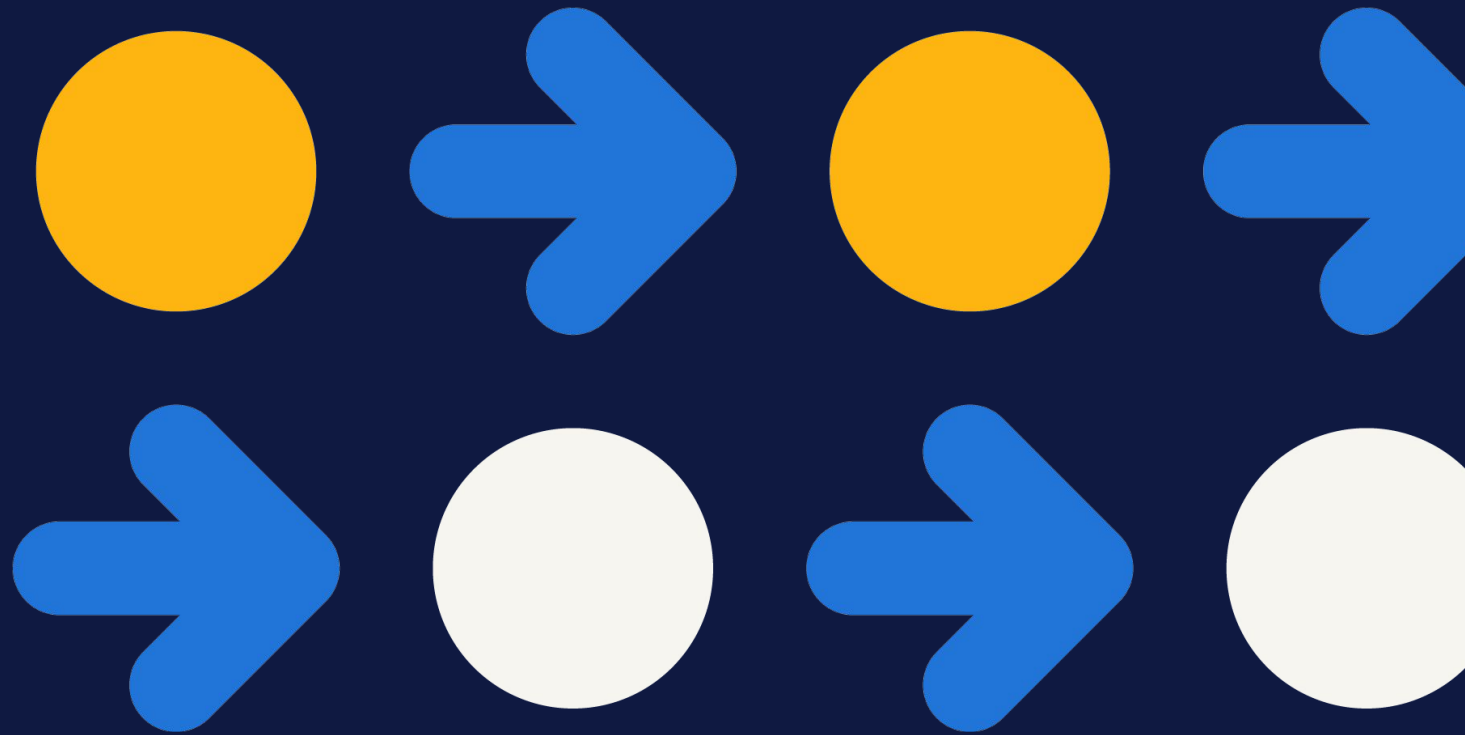


employer  
brand research  
2021



Česká republika.

# obsah.

- 1 úvod
- 2 atraktivita zaměstnavatele
- 3 postoj ke změně práce
- 4 zaměřeno na COVID-19
- 5 další informace



# co je randstad employer brand research?

- **representativní výzkum značky zaměstnavatele** založený na vnímání široké veřejnosti. Využívá více než 21 let zkušeností a poznatků týkajících se úspěšné značky zaměstnavatele.
- **nezávislý průzkum** s více než 190 000 respondenty z 34 zemí světa.
- **ukazuje úroveň atraktivity zaměstnavatele** u 150 největších zaměstnavatelů na trhu, které zná alespoň 10 % populace.
- **poskytuje cenné informace**, které firmám pomohou vylepšit jejich značku zaměstnavatele.



# zmapování značky zaměstnavatele.



# proč je značka zaměstnavatele důležitá.



firmy, které nemají silnou značku, na platech přepírají o 10 %<sup>1</sup>

50%

uchazečů o zaměstnání tvrdí, že by nepracovali pro firmy se špatnou pověstí - ani kdyby jim daly vyšší plat.<sup>2</sup>

96%

souhlasí s tím, že sladění osobních hodnot s podnikovou kulturou je klíčovým faktorem, na kterém závisí jejich spokojenost v práci.<sup>3</sup>

80%

vedoucích pracovníků se shoduje na tom, že silná značka zaměstnavatele zásadně ovlivňuje jejich možnost získat vynikající pracovníky.<sup>4</sup> Lidé pracují pro kultury, ne pro společnosti, proto je jejich vnímání vás, jako zaměstnavatele, zcela zásadní. Náboráři i uchazeči uvádějí firemní kulturu jako jeden z nejdůležitějších faktorů při výběru zaměstnavatele. A roli hraje i to, zda je vaše firemní kultura dostatečně transparentní: kandidáti aktivně zkoumají kulturu společností, do kterých se hlásí, aby pochopili, zda se s ní identifikují a dobře zapadnou. Pokud najdou pozitivní recenze s dobrými zkušenostmi zaměstnanců a ostatních uchazečů, cítí větší motivaci zaslat do firmy životopis a posunout svou kariéru dál.

# proč je značka zaměstnavatele důležitá.

---

19%

na globální úrovni pouze 19 % zaměstnanců vnímá silnou shodu mezi tím, co o sobě jejich zaměstnavatel říká a tím, jak se jim samotným ve firmě pracuje.<sup>5</sup>

---

1-2x

firmy se silnou značkou zaměstnavatele dokáží získávat nové zaměstnance jednou až dvakrát rychleji.<sup>8</sup>

---

#1

nemít představu o tom, jak se v dané firmě pracuje, je podle uchazečů při žádání o práci překážkou číslo 1.<sup>7</sup>

---

76%

zaměstnanců, kteří vnímají shodu mezi tím, co o sobě jejich zaměstnavatel říká, a tím, jak se jim samotným ve firmě pracuje, svou firmu mnohem častěji doporučují jako dobrého zaměstnavatele.<sup>9</sup>

---

52%

uchazečů o zaměstnání si před odesláním životopisu nejprve prohlédne webové stránky a sociální média firmy, aby se o ní jako o zaměstnavateli dozvěděli více informací.<sup>6</sup>



# 34 zkoumaných trhů pokrývajících více než 80 % světové ekonomiky.

argentina  
australia  
austria  
belgium  
brazil  
canada  
china  
czech republic  
france  
germany  
greece  
hong kong SAR  
hungary  
india  
italy  
japan  
kazakhstan  
luxembourg  
malaysia  
mexico  
new zealand  
norway  
poland  
portugal  
romania  
russia  
singapore  
spain  
sweden  
switzerland  
the netherlands  
uk  
ukraine  
usa



● zkoumané trhy

[klikněte zde](#) pro detaily k metodě průzkumu

## na celém světě

- přes 190 000 respondentů
- 6493 zkoumaných společností

## vzorek

- věk 18 až 64
- reprezentativní podle pohlaví
- specializovaný na věkovou skupinu 25 – 44
- zahrnující studenty, zaměstnané i nezaměstnané osoby
- 4750 respondentů

## země

- česká republika

## terénní práce

- online rozhovory
- leden 2021

## délka rozhovoru

- 16 minut



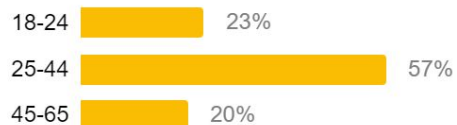
# složení vzorku v České republice

## sociodemografie, zaměstnanecký status, region.

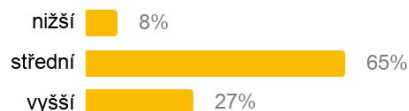
### pohlaví



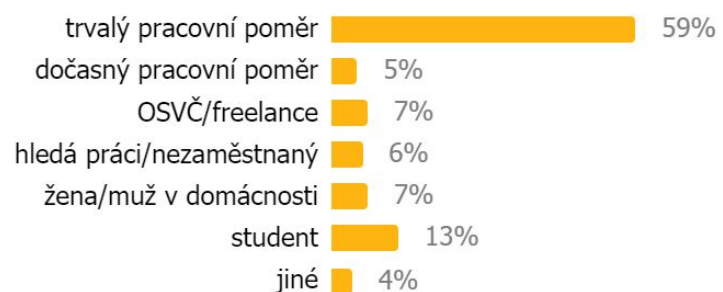
### věk



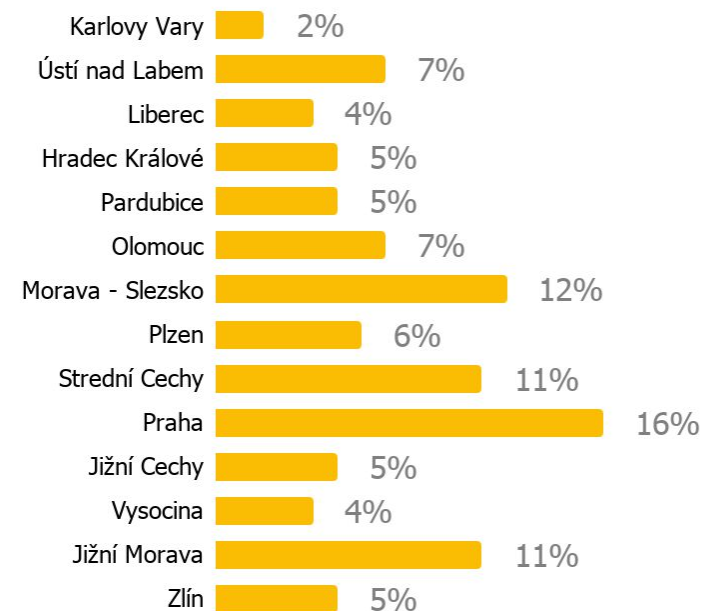
### vzdělání



### zaměstnanecký status



### region



celkový vzorek: 4,750  
terénní výzkum: leden 2021





# složení vzorku v České republice sektor, funkce.

## sektor



## funkce



základ: v současné době v zaměstnaneckém poměru (n=3,363)



