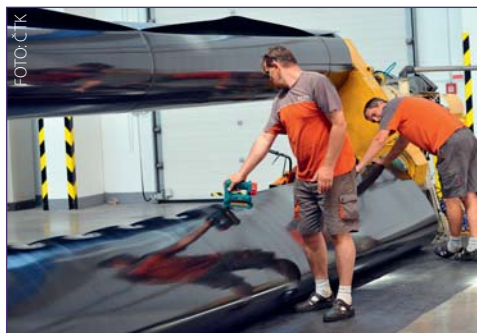
## OTÁZKA PRO...

PETR SULEK

TISKOVÉ ODDĚLENÍ, PUBLIKAČNÍ A EDIČNÍ ČINNOST MINISTERSTVA PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ ČR

Jak bude MPSV měnit předpisy o najímání osob-cizinců, kteří nepocházejí ze zemí EU, zda se budou ještě (a jak) měnit postupy v systému přijímání nových pracovníků, nebo zda se uvažuje o nějakých zásadních úpravách této problematiky?

Aktuální opatření Ministerstva práce a sociálních věcí ČR v oblasti zahraniční zaměstnanosti mají za cíl důsledně uplatňovat ochranu domácího trhu práce a omezovat příchod nových pracovních migran-



tů z tzv. třetích zemí do České republiky v době nedostatku volných pracovních míst a vysoké míry registrované nezaměstnanosti. Současně

respektují potřebu zajistit vhodné pracovní síly pro tuzemské zaměstnavatele, není-li na trhu práce dočasně k dispozici dostatek evidovaných uchazečů o zaměstnání s odpovídající kvalifikací.

Ministerstvo práce a sociálních věcí

s ohledem na dlouhodobý vývoj situace na trhu práce v České republice zavedlo od dubna 2012

nová opatření, která omezují vydávání a prodlužování doby platnosti povolení k zaměstnání

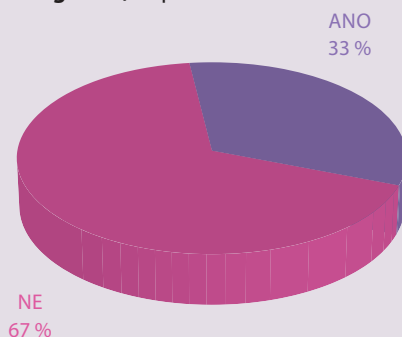
vydáváných cizincům. Aktuální metodické pokyny k realizaci politiky zahraniční zaměstnanosti pro krajské pobočky Úřadu práce České republiky upřesňují způsob jejich aplikace v praxi. Veřejnost byla s těmito opatřeními seznámena prostřednictvím tiskové zprávy Ministerstva práce a sociálních věcí ze dne 15. března 2012. Zaměstnavatelé cizinců budou o těchto opatřeních informováni místně příslušnými krajskými pobočkami Úřadu práce České republiky v jednotlivých regionech. **-pd-**



FOTO: ARCHIV SP ČR

## ANKETA

V hlasování na webu Sociálního dialogu, [www.socialnidialog.cz](http://www.socialnidialog.cz), na otázku, **zda firmy hledají zaměstnance pomocí personálních agentur**, odpovědělo:



Výsledek hlasování odpovídá trendu a zkušenostem personalistů i manažerů zodpovědných za nábor lidí. Zkušenosti, popsané i v tomto vydání Regionálního kaleidoskopu, říkají, že služeb společností zaměřených na výběr lidí průmyslové firmy využívají spíše k získávání lidí do managementu než do

výroby. Podle Country Managera Czech Republic & Slovakia společnosti SpenglerFox Davida Bentleyho se domácím firmám stále nedostává kandidátů na seniorní pozice v oblasti výroby. Dalším extrémem je podle něj sektor realitní, který je stále velmi lačný po nových odbornících, i když také již ne tak jako dříve. „Téměř všechny společnosti se zajímají o efektivní obchodní profesionály, kteří mohou udělat velké změny v samotné podstatě fungování firmy,“ řekl Bentley. Na domácím trhu práce je podle ředitele SpenglerFox ale největší změnou přesun euro-regionálního trhu. Čím dál tím více firem totiž mění strukturu – z čistě jedné země migrují po celé Evropě či ve Visegrádské čtyřce. Toto se projevuje nejen v rozšíření nabídky pro kandidáty, kteří rádi řídí dlouhé trasy, či milují kuchyni leteckých společností.

