

Příloha 1 – Dotazník „Komunikace německých firem na českém pracovním trhu“ rozeslaný německým firmám

1) Jste aktivní na českém pracovním trhu?

- ☐ Ano
☐ Ne

2) Jste na českém pracovním trhu zastoupeni přímo (vlastní pobočka) nebo nepřímo (spolupráce s českými firmami)?

- ☐ Přímo
☐ Nepřímo

3) Na českém trhu jste zastoupeni v sektorech:

Možnost více odpovědí

- ☐ Výrobce
☐ Poskytovatel služeb
☐ Prodejce

4) Kolik zaměstnanců má vaše firma celkem?

- ☐ 1 - 50
☐ 51 - 100
☐ 101 - 250
☐ 251 - 500
☐ 500 und mehr

5) Jaký podíl zaměstnanců je z toho počtu na českém trhu?

Pokud je vyšší, než jsou možnosti, vyplňte.

- ☐ pod 5 %
☐ 5 % - 10 %
☐ 10 % - 25 %
☐ Jiné:

6) Při výběru nových zaměstnanců zasahujete na českém trhu:

- ☐ Přímo (sami rozhodujete o výběru zaměstnanců)
☐ Nepřímo (českým spolupracovníkům zadáváte požadavky na výběr nových zaměstnanců)
☐ Do výběru nových zaměstnanců vůbec nezasahujete

7) Jaké jsou výhody této metody (viz předchozí otázka)?

Heslovitě vyplňte

8) Které komunikační nástroje užíváte pro inzerci volných / nových pracovních míst (v Německu)?

Pokud jiné či další, vypište.

- ☐ Inzerce v denním tisku
- ☐ Inzerce v tisku, zaměřeném na určitý obor
- ☐ Webové stránky, sdružující pracovní nabídky (např. Jobs.cz)
- ☐ Vlastní firemní webové stránky
- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ Personální agentury
- ☐ Pracovní úřady
- ☐ Jiné:

9) Který komunikační nástroj pro inzerci volných / nových pracovních míst používáte nejčastěji (v Německu)?

Pokud jiný, napište.

- ☐ Inzerce v denním tisku
- ☐ Inzerce v tisku, zaměřeném na určitý obor
- ☐ Webové stránky, sdružující pracovní nabídky (např. Jobs.cz)
- ☐ Vlastní firemní webové stránky
- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ Personální agentury
- ☐ Pracovní úřady
- ☐ Jiné:

10) Používáte identické nástroje i v České republice?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

11) Proč ano/proč ne?

Krátce okomentujte.

12) Které komunikační nástroje užíváte pro inzerci volných / nových pracovních míst (v České republice)?

Pokud jiné či další, vypište.

Pokud používáte stejné nástroje jako v Německu, napište to do kolonky Jiné.

- ☐ Inzerce v denním tisku
- ☐ Inzerce v tisku, zaměřeném na určitý obor
- ☐ Webové stránky, sdružující pracovní nabídky (např. Jobs.cz)
- ☐ Vlastní firemní webové stránky
- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ Personální agentury
- ☐ Pracovní úřady
- ☐ Jiné:

13) Který komunikační nástroj pro inzerci volných / nových pracovních míst používáte nejčastěji (v České republice)?

Pokud jiný, napište.

Pokud používáte stejné nástroje jako v Německu, napište to do kolonky Jiné.

- ☐ Inzerce v denním tisku
- ☐ Inzerce v tisku, zaměřeném na určitý obor
- ☐ Webové stránky, sdružující pracovní nabídky (např. Jobs.cz)
- ☐ Vlastní firemní webové stránky
- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ Personální agentury
- ☐ Pracovní úřady
- ☐ Jiné:

14) Jaká je největší přednost tohoto nepoužívanějšího nástroje?

Pokud jiná, vypište vlastními slovy.

- ☐ Big Hit (celkové množství oslovených)
- ☐ Zásah cílové skupiny
- ☐ Cena (je to levné)
- ☐ Kvalita
- ☐ Jiné:

15) Jaká je slabá stránka tohoto nepoužívanějšího nástroje?