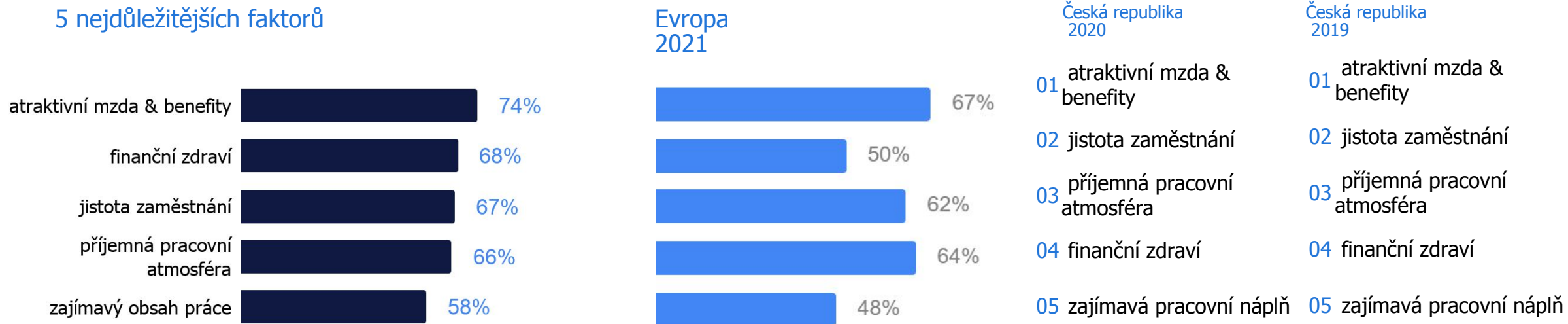
# Česká republika

atraktivita  
zaměstnavatele.

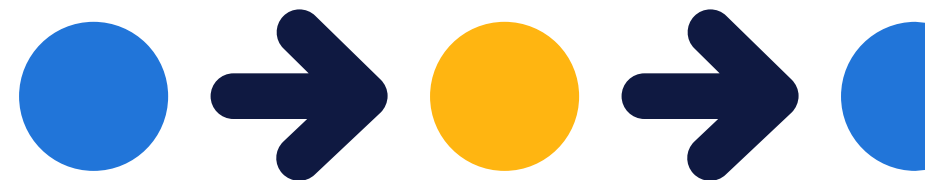


# co potenciální zaměstnavatelé chtějí 5 nejdůležitějších faktorů při výběru zaměstnavatele.

## 5 nejdůležitějších faktorů



Upozornění pro případ srovnávání výsledků za rok 2021 s výsledky z dřívějších let: Otázka byla pozměněna tak, že respondenti nyní mohou ze seznamu 16 faktorů vybrat všechny faktory, které považují za důležité, zatímco v dřívějších letech museli zvolit přesně 5 z těchto 16 faktorů.



# co potenciální zaměstnanci chtějí, když si vybírají zaměstnavatele.

nejdůležitější faktor

## mzda & benefity

Plat & benefity jsou nejdůležitějším faktorem v České republice, a to nejvíce u žen a osob ve věku od 35 do 54 let. Na podobné úrovni důležitosti stojí v těsném závěsu za platem & benefity následující tři faktory: finanční zdraví, jistota zaměstnání a příjemná pracovní atmosféra. Všechny tři častěji považují za důležité ženy. Ty mají také tendenci řadit mezi důležité aspekty více faktorů než muži (v průměru 8 oproti 7). Také platí, že lidé s nižším vzděláním dávají důležitost menšímu počtu faktorů, včetně těchto 3. Mladí ve věku od 18 do 24 let, stejně jako ženy, přikládají mnohem větší význam možnosti kariérního postupu. Za nejméně důležitý aspekt je považováno zajištění bezpečného pracovního prostředí v souvislosti s COVID-19.

[klikněte zde](#) for a breakdown of the EVP importance results by socio-demographic profile.

nabídka zaměstnavatele

## jistota zaměstnání a finanční zdraví

Zatímco průměrný český zaměstnanec vlastního zaměstnavatele hodnotí nejlépe v oblasti jistoty zaměstnání, mladí lidé ve věkové kategorii od 18 do 24 let mu dávají nejvyšší body v oblasti finančního zdraví a na druhém místě pak v oblasti jistoty zaměstnání. Čeští zaměstnavatelé získali velmi dobré hodnocení za zajištění bezpečného pracoviště v souvislosti s COVID-19, zaměstnanci nicméně tento faktor nepovažují za příliš důležitý. Nejnižší hodnocení si čeští zaměstnavatelé odnesli za to, jak svým lidem dokázali umožnit práci na dálku, ačkoliv u lidí s vyšším vzděláním si v tomto ohledu vedli podstatně lépe. Muži své zaměstnavatele obecně hodnotili lépe než ženy pokud jde o plat & benefity, kariérní postup a účast na sociálních projektech.

[klikněte zde](#) for a deep dive into the most attractive sectors and employers in 2021.

doporučení pro zaměstnavatele

## mzda & benefity a kariérní růst

Pro potenciální zaměstnance jsou nejdůležitějšími faktory Plat & benefity, z pohledu Čechů ale jejich zaměstnavatelé v oblasti nabídky atraktivního balíčku odměn zaostávají. Velký nesoulad se kromě oblasti odměňování projevuje i v oblasti kariérního postupu. Více než polovina zaměstnanců považuje tento aspekt za důležitý, ale u svých vlastních zaměstnavatelů ho hodnotí jako druhý nejhorší.

Čeští zaměstnavatelé by se měli zaměřit na překlenutí těchto rozdílů, pokud chtějí zvýšit svou atraktivitu a získat konkurenční výhodu při hledání již teď vzácné pracovní síly.



# co potenciální zaměstnanci chtějí zaměřeno na bílé límečky.

bílé límečky

## 50%

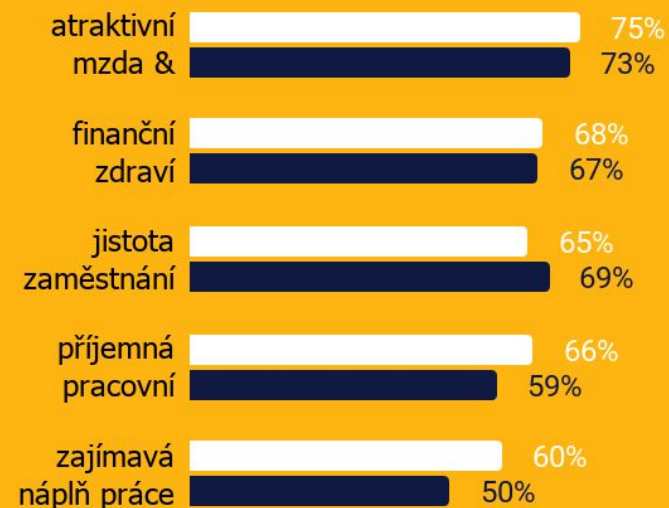
zaměstnanců pracujících na kancelářských pozicích považuje možnost pracovat na dálku za důležitý faktor, který je přitáhne k zaměstnavateli. To je podstatně vyšší číslo ve srovnání s lidmi pracujícími na dělnických pozicích (22%).

modré límečky

## 73%

lidí pracujících na dělnických pozicích považuje jistotu zaměstnání za důležitý faktor, což je o něco větší poměr než v případě profesionálů pracujících na kancelářských pozicích. Lidé spadající do kategorie modrých límečků dávají důležitost zhruba 7 faktorům, zatímco lidé nosící bílé límečky považují za důležité 8 faktorů

nejdůležitější atributy



■ bílé límečky ■ modré límečky

# chování při změně práce



## v hledáčku.

# postoj ke změně hledání nové práce.

1 z 8 českých zaměstnanců změnil zaměstnavatele

13 % českých zaměstnanců změnilo v druhé polovině roku 2020 zaměstnavatele; toto číslo je vyšší u lidí mladších 35 let a osob s nízkým vzděláním (19 %). Dále pak 22 % pracovníků zamýšlí změnit zaměstnavatele v první polovině roku 2021, tato tendence je silnější u žen (25 %) a mladých ve věku 18 až 24 let (31 %). Lidé, kteří zaměstnavatele změnili, považují faktory jako plat & benefity, finanční zdraví a jistotu zaměstnání za méně důležité, než lidé, kteří ve druhé polovině roku 2020 u původního zaměstnavatele zůstali. Ve srovnání s nimi ale přikládají mnohem větší důležitost rozmanitosti a inkluzi.

osobní kontakty – nejlepší kanály pro nalezení nového  
zaměstnavatele

Nového zaměstnavatele lidé nejčastěji nalézají prostřednictvím pracovních portálů (43 %) a díky osobním kontaktům (39 %). Mladí ve věku 18 až 24 let zase mnohem častěji nacházejí práci prostřednictvím sociálních sítí (30 % oproti 18 % u průměrného českého zaměstnance).