Hlasujte do příští ankety na [www.socialnidialog.cz](http://www.socialnidialog.cz) k otázce o tom, jak se firmy staví k nadacím a CSR, tedy společenské odpovědnosti. **-pd-**

## MĚLI BYSTE VĚDĚT...

## PŘEDPISY K ZAMĚSTNÁNÍ LIDÍ

Každý zaměstnavatel musí, když najímá zaměstnance na práci, splňovat právní předpisy. Mezi základní patří zákony – zákoník práce (zákon č. 262/2006 Sb.), zákon o zaměstnanosti (zákon č. 435/2004 Sb.) a příslušné vyhlášky. Ze zákonů vyplývá řada povinností především vůči orgánům státní správy, jakou je například Česká správa sociálního zabezpečení. Konkrétní povinnosti najdete na této adrese: [www.cssz.cz/cz/nemocenske-pojisteni/novy-zakon-o-nemocenskem-pojisteni/prehled-povinnosti-zamestnavatele.htm](http://www.cssz.cz/cz/nemocenske-pojisteni/novy-zakon-o-nemocenskem-pojisteni/prehled-povinnosti-zamestnavatele.htm).

Všechny nutné kroky a správný postup pro vznik pracovního poměru pak popisuje tato adresa: [www.vyplata.cz/zamestnavatel/zahajenipracovnihopomeru.php](http://www.vyplata.cz/zamestnavatel/zahajenipracovnihopomeru.php). **-pd-**

## JAK TO VIDÍ...

PAVLA HORÁKOVÁ

PERSONÁLNÍ KONZULTANTKA, KARIÉRNÍ CENTRUM MASARYKOVY UNIVERZITY



Co chybí zaměstnavatelům ke snadnějšímu získávání zaměstnanců?

V průzkumu nazvaném „Spolupráce vysokých škol se zaměstnavateli – Absolventi, stážisté, talenti“, jenž byl součástí projektu „Spolupráce brněnských vysokých škol s aplikační sférou“, oslovila poradenská centra brněnských VŠ na podzim 2011 109 firem s otázkami týkajícími se nabírání absolventů škol. V této studii pak firmy vyjádřily své požadavky na uchazeče o pracovní místo. Optimální zaměstnanec by měl podle výsledků studie disponovat kvalitními znalostmi ve svém oboru a ovládat cizí jazyky. Vyžaduje se od něj zájem o firmu a oblast, do které chce uchazeč nastoupit. Stěžejními vlastnostmi, které se zohledňují při výběru zaměstnance, jsou nejen ochota

učit se novým věcem, proaktivní přístup, flexibilita, pracovitost, samostatnost, analytické a logické myšlení, ale i komunikativnost a zodpovědnost. Pozitivně hodnocená schopnost uchazeče je také kooperace se svými kolegy a spolupráce v týmu. Řada firem se zajímá o studijní výsledky a praxi uchazeče.

Zaměstnavatelé často volí strategii stáží. Stáž je v podstatě prostředkem nábory nových zaměstnanců, které si firmy samy vyškolí. Často tak firma v průběhu zjistí potřebné informace o stážistovi, o jeho pracovní morálce, výkonech, osobnosti a v případě oboustranného zájmu spolupráce plynule přechází do zaměstnanecké role. Nové síly tak mohou poskytnout jiný náhled na řešení úkolů a chod společnosti, nové a inovativní nápady. Zároveň stáž může půso-

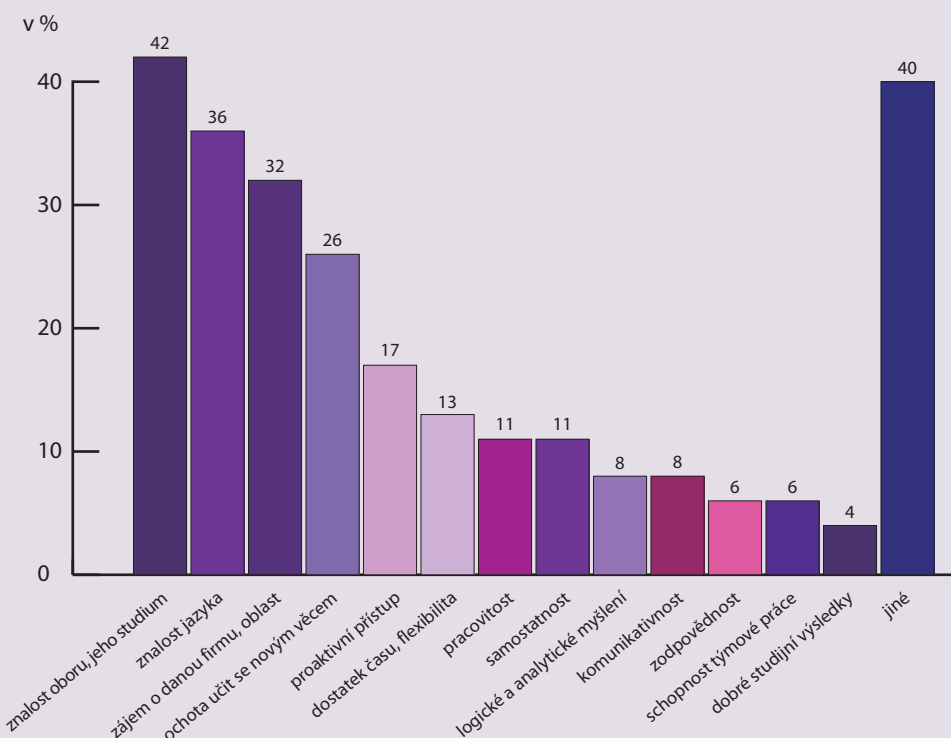
bit jako reklama a prostředek renomé společnosti. Podle odpovědí respondentů na to, jak by mohly firmy získat dobré jméno, vyplývá, že způsobů je mnoho. Z těch osvědčených se třeba nabízí účast na pracovních veletrzích. Kariévní centrum Masarykovy univerzity například zprostředkovává kontakt studentů a absolventů s firmami v podobě veletrhu JobChallenge, konaného každoročně na podzim. Firmy tak mají přímý kontakt s potenciálními zaměstnanci. Zájemci se mohou z osobního setkání s personalistou, manažerem či ředitelem společnosti dovědět požadované kompetence na konkrétní pozici, firemní kulturu a získat odpovědi na jejich dotazy, případně zanechat svůj životopis.