Heslovitě napište.

16) Máte ve firmě vlastní oddělení lidských zdrojů?

- ☐ Ano (přesměrování na otázku č. 17)
- ☐ Ne (přesměrování na otázku č. 18)

17) Kolik pracovníků pracuje ve vašem personálním oddělení?

Číslovkou napište počet.

18) Proč ve firmě nemáte vlastní oddělení lidských zdrojů?

Zvolte pouze jednu nejvhodnější odpověď. (Pokud máte zcela jiný důvod nebo nevíte, vypište to do kolonky Jiné.)

- ☐ Je to příliš drahé.
- ☐ Oddělení nepotřebujeme vzhledem k velikosti firmy.
- ☐ Oddělení nepotřebujeme vzhledem ke struktuře (vnitřnímu uspořádání) firmy.
- ☐ Jiné:

19) Kdo má ve vaší firmě hlavní slovo při výběru nových zaměstnanců?

Pokud někdo jiný, vypište.

- ☐ Generální ředitel/ředitel (Direktor, CEO,...)
- ☐ Vedoucí/šéf jednotlivých oddělení
- ☐ Šéf oddělení lidských zdrojů
- ☐ Externí personální agentura
- ☐ Jiné:

20) Který z následujících faktorů je pro vás nejdůležitější při výběru nových zaměstnanců?

- ☐ Nízké budoucí mzdové náklady na zaměstnance
- ☐ Vysoká kvalifikace kandidátů
- ☐ Zkušenost kandidátů z předchozího zaměstnání
- ☐ Věk kandidátů
- ☐ Vzdělání kandidátů

21) Jak dlouho vám trvá (od prvotních příprav po její spuštění) příprava komunikační kampaně na českém pracovním trhu?

Číslovkou napište přibližný počet DNŮ.

22) Jak vysokou sumu peněz zpravidla uvolňujete pro účely komunikační kampaně na českém pracovním trhu?

Číslovkou napište částku (v Eurech).

23) Jak dlouho po vypsání volné pozice trvá, než se přihlásí první zájemci?

Číslovkou napište přibližný počet DNŮ.

24) Jak dlouho tato kampaň v průměru běží?

Číslovkou napište přibližný počet TÝDNŮ.

25) Kolik kandidátů se v průmětu na vypsanou pozici přihlásí?

26) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa v DENNÍM TISKU na škále od 1 do 5.

(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

27) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

28) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

29) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa v TISKU, ZAMĚŘENÉM NA URČITÝ OBOR na škále od 1 do 5.

(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

30) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

31) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

32) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa na WEBOVÝCH STRÁNKÁCH SDRUŽUJÍCÍ PRACOVNÍ NABÍDKY (např. Jobs.cz) na škále od 1 do 5.

(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

33) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

34) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

35) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa v VLASTNÍ FIREMNÍ WEBOVÉ STRÁNKY na škále od 1 do 5.

(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

36) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

37) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

38) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa na LINKEDIN na škále od 1 do 5.
(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

39) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

40) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

41) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa na FACEBOOKu na škále od 1 do 5.
(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

42) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

43) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

44) V následujících kategoriích ohodnoťte inzerci volného pracovního místa za pomoci PERSONÁLNÍ AGENTURY na škále od 1 do 5.
(1 = velmi dobrý, 5 = velmi špatný)

	1	2	3	4	5
Cena	☐	☐	☐	☐	☐
Významnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poměr cena / výkon	☐	☐	☐	☐	☐
Vhodnost užití při vyhledávání nových pracovních sil	☐	☐	☐	☐	☐

45) Jaká je dle vašeho názoru hlavní silná stránka tohoto nástroje?

46) Jaká je dle vašeho názoru hlavní slabá stránka tohoto nástroje?

47) Věděli jste, že vám Česko-německá obchodní a průmyslová komora může poskytnout seznam doporučených českých personálních agentur?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

48) Využili byste možnosti získat tento seznam?

Napište proč ano / proč ne.

A vertical scroll bar with a small window showing a list of items, including a cloud icon and a downward arrow icon.