# nejdůležitější atributy kdo změnil zaměstnavatele (switchers) a kdo zůstal (stayers).

switchers

2021

13%

lidí změnilo v posledních 6  
měsících zaměstnavatele.

2021

19%

lidí zasažených pandemií  
koronaviru změnilo v posledních  
6 měsících zaměstnavatele.

stayers

2021

87%

zůstalo v posledních 6 měsících  
u původního zaměstnavatele.

nejdůležitější atributy



switchers stayers



\* posledních 6 měsíců = druhá půle roku 2020. Výzkum REBR2021 nyní pokrývá pouze období 6 měsíců (oproti 12 měsícům v minulosti), aby lépe zachytil, jaký dopad měl COVID-19.



# postoj ke změně práce zaměřeno na druh pozic.

bílé límečky plánující změnu  
práce

## 20%

lidí pracujících na kancelářských pozicích plánuje v první polovině roku 2021 změnit zaměstnavatele. Podobné číslo vychází i u průměrného českého zaměstnance, který plánuje měnit práci (19 %).

modré límečky, které změnilly  
práci

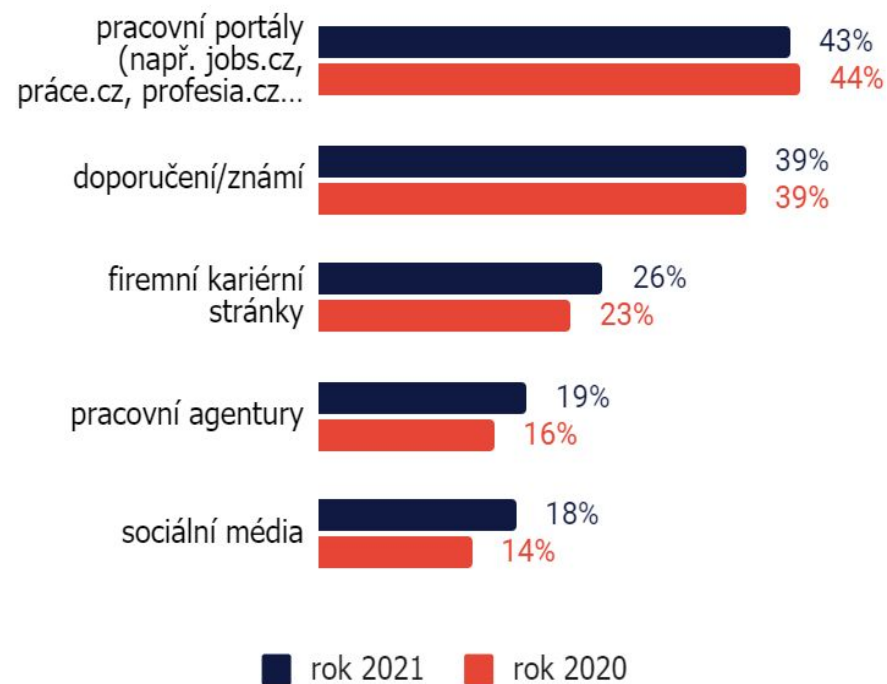
## 16%

pracovníků na dělnických pozicích změnilo v druhé polovině roku 2020 zaměstnavatele, což odpovídá i národnímu průměru. Výběr kanálů pro hledání nové práce je u modrých límečků srovnatelný jako u průměrného zaměstnance v ČR. Jedinou výjimku tvoří hledání práce pomocí úřadů práce, které lidé na dělnických pozicích využívají o něco častěji.

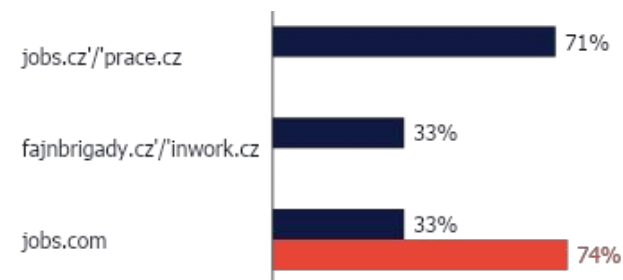


# jak zaměstnanci v České republice hledají nové pracovní příležitosti.

## top 5 kanálů využívaných při hledání nové práce

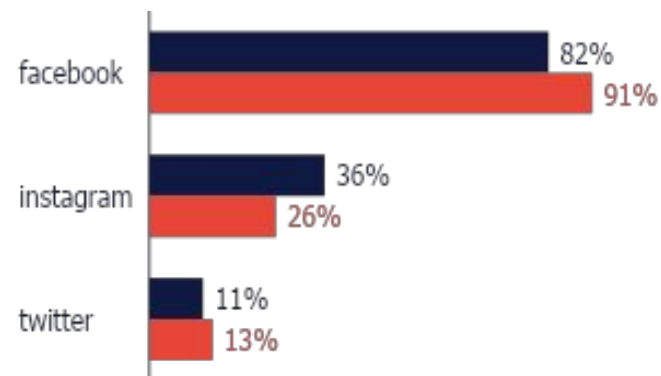


## top 3 pracovní portály



## top 3 sociální média

\*výchozí vzorek je v roce 2021 příliš malý



# COVID-19

v hledáčku.



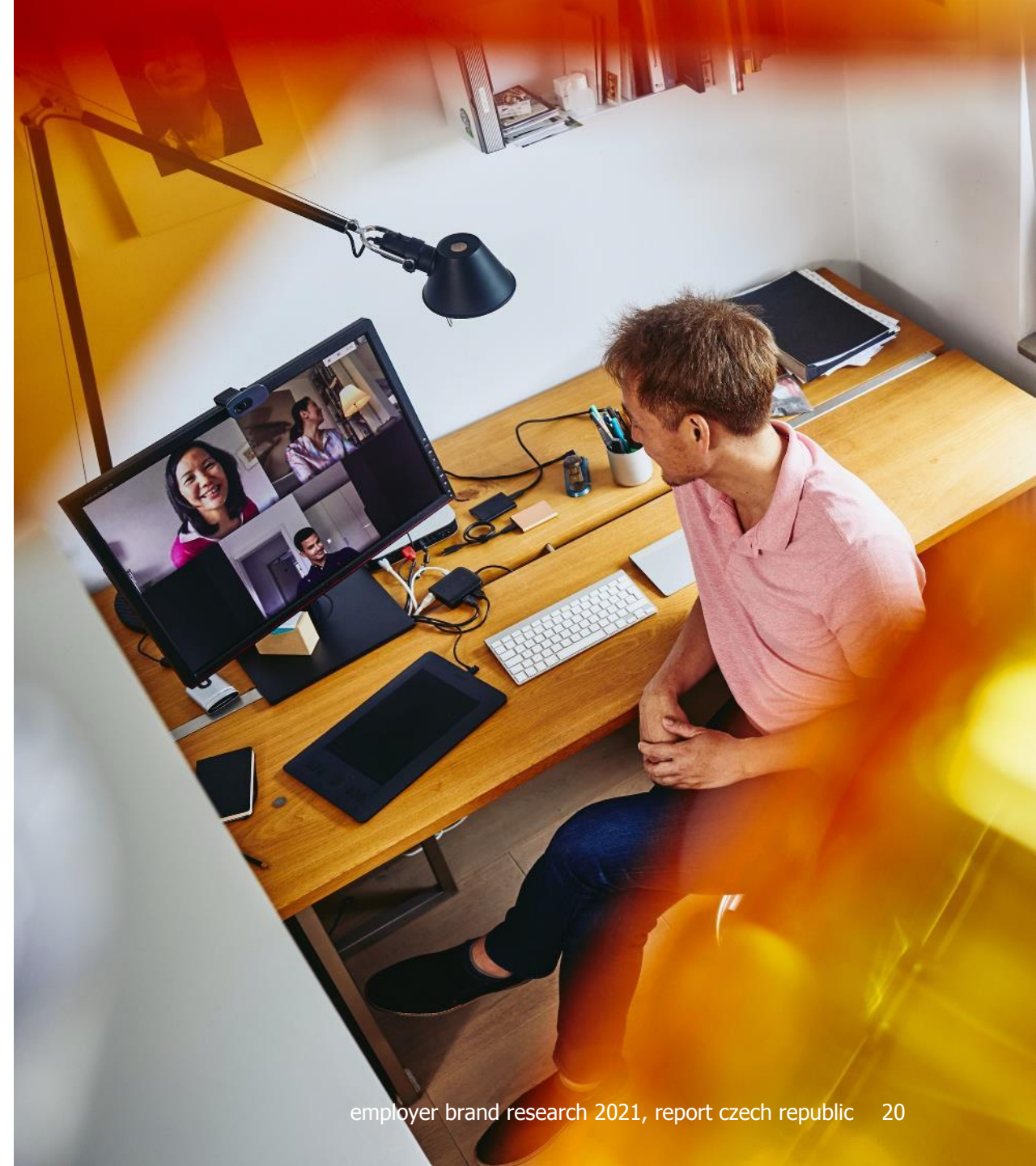
# COVID-19 a jeho dopad na trh práce.

možnost pracovat na dálku je poměrně důležitá

Přestože nejde o jeden z klíčových faktorů, zhruba 2 z 5 potenciálních zaměstnanců v zemi přitahují zaměstnavatelé, kteří nabízejí možnost pracovat na dálku. Ženy (47 %) a lidé s vyšším vzděláním (51 %) dávají tomuto aspektu větší důležitost než průměrný český zaměstnanec.