Další formou propagace firem, které jsou studenty žádané, jsou přednášky a workshopy se studenty středních a vysokých škol. Zástupci firem přednáší témata z praxe, odpovídají na otázky a diskutují se studenty. Firmy mohou také vydávat inzertní noviny pro studenty, roznášet letáky o firmě a další. Z praxe kariéřních center v Brně také vyplývá, že zaměstnavatelé se často obrací i na univerzity a nechávají si doporučit vhodné studenty či absolventy vyučujícími.

Sečteno a podtrženo: Zaměstnavatelé potřebují budovat dobré jméno společnosti, mít spokojené a motivované stávající zaměstnance. Starají se o to, aby si potenciální zaměstnanec mohli vychovávat, a k tomu využívají intership programy, trainee programy, praxe a stáže. V neposlední řadě by se měli i otevřít a ukázat veřejnosti práci ve firmě, možné je určitě i prezentovat na školách, veletrzích (osobní kontakt), pořádat školení a workshopy, vyhlásit soutěž.

Kariévní centrum Masarykovy univerzity poskytuje svým studentům konzultace a rozvojové semináře v oblasti kariérového poradenství a zaměstnavatelům nabídku personálních služeb, od kontaktu a komunikace se studenty a absolventy Masarykovy univerzity přes vyhledávání vhodných uchazečů do firem. **-pd-**

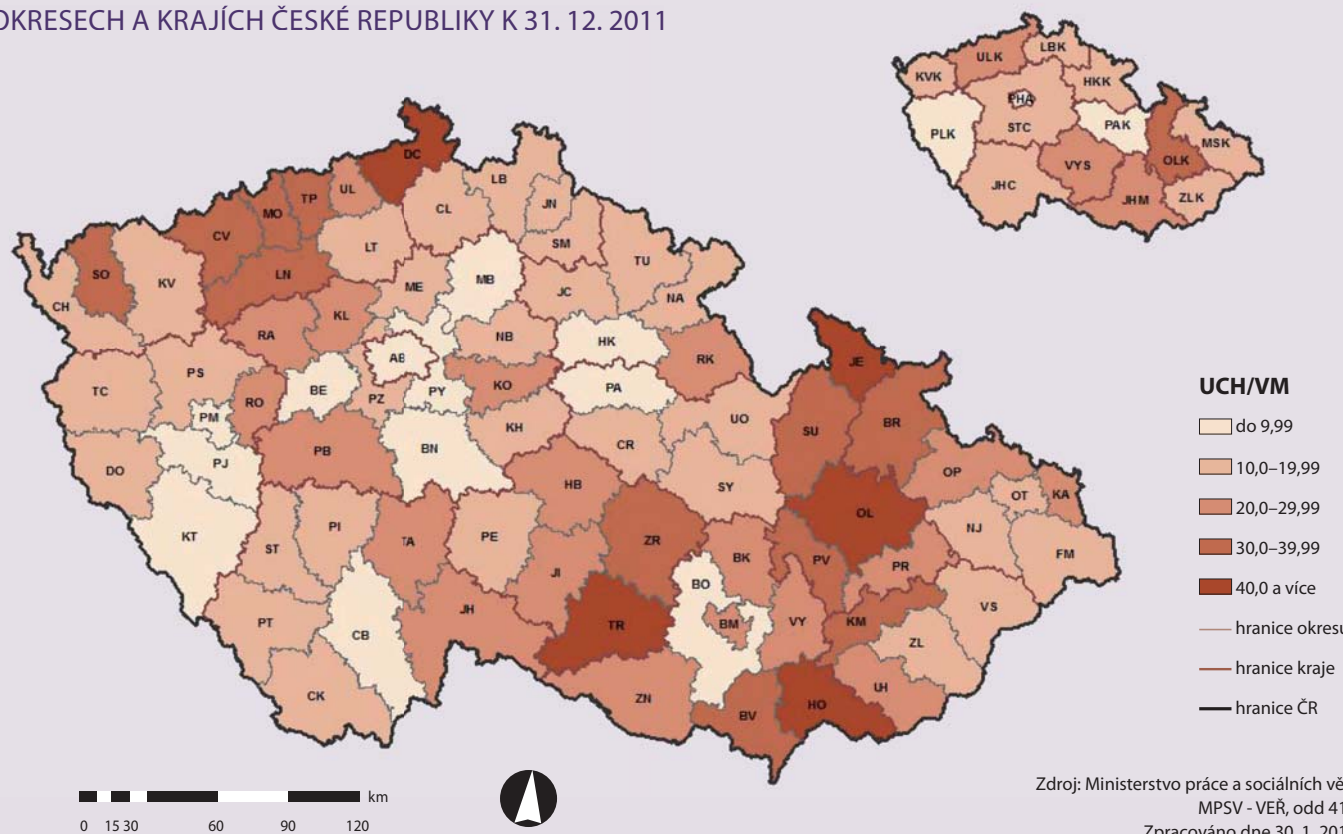
### CO ZAMĚSTNAVATELÉ HODNOTÍ NEJVÍCE U UCHAZEČŮ O PRÁCI



Zdroj: Kariévní centrum Masarykovy univerzity

## POČET UHAZEČŮ NA 1 VOLNÉ PRACOVNÍ MÍSTO

V OKRESECH A KRAJÍCH ČESKÉ REPUBLIKY K 31. 12. 2011



### UCH/VM

- do 9,99
- 10,0–19,99
- 20,0–29,99
- 30,0–39,99
- 40,0 a více
- hranice okresu
- hranice kraje
- hranice ČR

Zdroj: Ministerstvo práce a sociálních věcí  
MPSV - VEŘ, odd 411  
Zpracováno dne 30. 1. 2012  
Zdroj dat: MPSV OKpráce

## STANE SE ...

Tipy na několik zajímavých akcí v regionech

### ČERVENEC – ZÁŘÍ 2012

#### ● Náchod zve milovníky piva

Nejen pro milovníky tradičního českého nápoje – piva – otevírá od 21. do 22. července Náchodské pivobraní. Jde o největší akci letošních prázdnin v Náchodě a organizátoři slibují, že se jim snad podaří přivést k životu jakéhosi bratříčka věhlasného PIVOFESTU.

Více na [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz)

#### ● V Domažlicích bude Chodský veletrh

II. ročník veletrhu stavebnictví, bytového zařízení, úspor energií, zahradnictví a hobby – Chodský veletrh – v hale místního TJ Jiskra v Domažlicích. Souběžně s touto akcí probíhají i Chodské slavnosti. Akce se uskuteční od 10. do 12. srpna.

Více na [www.omnis.cz/](http://www.omnis.cz/)

#### ● Na Sychrově budou Skotské hry

Sychrovský zámek na Liberecku zažije od 24. srpna do 25. srpna Skotské hry. Tradiční skotské hry s kulturním programem na zámku Sychrov nabídnou nejen skotskou a irskou hudbu, ukázky a výuku skotských tanců, ale

## DALŠÍ AKCE V REGIONECH

i mezinárodní soutěž skotských dudáků, klasické skotské těžkoatletické soutěže a spoustu zábavy.  
Více na [www.skotskehry.cz](http://www.skotskehry.cz)

#### ● Vizovické trnkobraní nabídne tři dny hudby

Tradiční festival Vizovické trnkobraní se letos uskuteční od 24. do 26. srpna ve zlínských Vizovicích. Festival je označován za jednu z největších hudebních událostí letní festivalové sezóny. Již v roce 1967 se sešli vizovičtí nadšenci k oslavě nejvýznamnějšího plodu zdejšího regionu – švestky (valašským žargonem „trnky“) a lahodného destilátu (slivovice), který je z ní vyráběn. Podoba festivalu se ustálila na třídenním hudebním maratónu.

Více na [www.trnkobrani.cz](http://www.trnkobrani.cz)

#### ● Mezinárodní strojírenský veletrh bude v Brně

Od 10. do 14. září se koná na brněnském výstavišti tradiční Mezinárodní strojírenský veletrh. A i když je návštěvnost vysoce odborná, neboť přes sedmdesát procent návštěvníků ovlivňuje rozhodování o investicích, třetina patří k vrcholovému managementu, zvaní jsou i návštěvníci, které zajímají novinky z průmyslu.

Více na [www.bvv.cz/msv/msv-2012/profil-veletrhu/](http://www.bvv.cz/msv/msv-2012/profil-veletrhu/)

-pd-

## ROZHOVOR S...

DAVID BENTLEY

COUNTRY MANAGER CZECH REPUBLIC & SLOVAKIA HEADHUNTERSKE SPOLEČNOSTI SPENGLERFOX

Zaměstnavatelé se společnostmi zaměřenými na vyhledávání lidí spolupracují hlavně při obsazování manažerských pozic. Podle Davida Bentleye, Country Managera Czech Republic & Slovakia headhunterské společnosti Spengler-Fox, který se zaměřuje na technologický sektor, to má však svou logiku.