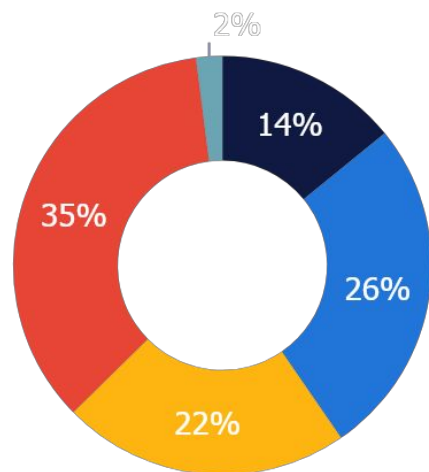
2 z 5 českých zaměstnanců začali během pandemie (více) pracovat na dálku

Ze 40 % zaměstnanců, kteří začali pracovat více na dálku, se 61 % podílelo na rozhodnutí, že budou pracovat vzdáleně, zatímco 38 % na toto rozhodnutí nemělo žádný vliv.



# práce na dálku z důvodu COVID-19.

začali jste díky krizi způsobené pandemií koronaviru pracovat (více) na dálku/ z domu?



- ano (plně)
- ano (částečně)
- ne
- není možné pracovat na dálku
- je možné pracovat na dálku, ale zaměstnavatel to nedovoluje

## Česká republika

# 26%

zaměstnanců, kteří řekli, že pracují na dálku, tak činí z vlastního rozhodnutí.

Mít možnost ovlivnit rozhodnutí, zda pracovat na dálku či ne, je zcela obecnou záležitostí, která nijak nesouvisí s věkem, pohlavím nebo vzděláním. Nicméně pracovat více na dálku začali zejména pracovníci s vyšším vzděláním.

Pouze 2 % zaměstnanců, kteří mohou pracovat z domu, to nemají dovoleno od svého zaměstnavatele; týká se to o něco více žen (4 %). V případě 35 % pracovníků se jejich práce váže přímo k jejich pracovišti, což jim znemožňuje vykonávat ji z jakéhokoliv jiného místa.

## Evropa

# 23%

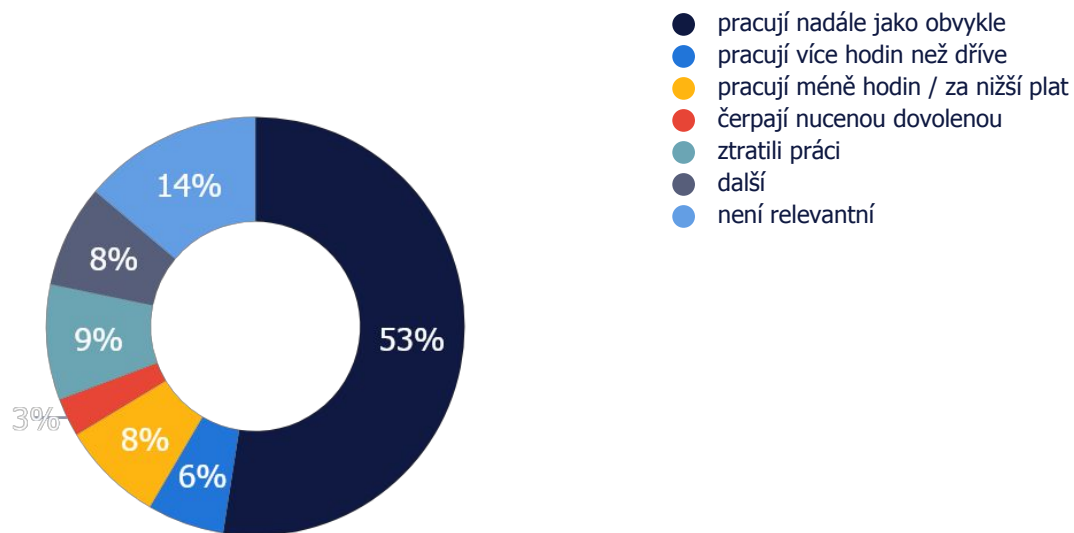
zaměstnanců, kteří řekli, že pracují na dálku, tak činí z vlastního rozhodnutí.

Co se týká možnosti ovlivnit rozhodování, zda pracovat na dálku, v rámci Evropy se neprojeví zásadní sociodemografické rozdíly. Většina evropských zaměstnanců (40 %) začala více pracovat na dálku na základě nařízení jejich zaměstnavatele a / nebo vládních opatření.

Pouze velmi malému množství Evropanů, kteří mohli pracovat z domu, v tom zabránil jejich zaměstnavatel (2 %). 28 % obyvatel Evropy má práci navázanou na pracoviště, což jim znemožňuje vykonávat ji z jakéhokoliv jiného místa. To se nejčastěji týká lidí s nízkým vzděláním (40 %).

# pracovní situace zaměstnanců se kvůli koronaviru mění.

jak COVID-19 změnil pracovní situaci zaměstnanců



## situace jednoho ze tří zaměstnanců se změnila

34% zaměstnanců muselo buď nastoupit na nařízenou dovolenou, ztratilo práci, pracovalo více či méně hodin než obvykle, nebo se jejich pracovní situace z jiných důvodů změnila následkem pandemie koronaviru.

Ženy (12 %), pracovníci ve věku 18 až 24 let (13 %) a lidé s nízkým vzděláním (14 %) přicházeli o práci nejčastěji.

Většina českých zaměstnanců ale navzdory pandemii pokračuje v práci jako obvykle. To se nejvíce týká mužů (63 %), osob ve věku 35 až 54 let (65 %) a lidí s vyšším vzděláním (63 %).

evropa

# 39%

zaznamenalo změny ve své pracovní situaci z důvodu COVID-19.

# strach ze ztráty zaměstnání v roce 2021 tendence ke změně práce.

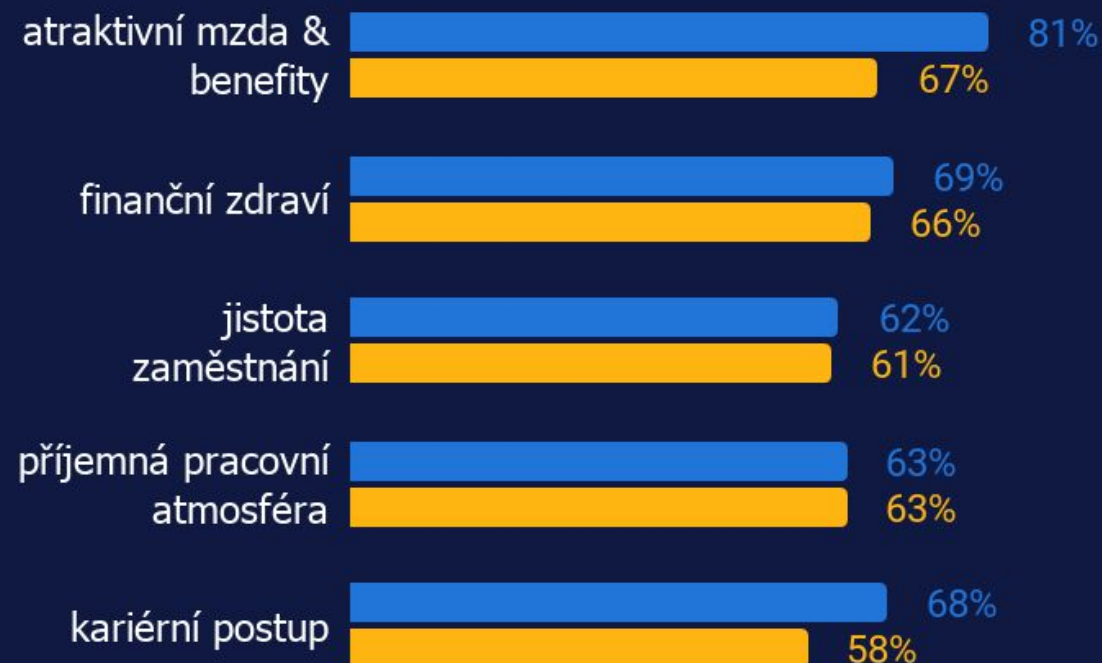
28%

zaměstnanců, kteří mají strach ze ztráty práce, plánuje v následujících 6 měsících změnit zaměstnání

10%

zaměstnanců, kteří nemají strach ze ztráty práce, plánuje v následujících 6 měsících změnit zaměstnání

## nejdůležitější atributy



● lidé, kteří mají strach ze ztráty práce a plánují změnu zaměstnání

● lidé, kteří nemají strach ze ztráty práce a plánují změnit zaměstnání



\* následujících 6 měsíců = první půle roku 2021. Výzkum REBR2021 nyní pokrývá pouze období 6 měsíců (oproti 12 měsícům v minulosti), aby lépe zachytil, jaký dopad měl COVID-19.

# tendence změnit práci u pracovníků zasažených pandemií koronaviru.

plánují změnit práci

2021

## 22%


plánuje změnit zaměstnavatele  
v následujících 6 měsících.

plánují změnit práci

2021

## 38%

zaměstnanců postižených pandemií  
koronaviru plánuje změnit zaměstnavatele  
v následujících 6 měsících.

 \*následujících 6 měsíců = první půle roku 2021. Výzkum REBR2021 nyní pokrývá pouze období 6 měsíců (oproti 12 měsícům v minulosti), aby lépe zachytil, jaký dopad měl COVID-19.