Jakým způsobem je možné efektivně využívat služby headhunterských společností?

Hlavní výhodou headhunterů je přímé vyhledávání. To jest, pracujeme napřímo jak se zaměstnavatelem, tak i s kandidáty, kteří jsou ve většině případů již na seniorních pozicích, či jsou to specialisté ve svém oboru. Jsou to především lidé se specializovanými dovednostmi, kteří jsou těžko k nalezení, vedoucí pracovníci, kteří rozhodně nebudou uveřejňovat své životopisy online a samozřejmě i "pasivní kandidáti" – to všechno jsou lidé, kteří aktivně nehledají práci – ale kteří by mohli být motivováni přejít na pozici, která jim nabízí více na jejich cestě k profesnímu růstu. Když není oběma stranám zcela jasné, zda je přímé vyhledávání pro danou pozici vhodné, obvykle doporučujeme klientům vyzkoušet personální agentury jako první, v případě, že není schopna předložit kandidáty po několika týdnech, argumentace pro začátek přímého vyhledávání je mnohem silnější a jasnější.

Proč se využívají služby ve velké většině při získávání spíše managementu než zaměstnanců do výroby?

Je to jednoduché – klient je většinou ochoten zaplatit headhunterům, když schopnosti, které u kandidáta potřebuje, jsou velmi těžko k nalezení, nebo když je pozice seniorní či celý projekt je důvěrný – když například někdo z vedení má být nahrazen. Celá práce headhunterů je tak především o přímé a velmi časté komunikaci s klientem. Velkoobjemový nábor dělnických profesí by proto zabral velmi mnoho času a také by rozhodně nebyl finančně efektivní – například i pro velkou fluktuaci na těchto místech.

Kde vidíte problémy a nedořešená bolavá místa ve vztahu firma/zaměstnavatel – personální agentura či headhunterská společnost?

Klíčem je samozřejmě komunikace. Pokud jsme zapojeni do projektu, musíme plně porozumět tomu, co se na dané pozici požaduje, preferencím náborového manažera, budoucímu potenciálu společnosti i daného kandidáta, pokud bude přijat.

Většinou pracujeme s kandidáty, kteří již jsou na dobrých pozicích v dobrých firmách – musíme i tak být schopni reprezentovat našeho klienta a dané volné místo tak přesvědčivě, jak je to jen možné. Je často velmi složité kandidáta přesvědčit, aby se zúčastnil výběrového řízení. Obě strany – tedy my jako agentura i klient – riskují svou pověst, pokud nedokážeme odpovědět kandidátovi na opodstatněné otázky, týkající se jeho možné budoucí pozice, či mu nedokážeme včas dát zpětnou vazbu.

Lze to demonstrovat na konkrétním argumentu?

Klienti/firmy často nejsou připraveni investovat ani minimum času do procesu vyhledávání a raději se tedy smíří s horšími výsledky. Není možné, aby vám krejčí ušil oblek, který dokonale padne, aniž byste za ním několikrát nezašel nechat se několikrát přeměřit! Na druhé straně, agentury či headhuntery musí investovat dostatečné množství času a úsilí, aby dokonale porozuměli tomu, na jaké roli/pozici pracují, aby bylo jisté, že CV, které poté klientovi zašlou, nebude jen podle jejich úsudku ve smyslu „ten by to mohl eventuálně být“. Pokud je spolupráce v tomto duchu, nemá podle mého názoru najímání jakéhokoliv externího recruitera žádný význam.

Všechno jinak funguje dobře?

Myslím, že mnoho agentur by mělo pracovat na svém zákaznickém servisu. Klienti potřebují dostávat pravidelné informace o průběhu náboru a pokroku v hledání. A na závěr, recruiteri musí být čestní a otevření – ve smyslu informací, které dávají klientovi na počátku projektu – tedy co je možné na trhu najít a kdy je možné reálně kandidáty dodat.

Jak je těžké vyhovět přáním zaměstnavatelů při získávání potřebných lidí?

Toto zcela záleží na pozici, požadavcích a lokalitě zaměstnavatele – dále také na produktu či servisu, který zaměstnavatel poskytuje, tedy na jeho prezentaci ve společnosti. Toto všechno se musí brát v úvahu, když připravujeme náborový proces. V poslední době zjišťuji, že nároky zaměstnavatelů jsou mnohem vyšší než v minulosti – ve velké většině mají naprosto přesnou představu o osobě, kterou na danou pozici chtějí.

A v čem dělají zaměstnavatelé nejčastější a největší chyby při pověření personální agentury či headhuntera pro získání lidí do svého týmu?

Nikdy bych veřejně nediskutoval o žádném z mých konkrétních klientů – nicméně typické problémy všeobecně jsou v oblasti popisu pozice, špatném provedení přijímacího pohovoru, blahosklonném či povýšeném chování, dále také často nejsou schopni dát kandidátům fér a rychlou zpětnou vazbu.

Dá se odhadnout, jak se bude vyvíjet samo působení personálních firem a headhunterů v podmínkách zostřujících se ekonomické krize?

Já pevně věřím v přidanou hodnotu naší práce. V těžkých ekonomických podmínkách je mnohem důležitější mít v týmu ty nejlepší zaměstnance než kdy jindy. Aktuálně se neobjevuje tolik nově otevřených pozic jako dříve, ale máme mnohem více projektů, kde diskrétně přebíráme stávající členy týmů. Největší tlak vidím v oblasti cen – už se to dříve stávalo – ale jako i předtím, my sázíme na kvalitu. "If you buy cheap, you get cheap – když levně koupíte, dostanete jen levně".

-pd-

FOTO: ARCHIV DAVID BENTLEY





## ZÍSKÁVÁNÍ KVALITNÍCH ZAMĚSTNANCŮ V KRAJÍCH

**Kraj:** Olomoucký a Zlínský kraj

**Regionální manažer:** Jana Mikulčíková



### Zjištění:

Zaměstnavatelé musí vyjít s nabídkou pracovních sil na trhu práce, v případě technických profesí si je často sami zaškolují. V případě nižších pozic (nižší THP) využívají nabídek pracovních sil na trhu práce ve spolupráci s úřadem práce. Nejčastěji se využívá hlášení volných pracovních míst a inzerce na webových stránkách firmy. Rovněž v případě manažerských pozic (střední management, vyšší management) si firmy zpravidla organizují výběrová řízení vlastními silami. V případě využívání služeb personálních agentur, jde spíše o obsazování pozic v managementu firmy (liniový a top management). Jedná se ale mnohdy jen o jakýsi „screening“ trhu práce, zmapování nabídky pracovních sil kvalifikovaných pro tyto pozice. Personální agentury jsou využívány při obsazování místa inzerce, dále když se nehlásí dostatek kvalifikovaných uchazečů, či v případě, kdy firma nemá ve své databázi vhodné adepty. Agentury se využívají i v případech, kdy firma plánuje nahradit pracovníka, se kterým není spokojena a nechce zároveň, aby se o tom dotyčný dozvěděl. Firmy vybírají osvědčené agentury, na které mají reference, nebo dobrou zkušenost.

**Kraj:** Plzeňský a Jihočeský kraj

**Regionální manažer:** Michal Lehký



### Zjištění:

Personalisté mají se získáváním kvalitních pracovníků, zejména technických profesí, velké problémy. Ve velkých městech není situace tak akutní, protože kvalitní zaměstnanci obvykle velká města upřednostňují a vyhledávají. Problém je především v podnicích, které jsou umístěny v menších městech. Společnosti z menších měst obvykle nemohou nabídnout tolik možností či platové podmínky srovnatelné s velkými městy, a tak se velmi často stává, že kvalitní zaměstnanci bývají přebráni jinou firmou. Firmy se snaží situaci řešit pomocí zaměstnávání studentů na brigády, případně umožněním praxí, aby si studenti vytvořili k firmě vztah a i po ukončení studia zůstali v regionu. Nežádka se stává, že firma kvalitního pracovníka přeplatí a získá. Personální agentury bývají využívány spíše v podnicích s nárazovou zakázkovou výrobou, kdy je potřeba mít během několika dnů velké množství pracovníků a pouze na dočasnou dobu.

**Kraj:**

Jihomoravský kraj  
a Kraj Vysočina

**Regionální manažer:**

Ilona Staňková



### Zjištění:

Zaměstnance v regionech nabírají v současné době hlavně na základě dobrých referencí, ať už od vlastních zaměstnanců, nebo kolegů personalistů. V omezenější míře se využívá i možnost nábory lidí přes server jobs.cz. Až v případě, že firmy nejsou schopné obsadit místo vlastními silami, využívají služeb personálních agentur. Ty si firmy vybírají a spolupráci se snaží rozvíjet online. Problém ale je, že firmy považují agentury jen za „přeposílače CV“. Zaměstnavatelé by také přivítali vyšší kulturu jednotlivých společností, které nastaví ukazatele hodnocení svých zaměstnanců dle počtu zaslaných CV a které nutí své konzultanty přeposílat CV, aniž by uchazeče viděli. Novinkou je využívání sociálních sítí pro nábor lidí, především LinkedIn a Facebook.

**Kraj:**

Moravskoslezský kraj

**Regionální manažer:**

Petr Holica



### Zjištění:

Jako jediný kraj v republice má vypracovaný a zprovozněný ucelený systém o zaměstnání, nazvaný Pakt zaměstnanosti. Ten poskytuje, mimo jiné, aktuální přehledy potřebných pracovních míst a uchazečů na ně, jakož i analýzy o tom, jak se budou vyvíjet potřeby zaměstnavatelů v regionu. Cílem paktu je funkční Integrovaný program rozvoje zaměstnanosti, který by měl ovlivňovat situaci v kraji. I přes řadu spuštěných projektů a programů ovšem mají i tradiční průmyslové firmy v regionu vážné problémy při získávání kvalitních zaměstnanců. Přičítá se to klesajícímu počtu absolventů studia, takže zaměstnavatelé vyvíjejí aktivitu sami a snaží se zaměstnance podchyťovat již na školách pomocí stipendií, praxí či pomocí s bakalářskými a diplomovými pracemi.