Zaměstnanci, jejichž pracovní situace se vlivem pandemie změnila, mají výrazně větší tendence měnit zaměstnavatele (38%) ve srovnání s národním průměrem (22 %).

Způsob, jakým zaměstnavatelé v České republice podpořili své zaměstnance a řešili krizi spojenou s pandemií, měl pozitivní dopad na loajalitu zaměstnanců. Většina zaměstnanců (55 %) říká, že jsou teď loajálnější, oproti tomu 12 % pracovníků cítí ke svému zaměstnavateli menší loajalitu. Ženy mají větší tendenci pociťovat větší loajalitu k zaměstnavateli než muži (60 % oproti 51 %). Loajalitu zaměstnanců nijak neovlivnila jejich případná možnost podílet se na rozhodnutí, zda budou moci během pandemie více pracovat z domu.



# strach ze ztráty práce v roce 2021 způsobený pandemií koronaviru.

strach ze ztráty práce je relativní

Většina českých zaměstnanců se ztráty práce nebojí (54 %), nicméně přiměřený počet lidí se obává, že k tomu dojde v roce 2021 (20 %). O něco větší strach pociťují lidé ve věku 18 až 24 let (27 %), což odpovídá skutečnosti, že častěji museli čelit propouštění.

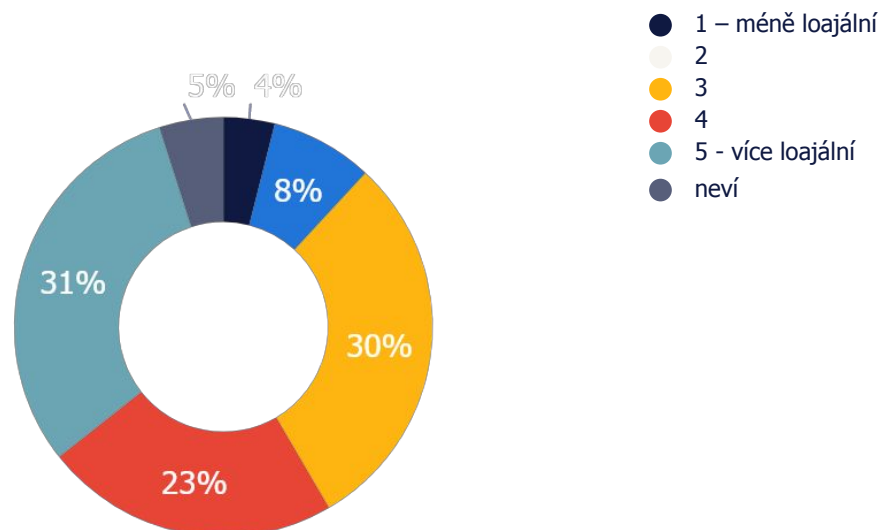
Lidé, kteří mají v plánu měnit práci, se ztráty zaměstnání v roce 2021 obávají více (36 %), nicméně stejný podíl z nich (36 %) se ztráty práce nebojí.

Obavy způsobené pandemií jsou největší v oblasti Prahy a Liberce (25 % a 26 %) a nejnižší v oblasti Vysočiny (13 %)



# loajalita vůči zaměstnavatelům během pandemie.

loajalita vůči zaměstnavateli na základě toho, jak velkou podporu od něj zaměstnanci pocítovali během pandemie



## pracuje pouze na dálku

**57%** zaměstnanců, kteří pracují pouze z domova, pocítojí vyšší loajalitu vůči zaměstnavateli díky tomu, jak zvládl situaci spojenou s koronavirem.

## pracuje částečně na dálku

**53%** zaměstnanců, kteří pracují částečně z domova, pocítojí vyšší loajalitu vůči zaměstnavateli díky tomu, jak zvládl situaci spojenou s koronavirem.

## povinni pracovat na dálku

**55%** zaměstnanců, kteří pracují z domova na základě požadavku jejich zaměstnavatele / vládních nařízení, pocítojí vyšší loajalitu vůči zaměstnavateli díky tomu, jak zvládl situaci spojenou s koronavirem.

## pracuje na dálku z vlastního rozhodnutí

**51%** zaměstnanců, kteří se sami rozhodli pracovat z domova, pocítojí vyšší loajalitu vůči zaměstnavateli díky tomu, jak zvládl situaci spojenou s koronavirem.

# slide pro konkrétní společnost.

## jméno společnosti

- co dělá / čím je známá
- aktivní v x zemích: vyjmenujte země

## několik údajů o jejich EVP (pokud je to relevantní)

- abc
- abc

## jak může Randstad pomoci

- ipient re laceatu riateni temquis coraectem volorro totasi ipsam dis sum quissinvenis enisti ut faccae
- obita qui qui as modisque pos est re, officataque dem ut atur sum nis assi nimo vollab ilit ratus, vid ut volo rem la idebis etur ressi deri dolo bearum remporenis
- alita ex ellupta tecusam que non repuda nimpe solum am dolecti re il ipsam fugiam volorum quam



## pojďme si **popovídat**.

náš výzkum přináší mnoho detailních a zároveň velmi komplexních poznatků. Rádi bychom vám ho představili, prošli ho s vámi, podělili se o naše myšlenky a zodpověděli všechny vaše dotazy.

**randstad czech republic**

Alžběta Honsová

[alzbeta.honsova@randstad.cz](mailto:alzbeta.honsova@randstad.cz)



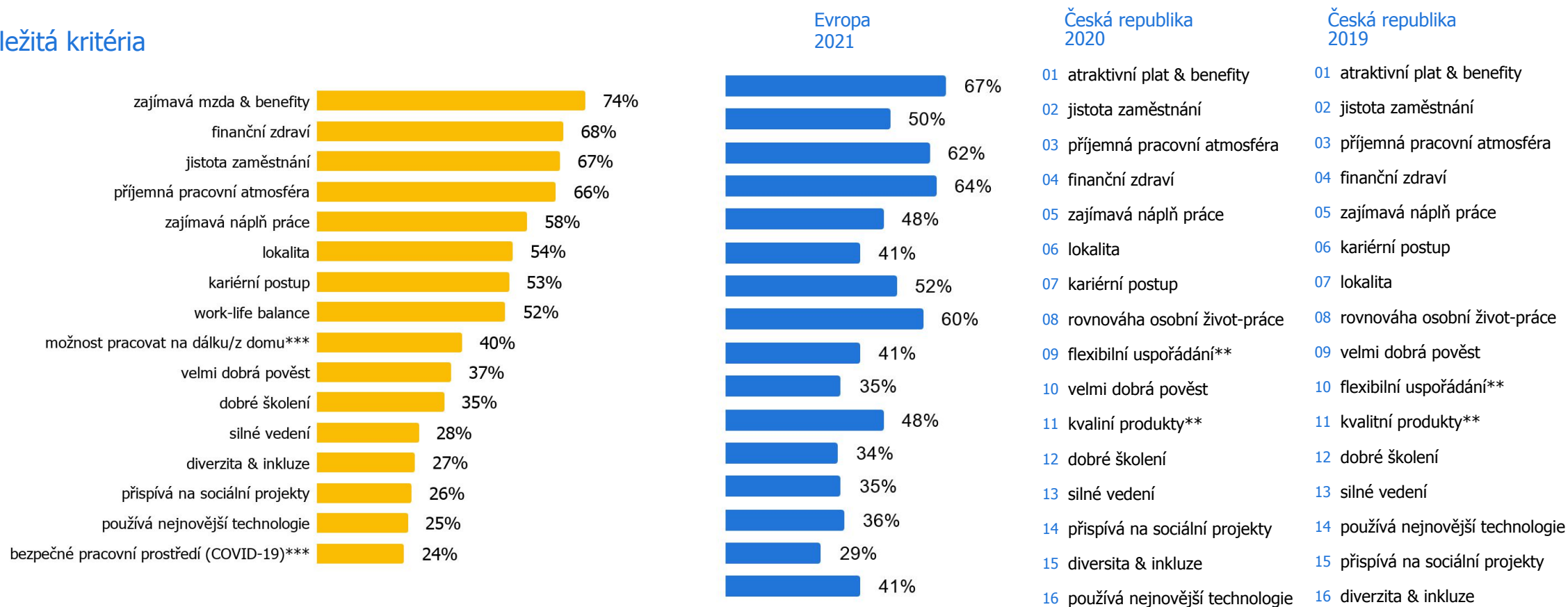
# příloha 1

detailní data  
EVP faktory.



# co potenciální zaměstnanci chtějí nejdůležitější kritéria při výběru zaměstnavatele.

## důležitá kritéria



\* Upozornění pro případ srovnávání výsledků za rok 2021 s výsledky z dřívějších let: Otázka byla pozměněna tak, že respondenti nyní mohou ze seznamu 16 faktorů vybrat všechny faktory, které považují za důležité, zatímco v dřívějších letech museli zvolit přesně 5 z těchto 16 faktorů.

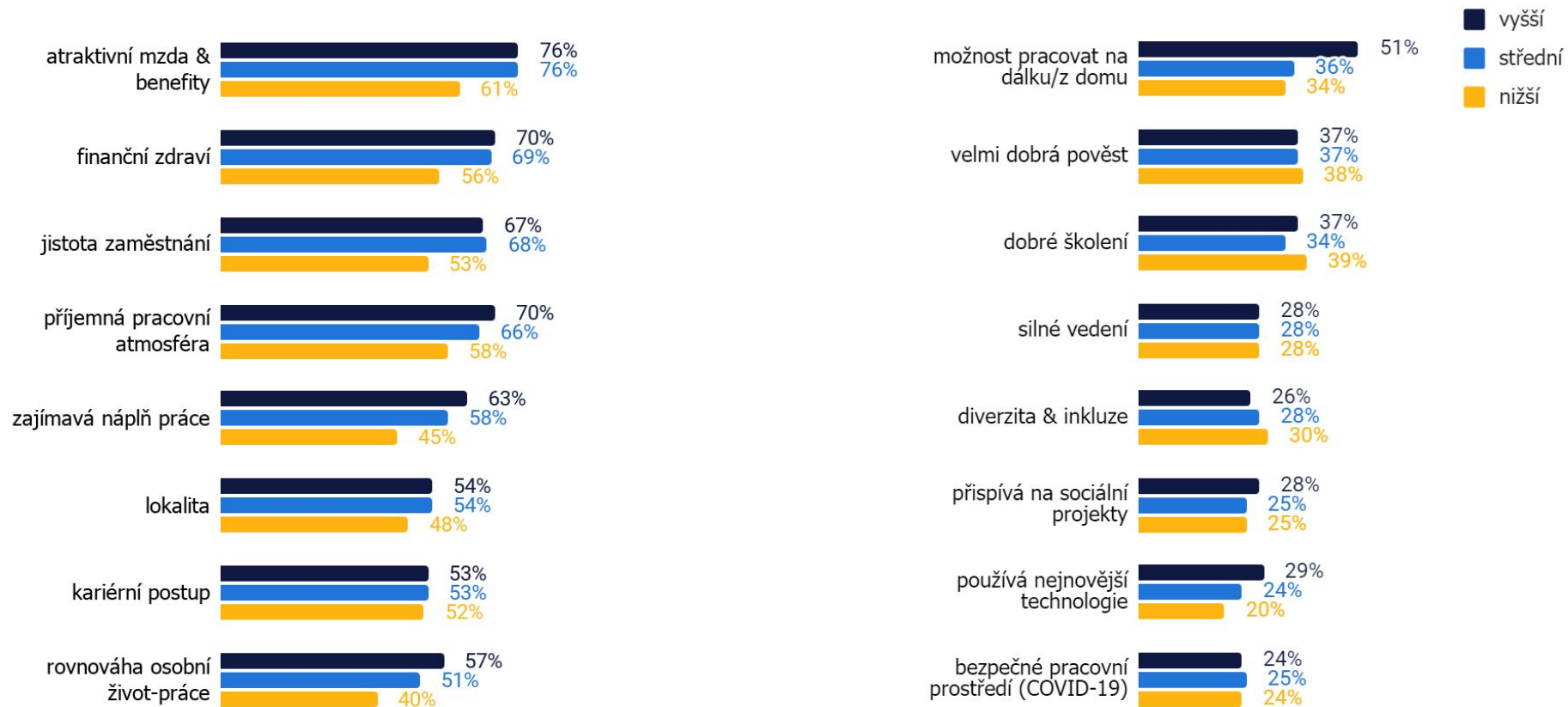
\*\*\*zkoumáno pouze v roce 2021 \*\*nebylo zkoumáno v roce 2021



# důležitost EVP faktorů podle pohlaví.

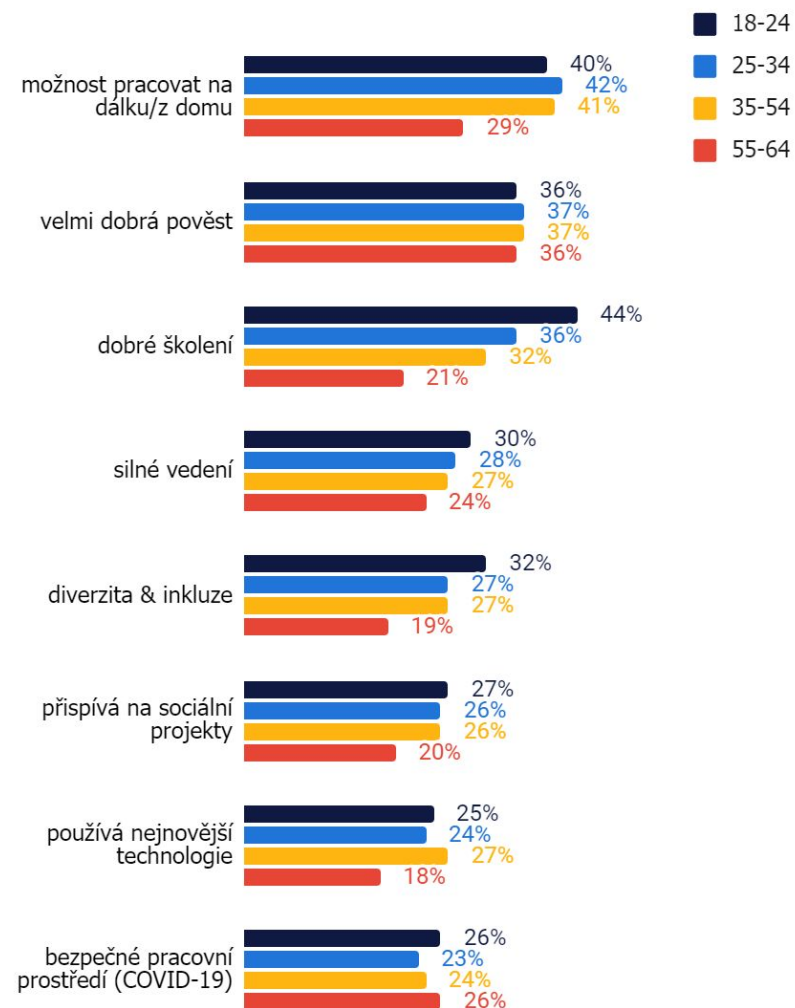
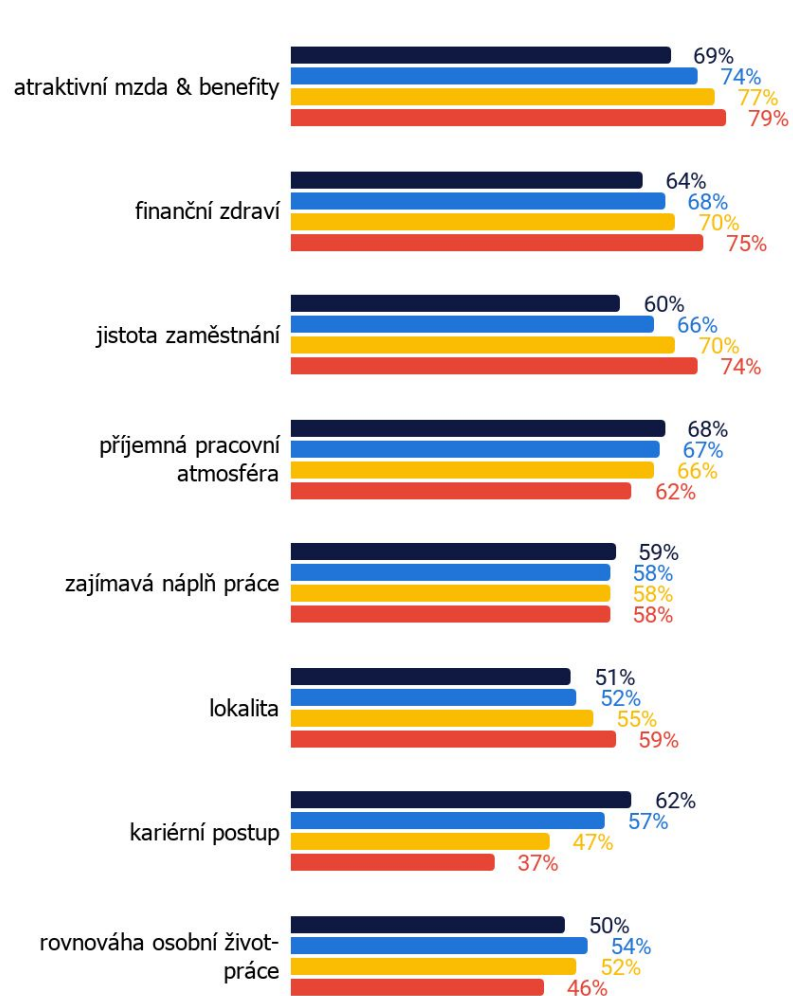


# důležitost EVP faktorů podle vzdělání.



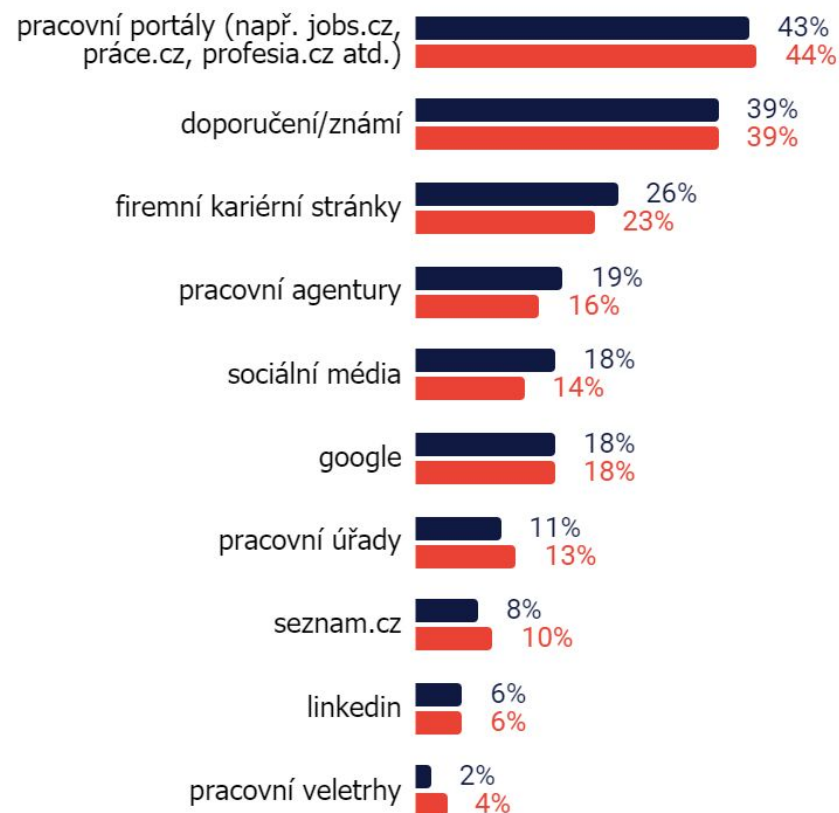


# důležitost EVP faktorů podle věku.



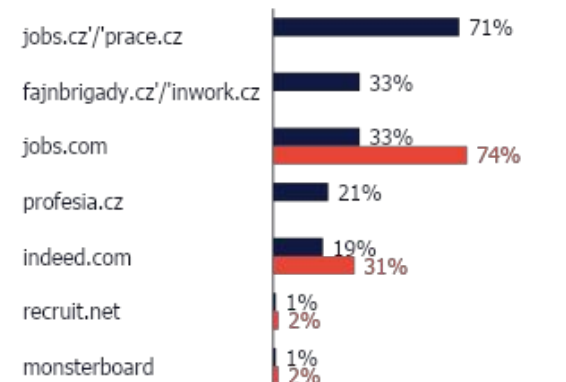
# jak zaměstnanci v České republice hledají nové pracovní příležitosti.

kanály používané k hledání nových pracovních příležitostí

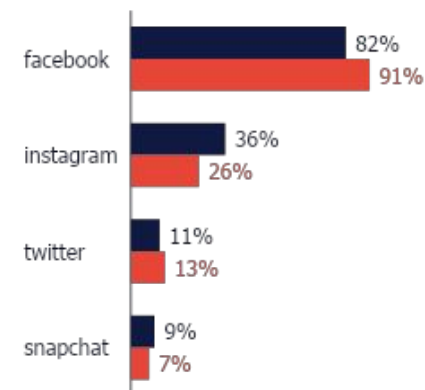


■ rok 2021 ■ rok 2020

kanály používané k hledání nových pracovních příležitostí sociální média & pracovní portály - detailní přehled



\*výchozí vzorek je v roce 2021 příliš malý



# příloha 2



detailní data  
zaměstnavatelé.

# jak je vnímána nabídka zaměstnavatelů v České republice.

Pochopení rozdílu mezi tím, co zaměstnanci chtějí, a jak vnímají to, co zaměstnavatelé nabízejí, poskytuje cenné informace pro budování značky zaměstnavatele. Porovnávání toho, jak zaměstnanci vnímají nabídku jejich současného zaměstnavatele, poskytuje více kontextu k pochopení nedostatků, které je potřeba vyrovnat.

| hodnocení současného zaměstnavatele    | celkové vnímání zaměstnavatelů v České republice | profil ideálního zaměstnavatele   |
|--|--|-----------------------------------|
| 01 jistota zaměstnání                  | 01 finanční zdraví                               | 01 atraktivní mzda & benefity     |
| 02 finanční zdraví                     | 02 bezpečné prac. prostředí (COVID-19)           | 02 finanční zdraví                |
| 03 bezpečné prac. prostředí (COVID-19) | 03 jistota zaměstnání                            | 03 jistota zaměstnání             |
| 04 příjemná pracovní atmosféra         | 04 velmi dobrá pověst                            | 04 příjemná pracovní atmosféra    |
| 05 velmi dobrá pověst                  | 05 kariérní postup                               | 05 kariérní postup                |
| 06 rovnováha osobní život-práce        | 06 atraktivní mzda & benefity                    | 06 rovnováha osobní život-práce   |
| 07 atraktivní mzda & benefity          | 07 příjemná pracovní atmosféra                   | 07 možnost práce na dálku/z domu  |
| 08 přispívá na sociální projekty       | 08 přispívá na sociální projekty                 | 08 velmi dobrá pověst             |
| 09 kariérní postup                     | 09 rovnováha osobní život-práce                  | 09 přispívá na sociální projekty  |
| 10 možnost práce na dálku/z domu       | 10 možnost práce na dálku/z domu                 | 10 COVID-19 safe work environment |

# jak je vnímána nabídka zaměstnavatelů v České republice a v Evropě.

Pochopení rozdílu mezi tím, co zaměstnanci chtějí, a jak vnímají to, co zaměstnavatelé v ČR a Evropě nabízejí, poskytuje cenné informace pro budování značky zaměstnavatele.



## jak je vnímána nabídka zaměstnavatelů v ČR

- 01 finanční zdraví
- 02 bezpečné prac. prostředí (COVID-19)
- 03 jistota zaměstnání
- 04 velmi dobrá pověst
- 05 kariérní postup
- 06 atraktivní mzda & benefity
- 07 příjemná pracovní atmosféra
- 08 přispívá na sociální projekty
- 09 rovnováha osobní život-práce
- 10 možnost práce na dálku/z domu

## jak je vnímána nabídka zaměstnavatelů v Evropě

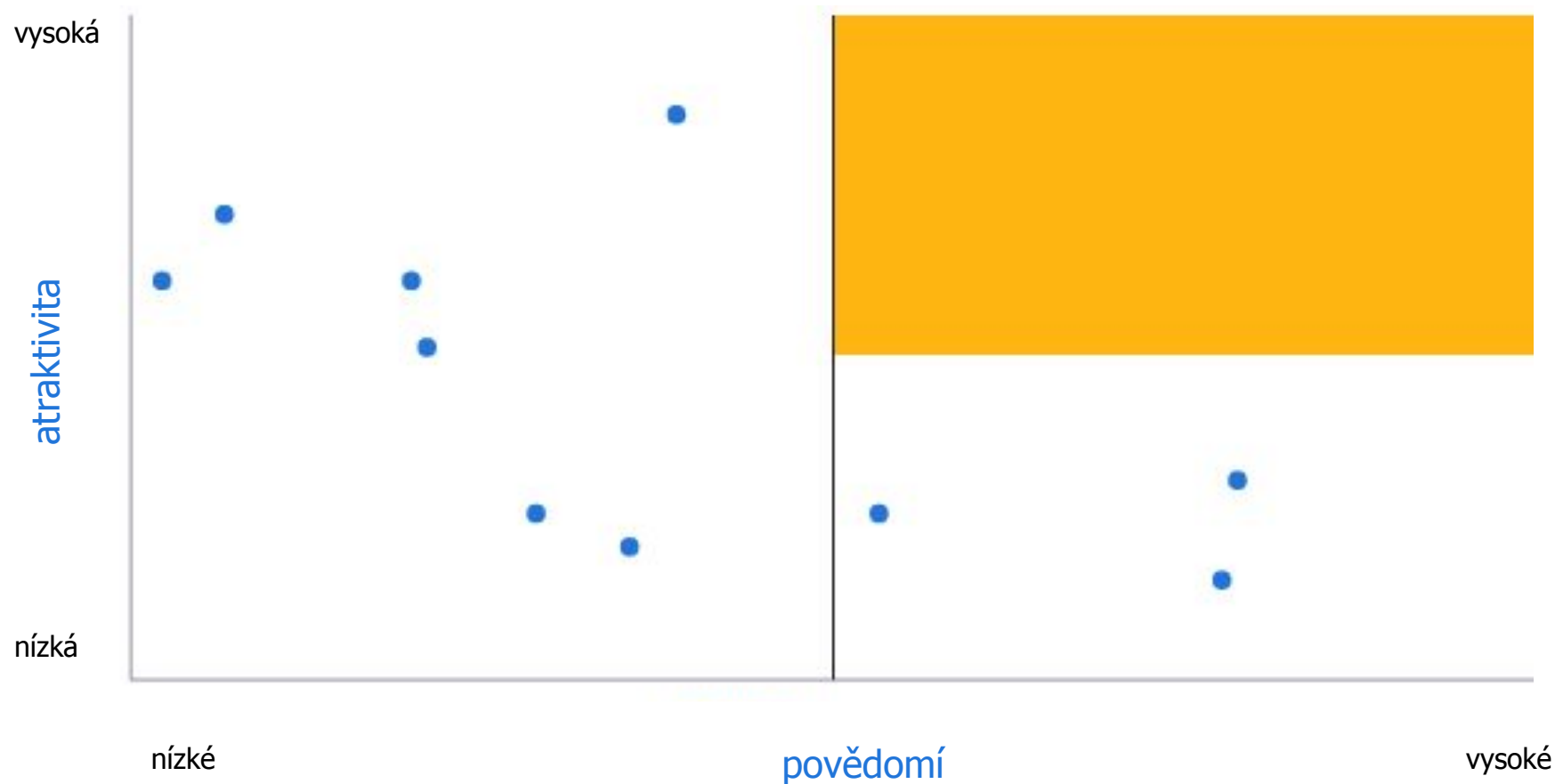
- 01 financially healthy
- 02 jistota zaměstnání
- 03 velmi dobrá pověst
- 04 bezpečné prac. prostředí (COVID-19)
- 05 kariérní postup
- 06 příjemná pracovní atmosféra
- 07 atraktivní mzda & benefity
- 08 rovnováha osobní život-práce
- 09 přispívá na sociální projekty
- 10 možnost práce na dálku/z domu

poznatky

z jednotlivých  
sektorů.



# nejúspěšnější sektory v České republice podle povědomí a atraktivity.



## vysoké povědomí

vysoké povědomí znamená, že zaměstnavatelé v tomto sektoru jsou velmi dobře známí.

## vysoká atraktivita

sektor s vysokou atraktivitou obsahuje více vysoce atraktivních firem než ostatní sektory.

# nejlepší společnosti v ČR podle sektoru.

| sektor   | top 3 společnosti               |  |                              |
|--|---------------------------------|--|------------------------------|
|  | 1                               | 2                                      | 3                            |
| 01 IT & telekomunikace                           | Microsoft                       | Seznam.cz                              | Red Hat                      |
| 02 farmacie & přírodní vědy                      | Sanofi Aventis                  | Teva Pharmaceuticals                   | KRKA                         |
| 03 obchodní služby                               | Deloitte                        | KPMG                                   | Kiwi                         |
| 04 automotive                                    | ŠKODA AUTO                      | BOSCH                                  | CONTINENTAL                  |
| 05 výroba  | Škoda Transportation            | ABB                                    | LEGO Production              |
| 06 bankovníctví & pojišťovnictví                 | Air Bank                        | ČSOB                                   | Raiffeisenbank               |
| 07 fmcg  | Plzeňský Prazdroj               | Kofola                                 | Coca-Cola                    |
| 08 logistika & doprava                           | ČSA, TravelServices, Smartwings | DSV Global Transport & Logistics       | Amazon                       |
| 09 energetická řešení, stavebnictví & facilities | ČEZ                             | Energetický a průmyslový holding (EPH) | Innogy (RWE Česká republika) |
| 10 retail  | IKEA                            | Dr. Max                                | SPORTISIMO                   |



# sektory v ČR získávají nejlepší hodnocení v těchto 3 EVP faktorech.

1/1

top 3 EVP faktory

| sector   | 1               | 2                                      | 3                                      |
|--|-----------------|--|--|
| 01 IT & telekomunikace                           | finanční zdraví | jistota zaměstnání                     | atraktivní mzda & benefity             |
| 02 farmacie & přírodní vědy                      | finanční zdraví | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) | jistota zaměstnání                     |
| 03 obchodní služby                               | finanční zdraví | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) | kariérní postup                        |
| 04 automotive                                    | finanční zdraví | jistota zaměstnání                     | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) |
| 05 výroba  | finanční zdraví | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) | jistota zaměstnání                     |
| 06 bankovníctví & pojišťovnictví                 | finanční zdraví | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) | kariérní postup                        |
| 07 fmcg  | finanční zdraví | jistota zaměstnání                     | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) |
| 08 logistika & doprava                           | finanční zdraví | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) | jistota zaměstnání                     |
| 09 energetická řešení, stavebnictví & facilities | finanční zdraví | jistota zaměstnání                     | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) |
| 10 retail  | finanční zdraví | jistota zaměstnání                     | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) |



nejlepší



zaměstnavatelé.

# nejlepší zaměstnavatelé v České republice.

## top 10 zaměstnavatelů 2021

---

- 01 Microsoft
- 02 ŠKODA AUTO
- 03 Seznam.cz
- 04 Red Hat
- 05 Škoda Transportation
- 06 Sanofi Aventis
- 07 Oracle
- 08 IBM
- 09 Plzeňský Prazdroj
- 10 Kofola

## top 10 zaměstnavatelů 2020

---

- 01 ŠKODA AUTO
- 02 Microsoft
- 03 Kofola
- 04 IBM
- 05 LEGO Production
- 06 Siemens
- 07 Avast
- 08 ČEZ
- 09 Nestlé Česko
- 10 Red Hat

# 3 nejlépe hodnocené EVP faktory v ČR u 5 nejlepších společností.

| top 5 společností      | 1                  | 2                                | 3                                      |
|------------------------|--------------------|----------------------------------|--|
| 1 Microsoft            | finanční zdraví    | možnost pracovat na dálku/z domu | atraktivní mzda & benefity             |
| 2 ŠKODA AUTO           | finanční zdraví    | velmi dobrá pověst               | atraktivní mzda & benefity             |
| 3 Seznam.cz            | finanční zdraví    | možnost pracovat na dálku/z domu | bezpečné pracovní prostředí (COVID-19) |
| 4 Red Hat              | velmi dobrá pověst | atraktivní mzda & benefity       | možnost pracovat na dálku/z domu       |
| 5 Škoda Transportation | finanční zdraví    | atraktivní mzda & benefity       | velmi dobrá pověst                     |

# nejlepší zaměstnavatelé v České republice podle EVP faktorů.

| EVP faktor                               | 1         | 2                          | 3                         |
|--|-----------|----------------------------|---------------------------|
| atraktivní mzda & benefity               | Microsoft | ŠKODA AUTO                 | IBM                       |
| finanční zdraví                          | Microsoft | Coca-Cola                  | CEZ                       |
| jistota zaměstnání                       | Microsoft | ŠKODA AUTO                 | CEZ                       |
| příjemná pracovní atmosféra              | Microsoft | IBM                        | Seznam.cz                 |
| kariérní postup                          | Microsoft | Oracle                     | KPMG                      |
| rovnováha mezi prací a soukromým životem | Microsoft | Seznam.cz                  | Air Bank                  |
| možnost pracovat na dálku/z domu         | Microsoft | Seznam.cz                  | Oracle                    |
| velmi dobrá pověst                       | Microsoft | ŠKODA AUTO                 | Plzeňský Prazdroj         |
| přispívá na sociální projekty            | IKEA      | Karlovarské minerální vody | AVE odpadové hospodářství |
| bezpečné pracovní prostředí (COVID-19)   | Air Bank  | Microsoft                  | Pfizer                    |

# příloha 3



metodologie.

# nastavení employer brand research výzkumu.

---

## 30 společností na respondenta

'znáte tuto společnost?':  
otázka zjišťuje povědomí.

---

## pro každou známou společnost

'chtěli byste pracovat pro tuto  
společnost?':  
otázka zjišťuje atraktivitu.

---

## každá známá společnost

hodnocení na základě skupiny  
faktorů:  
zjišťuje důvody atraktivity.

---

## inteligentní vzorkování

Každému respondentovi je ukázáno 30 společností. Každou společnost hodnotí pouze respondenti, kteří ji znají (mají povědomí o této konkrétní značce).

Abychom zajistili, že méně známé značky budou hodnoceny dostatečným počtem respondentů, používáme metodu inteligentního vzorkování.

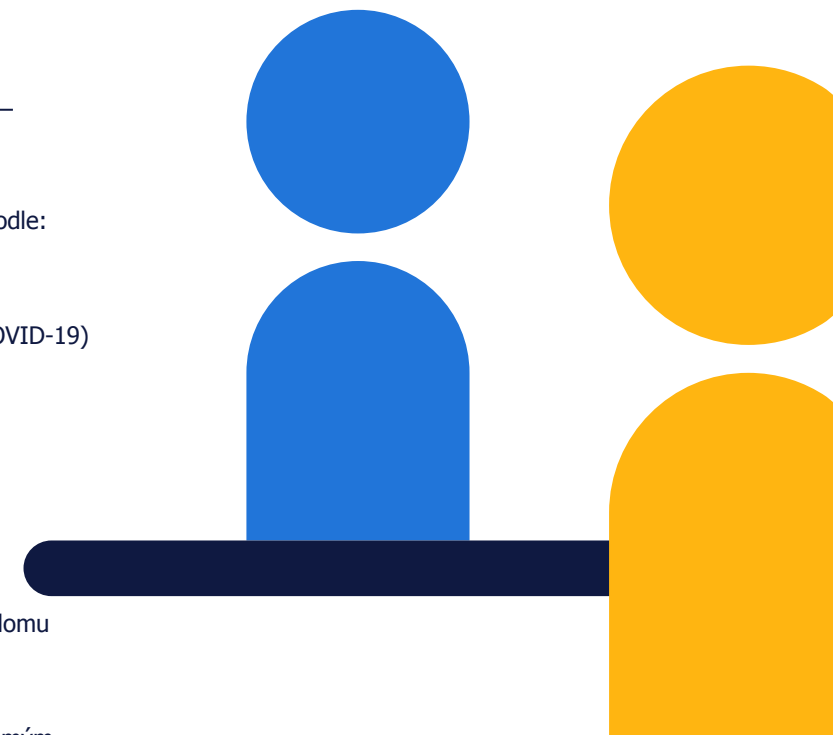
Tato metoda zajišťuje, že se méně známé společnosti zobrazí více respondentům, aby bylo možné realizovat dostatečně velký vzorek. Díky této metodě poskytuje výzkum Randstad Employer Brand Research spolehlivý vhled na známé i méně známé značky zaměstnavatelů.

---

## faktory

každá společnost je hodnocena podle:

- 01 finanční zdraví
- 02 bezpečnost prac. prostředí (COVID-19)
- 03 velmi dobrá reputace
- 04 jistota zaměstnání
- 05 kariérní postup
- 06 přispívá na sociální projekty
- 07 možnost pracovat na dálku/z domu
- 08 příjemná pracovní atmosféra
- 09 rovnováha mezi prací a soukromým životem
- 10 atraktivní mzda & benefity



---

## KANTAR

Pro účely tohoto výzkumu se Randstad spojil s jednou z největších informačních a poradenských sítí na světě - Kantar.



# knihovna zdrojů.

1

<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>

2

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

3

<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>

4

<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>

5

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

6

[https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en\\_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf](https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf)

7

[https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en\\_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf](https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf)

8

<https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>

9

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>



randstad

human forward.