**Kraj:** Karlovarský a Ústecký kraj

**Regionální manažer:**

Václav Pavelek



### Zjištění:

V dnešní době, kdy se ČR pomalu stává montovnou Evropy, kde jsou zaměstnanci vesměs jen kolonkou ve statistikách, je stále poptávka po kvalitních zaměstnancích. A to ve všech spektrech vzdělání a odbornosti. Jelikož však vzdělávací systém jde cestou naprosto odlišnou od předstev zaměstnavatelů, kdy chrlí hlavně kvanta vysokoškoláků, je třeba změnit procesy nabírání zaměstnanců. Když chce firma získat kvalitního pracovníka, musí nabídnout něco „více“ než konkurence. V době krize lidé mnohdy slyší na jméno podniku, perspektivu zaměstnání a možnost kariéerního postupu. Co se však týká kvality zaměstnanců, využívá mnoho firem zkušební dobu, aby vůbec zjistily, koho to zaměstnaly. V regionech jsem nezjistil žádnou výjimečnou metodu, kterou by firmy používaly. Stále se jedná o vytipování si vhodných studentů, přeplacení konkurence, případně nabídky něčeho „navíc“.

**Kraj:** Středočeský kraj

**Regionální manažer:** Kateřina Budínková



### Zjištění:

Získávání potřebných, zejména kvalifikovaných, zaměstnanců je pro firmy velmi těžký úkol. Vhodných absolventů je kvůli nízkému zájmu o technické obory minimum, a to i navzdory podpoře v rámci stipendijního programu Středočeského kraje nebo specifických podpor a „projektů“ jednotlivých zaměstnavatelů, kteří vynakládají nemalé částky právě na tuto oblast s cílem přivést žáky k technickým oborům a tím si také zajistit budoucí zaměstnance. A kvalifikovaní pracovníci jsou na trhu práce nedostatkovým zbožím. A to i přesto, že skutečným zájemcům o práci dávají firmy možnost zaškolení, např. v rámci svých vlastních tréninkových center nebo v rámci rekvalifikací. Příkladem je firma BAEST, která má vlastní svářečskou školu. Zaměstnavatelé spolupracují mimo úřady práce zejména se ZŠ, SOU a středními průmyslovými školami. Nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců řeší firmy i zahraničními pracovníky a to jak z EU, tak i ze „třetích zemí“ – nicméně tuto skutečnost v současné době komplikuje svými kroky MPSV. Někteří ze zaměstnavatelů také využívají u určitých pracovních pozic služeb personálních agentur, ale najít například kvalifikovaného slévače nebo nástrojaře je nemožné i pro ně.

**Kraj:** Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj

**Regionální manažer:** Markéta Heroutová



### Zjištění:

Téměř 80 % firem z regionu Severovýchod aktuálně nenabírá nové zaměstnance. Ve výjimečných případech jsou ochotni zaměstnat, i když nepoptávají – toto se týká především nedostatkových profesí, jako jsou nástrojař, obráběč, slévač, atp. Mnoho z nich využívá k náborovému procesu personální agentury. Toto bylo způsobeno především pozicí personalistů ve firmách – celkové existuje velmi málo společností, které mají HR manažera zaměstnaného pouze pro HR procesy – často je to kumulovaná pozice. Nyní je největším problémem na trhu práce především nízké procento nových pracovních míst a nedostatek odborných profesí. Získání nových zaměstnanců je také možné přes webové servery jobs.cz a prace.cz. Nicméně vzhledem k finanční náročnosti zadání pozice a sledování procesu se firmy nejvíce uchylují k osvědčenému systému: známý má známého, tedy práci na doporučení.

## ANALÝZA

### NEDOSTATEK LIDÍ SE SÁM NEVYŘEŠÍ, NENÍ ALE NUTNÉ HLEDAT NĚJAKÁ „NOVÁ“ ŘEŠENÍ

**P**růmyslové firmy se potýkají s nedostatkem kvalifikovaných odborníků. Řešení, jak do svých bran přilákat dostatečný počet zkušených expertů, však nemusí být za každou cenu „unikátní“. Příkladem je zkušenost strojírenské společnosti Žďas, která sídlí ve Žďáru nad Sázavou. Firma zahájila svoji výrobu před více než 60 lety, nyní dává práci zhruba 2500 zaměstnancům. Žďas patří do skupiny firem Železárne Podbrezová a.s. Výrobní program firmy je zaměřen na výrobu tvářecích strojů, kováčích lisů, zařízení na zpracování šrotu, zařízení na zpracování válcovaných výrobků, odlitků, výkovek, ingotů a nástrojů, především pro automobilový průmysl.

Podle Dany Fialové, vedoucí oddělení vzdělávání firmy Žďas, tvoří zaměstnaneckou základnu především odborníci ve strojírenských a metalurgických profesích, od kvalifikovaných řemeslníků až po vysokoškoláky. Firma se musí potýkat nejen s tím, že zaměstnanci stárnou (viz tabulka), ale i s dlouhodobým nedostatkem odborníků právě ve zmiňovaných profesích. Firma proto musela najít způsob, jak problém vyřešit.

Věk	Počet zaměstnanců	Zastoupení (v %)
do 20 let	71	3%
21-25 let	174	7%
26-30 let	159	6%
31-35 let	190	8%
36-40 let	386	15%
41-45 let	344	14%
46-50 let	380	15%
51-55 let	382	15%
56-60 let	360	14%
Nad 60 let	58	3%
<b>celkem</b>	<b>2504</b>	<b>100%</b>

Zdroj: ŽĐAS, a.s.

Žďas proto vypracoval strategii, jak nedostatky kvalifikovaných odborníků řešit a zároveň zvyšovat vzdělání zaměstnanců. Odborníky pro

své provozy přitom firma získává i díky známým progresivním metodám a personální práci, která zahrnuje inzerci, spolupráci s úřady práce a rekvalifikace na odborné strojní a metalurgické profese. Přesto se těmito opatřeními nedařilo problém nízkého počtu odborníků ve strojírenských a metalurgických profesích řešit. Navíc počet studentů, kteří by byli ochotni se vzdělávat v těchto profesích, je neustále nízký a to i díky přetrvávající nízké společenské prestiži „černého řemesla“.

Firma proto spustila nejen rekvalifikační kurzy, ale i cílenou spolupráci se středními školami. Při rekvalifikacích sice nejdříve vsadila na vzdělávací agentury v regionu, ale neměla s nimi dobré zkušenosti. Nejvíce kritizovanou byla kvalita a sortiment nabízených rekvalifikací, které neodpovídaly potřebám trhu. Nakonec rekvalifikační kurzy v rámci programu celoživotního vzdělávání pro Žďas připravuje SŠT ve Žďáře nad Sázavou. „Jedná se o odborně připravené a materiálně i technicky dobře zabezpečené kurzy, zejména v oboru kovář a formíř,“ konstatovala Dana Fialová. U profese tavič-operátor-metalurg si firma rekvalifikuje a doškoluje pracovníky interně sama.

Co se týká spolupráce se školskými zařízeními, věnuje firma tomuto bodu, vzhledem k nízkému počtu uchazečů s technickým vzděláním na trhu práce, velkou pozornost. A to především perspektivnímu zajišťování pracovníků dělnických profesí z řad učňovské a středoškolské mládeže tím, že vybrané školy výrazně materiálně a technicky podporuje v jejich činnosti.

Žďas věnuje velkou pozornost i odbornému vzdělávání svých zaměstnanců. Program je rozdělen nejen na obligatorní vzdělávání, ve kterém firma využívá vlastních vzdělavatelů a vlastní Svářečskou školu, ale také na odborné vzdělávání, manažerské vzdělávání, jazykové vzdělávání a proškolení zaměstnanců na odborných



FOTO: ČTK

konferencích a seminářích. Spolupracuje přitom aktivně s partnerskými školami, a to Střední školou technickou, VOŠ a SPŠ ve Žďáře nad Sázavou, VUT Brno, VŠB-TU (rekvalifikace, grantové projekty). Služby ale nakupuje i u vzdělávacích společností, jazykových škol a firem. Je členem také profesních svazů.

-pd-

Máte hlad po dalších informacích?  
Navštivte: [WWW.SOCIALNIDIALOG.CZ](http://WWW.SOCIALNIDIALOG.CZ)

Chcete pravidelně dostávat tento  
bulletin do své e-mailové schránky?  
Objednejte si ho na adrese :  
[REDAKCE@SOCIALNIDIALOG.CZ](mailto:REDAKCE@SOCIALNIDIALOG.CZ)

**Regionální kaleidoskop** – měsíčník přinášející informace z dění v regionech ČR

**Vydavatel:** Svaz průmyslu a dopravy České republiky,  
Freyova 948/11, 190 05 Praha 9

**Šéfredaktor:** Pavel Daniel

**Redakční rada:** Ondřej Gbelec, Růžena Hejná, Milan Mostýn, Lucie Řezníčková

**Kontakt:** [redakce@socialnidialog.cz](mailto:redakce@socialnidialog.cz), [www.socialnidialog.cz](http://www.socialnidialog.cz)

**Grafická úprava, sazba a tisk:** Ottova tiskárna, s.r.o.

**Náklad:** 2100 ks

**Evidenční číslo:** MK ČR E 20104

**Uzávěrka vydání:** 27. 6. 2012

Tento bulletin je vydáván v rámci projektu Udržitelnost sociálního dialogu, který je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR.