

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera

Nábor zaměstnanců z řad studentů technických středních škol v prostředí Správy  
železniční dopravní cesty, státní organizace

Bc. Michaela Novotná

Diplomová práce

2019

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Michaela Novotná**  
Osobní číslo: **D17352**  
Studijní program: **N3708 Dopravní inženýrství a spoje**  
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**  
Název tématu: **Nábor zaměstnanců z řad studentů technických středních škol v prostředí Správy železniční dopravní cesty, státní organizace**  
Zadávací katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

#### Úvod

1. Teoretické vymezení problematiky náboru zaměstnanců
2. Analýza současného stavu náborové komunikace Správy železniční dopravní cesty, státní organizace, se zaměřením na studenty
3. Průzkum preferovaných komunikačních kanálů z pohledu studentů technických středních škol
4. Návrh opatření na zlepšení náboru nových zaměstnanců z řad studentů technických středních škol v prostředí Správy železniční dopravní cesty, státní organizace
5. Zhodnocení navrhovaných opatření

#### Závěr

Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucí/ho**  
Rozsah pracovní zprávy: **50 - 60 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**  
Seznam odborné literatury:  
**dle pokynů vedoucí/ho práce**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Dalibor Gottwald, Ph.D.**  
Katedra dopravního managementu, marketingu  
a logistiky  
Datum zadání diplomové práce: **31. října 2018**  
Termín odevzdání diplomové práce: **17. května 2019**

doc. Ing. Libor Švadlenka, Ph.D.  
děkan

L.S.

doc. Ing. Jaroslava Hyršlová, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 12. dubna 2019

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnici Univerzity Pardubice č. 9/2012 Pravidla pro zveřejňování závěrečných prací a jejich základní jednotnou formální úpravu, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 15. 5. 2019

Bc. Michaela Novotná



Ráda bych poděkovala vedoucímu práce Ing. Daliboru Gottwaldovi, Ph.D., za vstřícný přístup a cenné rady při zpracovávání diplomové práce.

## **ANOTACE**

Práce se zabývá problematikou náborové komunikace v prostřední Správy železniční dopravní cesty, státní organizace a to konkrétně z pohledu studentů technických středních škol. Práce je členěna do pěti základních částí. V první řadě se jedná o teoretické vymezení řešené problematiky náboru. Následně je provedena analýza současného stavu komunikačních kanálů, které jsou SŽDC v rámci náborové komunikace využívány. Další část práce spočívá v realizaci vlastního průzkumu, jehož respondenty jsou studenti středních technických škol. V rámci průzkumu respondenti hodnotili jednotlivé formy komunikace dle jejich aktuálních preferencí. Čtvrtá část práce spočívá v návržení opatření ke zlepšení náborové komunikace SŽDC ve vztahu ke studentům středních technických škol. V rámci poslední části jsou navrhovaná opatření zhodnocena.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

lidské zdroje, nábor, komunikace, SŽDC

## **TITLE**

Recruitment process of technical high school students in Správa železniční dopravní cesty

## **ANNOTATION**

The master thesis deals with recruitment communication in Správa železniční dopravní cesty from point of view of students of technical high schools. Master thesis is divided into five chapters. Content of the first chapter is literature review of recruitment process. The next part analyzes the current state of communication channels in Správa železniční dopravní cesty. The third chapter contains the results of questionnaire survey whose respondents are students of technical high schools. In the survey, respondents evaluated individual forms of communication according to their individual preferences. The fourth part summarizes of proposing measures to improve the recruitment communication of Správa železniční dopravní cesty in relation to technical high school students. Proposed measures are evaluated in the last chapter of master thesis.

## **KEYWORDS**

human resources, recruitment, communication, SŽDC

# OBSAH

ÚVOD .....	9
1 TEORETICKÉ VYMEZENÍ PROBLEMATIKY NÁBORU ZAMĚSTNANCŮ .....	10
1.1 Personální činnosti .....	12
1.1.1 Plánování lidských zdrojů .....	14
1.1.2 Získávání pracovníků .....	15
1.2 Personální marketing, jako nástroj náboru .....	19
1.2.1 Metody získávání pracovníků .....	20
1.2.2 Komunikační kanály .....	21
1.2.3 Hodnocení komunikačních kanálů uživateli .....	27
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU NÁBOROVÉ KOMUNIKACE SPRÁVY ŽELEZNIČNÍ DOPRAVNÍ CESTY, STÁTNÍ ORGANIZACE SE ZAMĚŘENÍM NA STUDENTY .....	29
2.1 Představení organizace .....	29
2.2 Analýza komunikačních kanálů v rámci náboru .....	33
3 PRŮZKUM PREFEROVANÝCH KOMUNIKAČNÍCH KANÁLŮ Z POHLEDU STUDENTŮ TECHNICKÝCH STŘEDNÍCH ŠKOL .....	39
3.1 Časový harmonogram průzkumu .....	39
3.2 Struktura dotazníku .....	40
3.3 Charakteristika zapojených respondentů .....	41
3.4 Výsledky průzkumu .....	42
4 NÁVRH OPATŘENÍ NA ZLEPŠENÍ NÁBORU NOVÝCH ZAMĚSTNANCŮ Z ŘAD STUDENTŮ TECHNICKÝCH STŘEDNÍCH ŠKOL V PROSTŘEDÍ SPRÁVY ŽELEZNIČNÍ DOPRAVNÍ CESTY, STÁTNÍ ORGANIZACE .....	55
4.1 Budování povědomí o značce s využitím geocachingu .....	55
4.1.1 GeoTour .....	56
4.1.2 Eventy .....	59
4.1.3 Geocoin .....	60
4.2 Budování vztahu žáků základních škol k železnici a technickým oborům - tábory pro žáky vyššího stupně základních škol .....	61
4.3 Komunikace realizovaná v prostředí internetu a přímý kontakt se zaměstnanci .....	62
4.3.1 Sjednocení motivu využívajícího nové logo a barvy SŽDC .....	62
4.3.2 Nové WWW ministránky sloužící pouze pro nábor .....	63
4.3.3 Přizpůsobení komunikace příjemcům využívajícím chytrý telefon .....	63

4.3.4	Poskytnutí možnosti komunikace studentů se zaměstnanci různých pracovních pozic .....	64
5	ZHODNOCENÍ NAVRHOVANÝCH OPATŘENÍ .....	65
5.1	Náklady na geocaching .....	65
5.2	Náklady na tábory pro žáky vyššího stupně základních škol .....	67
5.3	Komunikace realizovaná v prostředí internetu a přímý kontakt se zaměstnanci .....	67
	ZÁVĚR .....	70
	POUŽITÁ LITERATURA .....	72
	SEZNAM TABULEK .....	78
	SEZNAM OBRÁZKŮ .....	79
	SEZNAM ZKRATEK .....	81
	SEZNAM PŘÍLOH .....	82

# ÚVOD

Lidské zdroje jsou pro podnik jedním z nejdůležitějších výrobních faktorů, bez kterého nemůže být podnik úspěšným na trhu. Důkazem toho jsou práce Armstronga (2007), Coleho (2002) či Dvořákové (2012), které pojednávají o důležitosti lidských zdrojů. Jedná se přitom o velmi rozsáhlou oblast, kterou je nutné řídit strategicky jako celek, ale která se zároveň skládá z mnoha dílčích činností. Personalisté se tak musí starat o kontinuální zabezpečení lidských zdrojů, to znamená nejen starost o současné zaměstnance, ale také získávání nových.

V rámci logického uspořádání, bude diplomová práce rozdělena do pěti kapitol. Na základě literární rešerše dostupných vědeckých zdrojů bude první kapitola teoreticky vymezovat řešenou problematiku. První část kapitoly bude vsazovat získávání zaměstnanců do širšího rámce řízení lidských zdrojů a pojednávat o personálních činnostech, které předchází a jsou důležité pro proces získávání pracovníků. Druhá část bude zaměřena na samotné získávání pracovníků a zejména na nábor z externích zdrojů, který je zásadně ovlivňován kvalitou a využitými komunikačními kanály, které si podnik vybírá, a také jeho postavením na trhu práce.

Aby mohl podnik nastavit správnou komunikaci je důležité analyzovat současný stav ve kterém se nachází, a to jednak z vnějšího tak i vnitřního prostředí. Druhá kapitola má tak za úkol představení Správy železniční dopravní cesty, statní organizace (SŽDC) společně s realizací vlastní analýzy současného stavu náborové komunikace zaměřené na studenty středních technických škol jako na možné budoucí zaměstnance SŽDC. Samotná analýza bude realizovaná ve dvou rovinách. V první řadě se jedná o analýzu komunikační kanálů, které SŽDC v rámci náboru využívá. V druhé řadě se jedná zjištění aktuálního stavu hodnocení jednotlivých komunikačních kanálů využívaných SŽDC v rámci náboru z pohledu studentů středních technických škol.

Na základě informací zjištěných ve druhé a třetí kapitole budou ve čtvrté části navrženy nové možnosti náborové komunikace či úpravy stávajících kanálů, které by měly vést k jejímu zlepšení. V poslední, tj. v páté kapitole budou předložené návrhy postoupeny zhodnocení.

Cílem práce je na základě teoretického vymezení problematiky náboru zaměstnanců provést analýzu současného stavu náborové komunikace SŽDC. V rámci samotné analýzy bude proveden také vlastní průzkum preferovaných komunikačních kanálů z řad studentů středních technických škol, jež bude následně sloužit jako podklad pro návrh opatření pro zlepšení náboru nových zaměstnanců z řad studentů středních technických škol. Navržená opatření budou následně zhodnocena.

# 1 TEORETICKÉ VYMEZENÍ PROBLEMATIKY NÁBORU ZAMĚSTNANCŮ

Koubek (2011) a Žufan (2012) zařazují nábor mezi personální činnosti, které jsou důležité pro řízení lidských zdrojů.

Důležitost lidských zdrojů vychází ze současných trendů při tvorbě strategie podniku. Sedláčková (2007, s. 106) uvádí dva přístupy, a to zaprvé „*odvětvově orientovaný přístup SBV (Structured based view) a zdrojově orientovaný přístup (Resourced based view)*“. Zatímco první přístup pracuje se statickým pohledem, který je založen na odlišnosti konkurence v nákladech a cenách, či v dnešní globalizované době spíše využívaném dynamickém přístupu, který spatřuje zdroj konkurenční výhody v inovacích. Na tomto přístupu je také podle Sedláčkové (2007) založen Porterův model pěti sil analyzující odvětví a konkurenční prostředí, v němž se daný podnik nachází. Naproti tomu druhý přístup pracuje se zdroji podniku, jež jsou pro každé konkurenční podniky heterogenní, a spatřuje v nich základ konkurenční výhody. Sedláčková (2007) dále říká, že je nemožné nalézt dva zcela stejné podniky, jež by disponovaly totožnými zdroji, schopnostmi a podnikovou kulturou.

Bláha a et al. (2005) i Sedláčková (2007) shodně rozdělují základní zdroje firmy do čtyř kategorií a to:

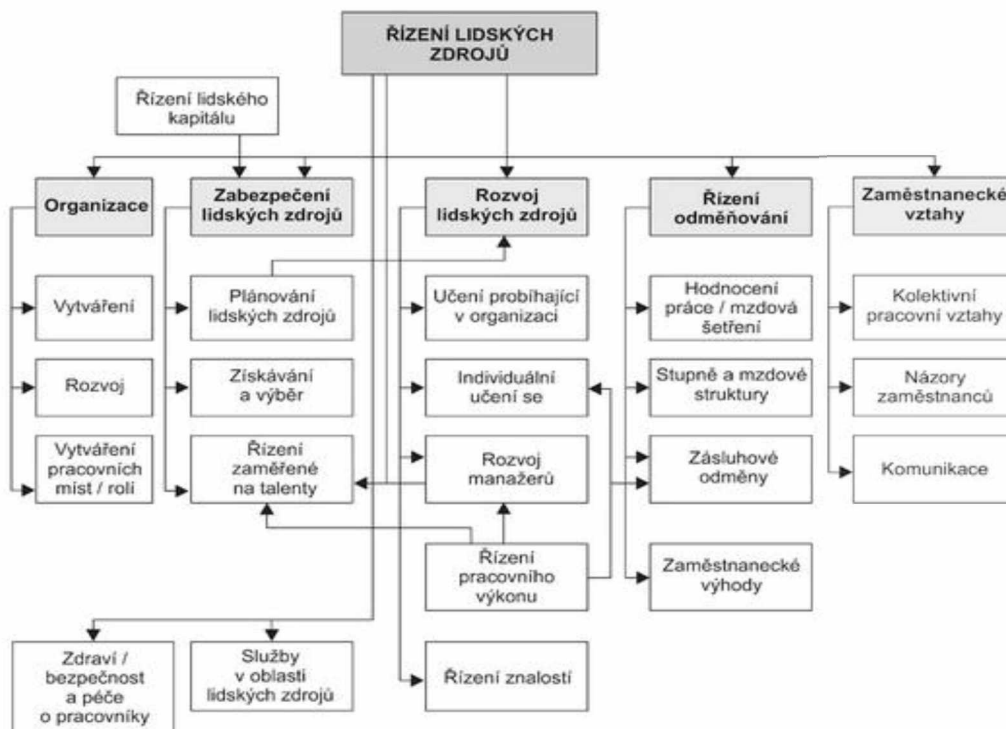
- Hmotné zdroje, u nichž nestačí pouze znát jejich počet, ale i technický stav, spolehlivost, možnosti jejich umístění v blízkosti zdrojů surovin nebo možnost nahrazení novějšími technologiemi.
- Lidské zdroje, na jejichž důležitosti se autoři shodují a uvádějí, že je důležité o nich pečlivě vést data, a konkurenční výhodu lze získat jejich kvalifikací nejen na vysokých místech.
- Finanční zdroje doporučují autoři pečlivě zhodnotit z hlediska jejich nezbytnosti a potenciálu.
- Nehmotné zdroje, kterými jsou logo, značka, know how a především licence, či ochranné známky.

Důležitost těchto oblastí sdílí i Trehan a Jain (2015) a velký důraz kladou na kvalitu lidských zdrojů. Chang, Wang a Liu (2016) označují lidský kapitál, který sebou nesou lidské zdroje, za nejdůležitější část, jež pohání podnik ke kontinuálnímu růstu a rozvoji. McGuirk, Lenihan a Hart (2008) jdou ještě dál a zaměřují se na inovace, které mohou zaměstnanci přinést. Z uvedeného vyplývá, že lidské zdroje jsou důležité pro každý podnik a neměl by péči o ně zanedbávat.

## Řízení lidských zdrojů

Armstrong a Taylor (2015) mezi zakladatele řízení lidských zdrojů řadí Eltona Mayo (1933), který spatřuje závislost mezi výsledky práce lidí a jejich spokojeností, neopomínají ani Bakka (1966), který nejspíše poprvé hovoří o lidských zdrojích, ani další autory, jako jsou Armstrong (1977), jež považuje lidské zdroje za klíčové pro každý podnik, nebo Charlese Fombruna s jeho týmem a Michaela Beera a jeho tým. Rovněž Koubek (2007) označuje řízení lidských zdrojů za jádro v řízení organizace a samotného člověka za nejdůležitější výrobní vstup.

Jak už bylo uvedeno v úvodu kapitoly řízení lidských zdrojů je součástí strategického řízení. Armstrong a Taylor (2015, s. 45) říkají, že: „*řízení lidských zdrojů se zabývá vším co souvisí se zaměstnáváním a řízením lidí v organizacích*“. Jedná se o soubor činností jejichž cílem je získání konkurenční výhody optimálním rozmístěním pracovníků, což podle Armstronga (2002) znamená jejich pečlivý výběr, zaangažování, motivaci, rozvoj jejich potenciálu a zejména individuální přístup k pracovníkům a jejich potřebám. Na obrázku 1 je možné vidět detailnější rozdělení činností dle Armstronga (2007), které jsou zařazeny do větších skupin a to organizace, zabezpečení lidských zdrojů, rozvoj lidských zdrojů, řízení odměňování a zaměstnanecké vztahy.



Obrázek 1 Řízení lidských zdrojů (Armstrong, 2007)

Charakteristiky řízení lidských zdrojů uvedené Armstrongem (2002) a Koubkem (2007) lze shrnout do těchto bodů:

- strategický přístup zaměřený na dlouhodobé plánování,
- klíčová úloha Human Resources Management (HRM) a její napojení na strategické plány organizace,
- činnosti na úrovni vrcholového managementu, ale zároveň součást každodenní práce vedoucích pracovníků,
- zaměření se na externí faktory ovlivňující tržní prostředí na trhu práce, jako je populační vývoj, vzdělání, ekonomické podmínky atp.,
- důležitost zaměstnání loajálních zaměstnanců, a jejich další rozvoj pro zvládnutí adaptace na nové podmínky,
- zaměření se na výkony pracovníků, ale i na jejich spokojenost v zaměstnání,
- participaci pracovníků na vedení podniku,
- účinný systém odměňování zaměstnanců v závislosti na jejich loajalitě, schopnostech, výkonu a kvalifikaci,
- podpora týmové práce,
- orientace na spokojeného zákazníka.

## 1.1 Personální činnosti

Zda řízení lidských zdrojů je rozdílné od personálního řízení či není se názory autorů různí. Jak uvádí Armstrong (2002), autoři Leggeová (1989) či Storey (1993) upozorňují na revoluční pojetí HRM, naproti tomu například Torrington (1989) říká, že se jedná jen o zdokonalenou kombinaci dosavadních zkušeností. Dalo by se říci, že tento názor sdílí i Dvořáková (2012), protože označuje teorii HRM za takzvanou „*best practices*“, jež je souborem osvědčených postupů, zásad a politik používaných při personálních činnostech v nejúspěšnějších firmách. Kociánová (2010) upozorňuje na strategické pojetí HRM a společně s Armstrongem (2002) činnosti HRM přisuzují vrcholovému managementu, zatímco personální činnost je úkolem každého vedoucího pracovníka. Koubek (2011) pak uvádí, že řízení lidských zdrojů je nejmodernějším pojetím personálních činností. Foot, Hook a Galvas (2002) i Koubek (2011) podobně rozděluji tyto činnosti do těchto bodů:

- analýza potřebných pracovních míst,
- vytváření pracovní pozic včetně definice pracovních úkolů, pravomocí i odpovědností,
- personální plánování, jež zahrnuje plánování potřeby pracovníků s danou kvalifikací i jejich optimální rozvoj,



- činnosti související s přijetím nových zaměstnanců, tedy jejich nábor, výběr, příjem, adaptace,
- smlouvy s pracovníky a vedení personální dokumentace,
- rozmisťování pracovníků,
- hodnocení pracovníků,
- odměňování pracovníků – finanční i jiné benefity motivující pracovníky k vyšším výkonům,
- kontinuální rozvoj a vzdělávání pracovníků,
- budování firemní kultury podporující dobré podmínky a vztahy na pracovišti – komunikace mezi jednotlivými skupinami zaměstnanců, podpora v komunikaci jednotlivců,
- péče o zaměstnance – firemní prostředí, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, režim práce, firemní zaměstnanecké volnočasové aktivity, služby pro zaměstnance i jejich rodiny,
- problematika propouštění zaměstnanců,
- personální informační systémy důležité zejména ve větších podnicích, slouží ke snadnější orientaci a evidenci pracovníků, pracovních míst, mezd, pojištění, ale i vzdělávání či výkonů.

Velmi podobné rozdělení používá i Dvořáková (2012), i když každý z autorů používá různou míru podrobnosti v některých činnostech a lze nalézt mírné odlišnosti v pořadí, všichni autoři se řídí životním cyklem pracovní pozice i zaměstnance jako takového. Koubek (2007) ještě vymezuje již dříve existující činnosti, které byly doposud součástí výše uvedených, ale v dnešní době nabývají na důležitosti. Jedná se o kontinuální průzkum trhu práce, kde podniky zkoumají především zdroje pracovních sil a konkurenční nabídky, zároveň Koubek (2007) uvádí že tato činnost souvisí se strategickým řízením. Další činností je podle Koubka (2007) průzkum, zjišťování a také problematika zpracování informací zaměřených interně i externě. Koubek (2007) nezapomíná ani na zdravotní péči o zaměstnance, včetně pravidelných prohlídek a problematiku dodržování Zákoníku práce, ve znění pozdějších předpisů (Česko, 2006) a dalších pracovních předpisů.

Z uvedeného vyplývá že činnosti spojené s řízením lidských zdrojů jsou v podniku vykonávány na různých stupních organizační struktury. A jak říká Dvořáková (2012), záleží na konkrétním podniku, jestli bude mít zvláštní personální útvar, pak je důležitá optimalizace

počtu pracovníků v tomto útvaru, nebo personální činnost si bude vykonávat každý vedoucí pracovník samostatně.

### 1.1.1 Plánování lidských zdrojů

Pokud podnik postupuje chronologicky v personální činnostech, a za předpokladu kvalitně zpracované analýzy potřebných pracovních míst, nastává čas na plánování lidských zdrojů, což podle Koubka (2011) neznamena jen zajištění pracovníků pro současnost, ale především do budoucna. Kociánová (2010) přitom říká, že plán lidských zdrojů by měl být součástí souhrnného plánu podniku, a měl by mít stanoveny dílčí cíle, jež povedou k dosažení cílů celého podniku. Armstrong (2007) a Dvořáková (2012) jako nejdůležitější cíle stanovují:

- získávání a udržování optimálního počtu pracovníků s optimálními dovednostmi a schopnostmi,
- předvídání a zamezování nedostatku či přebytku zaměstnanců,
- flexibilita pracovníků a rozvoj jejich kvalifikace vedoucí k rychlé adaptaci na současné i budoucí turbulentní prostředí,
- snaha získávat pracovníky z interních zdrojů prostřednictvím rekvalifikace, čímž lze dosáhnout snížení závislosti na externích zdrojích,
- optimalizace využití pracovníků.

Podnik musí sledovat vnější i vnitřní prostředí při plánování lidských zdrojů. Žufan (2012) z vnějšího prostředí uvádí zejména faktory:

- ekonomické – aktuální stav a vývoj trhu práce, úroveň mezd,
- sociální – demografie regionu, systém vzdělávání, specifika národu, například v souvislosti s ochotou cestovat za prací, sociální politika státu
- legislativní – platné zákony,
- aktuální politická situace – stabilita,
- technologické – inovativní technologie a rychlost pokroku,
- konkurenti na trhu práce.

Kociánová (2010) uvádí vnitřní podmínky, mezi které řadí know how organizace, její význam, pověst, prestiž, úroveň mezd a dalších benefitů pro zaměstnance, ale i možnost osobního rozvoje a kvalifikace v organizaci, vztahy na pracovišti či sídlo společnosti a postoj k životnímu prostředí.

Koubek (2007) i Žufan (2012) se shodují, že výsledný plán řízení lidských zdrojů by měl odpovídat na otázky zabývajícími se:

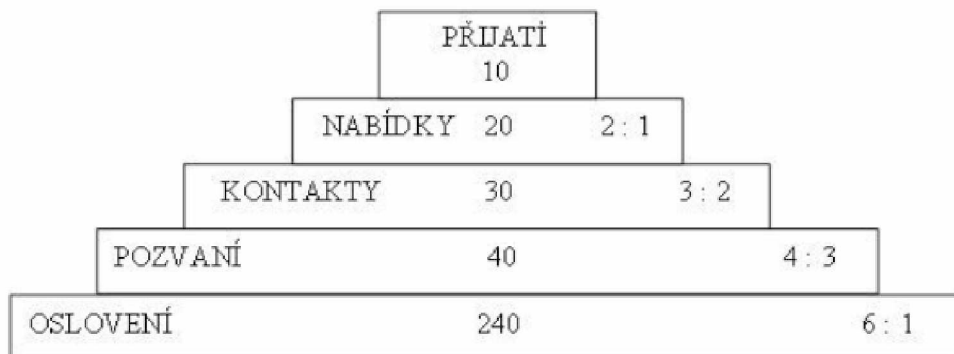
- definicí potřebných pracovníků a jejich počtem,

- časovým plánem potřeby konkrétních pracovníků,
- zdrojem ze kterého pracovníky podnik získá (interní, externí),
- volba konkrétních metod a nástrojů k dosažení cílů,

Žufan (2012) navíc přidává finanční stránku celého procesu.

### 1.1.2 Získávání pracovníků

Po procesu plánování lidských zdrojů nastává proces získávání pracovníků. Koubek (2007) tento proces označuje za klíčový, protože se v této fázi rozhoduje o konkurenceschopnosti organizace, jež bude zajištěna pomocí lidských zdrojů. Koubek (2007) i Kociánová (2010) varují před zaměřováním získávání pracovníků s náborem. Protože nábor znamená, že podnik se snaží získat pracovníky jen z venku, zatímco získávání pracovníků je v dnešním pojetí strategický proces, kdy se podnik snaží získat pracovní sílu i z vlastních zdrojů, hospodařit s pracovní silou a neustále zvyšovat produktivitu práce. Jak je vidět z náborové pyramidy na obrázku 2 od Cascia (1991), při získávání pracovníků z vnějších zdrojů postupně během procesu rychle uchazečů ubývá, a proto se nejedná o efektivní proces.



**Obrázek 2** Náborová pyramida (Cascio, 1991)

Podrobnější členění procesu získávání pracovníků, které využívá Koubek (2007) by se dalo shrnout do stejného rozdělení, které používá Armstrong (2007):

- definice požadavků – specifikování pracovního místa,
- přilákání uchazečů – identifikace možných vnitřních i vnějších zdrojů uchazečů, výběr metod získávání uchazečů,
- výběr uchazečů – sběr dokumentů od uchazečů, analýza dokumentů, pohovory a testování uchazečů, příprava nového pracovního vztahu.

## **Definice požadavků**

Armstrong (2002) uvádí, že při definování požadavků na konkrétní pracovní pozici je důležité vycházet z plánování lidských zdrojů a potřeb, úkolů, cílů a činností, které pozice zahrnuje. Někdy ovšem podle Žufana (2012) je nutné reagovat rychle na konkrétní potřebu. Další požadavky, které personalista dle Armstronga (2002) musí definovat jsou vzdělání, praxe, kvalifikace, získané zkušenosti, schopnosti a vlastnosti budoucího zaměstnance. Jak uvádí Žufan (2012) práce personalisty i vedoucího pracovníka, který by měl spolupracovat při stanovování požadavků, je ulehčena, pokud je dobře provedený popis pracovního místa. Dělení, jež Armstrong (2002) doporučuje, rozděluje požadavky do tří skupin a na podstatné a žádoucí.

- odborné schopnosti – související s pracovní pozicí,
- chování – například odolnost vůči stresovým situacím, pozitivní vztah k práci, komunikační dovednosti, nekonfliktnost a v dnešní globalizované době požadovaná flexibilita či improvizace,
- odborná příprava – dosažené vzdělání, délka praxe.

Koubek (2007, s. 134) dává důraz na potřebnou míru podrobnosti, která podle něj má být v poměru s důležitostí obsazované pozice a používá rozdílné dělení, a to do čtyř kategorií:

- „*vzdělání a kvalifikace,*
- *dovednosti a schopnosti,*
- *pracovní zkušenosti,*
- *charakteristiky osobnosti“.*

Také důležitost požadavků Koubek (2007) na rozdíl od Armstronga (2002) rozděluje do čtyř úrovní:

- nezbytné – požadavky, které jsou nepostradatelné pro výkon pracovní pozice,
- žádoucí – požadavky umožňující efektivnější výkon práce, ale lze je získat zácvikem či vzděláním,
- vítané – požadavky umožňující flexibilitu pracovníka v rámci podniku,
- okrajové – k pracovní pozici nejsou požadavky nutné, je možné zabezpečit jiným způsobem.

I Armstrong (2002) upozorňuje na příliš vysoké nároky na budoucího zaměstnance, které mohou vést až k nespokojenosti pracovníka, pokud je v budoucnu v práci nevyužije.

Stanovené požadavky se při výběru pracovníků musí porovnat s kompetencemi uchazečů, k tomu slouží Rodgerův (1952) sedmibodový model, který doporučuje Kociánová

(2010) ke stanovení kritérií hodnocení. Na sedmi bodech se shodují Cornelius (2002), Thomas, Mason a Ford (2003), Kociánová (2010) i Armstrong (2007):

- fyzické vlastnosti – mluvnické schopnosti, stavba těla, zdraví,
- vědomosti a dovednosti – dosažené vzdělání, zkušenosti, kvalifikace,
- všeobecná inteligence – myšlení pod tlakem,
- zvláštní schopnosti – komunikační schopnosti, manuální zručnost, připravenost k výkonu pozice,
- zájmy – sportovní, společenské, umělecké a další aktivity vykonávané uchazečem ve volném čase,
- osobní dispozice – vlastnosti uchazeče, trpělivost, týmovost, samostatnost, vytrvalost a další,
- vnější okolnosti – rodinné situace, soukromí, přátelé.

V dnešní době podle Armstronga (2007) častěji využívaný je Pětisložkový Fraserův (1978) model, který uvádějí i Kociánová (2010) a Cole (2002) a shrnují ho do bodů:

- vliv na ostatní – vnější vzhled, první dojem, mluvený projev,
- dosažená kvalifikace – dosažené vzdělání, praxe,
- vrozené schopnosti – vrozené schopnosti chápání a učení se,
- motivace – vnitřní motivace vedoucí k dosažení cílů,
- emoční nastavení – odolnost vůči stresu, citové založení, vztah s ostatními lidmi.

Kociánová (2010) dodává, že v dnešní době je používaný způsob založený na kompetencích uchazeče pro výkon práce, tedy preferovaný je uchazeč nikoliv obsazované místo. Jak popisuje Štikar (2003) každý člověk se neustále vyvíjí a proměňuje se v čase, důležitá je tedy predikce jeho vývoje do budoucna. Robertson, jak uvádí Kociánová rozděluje prediktory do třech kategorií:

- založené na minulosti – životopis,
- založené na současnosti – assessment centre, pohovor,
- založené na budoucnosti – situační chování, interview.

Uvedené metody pomáhají vybrat takového uchazeče, který bude vhodný pro výkon pracovní pozice.

### **Přilákání uchazečů**

Potřebný počet uchazečů, které personalisté musí získat, a na výběrovém řízení z nich vybrat budoucího zaměstnance, lze podle Měrtlové (2014) získat z vnitřních či vnějších zdrojů. Ať už podnik získává pracovníky z vnitřních či vnějších zdrojů, je důležité na základě Koubka

(2007) hodnotit vnější i vnitřní podmínky, ve kterých se podnik nachází. Takové možnosti poskytuje například SWOT analýza, jež je strategickým nástrojem definovaným Kotlerem a Kellerem (2013), jako nástroj pro analýzu externího prostředí a z toho plynoucí příležitosti a hrozby, vnitřního prostředí podniku reprezentovaného silnými a slabými stránkami. Kotler a Keller (2013) zároveň zdůrazňuje, že míra podrobnosti a zaměření, vždy závisí na konkrétní situaci, pro kterou je matice sestavována.

### **Vnitřní zdroje uchazečů**

V závislosti na personální politice podniku, může být dle slov Kociánové (2010) preferovaný kariérní růst v rámci organizační struktury podniku, jež jednak zajišťuje stálost na klíčových pozicích, a zároveň minimalizuje náklady a čas na získání pracovníků i na adaptaci. Bláha, Mateiciuc a Kaňáková (2005) mezi další výhody řadí znalost silných a slabých stránek pracovníků, a také zmiňují menší finanční náročnost. Koubek (2007) vnitřní zdroje podniku dělí na:

- volné pracovníky v důsledku technického pokroku – nahrazení lidské práce stroji, efektivnější organizace práce, či efektivnější technologie,
- reorganizační změny, změny činností,
- pracovníky, kteří dosáhli praxe či kvalifikace v rámci výkonu pozice na nižší úrovni a mohli by postoupit výše,
- pracovníky mající zájem postoupit, i když jsou racionálně využiti na současné pozici.

Žufan (2012) navíc zařazuje mezi vnitřní zdroje i pracovníky vracející se z mateřské či rodičovské dovolené, studenty absolvující v podniku praxi, brigádu či stáž.

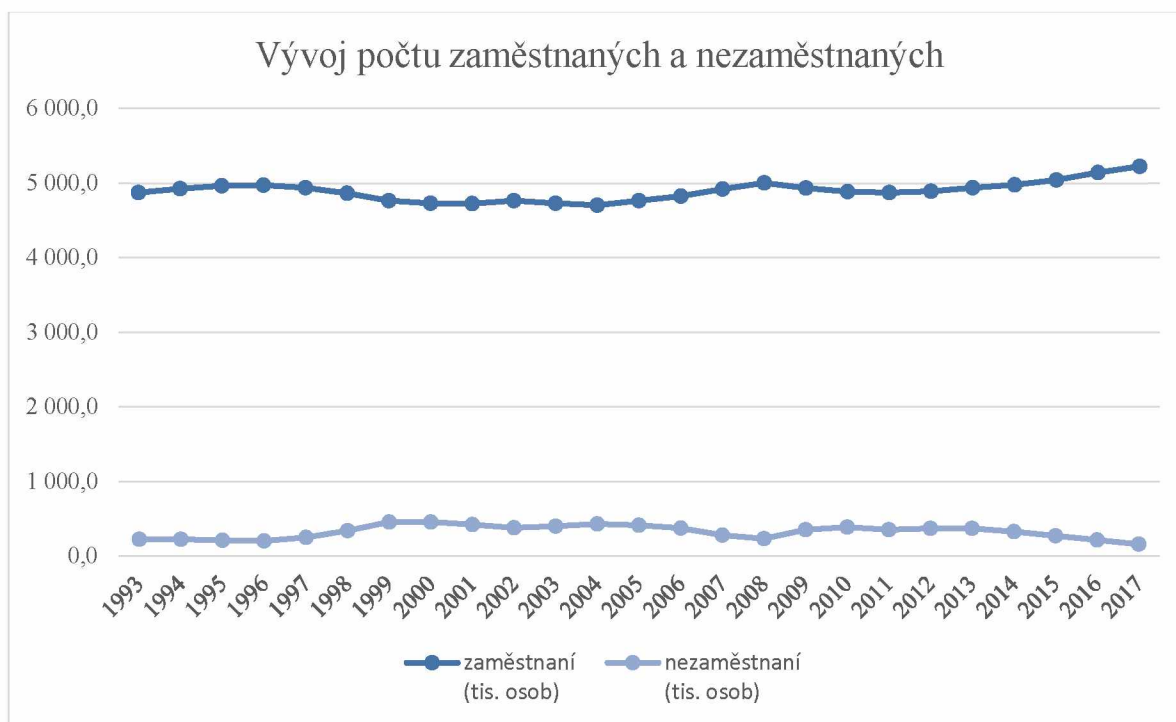
### **Vnější zdroje uchazečů**

Protože hlavní nevýhodou, kterou spatřují Bláha, Mateiciuc a Kaňáková (2005), je omezený rozsah vnitřních zdrojů, podnik musí hledat i externí zdroje. Mezi jejich výhody patří hlavně rozsah, který Koubek (2011) uvádí na prvním místě, umožňující najít optimálnějšího pracovníka. Za rozsahem následují novinky a inovace přicházející s novým zaměstnancem a také důležité úspory při získání talentů a techniků, které podnik sám nemusí vyškolovat. Samozřejmě, že vnější zdroje mají i nevýhody, které vyjmenovává Koubek (2007), a doplňuje Měrtllová (2014). Jedná se především o časovou náročnost, finanční náročnost, zejména při využití agentur, náročnost na znalost metod a postupů, obtížnost při výběru z dokumentů poskytnutých uchazeči, a z toho vyplývající riziko přijetí nevhodného uchazeče, problematiku adaptace, doškolení, zapracování. Vnější zdroje Žufan (2012) rozděluje na tři skupiny:

- volné uchazeče na trhu práce, hledající iniciativně práci – uchazeči převážně registrovaní na Úřadu práce aktivně odpovídající na inzeráty nabízející práci, Žufan (2012) sem řadí i absolventy vzdělávacích institucí, ale Koubek tuto skupinu vyčleňuje zvlášť,
- zaměstnance toužící po změně – například z důvodu finanční nespokojenosti, problémům v kolektivu, negativnímu prostředí, dojezdové náročnosti či pocitu monotónnosti,
- zaměstnanci, kteří netouží po změně, ale přiláká je nabídka jiného podniku – většinou specialisté o které se podniky přetahují.

Podle Koubka (2007) podniky nesmí zapomínat ani na ženy v domácnosti, důchodce, studenty, pracovníky ze zahraničí, kteří často pracují na zkrácené, ale i plné úvazky.

Podniky v dnešní době narážejí na obrovský problém, spočívající v nedostatku volných uchazečů. Jak je možné vidět na obrázku 3, zatímco počet zaměstnaných roste, počet nezaměstnaných v posledních letech klesá, a podniky tak mají velice omezené možnosti získat kvalifikovanou pracovní sílu.



**Obrázek 3** Vývoj počtu zaměstnaných a nezaměstnaných od roku 1993 do roku 2017 (Český statistický úřad, 2019)

## 1.2 Personální marketing, jako nástroj nábory

V řízení lidských zdrojů se čím dál častěji uplatňují marketingové nástroje, takové spojení Bednář (2013) označuje za HR (Human Resource) marketing neboli personální

marketing. Kociánová a Bednář mezi úkoly HR marketingu zahrnují vytváření a udržování dobrého image podniku jako zaměstnavatele na trhu práce, prezentace systému odměňování, získávání pracovníků, zajištění pracovní síly, poukázání na péči o zaměstnance a jejich rozvoj, a mnoho dalších aktivit. Jedním z nástrojů, které Bednář (2013) uvádí je tzv. employer branding, neboli budování značky zaměstnavatele. Jak říká generální ředitelka AAA Auto Karolína Topolová (2019) je v dnešní době nezbytné vylepšovat HR marketing, a zabývá se nástrojem získávání pracovníků. Jak Bednář (2013) říká, protože se jedná o marketing lze využít 4P mix tedy cena, místo, produkt, propagace, zároveň zaměstnavatel a zaměstnanci jsou vlastně nabízejícími i kupujícími zároveň, protože ale mají povětšinou problém potkat se na jednom místě, je využívána politika propagace. Podnik k budování značky zaměstnavatele a informování o pracovních nabídkách využívá podle Bednáře (2013) marketingové komunikace. Protože komunikace je důležitým nástrojem marketingu je dle Kotlera a Kellera (2013) důležité stanovit optimální komunikační mix, který povede k dosažení cílů. K tomu může podnik využívat různé metody a komunikační kanály.

### **1.2.1 Metody získávání pracovníků**

Cílem, který stanovuje Koubek (2007), je informovanost uchazečů, které podnik chce oslovit a jejich získání k práci v podniku. Zároveň říká, že volba optimální kombinace využitých metod závisí na času na obsazení volného pracovního místa, kvalifikaci potřebné na obsazované pozici či aktuální tržní situaci na trhu práce. Podnik tedy chce navázat komunikaci, kterou Foret (2006) definuje jako reakci druhé strany na prezentaci první strany. V tomto případě se tedy jedná o reakci uchazečů na nabídku pracovního místa podnikem. Dle Lasswellova komunikačního schéma, které Foret (2006) popisuje, si podnik musí uvědomit, kdo komunikuje, co přitom říká, jaký kanál využívá, komu to říká a s jakým výsledným efektem. Bernátová (2001) popisuje jednotlivé složky modelu procesu komunikace:

- komunikátor – kdo chce komunikovat,
- kódování – transformace předmětu komunikace na soubor symbolů, prvků a tvarů,
- zpráva – výsledek kódování, v tomto případě nabídka volné pracovní pozice,
- komunikační kanál – nosič zprávy,
- komunikant – příjemce zprávy, který zprávu dekóduje díky svým schopnostem,
- zpětná vazba – reakce příjemce na zprávu umožňující vzájemnou komunikaci obou stran,
- šum – faktory ovlivňující samotnou zprávu či její přenos.



Pokud podnik chce získat zaměstnance, musí tedy vědět, že komunikátorem je sám podnik, ať už komunikuje prostřednictvím personálního oddělení či nadřízeného obsazované pozice. Předmětem sdělení je nabídka volného pracovního místa, která je vyjádřena například inzerátem umístěným v komunikačním kanálu, jímž jsou noviny, které se dostanou k příjemci, který inzerát přečte a tím, že na něj odpoví, umožní komunikaci, která může vést až k pracovní smlouvě. Celý proces může ovlivnit šum způsobený pro příklad nekvalitním tiskem novin, jež způsobí nečitelnost kontaktů, a tak znemožní navázání komunikace.

Vzhledem k tomuto modelu a postupu v plánu získávání pracovníků se podnik musí soustředit na kódování sdělení jehož transformací vznikne zpráva a na volbu komunikačního kanálu, protože ví, kdo komunikuje, zná sdělení, které chce sdělit i cílovou skupinu, které má být sdělení doručeno. Šum může podnik redukovat, ale ne úplně potlačit.

Sdělení, které podnik chce sdělit, je volná pracovní pozice, definice požadavků na uchazeče a často i nabídky podniku pro uchazeče v případě přijetí do pracovního poměru. Zakódování převádí toto sdělení na atraktivní zprávu, jak uvádí Příkrylová a Jahodová (2010), tvořenou znaky, symboly, diagramy, obrázky, fotografiemi atp. Autorky také podporují kontinuálnost časovou i vzhledovou takové komunikace. Jako funkci kódování stanovují upoutání pozornosti komunikanta, podporu a vyvolání reakce, vyjádření smyslu, záměru, existence.

### 1.2.2 Komunikační kanály

Základní dělení, které zmiňují Příkrylová a Jahodová (2010), je na kanály řízené podnikem a neřízené podnikem. Řízené kanály, jsou takové, u kterých podnik definuje, sestavuje a sám šíří sdělení, může se jednat o osobní komunikaci, kdy jedna, dvě nebo více osob komunikují navzájem. Naproti tomu pro komunikaci s velkým množstvím osob podniky využívají třetí subjekt, jedná se o takzvaná masová média, která ale neumožňují okamžitou zpětnou vazbu, výjimkou se poslední dobou stává internet. Druhou skupinou zmiňovanou Příkrylovou a Jahodovou (2010) jsou kanály neřízené podnikem, jež mohou šířit pozitivní, ale i negativní zprávy o podniku, opět se rozdělují na osobní (pomluvy a pochvaly zákazníků či zaměstnanců) a neosobní, produkované sdělovacími prostředky.

Podle Koubka (2007) lze do náborové komunikace podniku zařadit různé způsoby navázání komunikace, které doplňuje Armstrong (2002), Žufan (2012) a Kociánová (2010). Způsoby lze shrnout do následujících bodů:

- 1) **Inzerce v tištěných médiích** – Žufan (2012), který hodnotí tuto metodu jako nejčastěji využívanou, zároveň říká, že vhodná je především inzerce v regionálních či místních

denících, kde umístění inzerce trvá je pár dnů a cena je přijatelná. Ovšem pro obsazování pozic specialistů či manažerů radí využívat celostátní deníky, i když zde jsou náklady vyšší. Zároveň Žufan (2012) upozorňuje, že inzerce v tištěných médiích je vytlačována internetem.

- 2) **Inzerce v ostatních sdělovacích prostředcích** – do této skupiny Koubek (2007) zahrnuje inzerci v televizi a rozhlasu, zároveň spatřuje velkou výhodu takové inzerce v tom, že jde až k uchazeči, naopak nevýhodou je cena především při využití televize.
- 3) **Využití internetu** – o různých způsobech využití internetu, negativních i pozitivních zkušenostech mluví Hlava, Fikar a Plotěný (2015) významní čeští podnikatelé. Frey (2011) říká, že digitální komunikace se mění takovou rychlostí, že co platilo před měsícem, už dnes může být zastaralé. Koubek (2007) označuje získávání pracovníků elektronickou formou za e-recruiting. Kociánová (2010) mluví o získání pracovníků online pomocí počítačových sítí jako o e-recruitmentu. Hlavní výhody, které na e-recruitmentu spatřuje Armstrong (2007), je množství informací, které o sobě zaměstnavatel může poskytnout k přilákání uchazeče, rychlost komunikace, elektronická výměna dokumentů i možnost elektronických testů. Samozřejmě jsou zde i nevýhody, které Armstrong (2007) vidí hlavně v zahlcování personalistů informacemi od nevhodných uchazečů a Koubek (2007) v nerovnováze dostupnosti sítí pro všechny.

Niklas a Böhm (2011) mluví o stále rostoucím počtu a konkurenci mediálních kanálů využívajících internet a s tím spojeným tlakem na personalisty, kteří pečlivě musí rozdělovat peněžní prostředky. O efektivnosti internetového náboru pro vyšší pozice i o využití v kombinaci s jinými kanály pro nižší pozice píše i Hroník (2007).

Příkrylová a Jahodová (2010) rozlišují dvě základní služby využívající internet, a to Word Wide Web dále WWW stránky, jež jsou souhrnem dokumentů na internetu a elektronickou poštu, která se neustále rozvíjí. Mezi nejdůležitější prezentaci firmy na internetu podle Příkrylové a Jahodové (2010) patří WWW stránky podniku, které podle Foreta (2006) musí splňovat 4 základní pravidla:

- soulad se zásadami standardů pro WWW stránky a web design,
- soulad s jednotným vizuálním stylem organizace – firemní logo, barevné schéma,
- přístup pro všechny skupiny uživatelů bez ohledu na jejich příslušnost či handicap,

- přístup uživatelů ze všech platforem – osobní počítač, telefon, tablet a další zařízení.

Armstrong (2002) uvádí další stránky, kde podnik může prezentovat nabídky pracovních míst.:

- Specializované pracovní portály – mezi které Hroník (2007) pro Českou republiku řadí portály společnosti LMC provozující práce.cz a jobs.cz, ty vyrostly z databáze životopisů uchazečů do nejpoužívanějších portálů pro získání pracovníků. O jejich využívání a pozitivních zkušenostech mluví i Hlava, Fikar a Plotěný (2015).
- Stránky pracovních agentur – specializované agentury, které se starají nejen o inzerci, ale i o výběr uchazečů či zpracování životopisů pro podniky.
- Stránky médií či jiných institucí – Armstrong (2002) sem řadí stránky úřadu práce, či novin, kde jsou uveřejňovány kopie tištěných inzerátů.

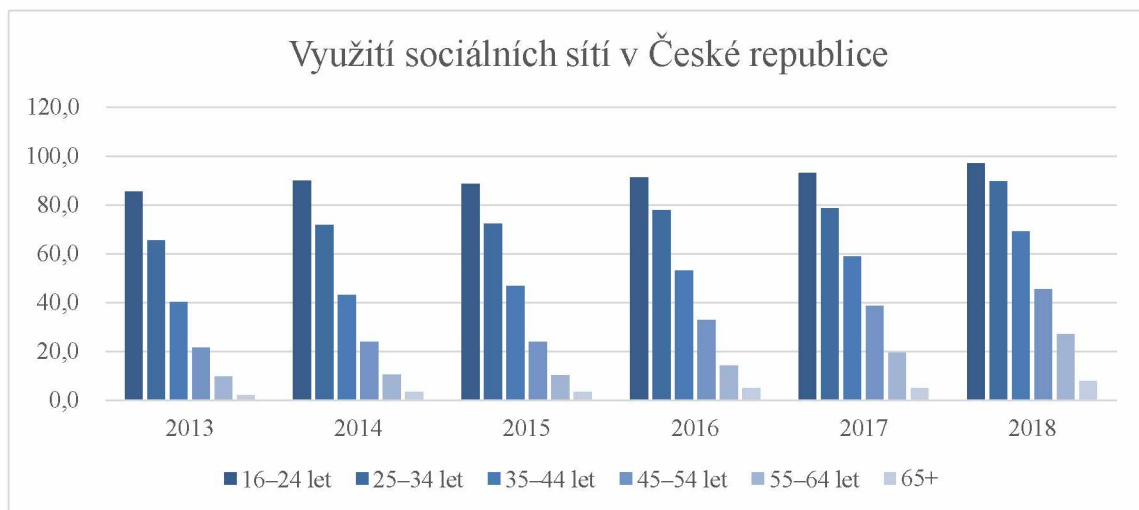
Speciální kategorii vyčleňují Příkrylová a Jahodová (2010), jsou to mikrostránky, které jsou separovány od hlavních WWW stránek, a mají rozdílný cíl než hlavní stránky podniku. Protože, jak tvrdí Direct Employers Association (2012), někteří uchazeči raději hledají pomocí vyhledávačů jako je Google než s využitím specializovaných portálů, pomocí klíčových slov jsou přesměrováni na tyto mikrostránky a nemusejí hledat na celých stránkách podniku.

Žufan (2012) vyčleňuje zvláštní skupinu stránek, a to sociální sítě. Miller-Merrell (2012) spatřuje jejich důležitost zejména pro navázání dlouhodobých vztahů s mileniály, jinak řečeno generací Y. Janouch (2010) rozděluje sociální sítě do třech kategorií, na osobní, jejich nejznámějšími zástupci jsou Facebook, Twitter, Instagram, profesní, kam se řadí LinkedIn a poslední skupinou jsou zájmové, jež sdružují osoby s podobnými zájmy. Mezi nejrozšířenější sociální sítě lze zařadit.:

- Facebook – jak říkají Smith a Treadaway (2011), přestože Facebook nebyl založen pro nábor, lze ho k němu využít, protože každý uživatel na svém profilu sdílí své zážitky, fotky, příběhy či další osobní informace ať už se jedná o osobní profily nebo ty podnikové.
- Twitter – slouží ke sdílení krátkých zpráv, které Janouch (2010) označuje za Tweety, fotek a krátkých odkazů na WWW stránky. O jeho rostoucí význam se podle Smith a Treadaway (2011) zasloužilo využívání mediálně známými osobnostmi a jeho funkcionalita.

- LinkedIn – jak už bylo řečeno jedná se o profesní sociální síť. Podle Janoucha (2010) zde uživatelé jako jednotlivci či podniky sdílí své především profesní údaje. Výhodu pro e-recruitment Janouch (2010) spatřuje v ověřené síti kontaktů, která je uživateli vědomě tvořena dle jejich profesních vztahů.
- Instagram – sociální síť určená ke sdílení fotek a krátkých videí, tak je definována Milesem (2013), který zároveň zmiňuje hashtagy, které propojují příspěvky se stejným zaměřením.
- Youtube – Smith a Treadaway (2011) mluví o této síti jako nejrozšířenější pro nahrávání, sdílení, prohlížení videí a vytváření vlastních kanálů.

Obrázek 4 vypovídá o narůstajícím počtu využívání sociálních sítí v každé věkové skupině. Zároveň jak je z obrázku 4 vidět počet mileniálů užívajících sociální sítě se v roce 2018 přibližuje ke sto procentům. Oba faktory svědčí o důležitosti zaměření se na sociální sítě, jako komunikačního nástroje, který by měly podniky využívat.



**Obrázek 4** Využití sociálních sítí v České republice (Český statistický úřad, 2019)

O nových trendech v HR píše Pružinová (2019), v článku navazujícím na rozhovor s ředitelkou Innogy Erikou Vorlovou zabývající se digitalizací HR. Jedním z počínů organizace bylo spuštění aplikace HR mobile usnadňující práci manažerů, druhou Leadership Journey podporující jejich rozvoj a digitální gramotnost.

Dalším trendem využívajícím internet je podle Niklase a Böhma (2011) mobilní recruitment, jehož hlavní výhodou spatřuje v dostupnosti, která je možná prakticky neustále kdekoli a kdykoli, a to jak pro uchazeče, tak pro personalisty. Niklas a Böhm

(2011) mobilní recruitment rozděluje na optimalizované WWW stránky pro mobilní telefony a druhou část do které spadají mobilní aplikace či možnost zaměření GPS.

Příkrylová a Jahodová (2010) říká, že podniky nesmí zapomínat ani na reklamu ve vyhledávacích, přitom v České republice se mezi nejpoužívanější řadí Seznam a Google.

- 4) **Vývěsky** – tuto formu získávání hodnotí Koubek (2007) jako levnou a poměrně efektivní, pokud jsou ovšem informace umístěny na správných místech, a to jak v podniku, tak hlavně mimo něj. Při správném umístění a obsahu je uchazeč schopen zhodnotit jeho vhodnost pro danou pozici.
- 5) **Letáky do poštovní schránky** – jak vysvětluje Koubek (2007), jde o inzerci vkládanou podnikem samotným či zprostředkovateli do schránek domácností, i přes nevýhody spočívající ve větší finanční náročnosti na doručení a v doručení jen do určité oblasti, jsou zde i výhody, jako u vývěsek.
- 6) **Přímé oslovení jednotlivců** – jak říká Koubek (2007), tato metoda je zejména vhodná, pokud podnik potřebuje získat zaměstnance na vyšší pozice. Vedoucí pracovníci i personalisté musí dlouhodobě sledovat zaměstnance konkurenčních podniků, zajímat se o talenty publikující v profesních časopisech, či prezentující na konferencích. Největší výhodou je pak podle Koubka (2007) vhodnost vybraného jedince na obsazovanou pozici, naopak nevýhodou je možnost zhoršení vztahů s konkurencí a náročnost uspokojení takového zaměstnance.
- 7) **Osobní doporučení** – ať už zaměstnanec podniku doporučí uchazeče nebo uchazeče informuje o volné pozici, Kociánová (2010) tuto metodu označuje za spolehlivou, protože zaměstnanec nechce ohrozit svou pověst tím, že by navrhl nevhodného uchazeče. Koubek (2007) dodává, že je důležitá informovanost zaměstnanců o volných pracovních pozicích a také možnou finanční odměnu za doporučení.
- 8) **Vzdělávací instituce** – spolupráce podniku se vzdělávacími institucemi je velmi důležitou metodou získávání pracovníků doporučovanou Koubkem (2007) i Vorlovou (Pružinová, 2019), ať už se jedná o získání pracovníků na dělnické pozice, absolventů středních či vysokých škol. Mezi hlavní výhody Koubek (2007) řadí informovanost podniku o znalostech i o samotném uchazeči, doporučení od učitelů a také možnost jeho lepšího poznání při různých formách spolupráce. Naopak velkou nevýhodou, kterou Koubek (2007) spatřuje je sezónnost, kdy studenti nastupují do zaměstnání po úspěšném dokončení studia.

- 9) **Úřad práce** - Koubkem (2007) doporučovaná spolupráce s úřady práce zejména na základě nízkých nákladů pro podniky, protože úřady jsou hrazeny z rozpočtu na politiku zaměstnanosti. Samozřejmě Koubek (2007) neopomíná ani nevýhody, kdy pouze část kandidátů je vhodná a část si přijde pouze pro potvrzení o návštěvě podniku.
- 10) **Specializované personální agentury** – na opačné straně cenové náročnosti je využití personálních agentur, kterou ale ovšem podle Koubka (2007) vyvažuje znalost trhu práce agenturou i jejich interní databáze. V závislosti na míře outsourcingu náboru upozorňuje Koubek (2007) na hrozbu přijetí nesprávného uchazeče.
- 11) **Nabídky uchazečů samotných** – pokud podnik má dobrou pověst definovanou Bednářem (2013), pak podle Kociánové (2010) sami uchazeči nosí do podniku své životopisy, i když podnik aktuálně pracovníky neshání. Podnik pak může čerpat z této interní databáze.

Aby komunikace měla smysl, maximalizovala cíle a minimalizovala náklady Foret (2006) stanovil sedm bodů, které je potřeba dodržet:

- důvěryhodnost – důležitá na obou stranách,
- správná volba místa a času,
- srozumitelnost a důležitost sdělení – relevantnost pro obě strany,
- čitelnost – umožňující pochopení příjemci při využití jednoduchých slov a symbolů,
- systematičnost – kontinuální komunikace je efektivnější než jednorázová,
- ověřené kanály – využívání v minulosti úspěšných kanálů,
- znalost komunikanta – umožňuje optimálnější cílení a tím lepší komunikaci.

Protože většina metod uvedených v oddílu 1.5.3 je založena na uveřejňování inzerátů je důležité podle Armstronga (2007) aby splnil definované cíle:

- oslovení a přilákání potřebného počtu uchazečů,
- zvítězit mezi ostatními inzeráty nabízejícími pracovní místo,
- atraktivně sdělovat informace o podniku i pracovní pozici a tím vzbudit a udržet zájem uchazeče,
- povzbudit uchazeče k odpovědi na inzerát.

Správný inzerát by tak měl podle Armstronga (2007) a Kociánové (2010) obsahovat tyto části:

- výstižnou hlavičku (titulek) – například název pracovního místa,
- název podniku,
- údaje o pracovní pozici,

- požadavky kladené na uchazeče,
- zaměstnanecké výhody a politika odměňování,
- místo výkonu práce,
- instrukce pro uchazeče – kontakty, termíny.

### 1.2.3 Hodnocení komunikačních kanálů uživateli

Přikrylová a Jahodová (2010) rozdělují hodnocení efektivnosti na předběžné a porealizační testování. Vždy se ale podle autorek užívá sledování určitého okruhu respondentů a jejich reakce na inzeráty, obrazové materiály či videa. Vzhledem k povaze kvantitativního výzkumu definovaného Kozlem, Mynářovou a Svobodovou (2011) je důležitá měřitelnost. Cíl kvantitativního výzkumu, který autoři uvádějí, je získání názoru a zjištění chování jednotlivců na určitý podnět, zároveň data od nich shromážděná by měla být ve shodné struktuře, za shodné období, shodně získaná a od dostatečné skupiny respondentů. Pokud je potřebné získat takový počet dat s danými vlastnostmi Hague (2003) doporučuje využití dotazníku. Vysekalová et al. (2012) potom pro inzerát stanovují konkrétní oblasti, které mají respondenti hodnotit:

- celkový dojem – celkový emocionální dojem z inzerátu, často označované jako líbí nebo nelíbí s možnými doporučeními,
- informační hodnota – zda inzerát obsahuje všechny podstatné informace pro rozhodnutí respondenta,
- vhodnost k propagaci – zda inzerát je vhodný pro propagaci,
- důvěryhodnost – znaky serióznosti, které by měl inzerát obsahovat – kontakty, logo,
- přesvědčivost – síla motivace inzerátu k navázání komunikace,
- originalita – schopnost inzerátu odlišit se a zaujmout respondenta.

Podobné oblasti stanovuje i Bird (2004), kromě celkového dojmu zde dává jednoduchost, na druhou stranu, ale právě ta je pro dojem z inzerátu podstatnou záležitostí.

Další oblastí, kterou mohou jedinci v komunikaci hodnotit, jsou podle Přikrylové a Jahodové (2010) televizní spoty či videa, pro které je nejlepší využít výzkum oční kamerou, kdy se sleduje pohyb zraku jedince. Na to je ovšem potřebná speciální technologie. Při shrnutí otázek, které doporučují pokládat Přikrylová a Jahodová (2010), a skupin hodnocených Focusem (2010) lze hodnocené oblasti shrnout do bodů:

- celkový dojem – motivace k dalšímu shlédnutí, sledování kanálu podniku,
- originalita – zaujmout sledujícího,
- forma zpracování – kvalita,

- atraktivita – modernost pojetí,
- obsah – informační hodnota, sdělení.

Protože WWW stránky podniku jsou jednou z nejpodstatnějších forem komunikace je důležité sledovat, jaký názor na ně uživatelé mají. Dle metodiky WebTop100 (2018) z hlediska uživatelů je možné vymezit hodnocené oblasti:

- obsah – použitelná informační hodnota, důležité informace,
  - atraktivita – modernost designu,
  - přehlednost – funkční řešení rozmístění obsahu, menu, struktura,
- celkový dojem – vliv na opakování návštěv, motivace ostatních k navštívení.



## **2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU NÁBOROVÉ KOMUNIKACE SPRÁVY ŽELEZNIČNÍ DOPRAVNÍ CESTY, STÁTNÍ ORGANIZACE SE ZAMĚŘENÍM NA STUDENTY**

Obsahem druhé kapitoly je představení Správy železniční dopravní cesty, státní organizace, dále jen SŽDC a analýza stávajícího stavu komunikačních kanálů uplatňovaných v náborové komunikaci SŽDC směrem ke studentům.

### **2.1 Představení organizace**

K 1.1.2003 na základě zákona č. 77/2002 Sb., který odděluje správu železniční dopravní cesty a provoz železniční dopravy, vznikli dvě nástupnické organizace Českých drah, s. o., jejichž zakladatelem bylo Ministerstvo dopravy České republiky (Česko, 2002). Provozování železniční dopravy zajišťují České dráhy a. s. a funkci vlastníka a provozovatele dráhy zabezpečuje SŽDC.

Dle Výroční zprávy SŽDC (2018a) je předmětem činnosti provozování, provozuschopnost, údržba a opravy, rozvoj a modernizace železniční dopravní cesty, příprava dokumentů pro sjednávání závazků veřejné služby, dohled nad užíváním železniční dopravní cesty, provozem a provozuschopností. Strategické cíle, které si SŽDC stanovuje ve Výroční zprávě SŽDC (2017), jsou provozovat železniční dopravu spolehlivě, bezpečně, plynule a šetrně k životnímu prostředí, na železniční infrastrukturu zvyšovat rychlost i kapacitu, zefektivňovat správu, dohled, opravu a údržbu infrastruktury, zabezpečovat interoperabilitu zaváděním moderních systémů a technologií, hlouběji se orientovat na zákazníka a aktivní komunikaci, snažit se o nárůst tržního podílu železniční dopravy, budovat značku zaměstnavatele. Z toho vychází i vize společnosti publikovaná ve Strategii Správy železniční dopravní cesty, státní organizace (2018b): „SŽDC chce být moderní, pružnou a zákaznický orientovanou organizací, zajišťující rozvoj provozuschopné, moderní, kapacitní, bezpečné a dostupné železniční sítě jako nedílné součásti evropského železničního systému. Chceme vytvořit nezbytné předpoklady pro posílení pozice železniční dopravy v rámci národního i evropského dopravního trhu.“

#### **Organizační struktura SŽDC**

Organizační struktura má dvoustupňový charakter zobrazený v příloze A. Generální ředitelství SŽDC (2018c) je nadřazeným stupněm nižšího stupně tvořeného 17 organizačními jednotkami zahrnující oblasti Hasičské záchranné služby, Centra sdílených služeb, Oblastní ředitelství, Stavební správy, Správy železniční energetiky, Správy železniční geodézie,

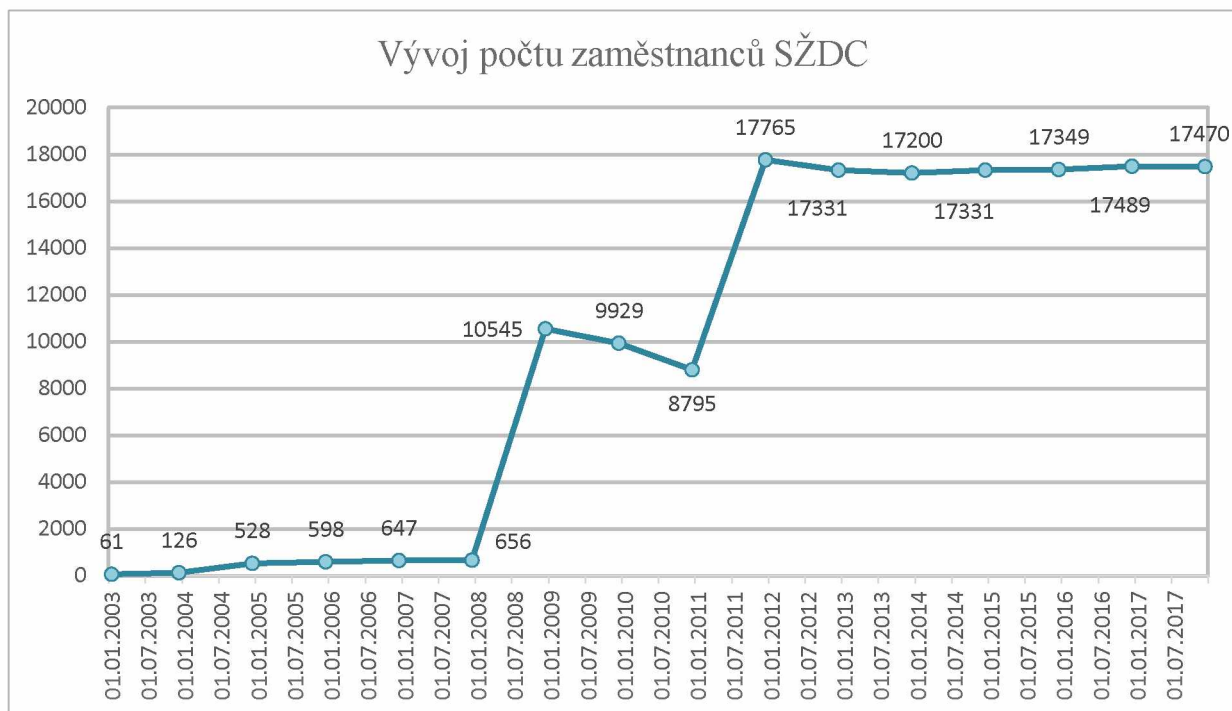
Technické ústředny dopravní cesty, Centrálního dispečerského pracoviště. Jednotky dle WWW stránek SŽDC (2019a) se podrobněji člení na úseky, správy, odbory, kancelář ředitele, provozní střediska, provozní obvody, oddělení, regionální pracoviště, diagnostiky, skupiny, sklady, a další specifické části.

Generální ředitelství SŽDC (2019a) se skládá z ředitele Bc. Jiřího Svobody, MBA, Úseku generálního ředitele, Úseku ekonomického, Úseku modernizace dráhy, Úseku provozuschopnosti dráhy, Úseku řízení provozu, které se dále člení na odbory. Pod Úsek generálního ředitele spadá Kancelář generálního ředitele, Odbor personální, Odbor interního auditu, Odbor komunikace, Odbor bezpečnosti a krizového řízení, Samostatné oddělení projektové kanceláře.

Pro řízení lidských zdrojů je podstatný odbor personální, který samozřejmě musí spolupracovat s ostatními celky. Úkolem personálního oddělení je realizace personální a sociální strategie SŽDC, což zahrnuje veškeré personální činnosti, které definuje i Koubek (2011). Přesná definice poslání odboru personálního je uvedena v Organizační řádu Generálního ředitelství SŽDC (2019m) a zní: „*Základním posláním odboru personálního je příprava a realizace personální a sociální strategie SŽDC, komplexní péče o zaměstnance, zajišťování personální metodiky pro organizační jednotky, v rámci svěřených kompetencí zajišťování komunikace s institucemi státní správy a dalšími úřady, zajištění oblasti BOZP a vzdělávání, komunikace se sociálními partnery, příprava a realizace mzdové strategie SŽDC, zajišťování mzdové metodiky pro organizační jednotky a optimalizace organizační struktury a systemizace organizačních složek SŽDC.*“ Jedním z cílů uvedených na začátku druhé kapitoly, které si stanovilo SŽDC a je úkolem odboru personálního, je budování značky zaměstnavatele, což znamená být významným a atraktivním zaměstnavatelem pro stávající i budoucí zaměstnance.

Obrázek číslo 6 zobrazuje vývoj počtu zaměstnanců SŽDC od jejího vzniku v roce 2003. Postupný nárůst zaměstnanců souvisí dle Výroční zprávy SŽDC (2009) za rok 2008 s novelou zákona o drahách, jímž se převádí funkce provozovatele dráhy a k tomu potřebné materiální, technologické a personální zdroje Českých drah a.s. do vlastnictví SŽDC. SŽDC tak vlastními kapacitami musí zajišťovat veškeré činnosti důležité pro zajištění provozuschopnosti železniční dopravní cesty, ručí za stav i bezpečnost na ní včetně tvorby jízdních řádů. Je překvapující, jak uvádí SŽDC (2009), že obsluha dráhy s dispečerským řízením byly nadále v kompetenci SŽDC, přesto se ale jednalo o významný krok k liberalizaci železničního trhu. Dalším krokem bylo dle Memoranda (Česko, 2011) převedení zaměstnanců

obsluhy dráhy z Českých drah a.s. na SŽDC s ohledem na jejich nediskriminaci a vytvoření kolektivní smlouvy. Nárůst počtu zaměstnanců je opět vidět na obrázku číslo 5.

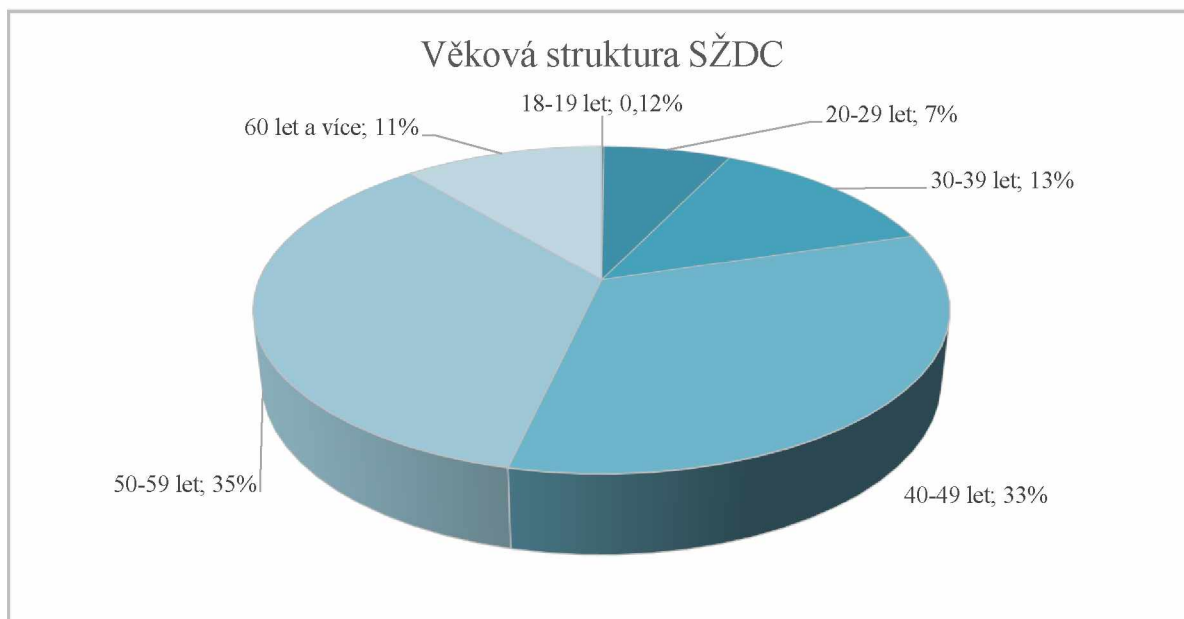


**Obrázek 5** Vývoj počtu zaměstnanců SŽDC (SŽDC, 2018a)

V roce 2016 dle Ministerstva dopravy (2016) došlo k převedení majetku, především nádraží z Českých drah a.s. na SŽDC za posudkovou cenu 3,31 miliardy korun, což pro nového vlastníka znamená zajištění potřebných oprav. Ve vývoji počtu zaměstnanců, ale už se tento krok příliš neprojeví.

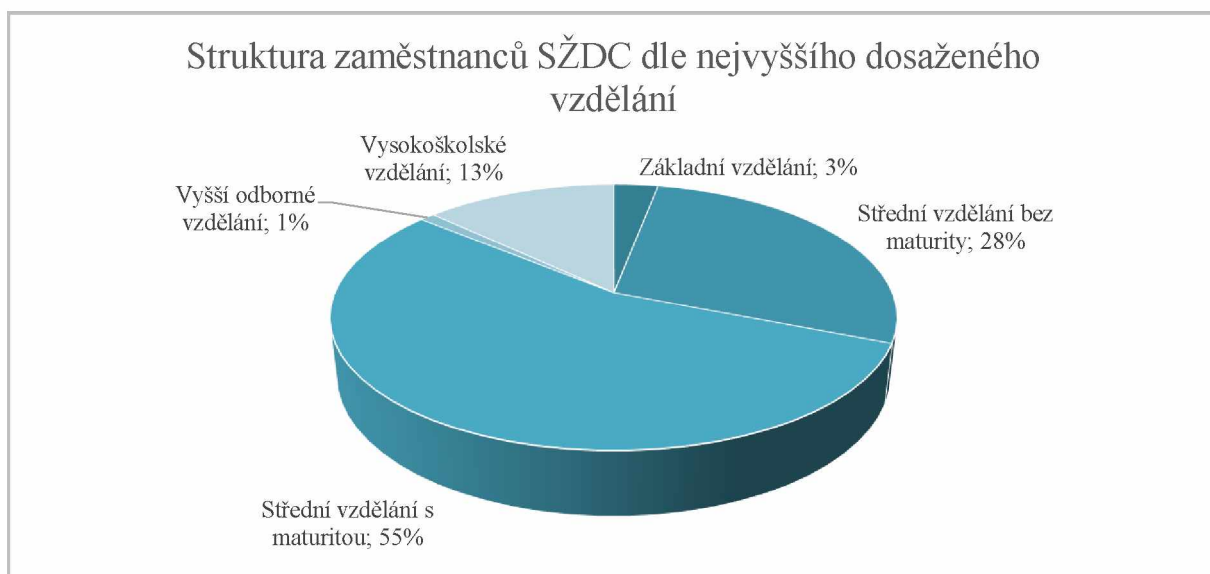
Prvním bodem uvedeným v návrhové části Strategii SŽDC (2018b, s. 12) je „Strategie rozvoje lidských zdrojů“. Ve 186 různých profesích potřebných pro SŽDC (2018a) je zaměstnáno k 1.1. 2017 17 447 zaměstnanců. Během roku 2017 také došlo ke zvýšení počtu zaměstnanců v oblastech správy majetku, modernizace a provozuschopnosti dráhy, naopak v oblasti řízení provozu došlo ke snížení počtu zaměstnanců. SŽDC (2018a) se však dlouhodobě potýká s problémem nárůstu průměrného věku zaměstnanců, meziroční nárůst dosáhl v roce 2017 0,3 % což se nemusí zdát jako velký problém, ale absolutní hodnota průměrného věku se přibližuje hodnotou 47,73 let hranici 50, což už je více alarmující. Podrobněji lze věkovou strukturu sledovat na obrázku 6, podle kterého 35 % zaměstnanců spadá do kategorie 50-59, to je více jak třetina z celkového počtu. Dalších 11 % zaměstnanců je dokonce starších 60 let. Naproti tomu ve věku od 20-29 let je pouhých 7 % zaměstnanců. Z uvedeného vyplývá, že podnik se bude v budoucích letech muset potýkat s odchodem starších zaměstnanců do penze a bude nutné tyto pracovní pozice obsadit a optimalizovat organizační

strukturu. Společně s trendem klesajícího počtu nezaměstnaných vyplývajícího z obrázku 3 to znamená pro podnik náročnou práci v oblasti lidských zdrojů.



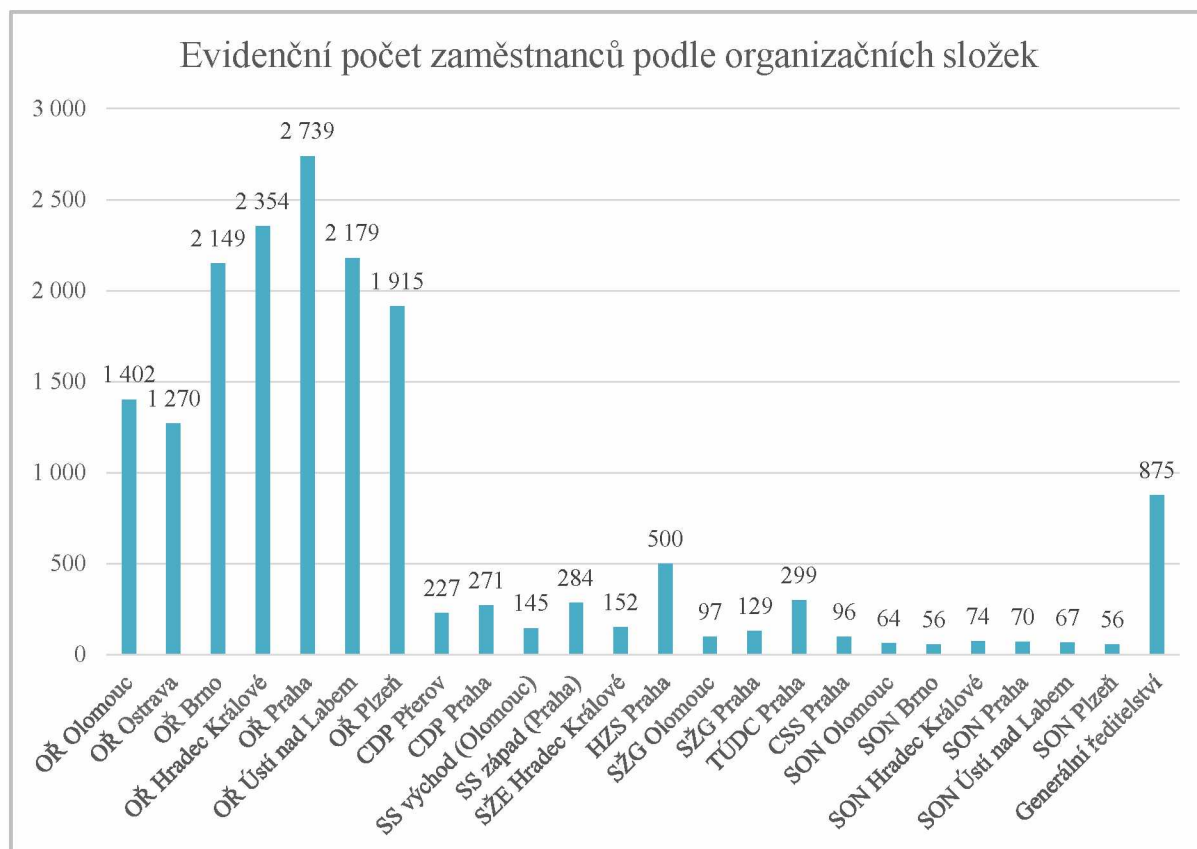
**Obrázek 6** Věková struktura SŽDC (SŽDC, 2018a)

Jak vyplývá z první kapitoly, pro plánování lidských zdrojů je důležité znát kvalifikaci a dosažené vzdělání, SŽDC (2018a) ve Výroční zprávě za rok 2017 uvádí strukturu zaměstnanců dle dosaženého vzdělání, která je zobrazena na obrázku číslo 7, ze které vyplývá, že pro SŽDC z 83 %, pracují zaměstnanci se středoškolským vzděláním, tímto směrem by se měla tedy organizace zaměřit.



**Obrázek 7** Struktura zaměstnanců SŽDC dle nejvyššího dosaženého vzdělání (SŽDC, 2018)

I přes to, že podle SŽDC (2018a) je železniční doprava mužskodominantní sektor, 27 % jejich zaměstnanců je ženského pohlaví. Ženy a samozřejmě i muži, kterých je 73 % pracují v různých částech České republiky, ale jak je možné vidět z obrázku 9 dominantní počet pracovních míst je lokalizován v Praze, a to jak na Okresním ředitelství Praha, Centrálním dispečerském pracovišti Praha, Stavební správě západ (Praha), Hasičské záchranné službě Praha, dalších jednotkách až po Generální ředitelství, které sídlí v Dlážděné ulici nedaleko Hlavního nádraží. Další velká střediska zobrazená na obrázku 8, jsou v Olomouci, Ostravě, Brně, Hradci Králové, Ústí nad Labem a Plzni. Ovšem jak vyplývá z WWW stránek SŽDC (2019,b) například Hasičská záchranná služba sídlí v Praze, ale je dislokovaná po celé České republice do 14 pracovišť, které se pro ukázkou nachází v České Třebové, Brně, Českých Budějovicích nebo Havlíčkově Brodě. Z uvedeného vyplývá že SŽDC zaměstnává lidi po celé České republice.



**Obrázek 8** Evidenční počet zaměstnanců podle organizačních složek (SŽDC, 2018)

## 2.2 Analýza komunikačních kanálů v rámci náboru

Jak už bylo řečeno, vzhledem k vývoji zaměstnanosti a věkové struktuře, a i přes nízkou fluktuaci o které se zmiňuje SŽDC (2018b), je důležité plánovat lidské zdroje. K plánování, jak vyplývá z první kapitoly, je důležité znát pracovní pozice a definice požadavků kladené na



zaměstnanec. Dle Katalogu prací v SŽDC uvedeného na stránkách Odborového sdružení železničářů (2016) je v SŽDC zaměstnáno více jak 500 povolání, většina zaměstnanců, jak vyplývá z oboru železniční dopravy, pracuje v technickém směru. Každá pozice má tak svá specifika a personální odbor musí spolupracovat s řediteli organizačních jednotek na definicích nároků na budoucí zaměstnance.

Pro získání pracovníků musí podnik vycházet z vnějších i vnitřních podmínek, což uvádí autoři Koubek a Kotler a Keller v první kapitole. K tomu lze využít SWOT analýzu zobrazenou v tabulce 1, která vychází ze Strategie SŽDC (2018b).

**Tabulka 1** SWOT analýza SŽDC jako zaměstnavatele

	Silné stránky	Slabé stránky
<b>Interní analýza</b>	Nízká fluktuace zaměstnanců	Vysoké kvalifikační požadavky
	Stabilní organizační struktura	Tabulkové ohodnocení zaměstnanců
	Interní zaměstnanecký web	Věková struktura zaměstnanců
	Systém odměn a benefitů	Konzervativní prostředí ke změnám
	Silná stabilní společnost	Nejednotná strategie komunikace
	WWW stránky pro studenty	Nevyhovující webové rozhraní
	Střediska po celé republice	Omezená komunikace na sociálních sítích
	Tradiční rodinný zaměstnavatel	Omezená znalost reakce respondentů na aktivity organizace
	Příležitosti	Hrozby
<b>Externí analýza</b>	Sociální sítě	Spojování s Českými drahami a.s.
	Spolupráce se školami	Neznalost značky
	Budování značky	Aktuální situace na trhu práce
	Důležitost odvětví	Komunikace konkurenčních podniků se studenty
	Možnost využití negativní reklamy	

Zdroj: SŽDC (2018b), autorka

Současná komunikace SŽDC směrem k možným budoucím zaměstnancům je budována ve dvou rovinách. První rovina je nabídka pracovních příležitostí pro všechny uchazeče o zaměstnání zobrazená například na WWW stránkách SŽDC (2019c) viz. příloha B v nepříliš atraktivním designu, jako pouhý seznam s nutným proklikem na atraktivnější inzerát zobrazený v příloze C.

O mnoho lepší situace nastává v komunikaci směrem ke studentům. SŽDC (2018d) vytvořila v roce 2014 speciální WWW stránky věnované studentům zejména středních a vysokých škol s přínosným názvem Studentský web. Jeho podobu je možné vidět v příloze D. Hlavička Úvodní stránky je tvořena firemním logem a hlavním menu, které se skládá ze záložek Akce pro studenty, „Nádražák“, Spolupráce se studenty, Galerie, Bezpečnost a Moje

SŽDC. Pod hlavičkou je umístěn velký dynamický banner, kde se mění nejenom fotografie, ale i slogany. Další části umístěné pod bannerem jsou, sloupek s aktualitami, odkazy na sociální sítě a boxy s fotogaleriemi, aktuálními soutěžemi nebo významnými zajímavostmi, v posledním boxu jsou umístěny názory některých zaměstnanců.

SŽDC pořádá hned několik akcí pro studenty. První z nich nese název Student Cup SŽDC. SŽDC (2018e, s.2) říká, že se jedná o sportovně-vzdělávací projekt, který si klade za hlavní cíl zvýšení zájmu žáků základních škol o technické školy a studijní obory. Dalšími definovanými cíli projektu, který je pod patronátem generálního ředitele SŽDC jsou:

- „pomoc při výběru povolání,
- pomoc při hledání vzdělávací a profesní dráhy,
- prezentace profesí SŽDC, případně partnerských organizací,
- zvyšování povědomí o SŽDC,
- prevence bezpečného chování na železnici“.

Projekt je přitom určen pro žáky 7. a 8. tříd základních škol a žáci v 6 hlavních disciplínách zahrnujících test zdatnosti hasičů, vědomostní test všeobecných znalostí, překážkovou dráhu s názvem „Bootcamp“, lezeckou stěnu, cvičení postřehu označené jako „Lovec Světla“ a „Železničářský test“ žáci soutěží o pohár generálního ředitele SŽDC a další věcné ceny. Zároveň dle SŽDC (2018e) se v rámci projektu prezentují profese na SŽDC a technicky zaměřené střední školy.

Další v řadě je „Staň se na jeden den ...“, kde se v posledních letech podle SŽDC (2018d) studenti mohli stát hasičem, výpravčím, návěstním technikem nebo dispečerem centrálního dispečerského pracoviště. Tato akce má ovšem velmi omezenou kapacitu a pokud se student chce zúčastnit musí sledovat sociální sítě a přihlásit se v krátké době k soutěži.



**Obrázek 9** Konference pro studenty (SŽDC, 2018c)

SŽDC (2018d) studentům umožňuje účastnit se oborové konference na různá témata, tím posledním byla velmi důležitá oblast Bezpečnosti železniční dopravy. Přitom se nejedná jen o sérii zajímavých přednášek věnovaných tématu, ale studenti mají možnost interaktivně posílat dotazy prostřednictvím tabletu a plnit úkoly, za které můžou získat cenu. O tom, že si studenti mohou připadat jako na skutečné konferenci svědčí obrázek 9.

Svoje mikrostránky, jejichž úvod je zobrazen na obrázku 10, má Fotosoutěž (SŽDC, 2019d). Studenti v různých kategoriích soutěží se svými fotografiemi každý rok o hodnotné ceny. Mezi porotci jsou významní lidé z oblasti fotografie a mezi partnery patří například Výzkumný ústav železniční nebo Fotoinstitut.



**Obrázek 10** Mikrostránky Fotosoutěž (SŽDC, 2018c)

„*Nádražák*“ je program určený studentům třetích a čtvrtých ročníků středních škol realizovaný na některých středních školách s konkrétními obory. Podmínkami uvedenými na Studentském webu SŽDC (2018d) je průměr známek v předchozím pololetí do 2,5 a zároveň minimálně 70% účast na výuce. Protože od SŽDC odejde do penze větší množství zaměstnanců, studenti mají velkou naději se do programu zapojit, pokud projdou pohovorem a zdravotní prohlídkou, mohou získávat dle studijních výsledků od 1000 do 2000 Kč měsíčně a zároveň po studiu mít pěti letou jistotu zaměstnání.

SŽDC (2018d) samozřejmě nespolupracuje jen se středními školami, ale i s vysokými školami. Nejde jen o spolupráci na bakalářských či diplomových pracích, ale nabízí jim i možnost stáží.

Další důležitou oblastí, které se Studentský web věnuje, je bezpečnost. SŽDC (2018d) v této záložce představuje desatero bezpečnosti na železnici věnované především počínání dětí



ať už jsou cestujícími nebo se pohybují v okolí infrastruktury. Zároveň jsou zde uvedeny statistiky nehodovosti na železnici sledující nedovolený průjezd návěstidel vozidly, počet usmrcených osob a celkové hmotné škody v letech 2013 až 2017 a hodnotí je z hlediska zavinění SŽDC či cizího jednání.

Následujícím komunikačním nástrojem, které SŽDC využívá pro svoji prezentaci i náborovou komunikaci, jsou některé sociální sítě. Prvním z nich je kanál SŽDC (2019e) na YouTube zobrazený v příloze E, kde jsou prezentována personální videa, videa představující profese na SŽDC, videa z akcí pro studenty či veřejnost, videa o stavebních aktivitách, vizualizace traťových spojení, videa „*To nedáš!*“ s preventivně bezpečnostní tematikou či videa z taktických cvičení. Nejsledovanějším se stalo s více jak 1 670 tisíci zhlédnutími video „*Na přejezdech chybují řidiči*“, přitom další nejsledovanější dosáhla pouhých 52 tisíc zhlédnutí. Úspěšnější profil vlastní SŽDC na Facebooku s deseti tisíci sledujícími oproti čtyřem tisícům odběratelům kanálu SŽDC (2019f) na YouTube. Uživatelé Facebooku mohou sledovat příspěvky složené z fotografií, článků či videí, které se zabývají nábořem, stavebními činnostmi, bezpečností, konferencemi, akcemi pro studenty či veřejnost i mimořádnými událostmi na železniční dráze. Jednou z aktuálních událostí byl i začátek používání nového oficiálního loga od 1. února 2018, jehož podobu společně se starým logem je možné vidět na obrázku 11.



**Obrázek 11** Původní a nová podoba oficiálního loga SŽDC (SŽDC, 2019f, 2019g)

Poslední ze sociálních sítí využívaných SŽDC (2019h) je Instagram s více jak 3 500 sledujícími. Jelikož Instagram je sociální síť založená dle oddílu 1.2.2 na sdílení fotografií i na profilu SŽDC je možné nalézt především umělecké fotografie doplněné o hashtagy.

Neopomenutelným kanálem jsou oficiální WWW stránky SŽDC (2019g) jejichž podoba je zobrazena v příloze F, které jsou poměrně zastaralé a neshodují se s designem Studentského webu. Protože SŽDC (2019i) před vstupem na stávající stránky zobrazuje vstupní

obrazovku vyobrazenou v příloze H informující o tom, že v dohledné době bude podnik používat nové stránky. Proto lze předpokládat, že stránky budou přizpůsobeny současným trendům i požadavkům vnitřních orgánů a zejména vnějším uživatelům.

Samozřejmostí je návštěva škol zástupci z personálního oddělení SŽDC (2018d) a také jejich účast na veletrzích pracovních příležitostí, kde se snaží oslovit studenty přímým kontaktem, využitím letáčků či propagačních předmětů.

Celkově lze říci, že SŽDC se snaží o navázání ucelené komunikace nejen s možnými budoucími zaměstnanci, ale i s veřejností, a především se studenty středních technických škol. Problém nejednotnosti vystupování SŽDC lze spatřit v různém nejen grafickém zpracování komunikace, ve složitosti prokliků na potřebné informace, nedostatečná informovanost veřejnosti o podniku jako takovém i nedůsledném sledování dopadu jednotlivých kampaní.

### 3 PRŮZKUM PREFEROVANÝCH KOMUNIKAČNÍCH KANÁLŮ Z POHLEDU STUDENTŮ TECHNICKÝCH STŘEDNÍCH ŠKOL

Zájem o studenty, jako budoucí zaměstnance je v současné době nezbytnou součástí náboru. To dokazuje nejen činnost SŽDC ale i trainee programy velkých podniků jako jsou Škoda Auto a.s. (2019a) či Innogy (2018). Jak vyplývá z kapitoly 2, SŽDC se věnuje velkému množství aktivit, což je spojeno s velkou finanční náročností, proto je důležité získání zpětné vazby od příjemců aktivit. Protože se jedná o velké množství příjemců bude v souladu s teorií v kapitole 1 využito primárního kvantitativního průzkumu komunikace pomocí dotazníkového šetření.

#### 3.1 Časový harmonogram průzkumu

Průzkum komunikace SŽDC se studenty středních technických škol by realizován na podzim roku 2018. Podrobnější časový harmonogram je možné spatřit v tabulce 2.

**Tabulka 2** Časový harmonogram aktivit realizovaného průzkumu komunikace SŽDC

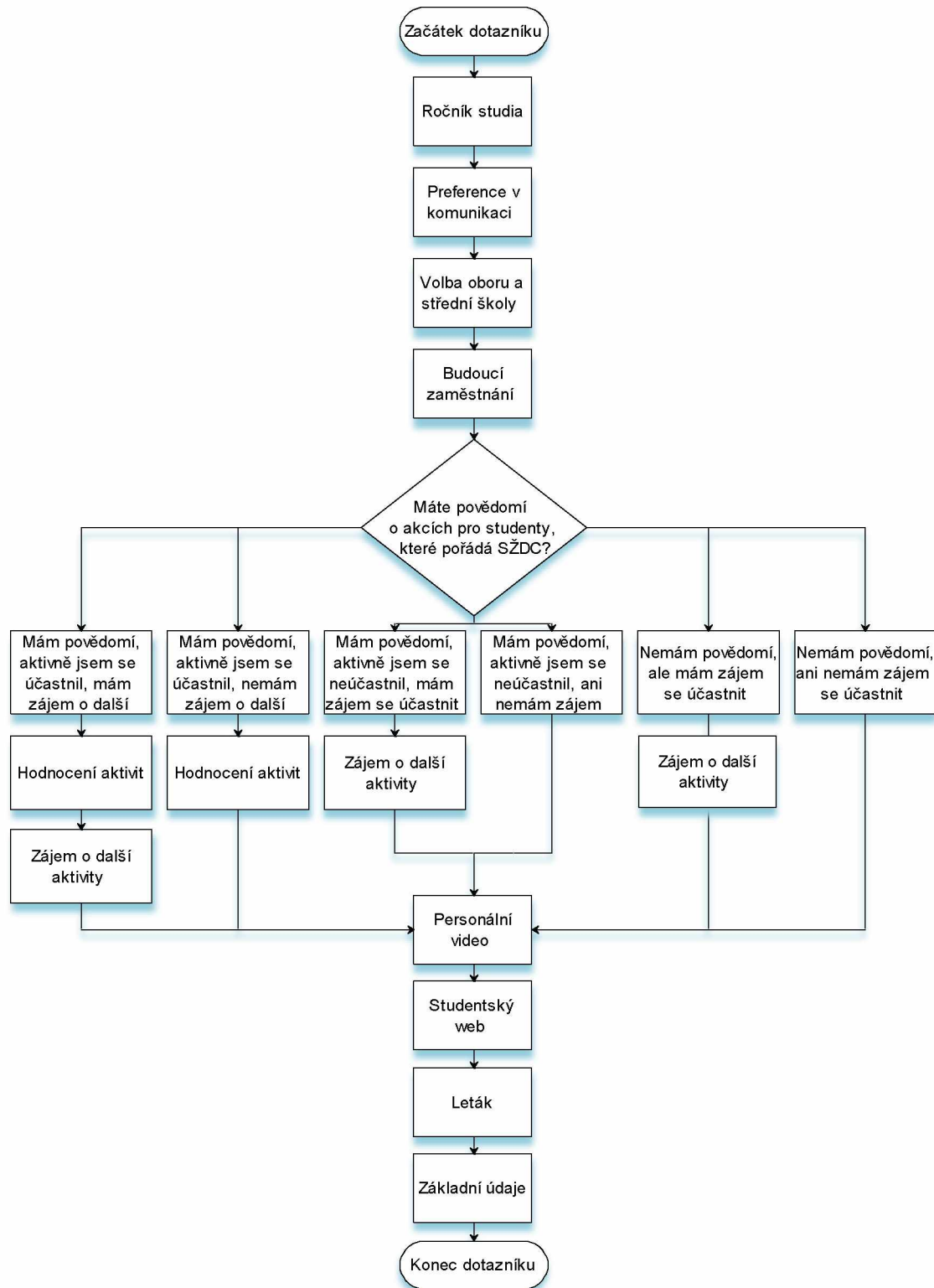
Časový údaj	Aktivita
květen 2018	Navázání spolupráce se SŽDC a spolupráce na tvorbě dotazníku
září 2018	Finalizace otázek dotazníku, Tvorba elektronické verze dotazníku, Pilotní testování vytvořené elektronické verze dotazníku, Zaslání dopisu a odkazu na dotazník zástupcům středních technických škol spolupracujících se SŽDC
17.9. – 23.10.2018	Sběr dat
říjen 2018	Ověření informací o počtech respondentů se zástupci jednotlivých středních škol, Zpracování získaných výsledků do bakalářské práce
listopad - prosinec 2018	Vyhodnocení získaných dat první části dotazníku, Zpracování vybraných otázek do článku prezentovaného na konferenci CLC
leden - duben 2018	Vyhodnocení dat druhé části dotazníku, Zpracování získaných výsledků do diplomové práce,

Zdroj: autorka

Termín, kdy byl formulář internetového dotazníku otevřen k vyplnění byl pro zvýšení počtu respondentů prodloužen z termínu od 17.9. – 5.10.2018 až do 23.10.2018, po konzultaci s některými zástupci škol.

### 3.2 Struktura dotazníku

Ke sběru dat bylo využito elektronické podoby dotazníkového šetření s využitím Google Forms. Struktura použitého dotazníku je zobrazena na obrázku 12 a podrobněji potom v příloze H.



Obrázek 12 Struktura dotazníku (autorka)

### 3.3 Charakteristika zapojených respondentů

K získání dobré vypovídací schopnosti je důležitý dostatečný počet respondentů. Protože SŽDC (2018d) spolupracuje s více jak třiceti školami, byly školy osloveny dopisem od ředitele SŽDC Bc. Jiřím Svobodou, MBA s prosbou o vyplnění dotazníku studenty všech ročníků středních škol, kteří studují podporované obory.

Přestože byly osloveny všechny střední školy spolupracující se SŽDC, některé se odmítli do průzkumu zapojit, zejména kvůli množství dotazníků, které jsou na školy doručovány. Proto se další části práce budou věnovat pouze respondentům ze škol, které se rozhodly spolupracovat. Mezi zapojené školy se zařadily:

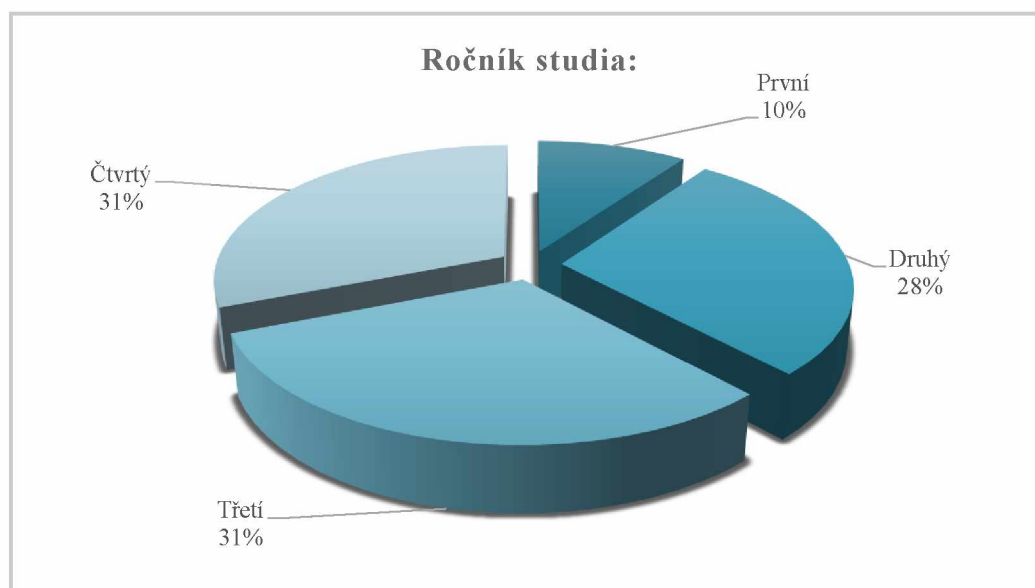
- Průmyslová střední škola Letohrad,
- SŠ elektrotechniky a strojírenství, Jesenická 1, Praha 10,
- Střední odborná škola Nové Město na Moravě,
- Střední průmyslová škola E. Beneše a obchodní akademie Břeclav, příspěvková organizace,
- Střední průmyslová škola dopravní, Plzeň, Karlovarská 99,
- Střední průmyslová škola stavební akademika Stanislava Bechyně, Havlíčkův Brod, Jihlavská 628,
- Střední průmyslová škola stavební, Plzeň, Chodské nám. 2,
- Střední průmyslová škola, Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Hradec Králové,
- Střední průmyslová škola, Ústí nad Labem, Resslova 5, příspěvková organizace,
- Střední škola technická a dopravní, Ostrava-Vítkovice, příspěvková organizace,
- Střední škola technická a obchodní, Olomouc, Kosinova 4,
- Střední škola železniční, technická a služeb, Šumperk,
- Střední škola, České Velenice, Revoluční 220,
- Střední škola-Centrum odborné přípravy technické Kroměříž,
- Vyšší odborná škola a Střední průmyslová škola dopravní, Praha 1, Masná 18,
- Vyšší odborná škola a Střední průmyslová škola elektrotechnická Františka Křížáka,
- Vyšší odborná škola a střední průmyslová škola elektrotechnická Olomouc,
- Vyšší odborná škola a střední průmyslová škola Šumperk,
- Vyšší odborná škola a Střední škola technická Česká Třebová,
- Vyšší odborná škola stavební a Střední škola stavební, Vysoké Mýto.

V rámci průzkumu byl osloven základní soubor. Do vyplnění dotazníku se však nezapojily všechny školy, ale téměř ze dvou třetin škol byly v dotazníkovém šetření získány odpovědi od 578 respondentů. Na základě telefonických rozhovorů se zástupci středních škol bylo zjištěno, že odpovědět mohlo přibližně 950 studentů. Přitom se nejedná o veškeré studenty, kteří na daných školách studují zapojené obory, ale dotazník byl distribuován v závislosti na technických možnostech středních škol, tedy vlastnictví studentských emailových adres či rozvrhových možností počítačových učeben pro dané ročníky. Návratnost průzkumu tak dosahuje více jak šedesáti procent.

### 3.4 Výsledky průzkumu

Jak je možné vidět v tabulce 1 vyhodnocení výsledků probíhalo ve dvou etapách. První část dotazníku, která se zabývá preferencemi studentů v komunikaci, byla vyhodnocována v říjnu až prosinci. Zatímco druhá část dotazníku zkoumající reakce studentů na náborovou komunikaci SŽDC byla hodnocena v měsících leden až duben. Pořadí otázek odpovídá struktuře dotazníku uvedeného na obrázku 12.

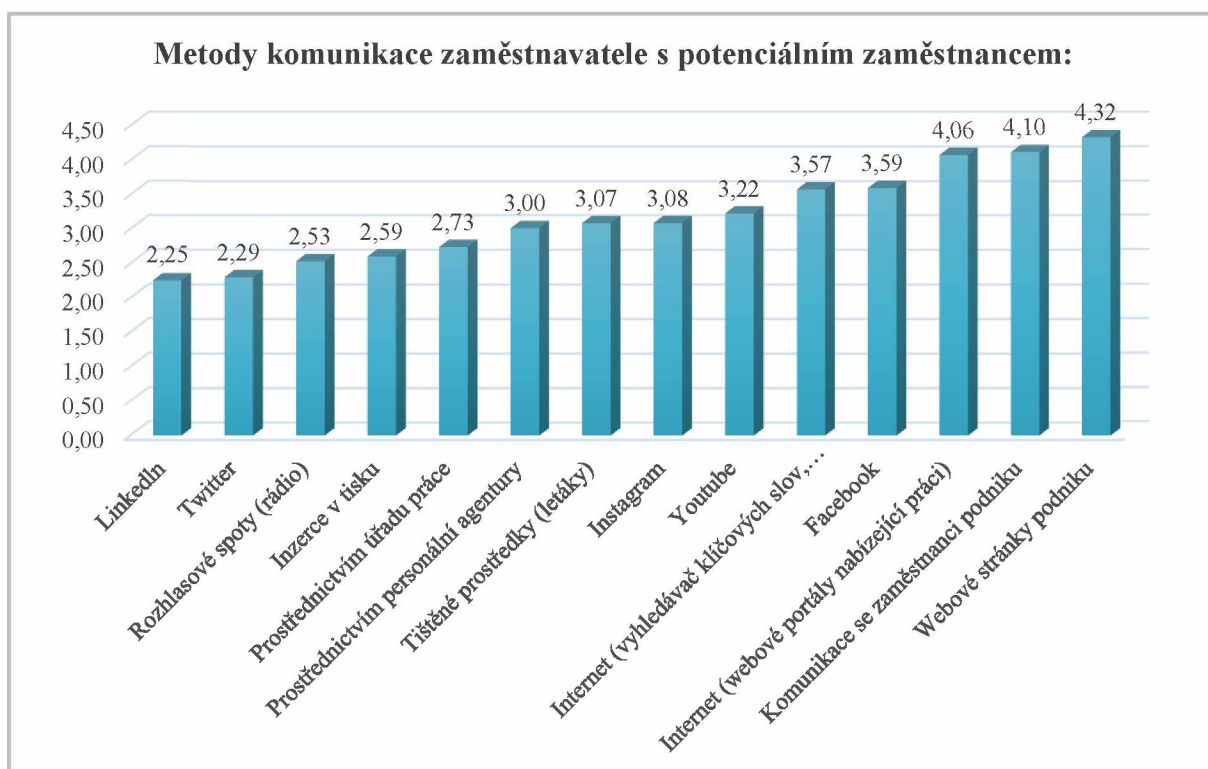
Po spuštění internetového dotazníku a úvodních informacích byla respondentovi zobrazena první otázka zkoumající ročník, který student studuje. Odpovědi studentů jsou zobrazeny na obrázku 13 a vyplývá z nich, že respondenti ze 62 % studují třetí a čtvrtý ročník. Výrazně méně odpovědí bylo získáno od studentů prvního ročníku, což bylo nejspíše způsobeno náročností nástupu na střední školu, zejména účastí studentů na adaptačních kursech.



Obrázek 13 Ročník studia studentů (autorka)



Další otázka, která byla studentům položena se zabývala formami komunikace zaměstnavatele s potenciálním zaměstnancem. Studenti měli ohodnotit jednotlivé metody komunikace dle jejich osobních preferencí na škále 1 (nejméně) – 6 (nejvíce). Metody vybrané do dotazníkového šetření byly zařazeny dle oddílu 1.5.1. Na obrázku 14 jsou zobrazena průměrná hodnocení jednotlivých metod komunikace od metod s nejmenším ohodnocením po nejvýše hodnocené.

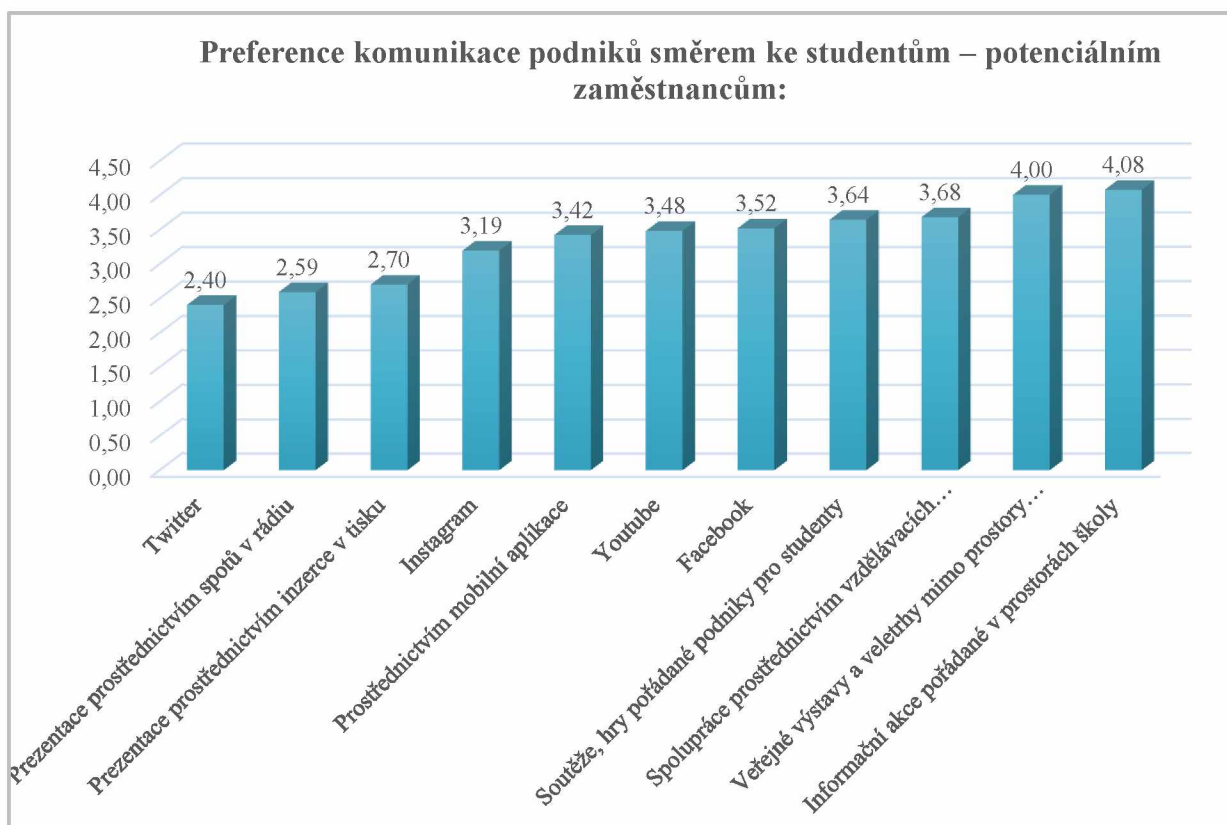


**Obrázek 14** Průměrné ohodnocení jednotlivých metod komunikace dle preferencí studentů (autorka)

Výsledky primárního průzkumu odpovídají názorům autorů z první kapitoly, tedy že WWW stránky podniku jsou v současné době nejdůležitějším místem propagace podniku, zejména při náborové komunikaci, s výsledkem 4,32. Nad hodnocení 4 se překvapivě dostala metoda nevyužívající internet, ale osobní kontakt. Studenti chtějí získat informace přímo od zaměstnanců podniku nejspíše proto, že věří v nejméně zkreslené informace. Poslední metodou s ohodnocením větší než 4 jsou internetové portály nabízející práci jako Jobs, což opět odpovídá názorům autorů. Překvapivé je až čtvrté místo první ze sociálních sítí Facebook. Naopak nejnižšího ohodnocení dosáhla profesní síť LinkedIn, což může být způsobeno její neznalostí respondenty.

Následující otázka položená respondentům byla podobná předchozí, ale s ohledem na specifika komunikace mezi podnikem a studenty, jako potenciálními zaměstnanci. Mezi

specifika přitom lze zařadit koncentraci příjemců komunikace na středních školách či možnosti dlouhodobějšího navázání kontaktu. Uvedené možnosti komunikace byly vybrány autorem a konzultovány se zástupci SZDC. Opět byla využita škála 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) a obrázek 15 zobrazuje průměrná ohodnocení.



**Obrázek 15** Průměrné ohodnocení metod komunikace podniků směrem ke studentům – potenciálním zaměstnancům (autorka)

Výsledky potvrzují předchozí výsledky, že respondenti stojí o kontakt se zástupci podniku. Pro podniky to znamená, že mohou využít koncentrace studentů jednak ve škole tak na veletrzích, ale zároveň musí počítat s nutností personálního zajištění cest na jednotlivé školy či veletrhy. Překvapí je i zájem o spolupráci prostřednictvím online vzdělávacích kurzů.

S rozvojem technologií souvisí nové možnosti prohlížení internetu. Další otázka proto zkoumala, zda investice do nového trendu jako je mobilní recruitment je smysluplným.

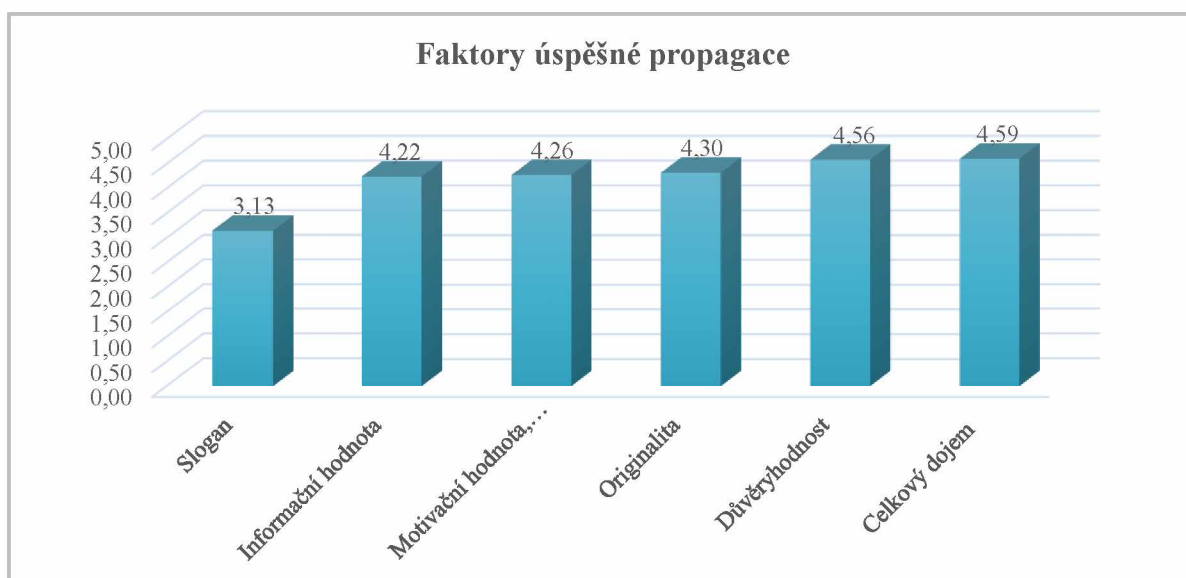
Obrázek 16 ukazuje, že zaměření tímto směrem by mělo být pro firmy preferencí, protože téměř dvě třetiny respondentů sledují WWW stránky, sociální síť nebo videa prostřednictvím mobilního telefonu z 64 %.





**Obrázek 16** Preference zařízení pro sledování webových stránek, sociálních sítí či videí (autorka)

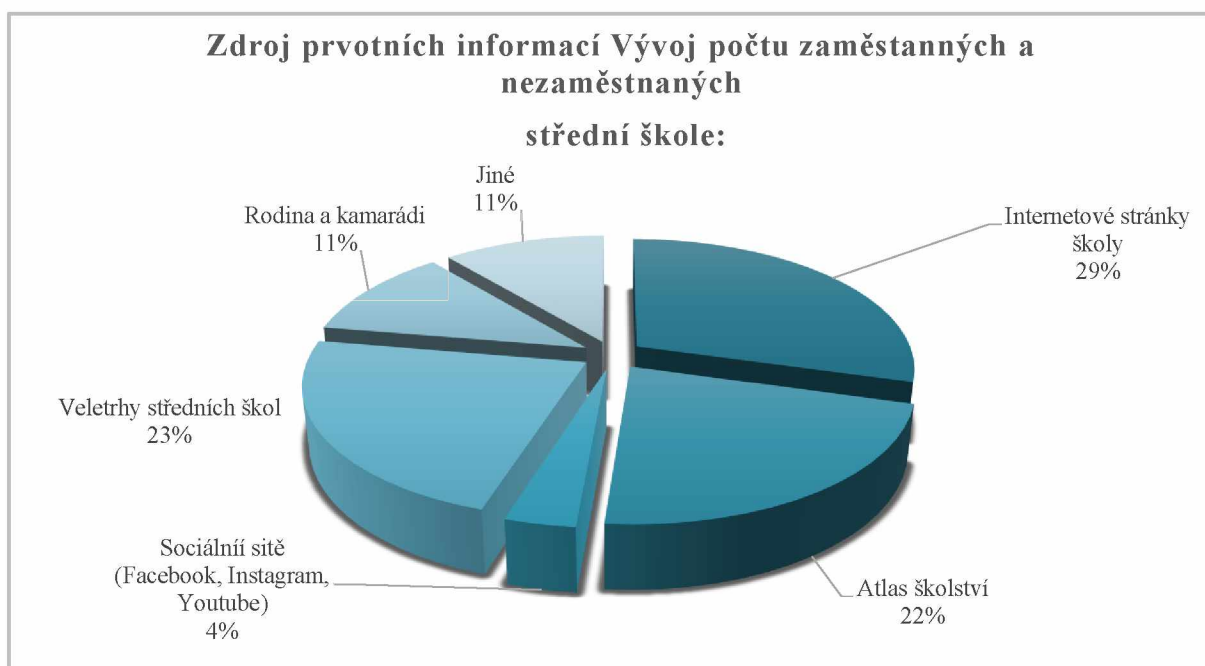
Jak by měla úspěšná propagace podniku vypadat a na co by se měla podle studentů zaměřit, zkoumala otázka hodnocení faktorů kvality úspěšné reklamy, která je nezbytná pro personální marketing. Faktory byly vybrány s ohledem na doporučení hodnocení efektivnosti reklamy s doplněním o slogan, který často reprezentuje celou organizaci.



**Obrázek 17** Faktory kvality úspěšné propagace podniku směrem budoucím zaměstnancům (autorka)

Překvapivé je, že kromě sloganu dle obrázku 17 ostatní faktory dosáhli podobného ohodnocení. Celkový dojem dosáhl vůbec nejvyššího ohodnocení, to znamená, že nejdůležitější je emocionální dojem z reklamy, inzerátu či internetových stránek.

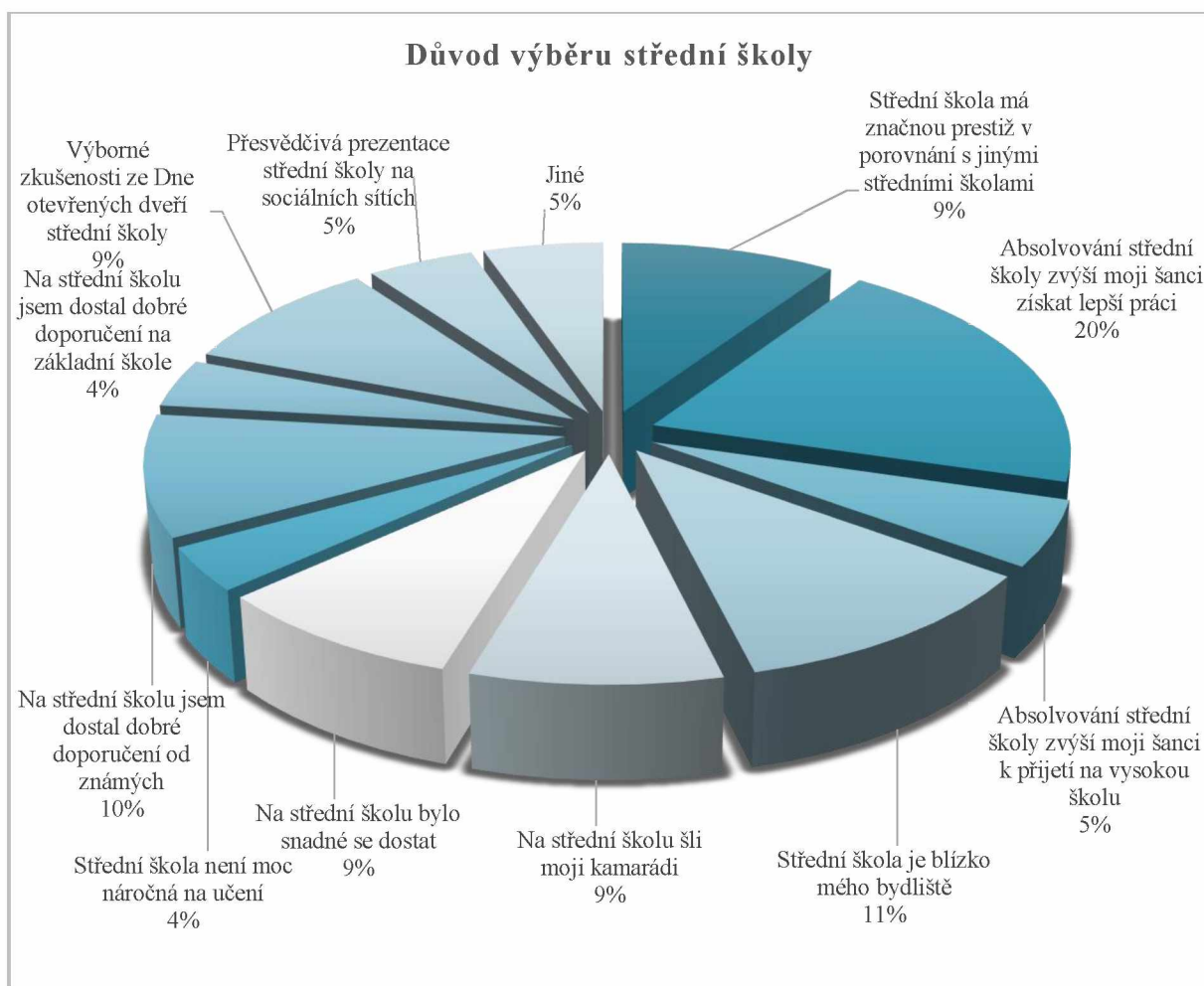
Podniky v České republice při dlouhodobém plánování lidských zdrojů zjišťují z věkové struktury, že v budoucnu budou potřebovat nové zaměstnance za ty co odejdou do penze. Jedním z externích zdrojů jsou i střední školy. Ovšem aby tento zdroj byl neustále dostupný, musí na středních školách být studenti, proto je důležité přilákat studenty na samotné střední školy. Další otázka v dotazníku se proto zabývala zdroji, ze kterých se studenti o dané škole dozvěděli.



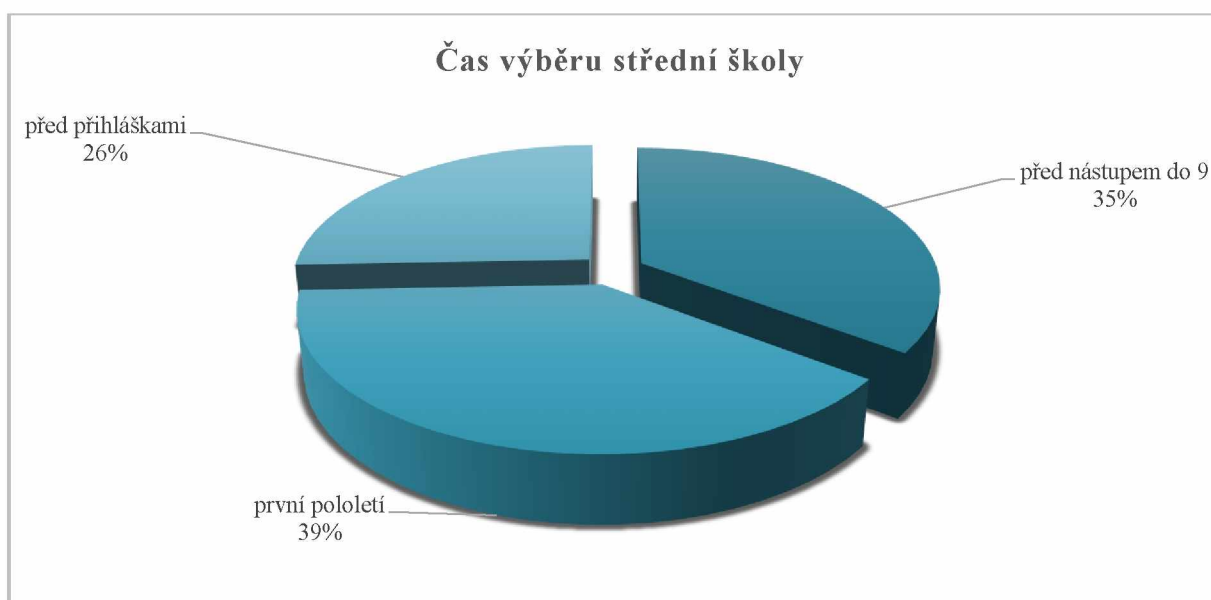
**Obrázek 18** Zdroj prvotních informací o střední škole (autorka)

Opět odpovědi na obrázku 18 potvrzují důležitost WWW stránek v tomto případě organizací, které získali 29 %. Na druhém místě s 25 % se umístily veletrhy středních škol a na třetím místě Atlas školství s 22 %. Toto umístění znamená, že investice do obou projektů mají smysl.

Prvotní informace jsou důležité, ale klíčové je rozhodnutí o výběru střední školy, proto další otázka zkoumala, co studenty při rozhodování ovlivňuje. Pro podniky může být pozitivní informace, že si studenti vybírají školu, podle možnosti získat dobrou práci po jejím dokončení. Jak totiž znázorňuje obrázek 19, 20 % studentů zvolilo právě tuto možnost, ostatní možnosti dosáhli polovičního či ještě nižšího výsledku. Dalšími významnými důvody jsou vzdálenost od bydliště, doporučení od známých či kamarádů, faktor náročnosti na přijetí na střední školy, ale i prestiž střední školy a její prezentace na dni otevřených dveří.



**Obrázek 19** Důvod výběru střední školy (autorka)

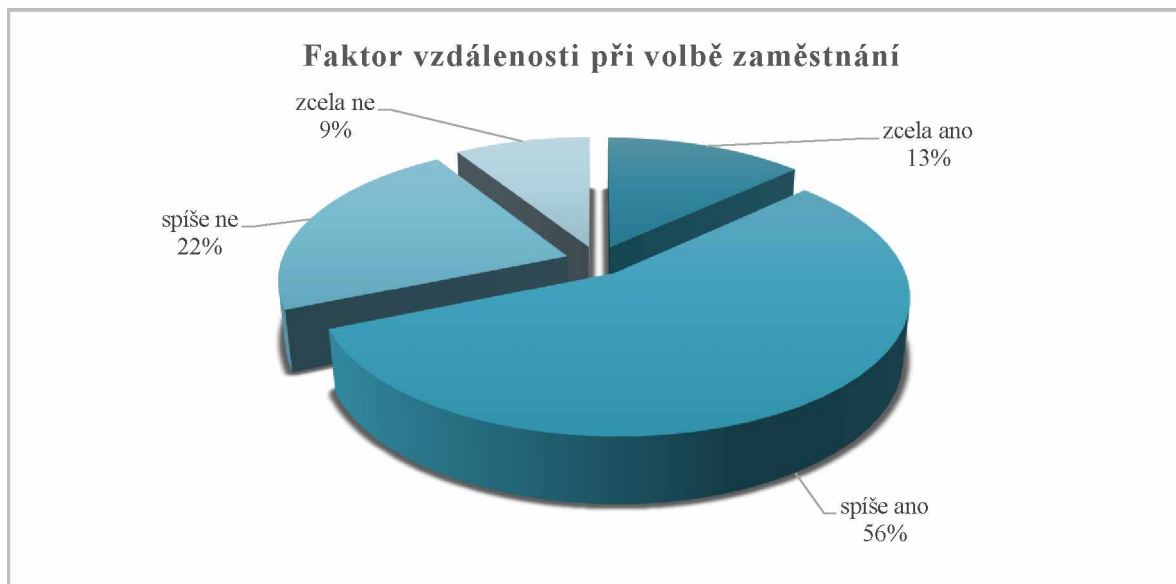


**Obrázek 20** Kdy si studenti vybírají střední školu (autorka)

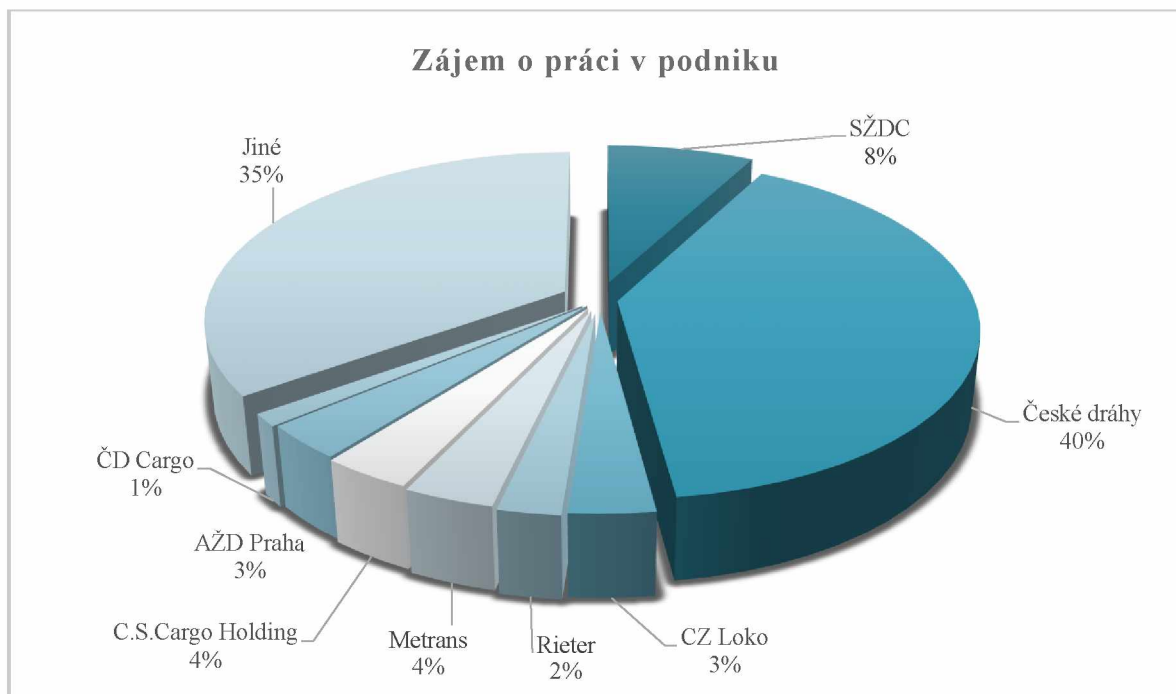
Další cennou informací je čas, ve kterém se studenti o výběru rozhodují. Zásadní informace zobrazuje obrázek 20, podle kterého jsou nejdůležitější období před nástupem do

deváté třídy a v jejím první pololetí. V této době by tak školy, ale i podniky měly cílit na studenty.

Faktor vzdálenosti při výběru povolání byl předmětem dotazování v další otázce. Obrázek 21 ukazuje, že 69 % odpovědí se nacházelo v kladném spektru, z čehož vyplývá, že vzdálenost pro studenty při výběru zaměstnání je důležitá.



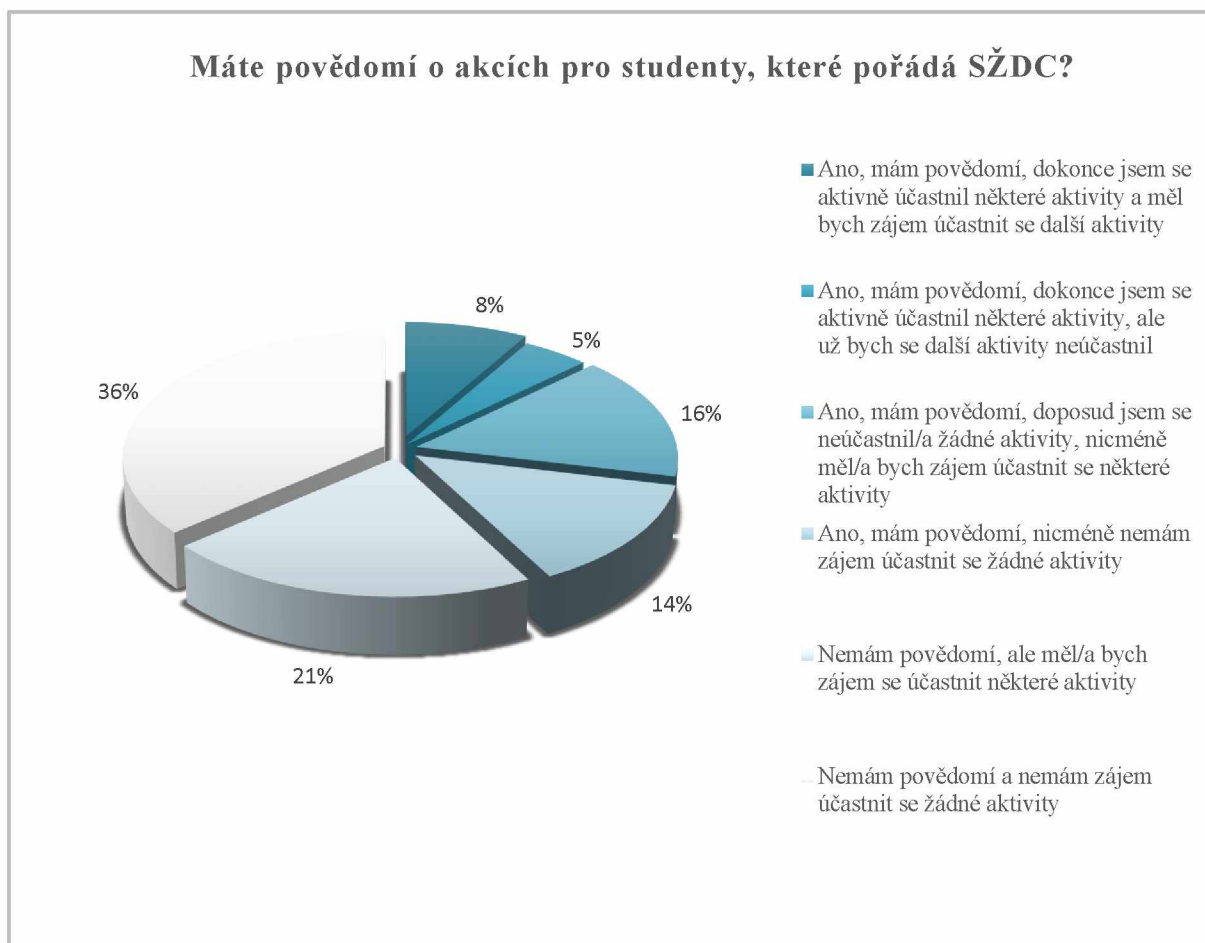
**Obrázek 21** Faktor vzdálenosti při volbě zaměstnání (autorka)



**Obrázek 22** Zájem studentů o práci v podniku (autorka)

Další otázka položená respondentům zkoumala, u kterého ze známých technických podniků, zejména z oblasti železniční dopravy by měli studenti zájem vykonávat zaměstnání. Dle obrázku 22 je vidět, že největším konkurentem pro SŽDC jsou České dráhy a.s.

Jak ukazuje diagram na obrázku 12, následující otázka byla rozhodující pro další postup v dotazníku. Byla taktéž začátkem pro hodnocení komunikace SŽDC směrem ke studentům. Její znění bylo: „Máte povědomí o akcích pro studenty, které pořádá SŽDC? („Student Cup“, „Staň se na jeden den...“, „Interaktivní konference“, „Fotosoutěž“, „Nádražák“, „Odborné praxe“)?“ Respondenti, kteří na otázku odpověděli, že se účastnili některé z aktivit byli dotazováni na hodnocení těch aktivit, kterých se zúčastnili. Pokud se studenti měli zájem účastnit některé z aktivit, byli přesměrováni na sekci s volbou preferované aktivity. V případě nezájmu o aktivity byli respondenti přesměrováni na hodnocení dalších komunikačních aktivit SŽDC. Odpovědi studentů jsou znázorněny na obrázku 23.

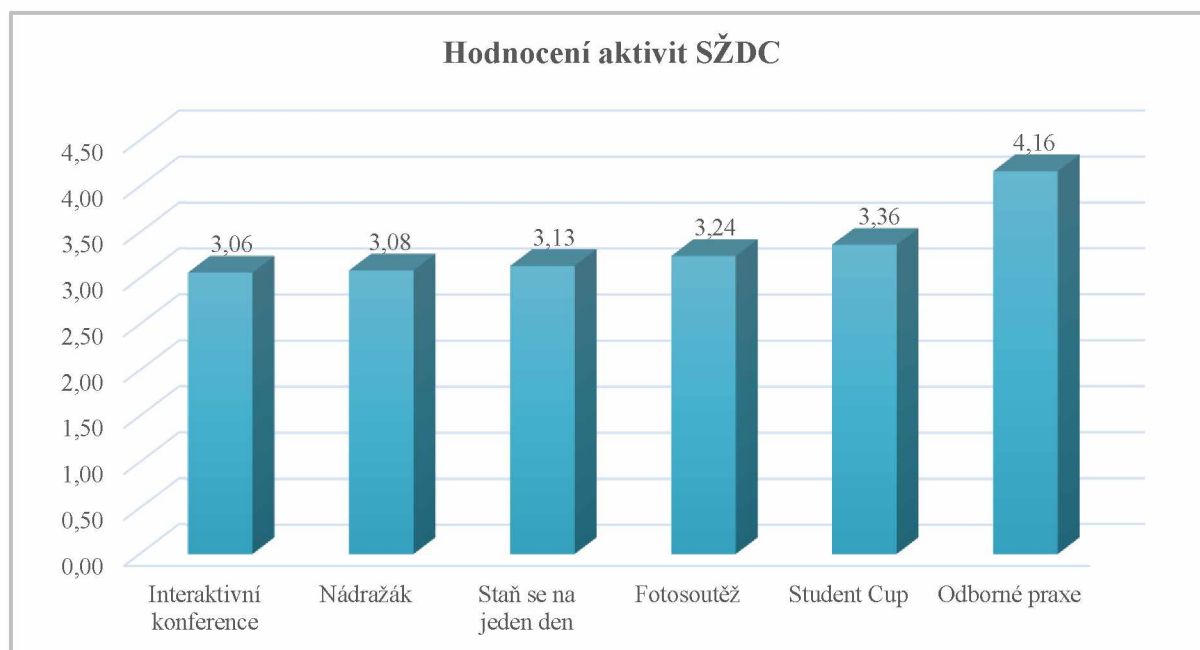


**Obrázek 23** Povědomí studentů o akcích SŽDC a jejich postoj k pořádaným akcím (autorka)

Protože aktivity pořádané pro studenty znamenají nemalé finanční i personální náklady, je důležité získání zpětné vazby od studentů. Opět bylo využito škály 1 (nejméně) – 6 (nejvíce).

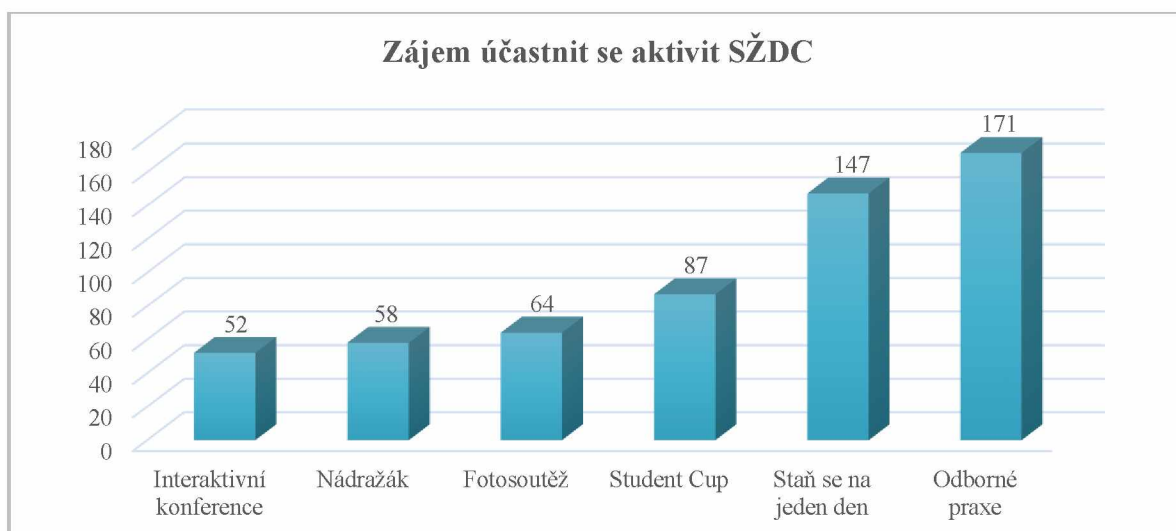


S téměř jednobodovým odstupem se dle obrázku 24 na prvním místě umístili „*Odborné praxe*“, což koresponduje s odpověďmi na druhou otázku, protože se studenti dostanou do kontaktu se zaměstnanci podniku a mají šanci získat nezkrácené informace o podmínkách práce. Druhé umístění získal sportovně – vzdělávací program „*Student Cup*“, což pro jeho organizátory znamená pozitivní zpětnou vazbu motivaci k dalšímu pořádání. Z výsledků navíc vyplývá, že studenti, kteří mají zájem účastnit se dalších aktivit, většinu aktivit hodnotili o stupeň výše, než ti, kteří už o další zájem neměli.



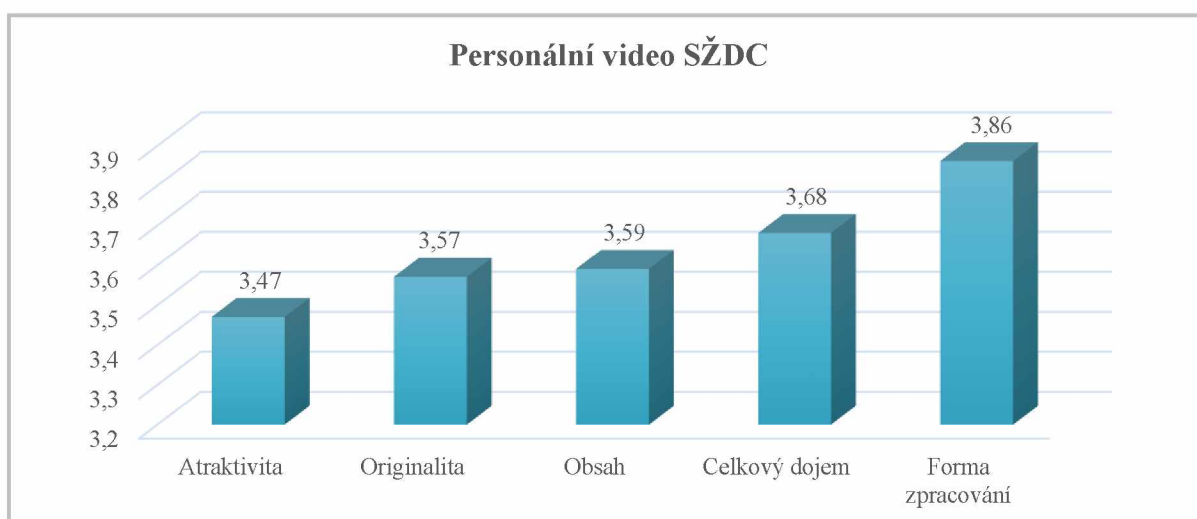
**Obrázek 24** Hodnocení aktivit SŽDC studenty (autorka)

Protože pro řízení lidských zdrojů je důležité plánování, je nezbytné i v náborové komunikaci, zaměřit se na budoucnost. Další otázka směřovaná na studenty, proto zkoumala, jakých dalších aktivit by se studenti chtěli zúčastnit. 45 % studentů dle obrázku 23 mělo zájem o v budoucnu pořádané aktivity. Studenti měli možnost zvolit jednu, dvě až po všechny aktivity. Se 171 hlasy zvítězili odborné praxe, jako u předchozí otázky, ale na druhé místo, jak je možné vidět na obrázku 26, se dostala akce „*Staň se na jeden den*“.



**Obrázek 25** Zájem studentů účastnit se aktivit pořádaných SŽDC (autorka)

Jendou z oblastí náborové komunikace jsou personální videa na kanálu SŽDC. V době průzkumu bylo zveřejněné pouze první personální video nesoucí název „*Správa železniční dopravní cesty*“ (SŽDC, 2017), které k 30.3.2019 dosáhlo 9300 zhlédnutí. Toto video měli také v dotazníkovém šetření ohodnotit studenti, z hlediska oblastí, které jsou definovány v první kapitole a výsledky popisuje obrázek 26. Nejvyššího průměrného ohodnocení na škále 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) dosáhla forma zpracování, na opačném konci poté atraktivita s originalitou. Žádné z průměrných ohodnocení, ale nedosáhlo ani známky 4. Z hodnocení tedy vyplývá, že video je dobře zpracované, ale nedokáže příliš zaujmout.

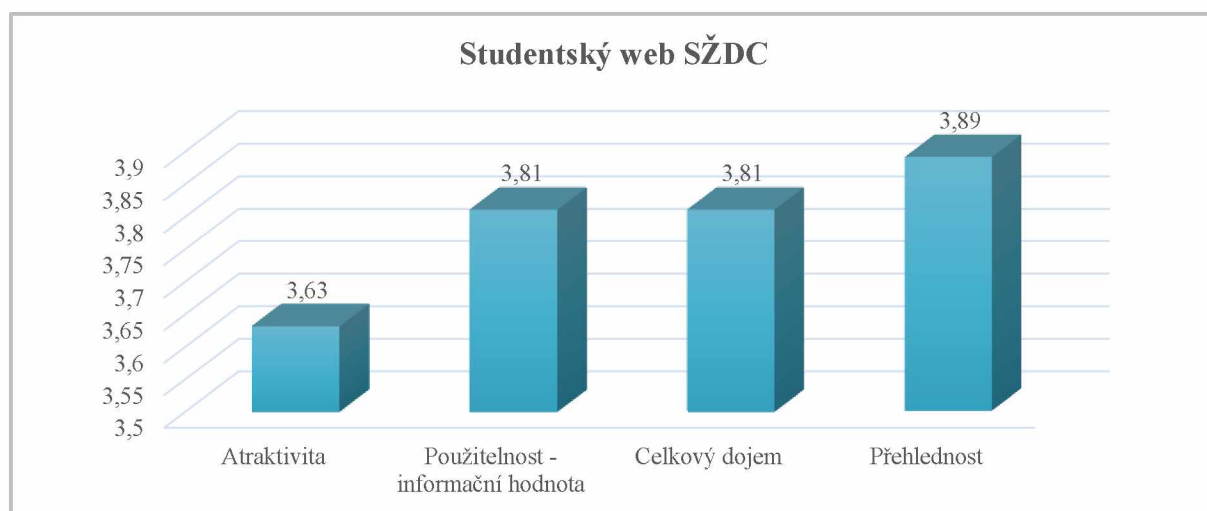


**Obrázek 26** Hodnocení personálního videa SŽDC (autorka)

V únoru 2019 SŽDC (2019k) vydalo nové personální video s názvem: „*Lidé. Technika. Zázemí.*“ Toto video je dynamičtější a zdůrazňuje pro nábor důležité informace, jako je počet zaměstnanců, profesí atp., k 30.3.2019 mělo celkem 798 zhlédnutí. Novinkou se stala videa

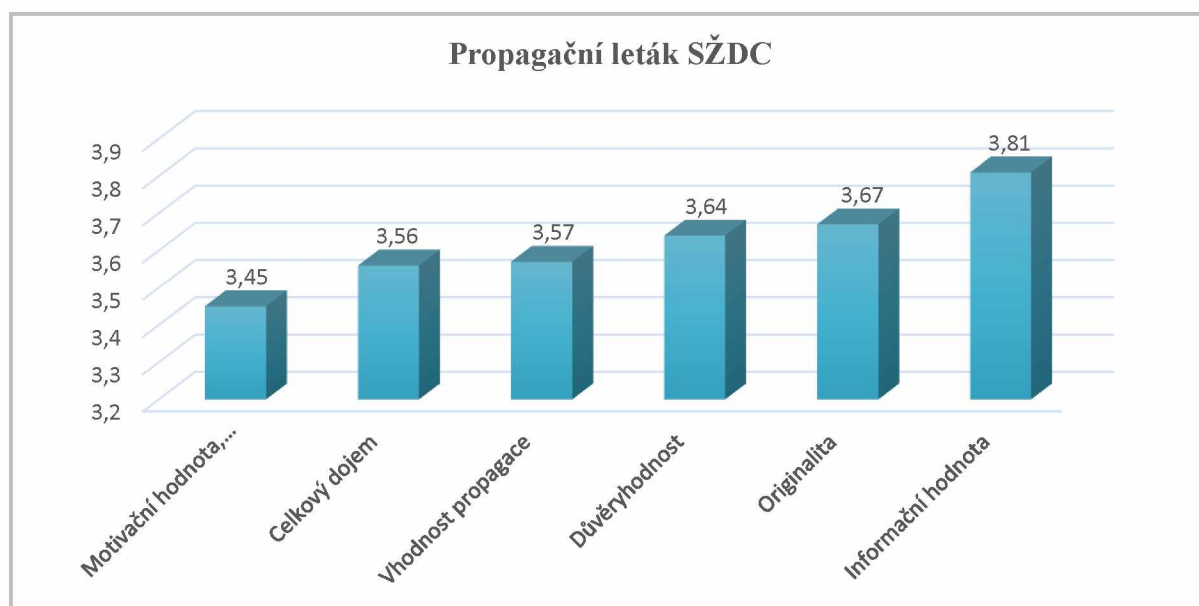
představující profese vykonávané u SŽDC (2019l), Jedním je rozhovor s elektromontérem pevných trakčních a silnoproudých zařízení, další s výpravčí a poslední s návěštním technikem, přitom každé z videí mělo k 30.3.2019 přes 500 zhlédnutí.

Protože SŽDC (2018d) má svůj web určený pouze pro studenty, další otázka se zaměřila právě na něj. Studenti hodnotili WWW stránky ve čtyřech kategoriích. Nejvyšší průměrné známky dosáhla přehlednost s ohodnocením 3,89, což znamená, že pro příchozí je vhodně zvolené navigační menu i celkové rozvržení. Naopak atraktivita, jak ukazuje obrázek 27 byla opět nejhůře hodnocenou oblastí.



**Obrázek 27** Hodnocení Studentského webu SŽDC (autorka)

Poslední hodnoceným byl nový propagační letáček SŽDC, jehož hodnocení je možné vidět na obrázku 28 a podobu na obrázku 29.



**Obrázek 28** Hodnocení propagačního letáku SŽDC (autorka)



**ŽIJEME ŽELEZNICÍ.**

**CO JE SPRÁVA ŽELEZNIČNÍ DOPRAVNÍ CESTY, STÁTNÍ ORGANIZACE?**

- Již více než 15 let plníme funkci provozovatele a vlastníka železniční dopravní cesty v České republice.
- Zajišťujeme provozování, provozuschopnost, údržbu, opravy, rozvoj a modernizaci drážní infrastruktury.
- Dlouhodobě se profilujeme jako moderní, stabilní a perspektivní společnost.
- Se svými více než 17 tisíci zaměstnanci patříme mezi největší zaměstnavatele v České republice.

**CHCEŠ SE STÁT SOUČÁSTÍ NAŠE ORGANIZACE? VYBER SI ŠKOLU Z TVÉHO KRAJE:**

Vyšší odborná škola a střední škola technická Česká Třebová (tab. 888)  
 Obory: Elektrotechnika - Vykonaové a trakční systémy; Mechanik elektrotechnik; Provoz a ekonomika dopravy; Železničář (učební obor); Elektrikář silnoproud (učební obor); Elektrikář (učební obor);  
 Průmyslová střední škola Letohrad (tab. 888)  
 Obory: Stavebnictví - Dopravní stavitelství; Geodézie a katastr nemovitostí; Elektrikář silnoproud (učební obor); Elektromechanik pro zařízení a přístroje (učební obor);  
 VOŠ a SOŠ stavební, Vysoké Mýto (tab. 888)  
 Obor: Stavebnictví - Dopravní stavitelství.

**STAŇ SE SOUČÁSTÍ SŽDC A TAHLE PRÁCE SE TI VRTJE POD KŮŽÍ**

Milní na [www.szdc.cz/studenti](http://www.szdc.cz/studenti)

[www.facebook.com/szdc01](https://www.facebook.com/szdc01)

[www.instagram.com/szdc\\_so](https://www.instagram.com/szdc_so)

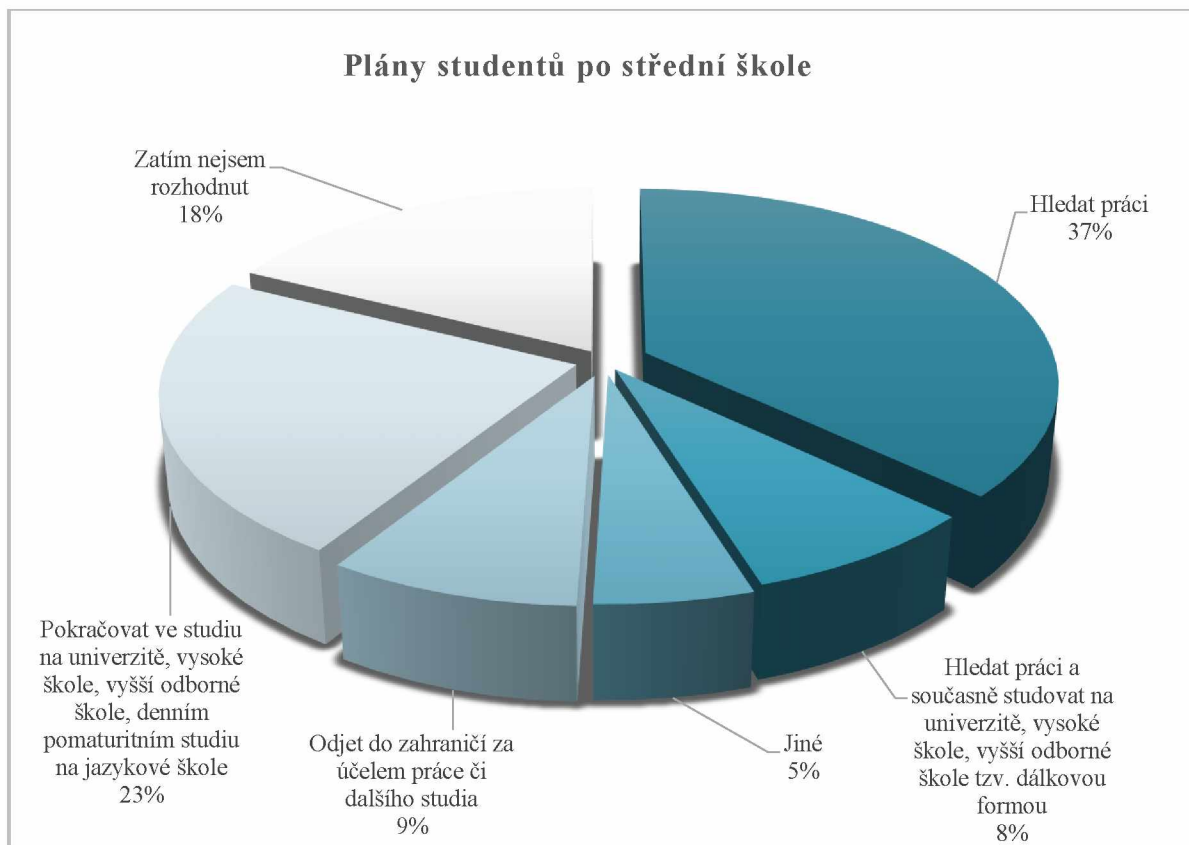
**SŽDC**  
Správa železniční dopravní cesty, státní organizace

Diážděná 1003/7  
110 00 Praha 1  
Tel. + 420 972 235 607  
e-mail: [studenti@szdc.cz](mailto:studenti@szdc.cz)

**Obrázek 29** Propagační letáček SŽDC (2018f)

Studenti zde průměrnou nejvyšší známkou 3,81 ohodnotili informační hodnotu, která byla překvapivě následována originalitou, naopak nízké známky dosáhla motivační hodnota. Rozdělení pohlaví odpovídá mužské dominanci v technických oborech i u SŽDC. Celkem se dotazníkového šetření účastnilo 506 mužů a pouhých 72 žen.

Na konci dotazníku byli studenti dotazováni na jejich plány po dokončení střední školy. Nejvíce studentů chce podle obrázku 30 po střední škole hledat práci a to celých 37 %, k tomu je potřebné ještě přičíst 8 % studentů, kteří chtějí zároveň pracovat a studovat dálkovou formou. Proto lze říci, že směřování náborové komunikace směrem ke studentům je správnou volbou, zároveň je důležité sledovat jejich názor na náborovou komunikaci realizovanou SŽDC.



**Obrázek 30** Plány studentů po střední škole (autorka)

## **4 NÁVRH OPATŘENÍ NA ZLEPŠENÍ NÁBORU NOVÝCH ZAMĚSTNANCŮ Z ŘAD STUDENTŮ TECHNICKÝCH STŘEDNÍCH ŠKOL V PROSTŘEDÍ SPRÁVY ŽELEZNIČNÍ DOPRAVNÍ CESTY, STÁTNÍ ORGANIZACE**

Z analýzy prostředí SŽDC a zejména komunikace směrem ke studentům ohodnocené v odpovědích studentů prezentovaných ve třetí kapitole vyplývají některé nedostatky, na které by se měl podnik zaměřit. Protože je důležité myslet na problematiku komplexně, a nelze řešit pouze úzce komunikaci směrem ke studentům bez ohledu na celkovou pozici SŽDC a rozhodnutí studentů, která jsou dle odpovědí zobrazených na obrázku 19 ovlivněna doporučením rodičů a známých, návrhová část bude zaměřena na tři hlavní oblasti:

- 1) Budování povědomí o značce – vybudování GeoTour, pořádání Eventů s možností osobního kontaktu se zaměstnanci podniku, emise vlastních Geocoinů.
- 2) Budování vztahu žáků základních škol k železnici a technickým oborům – prostřednictvím organizace táborů pořádaných v prostředí SŽDC.
- 3) Komunikace realizovaná v prostředí internetu a přímý kontakt se zaměstnanci – budováno s ohledem na preference studentů.

### **4.1 Budování povědomí o značce s využitím geocachingu**

Jak vyplývá z odpovědí respondentů prezentovaných ve třetí kapitole i ze SWOT analýzy v podkapitole 2.2 vytvořené na základě strategie SŽDC (2018b), obrovským problémem se kterým se podnik potýká, je neznalost značky, případné zaměňování s podnikem České dráhy, a.s.

Od roku 2016 jsou v majetku SŽDC i nádraží a zastávky. SŽDC (2019n) v současné době obhospodařuje 2 611 nástupních bodů, z toho je 1 091 železničních stanic a 1 520 zastávek. Z toho vyplývá velký počet reklamní plochy, které může podnik využít, na druhé straně příjemce reklamy k ní musí být nasměrován. Samozřejmě nejdůležitějším majetkem je samotná železniční cesta a stavební objekty nesoucí cestu, tady jsou však možnosti reklamy velmi omezené, přitom délka tratí v České republice dosahuje 9 408 km. Nevýhody obojího řeší možnost reklamy pomocí geocachingu, který nasměruje příjemce komunikace i na méně přístupná místa a zároveň má nízkou náročnost na podmínky umístění.

Geocaching je celosvětově rozšířená hra založená na hledání pokladů. Jak uvádí Groundspeak (2018) v současné době již existuje více jak tři miliony aktivních kešek po celém světě, z toho téměř milion a půl se nachází v Evropě. Důkazem jejich rozšířenosti je i obrázek x zobrazující například kešky v okolí města Chrudim. Protože však kešek je takové množství,

Nožička (2019) upozorňuje na nutnost vysoké atraktivity kešky, aby bylo dosaženo co největší návštěvnosti. Geocaching je zájmovou činností, jehož příznivci se spojují do skupin, zřejmě tím největším portálem v České republice je geocaching.cz. S jeho rozšířeností se zároveň rozšiřují možnosti oslovení zájemců o geocaching. Následující část práce, proto bude popisovat tři možnosti prezentace SŽDC prostřednictvím geocachingu:

- GeoTour – soustava kešek umístěných na zajímavých místech v dané destinaci,
- Eventy – setkání geocacherů, obvykle spojené s nějakým programem,
- Geocoin – mince s unikátním kódem určená pro cestování po keších.

#### 4.1.1 GeoTour

Honbu za poklady lze dle Groundspeak (2019a) pojmout jako putování po souboru keší, které návštěvníky zavedou na zajímavá místa, ať už se jedná o památky, přírodní úkazy či body na turistických trasách, stejně tak ale mohou být keše umístěny v blízkosti rodinných aktivit či eventů.

Groundspeak (2019a) zároveň doporučuje vytvoření GeoTour Passport, který by návštěvníkům umožnil sledování plnění úkolů a navštívených kešek, jeho podobu je možné vidět na obrázku 31. Odměnou za projití celé GeoTour pak mohou být například geocoiny, o kterých bude blíže pojednáno v oddílu 4.1.3.



**Obrázek 31** GeoTour Passport (Groundspeak, 2019)

V České republice je možné se setkat s GeoTour na letišti Václava Havla v Praze, která návštěvníky dle listingu Groundspeak (2019b) provede pomocí příběhu cestovatele Petra po letišti a jeho blízkém okolí. Listing první ze série 10 kešek je možné vidět v příloze I. Velké oblíbenosti dosahuje The Highking Code GeoTour, která byla jako první založena v sousedním Rakousku, a skládá se z 35 keší, které podle Groundspeak (2019c) provází návštěvníky po

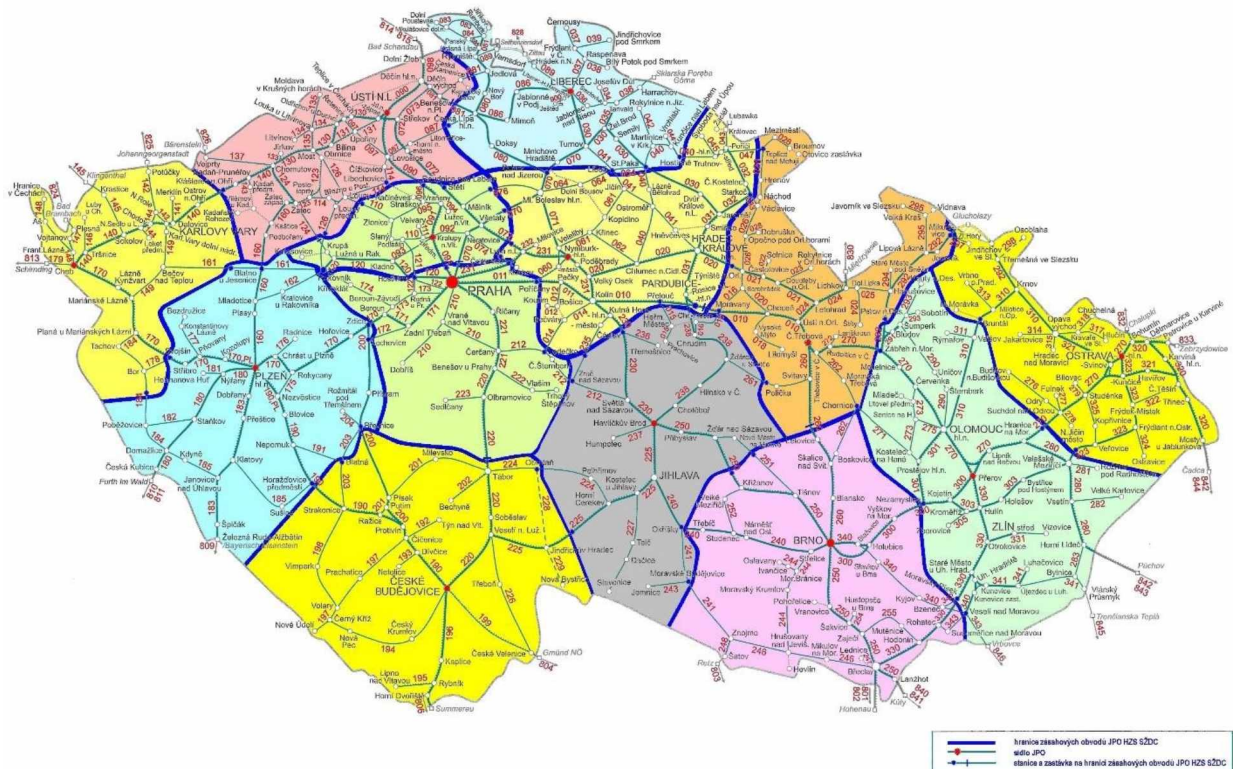


vyhlídkových bodech, legendách, bylinkách či hornickém muzeu. Vyobrazení informací o této GeoTour obsahuje příloha J. Důkazem, že GeoTour se těší větší oblíbenosti, plyne i z počtu bodů oblíbenosti, pro příklad první keška z GeoTour Hurá na letiště, dosáhla dle přílohy I 382 bodů oblíbenosti, oproti tomu druhá keška „Stolova hora“ vzdálená od této jen něco přes kilometr, i přes výhled na přistávací plochu dosahuje pouze 20 bodů. Jak dodává Nožička (2019), vždy ale záleží na kvalitě zpracování celé GeoTour.

Vzhledem k podmínkám SŽDC a zmíněným fungujícím projektům by bylo možné v prvním kroku uspořádat dvě GeoTour. První z nich by provázela po nádražích, která byla oceněna v soutěži „Nejkrásnější nádraží“ a zaměřovala se spíše na historii, zatímco druhá z GeoTour by provázela návštěvníky po hasičských zbrojnicích SŽDC a zaměřovala by se na bezpečnost.

### Bezpečně na železnici se SŽDC GeoTour

Téměř rovnoměrně, jak zobrazuje obrázek 32, jsou po celé České republice rozmístěny hasičské záchranné stanice SŽDC (2019b), ze kterých vyjíždí hasiči k mimořádným událostem zejména na železnici. Celkem je po České republice rozmístěno 14 jednotek požární ochrany, a to v Brně, České Třebové, Českých Budějovicích, Havlíčkově Brodě, Chebu, Liberci, Nymburku, Ostravě, Plzni, Přerově a Ústí nad Labem a 2 pobočné stanice v Chomutově a Kralupech nad Vltavou, hlavní sídlo se potom nachází v Praze.



Obrázek 32 Zásahové obvody JPO HZS SŽDC (SŽDC, 2019b)

Cílem této GeoTour by pro SŽDC mělo být seznámení s organizací, zapůsobení na lidi, tak aby SŽDC považovali za dobrého zaměstnavatele a doporučovali organizaci studentům, protože jak vyplývá z dotazníku, názor rodičů i známých je pro studenty důležitý při rozhodování o střední škole. Neméně důležitým cílem je i informovanost o bezpečném chování na železnici, které SŽDC (2013) zformulovala do „Desatera SŽDC bezpečnosti na železnici.:

1. *Nevjížděj na přejezd, bliká-li červené světlo. Vlak nezastaví.*
2. *Rozhlédni se vždy před přejezdem. Je to povinnost i jistota.*
3. *Nepodlézej závoř. Vlak se ti nevyhne.*
4. *Nepokládej žádné předměty na koleje. Vykolejení vlaku už není hra.*
5. *Nelez na odstavené vagony ani sloupy. Elektrický proud zabíjí i bez doteku.*
6. *Nevstupuj nikdy na koleje. Použij nadchody a podchody.*
7. *Stůj na nástupišti v bezpečné vzdálenosti. Hrozí zachycení vlakem.*
8. *Grafiti je umění, patří na legál. Nebuď vandal.*
9. *Nenič zabezpečovací zařízení na železnici krádežemi. Nebuď terorista.*
10. *Nepoškozuj vybavení nádraží a zastávek. Nebuď sobec, slouží všem.“*

Na 10 z požárních stanic by tak hasič Honza v listingu kešky vysvětloval jedno z 10 pravidel bezpečnosti na železnici. Pražská stanice hasičů SŽDC by sloužila, jako závěrečná v GeoTour a návštěvníci, kteří prošli všechny kešky, by zde získali odměnu, například v podobě geocoinu. Kešky umístěné u zbývajících stanic by v listingu měly představení profese hasiče SŽDC, film SŽDC „To nedáš! 2“ a informace o taktických cvičeních IZS na železnici. Aby GeoTour byla ještě více ozvláštněna, samotné kešky budou v podobě vyprošťovacího tanku, či jiné techniky hasičů SŽDC a jejich podobu je možné vidět na obrázku 33.



**Obrázek 33** Kešky v podobě techniky SŽDC (AAA Auto-model, 2019 a Happy Model, 2019)

Pro otevření závěrečné kešky by sloužil kód, zjištěný jako součet čísel obsažených ve všech 13 keškách. Čísla a informace o navštívených keškách by si navíc návštěvníci mohli zaznamenávat do herního plánu, který by jim byl zaslán na emailovou adresu, a stačilo by si ho

vytisknout. Návštěvníci by tak mohli začít na kterékoliv ze stanic, bez nutnosti dodržovat pořadí kešek.

### **Nejkrásnější nádraží SŽDC GeoTour**

Od roku 2007 je pořádána soutěž „Nejkrásnější nádraží“, jejímiž organizátory jsou Asociace Entente Florale CZ - Souznění, z.s. a Spolek Želpage. Od roku 2016 jsou mimo vítěze vyhlášována i nádraží oceněná cenou generálního ředitele SŽDC. GeoTour by tak provázela po oceněných nádražích, které jsou v majetku SŽDC, a jednotlivé listingy kešek by představovaly v krátkosti historii nádraží. Návštěvníci by se tak dozvěděli, do jak malebných nádraží vedou tratě a o nádražích, o které se stará SŽDC.

Celková organizace by byla podobná jako u předchozí GeoTour, jen cílem by bylo hlavní sídlo SŽDC v Dlážděné ulici v Praze s keškou v podobě modelu 1:87 hnacího vozidla v barvách SŽDC dle obrázku 34. Kešky umístěné na nádražích by měly podobu modelu kontejneru ve velikosti 1:87 a barvách SŽDC, tak jak zobrazuje obrázek 34.



**Obrázek 34** Kešky Nejkrásnější nádraží SŽDC GeoTour (StudioMarvil, 2017)

#### **4.1.2 Eventy**

Eventy definuje Groundspeak (2019c), jako setkání geocacherů, které slouží k výměně informací mezi návštěvníky a vzájemnému seznamování, jeho součástí obvykle bývá exkurze, návštěva památek či jiné aktivity. Přitom eventy jsou většinou pořádány regionálními skupinami geocacherů nebo jedním geocacherem, přitom je nutné brát ohled na komerční omezení. Žádoucí je, aby byl stanoven přesný čas i místo akce v listingu, o události bylo informováno v dostatečném předstihu a pro návštěvníky bylo zajištěné dostatečné zázemí (parkování, toalety, atp.). Populární jsou i eventy zaměřující se na životní prostředí, při kterých účastníci sbírají odpadky, případně vysazovány stromy nebo jsou realizovány jiné přírodě prospěšné aktivity.

Jako u GeoTour by tak SŽDC mohla využít hasičských stanic a uspořádat zde event s ukázkou hasičské techniky a představit práci hasičů. Podobné akce přitom pořádají jednotky hasičské záchranné služby, například dle přílohy K v Ostravě a těší se velké oblibě, kdy je vyhlášen stop stav, protože kapacita je omezená a zájem velký.

Podobně by bylo možné uspořádat i prohlídky nádraží či dispečerských pracovišť, kdy by se účastníci seznámili s prací výpravčích. I na akci „Student cup“ by tak bylo možné přilákat účastníky i ze vzdálenějších oblastí. Takové typy akcí by zároveň umožnili přímý kontakt se zaměstnanci podniku, který studenti dle obrázku 14 zvolili na druhé místo v rámci hodnocení jednotlivých metod komunikace dle preferencí studentů.

### 4.1.3 Geocoin

Geocoin je speciální mincí vytvořenou podle Groundspeak (2019c) jednotlivci nebo skupinou. Kromě identifikačních údajů vydavatele, které zpravidla geocoin obsahuje je nejdůležitějším obsahem tzv. trackovací číslo sloužící k evidenci a zejména sledování a zaznamenávání jeho putování po keších, které zprostředkovávají nálezci jeho uložením do jiné kešky, než kde ho objevili. Přitom dodržují pravidla daná geocachingem, kdy by si nálezce neměl nechat geocoin po dobu delší než 14 dnů, pokud se nejedná o speciální případ, kdy si za splnění daných podmínek může minci nechat. Samotný geocoin přitom nemusí mít jen podobu mince, ale může být vyroben i ze dřeva, plastu, látky či jiných materiálů. V České republice například mezi prodejce schválené Groundspeak (2019d) patří Geokes.cz nebo GeoCity.cz.

Zajímavým způsobem využila geocoiny Škoda Auto a.s. (2019b), která začala s putovními známkami nesoucími název #KODIAQ, které měly za úkol dostat se až na Aljašku na ostrov Kodiak. Jejich podobu je možné vidět na obrázku 35. Celkem 180 známek #KODIAQ zatím nacestovalo 230 000 km a putovali například do Číny nebo USA.



**Obrázek 35** Putovní známka #KODIAQ (Škoda Auto, 2019b)

Ovšem skutečným využitím geocoinu je řada Škoda Dědictví, jež je sérií geocoinů, které zobrazují, jak je vidět z obrázku 36, ikonické modely, které Škoda Auto a.s. (2019b) vyráběla. Samotná Škoda Auto a.s. (2019b) říká, že je důležitý samotný návrh i kvalitní zpracování mince.





**Obrázek 36** Škoda Dědictví geocoin (Škoda Auto, 2019b)

Dle Nožičky (2019) právě kvalitně zpracované geocoiny si ovšem sběratelé chtějí ponechat, a tak například na stránkách Geokes.cz je možné si různé geocoiny koupit a záleží na majiteli co s mincí udělá. Geokes.cz nejen prodává, ale jak říká Nožička (2019) je jedním z nejlepších tvůrců kvalitních geocoinů. SŽDC by tak mohla využít dobré pověsti podniku v oblasti geocoinů, a nechat si vyrobit své vlastní geocoiny. SŽDC se sice nemůže pyšnit vyrobenými vozidly, ale v jejím majetku jsou známá nádraží, železniční stavby či celé úseky tratí, které by se mohli stát předlohami pro tvorbu série geocoinů. Například Praha hlavní nádraží, Negrelliho viadukt, Pražský Semmering, Posázavský pacifik a mnoho dalších ikonických míst.

#### **4.2 Budování vztahu žáků základních škol k železnici a technickým oborům - tábory pro žáky vyššího stupně základních škol**

Oblíbenou aktivitou se v letních měsících pro děti stávají tábory. V dnešní době je možné se setkat s různými tematicky zaměřenými tábory. Například u CK Topinka jsou v nabídce tábory Trosečník, RIO, Avengers - nová mise, Starověký Egypt, Madagaskar či Dobrodružství na zlatém potoce. I vzhledem k tomu, že SŽDC přispívá zaměstnancům na tábory pro děti, bylo by možné vytvoření speciálního tematického tábora v prostředí SŽDC. Nejen děti zaměstnanců by se tak mohly seznámit zábavnou formou s profesemi, specializovanou technikou, navštívit dispečerské pracoviště či hasičskou stanici SŽDC. Jednalo by se vlastně o vícedenní aktivity podobné aktivitám v rámci „Student Cupu“, který studenti hodnotili dle obrázku 24 jako druhou nejlepší aktivitu pořádanou SŽDC pro studenty. Zároveň dle obrázku 20 se 74 % studentů rozhoduje před nástupem do deváté třídy či v první polovině deváté třídy, což odpovídá období pořádání tábora či období po jejich průběhu.

### **4.3 Komunikace realizovaná v prostředí internetu a přímý kontakt se zaměstnanci**

V rámci průzkumu bylo zjištěno, že mezi studenty preferované komunikační kanály se dle obrázku 14 a 15 řadí zejména osobní kontakt se zaměstnanci podniku, ať už přímo v prostředí školy či na veletrzích a internetová komunikace, zejména WWW stránky podniku, komunikace na Facebooku, využití vyhledávačů a specializované portály pro vyhledávání práce. Jak vyplývá z analýzy SŽDC pro komunikaci používá různé komunikační kanály, které ale nejsou jednotné ani v rámci jednoho druhu kanálu, jako je tomu například u webových stránek organizace a webových stránek určených pro studenty.

Při sestavování komunikačního modelu by tak organizace měla dbát zejména na jednotnost a celkový dojem, protože ten dle obrázku 17 studenti považují za nejdůležitější. Nezapomenout by neměla ani na důvěryhodnost, která se umístila na druhém místě, a především využívat komunikační kanály, které studenti preferují. Proto návrhy v této podkapitole budou zaměřeny na:

- sjednocení motivu využívajícího nové logo a barvy SŽDC,
- nové WWW stránky sloužící pouze pro nábor,
- přizpůsobení komunikace příjemcům využívajícím chytrý telefon,
- poskytnutí možnosti komunikace studentů se zaměstnanci různých pracovních pozic

#### **4.3.1 Sjednocení motivu využívajícího nové logo a barvy SŽDC**

Jak bylo uvedeno v podkapitole 2.2 od 1. února 2019 SŽDC využívá nové logo zobrazené na obrázku 11 a s tím se pojí i využívání nových barev, tedy tmavě modré a sytě oranžové. Přesto logo ani barvy nejsou využívány ve všech komunikačních kanálech.

Postupně došlo k výměně loga na oficiálních WWW stránkách organizace zobrazených v příloze F, byl upraven kanál SŽDC na YouTube uvedený v příloze E a profil na Facebooku. Studentskému webu se dostalo drobné obměny, jež lze porovnat na přílohách D a M. Až na konci dubna byly představeny nové oficiální WWW stránky znázorněné v příloze N. Jak je možné vidět ani po představení nových verzí nedošlo k úplnému sjednocení používaných motivů, například v rámci umístění odkazujících boxů.

Žádná změna ještě nenastala u inzerátu volné pracovní pozice v příloze J. Nabízí se možnost sladit nové letáky s podobou letáku určeného pro studenty zobrazeného na obrázku 29, u kterého je poměrně vysoce hodnocena originalita, ovšem podmínkou by byla výměna starého loga za nové.

### 4.3.2 Nové WWW ministránky sloužící pouze pro nábor

Jak vyplývá z oddílu 1.2.2 a odpovědi studentů zobrazených na obrázku 14, na předních pozicích se umístili různé formy komunikace na internetu, včetně využití klasických vyhledávačů, jako je Seznam.cz či Google, které vyhledávají klíčová slova. Proto je vhodné oddělit tu část oficiálních WWW stránek organizace nabízející pracovní pozice do samostatných ministránek, tak jako například Škoda Auto a.s. (2019a) dle přílohy O nebo Innogy (2019) v příloze P. Dle příloh oba podniky na stránkách prezentují volná pracovní místa pro studenty, absolventy i nabídky pro ostatní uchazeče a zejména Škoda Auto a.s. dodržuje soulad s oficiálními stránkami. Zároveň podniky využívají přímého zobrazení inzerátů v prostředí stránek místo odkazu na leták, tak jak je tomu u SŽDC.

### 4.3.3 Přizpůsobení komunikace příjemcům využívajícím chytrý telefon

Z 64 % dle obrázku 16 studenti prohlížejí WWW stránky a využívají aplikace na mobilním telefonu, proto důležitým krokem v rozvoji všech WWW stránek používaných SŽDC by mělo být vytvoření responsivní verze vhodné pro prohlížení v mobilních telefonech. Právě období přechodu na nové logo i barvy a nové stránky jsou přitom nejvhodnější dobou k vytvoření mobilní verze.



Obrázek 37 Aplikace SŽDC (SŽDC 2018d, autorka)

Jak je vidět z přílohy N na stránkách SŽDC mohou cestující i zájemci o železnici hned na úvodní straně nalézt informace o poloze vlaku, vyhledávač spojení i informační tabule na nádražích. Možná myšlenka do budoucna proto je vytvoření mobilní aplikace, například jako na obrázku 37, která by obsahovala výše zmíněné části, nabídky práce a například dvě hry pro vyzkoušení si profesí potřebných na SŽDC. Podobným směrem se například vydala i Deutsche Bahn se svou aplikací DB Train Simulator zobrazenou v příloze Q, kde si uživatelé mohou zkusit práci strojvedoucího.

#### **4.3.4 Poskytnutí možnosti komunikace studentů se zaměstnanci různých pracovních pozic**

Dle obrázku 15 mezi nejpreferovanější formy komunikace s potenciálním zaměstnavatelem studenti zařadili postupně informační akce v prostorách školy a veletrhy uspořádané mimo školu. Při zvážení výsledků z obrázku 14, kdy studenti preferují přímou komunikaci se zaměstnanci, by pro SŽDC mohlo být správnou volbou vysílat nejen pracovníky, kteří se nábořem studentů zabývají, ale i zaměstnance pracující přímo na technických pozicích, kteří by studentů sdělili informace z praxe.

## 5 ZHODNOCENÍ NAVRHOVANÝCH OPATŘENÍ

Zjistit, jak je komunikace efektivní, je velmi problematické zvláště při zaměření náborové komunikace na studenty, protože se jedná o dlouhodobý proces, u kterého je těžké odhadnout, co skutečně ovlivnilo jejich rozhodnutí nastoupit na střední technickou školu spolupracující se SŽDC, či začít u SŽDC pracovat. Rozhodnutí studentů jsou ovlivňována dle výsledků průzkumu nejen přímou komunikací organizace, ale i rodiči a známými, a v dnešní době nelze opomínat ani vliv médií. Samotné SŽDC si nevede statistiku informací o počtu přijatých zaměstnanců ihned po dokončení studia. To lze odhadovat pouze z obrázku 6 zobrazujícího věkovou strukturu. Z uvedeného vyplývá, že prvním podrobnějším průzkumem, který byl proveden, je součástí diplomové práce a v budoucnu by bylo nutné ho zopakovat ke zjištění názoru na změny v komunikaci.

Ovšem i kdyby byly k dispozici tyto údaje, bylo by téměř nemožné vyčíslit jaké přínosy vynesou organizaci konkrétní zaměstnanec. Vyčíslitelné jsou tedy pouze náklady, kterými se bude zabývat následující část kapitoly.

### 5.1 Náklady na geocaching

Dle Groundspeak (2019e) při zakládání kešek, které jsou součástí GeoTour, je nutné dodržovat celosvětová i místní pravidla a zákony. Mezi taková pravidla pro umístění například patří dodržení minimálního rozestupu od jiných keší, přístupnost, oprávněnost k umístění, ochrana rostlin, zvířat, přírody i majetku. Zároveň i pro samotnou kešku Groundspeak (2019e) uvádí pokyny, zejména se jedná o vzhled i obsah kešky. Keška by tak měla být ideálně nepromokavá, viditelně označená a obsahovat pokyny pro nálezce. Nejdůležitějším obsahem kešky je potom logbook, který by měl mít fyzickou podobu, měl by být vyměnitelný, umožnit jednoduchou registraci a měl by být uzavřený ve schránce. Celkově Groundspeak (2019e) klade důraz na vhodnost pro rodiny. I když Groundspeak (2019e) zakazuje komerční obsah keší v případě GeoTours a trackovacích předmětů, mezi které se řadí i geocoiny, může Geocaching HQ udělit výjimku.

Dle Nožičky (2019) jsou roční náklady na povolení jedné GeoTour přibližně 70 000 Kč, k tomu je ještě ovšem nutné připočítat náklady na samotné založení kešek i jejich správu. Celkové přibližné náklady na založení GeoTour Bezpečně na železnici se SŽDC společně s nutnými ročními náklady zobrazuje tabulka 3. Celkové náklady by tedy dle tabulky 3 v první roce činily 75 362 Kč.

**Tabulka 3** Přibližné náklady na GeoTour Bezpečně na železnici se SŽDC

	<b>Předmět</b>	<b>Cena (Kč)</b>
<b>Náklady na jednu kešku</b>	Tank	335
	Logbook	Max. 20
	Ochranná schránka na kešku	28
	Starost o kešku	V rámci činnosti hasičů
		Celkem: 383
<b>Náklady na kešky celkem (14 kešek)</b>		5 362
<b>Roční náklady na povolení</b>		70 000

Zdroj: (AAA Auto-model, 2019, Nakoplast, 2019, Nožička, 2019)

Náklady na GeoTour po nejkrásnějších nádražích SŽDC by dosahovaly přibližně stejné hodnoty. Co se týče nákladů na pořádání eventů, ty jsou vždy individuální, vzhledem ke konkrétní oblasti ve které se event koná, počtu návštěvníků či počtu potřebných osob k bezproblémovému zajištění eventů.

Jak už bylo řečeno, další oblastí kde Groundspeak (2019e) povoluje některé marketingové aktivity jsou geocoiny. Podnik si tak může nechat vyrobit své geocoiny, přitom ale musí požádat o přidělení trackovacích čísel, která by umožnila sledování pohybu geocoinu mezi keškami, což byl původní záměr jeho vzniku. Cena přidělení čísla se podle Nožičky (2019) pohybuje v řádu korun, na rozdíl od ceny za výrobu geocoinu. Přibližná cena za návrh a vytvoření 1 000 geocoinů na přání objednatele dosahuje přibližně 20 000 Kč, což je už poměrně velká částka. Hráči geocachingu už ale nespolehnají jen na nález geocoinu v kešce, ale v případě, že je geocoin kvalitní, rádi si ho koupí. Nákup geocoinu například u Geokes.cz (2019) přitom vyjde na 125 až na 1 490 Kč, dle jeho kvality a velikosti. Objednávací cena přitom odpovídá prodejní ceně okolo 300 až 350 Kč. Objednavatel se dle Nožičky (2019) může rozhodnout, zda si bude geocoiny emitovat sám nebo využije e-shopu výrobce, který je mezi hráči známý. Pro SŽDC by se tak nabízela možnost pouze malou část geocoinů ze série prodat prostřednictvím výrobce. Zbylé geocoiny by mohla organizace využít jako odměny za projití celé GeoTour, prodávat je pouze na eventech a přilákat tak hráče k vyslechnutí komunikace SŽDC nebo je dávat jako odměnu při splnění praxe u SŽDC. Všechny tyto kroky vedou k přilákání ke komunikaci, případně navázání vztahu se studenty a jejich rodiči.

Levnější variantou by potom mohli být CWG neboli Czech Wood Geocoin, jež slouží jako sběratelské předměty s přesně danou formou. Jedná se o dřevěné placičky, u kterých slouží jedna strana k identifikaci a druhá pro autora. Nálezce si přitom CWG může ponechat bez



nutnosti posílat CWG dál, náklady takové placičky dle Nožičky (2019) kromě návrhu dosahují 6 Kč a obvyklá prodejní cena je 10 Kč. Popřípadě lze ještě uvažovat GVC neboli Geo Visiting Card, což jsou vlastně turistické vizitky dané kešky, které slouží ke sběratelským účelům a nálezce si může vzít z krabičky pouze 1 vizitku. Cena vizitky je přitom dle Tisk-vizitek (2019) od 2 000 kusů 1,10 Kč, takže se jedná o nejlevnější variantu, ovšem CVG oproti CWG není určena k prodeji.

## **5.2 Náklady na tábory pro žáky vyššího stupně základních škol**

Jelikož tábor je vlastně službou, lze ho prodávat. Proto náklady pro SŽDC v této oblasti jsou pouze v oblasti marketingové kampaně k přilákání dětí na tábor, popřípadě zajištění některých aktivit v prostředí SŽDC. Ostatní náklady, jako je stravné, pitný režim, ubytování a odborný dohled by bylo možné hradit z platby za tábor. Nejlepší variantou, jak nabízet tábor zaměřený na železnici, by přitom bylo u samotného poskytovatele, při jehož výběru by se měl brát ohled na tradici, kvalitu jím pořádaných táborů a jeho rozšířenost. Samozřejmě je vhodné komunikaci doplnit o inzerci na WWW stránkách organizace, Facebooku a zejména na „Student Cupu“. Při smlouvě s pořadatelem se jedná o oboustrannou dohodu, kdy je těžké přesné náklady odhadnout. Co se týče ostatní propagace, pro ni je důležité vytvoření letáku, které například podnik HS Design (2019) nabízí za 800 Kč pro formát A4, který je vhodný i k propagaci na internetu.

## **5.3 Komunikace realizovaná v prostředí internetu a přímý kontakt se zaměstnanci**

V současné době, dle interních dokumentů jsou oficiální a studentské WWW stránky zpracovávány odděleně. Současně probíhá aktualizace oficiálních stránek na nové a postupné doplňování jejich obsahu, proto není známá celková skladba nákladů.

### **Náborové ministránky**

Protože ministránky svým rozsahem odpovídají rozsáhlosti stránek malého až středního podniku, budou v úvahu brány dvě možnosti zajištění náborových ministránek. První možností, která se nabízí je outsourcing, tedy zajištění externí. Druhou variantou bude zabezpečení vlastním zaměstnancem.

Websitez.cz (2019) nabízí službu Advanced Webside, která zahrnuje vstupní analýzu, realizaci webu, zabezpečení obsahu WWW stránek včetně optimalizace pro vyhledávače neboli SEO, naplnění obsahem a grafiky, administrativní prostředí a zaškolení, poradenství s digitálním marketingem za cenu od 40 905 Kč. Ovšem Websitez.cz neposkytuje neustálou správu WWW stránek, bylo by nutné využít vlastního pracovníka nebo jiný externí podnik.

Například Samuel Hornek (2019) poskytuje v balíčku Profi marketing za 15 900 Kč měsíčně podporu do 24 hodin, reporting návštěvnosti, úpravu webu do 4 hodin, 4 články, konzultace kompletní marketingové strategie, zálohování databáze nebo příspěvky na Facebooku. Vždy je ale nutné angažování vlastního zaměstnance, který bude s externím dodavatelem vyjednávat, což je náročné na čas, jak zaměstnance, tak doby realizace aktualizace, proto se nabízí spíše využití vlastního zaměstnance na pozici webmastera, jehož prací je dle podnikových WWW stránek LMC (2019) s názvem prace.cz:

- návrh, tvorba a úprava WWW stránek,
- pravidelná aktualizace stránek a vkládání článků,
- odpovědnost za funkčnost a kompatibilitu stránek s prohlížeči a vyhledávači,
- aktivní spolupráce s ostatními zaměstnanci podniku, jako jsou programátoři, marketéři, grafici a další.

Průměrný hrubý měsíční plat Webmastera, který uvádí Profesia (2019), se v České republice pohybuje okolo 35 209 Kč. Organizace tak musím vynaložit měsíční mzdové náklady ve výši 47 180 Kč. V tabulce 4 můžeme vidět porovnání čtvrtletních nákladů obou variant.

**Tabulka 4** Porovnání zajištění Náborových ministránek

Externí dodání		Zabezpečení interním zaměstnancem	
<b>Tvorba stránek</b>	Od 40 905 Kč	Hrubá mzda měsíc	35 209 Kč
<b>Náklady na měsíční správu stránek</b>	15900	Sociální a zdravotní pojištění za měsíc	11 971 Kč
<b>Celkem za čtvrtletí</b>	88 605 Kč	Celkem za čtvrtletí	141 540 Kč

Zdroj: (autorka)

Organizace by tak měla možnost tvorbu outsourcovat, ovšem je nutné zvážení negativních vlivů, kterými jsou zejména čas, omezenost v některých možnostech, případné zvýšení variabilních nákladů, a pozitiv vnitřního zabezpečení, tedy rychlosti reakce, možnosti úprav, vyšší bezpečnost interních informací, fixní náklady na úpravy a možnost využití pracovníka i pro další činnost.

#### **Náklady přizpůsobení komunikace pro mobilní telefony**

Další oblastí, kde je nutné vynaložit náklady, aby byla komunikace nejen pro studenty přívětivější, je přizpůsobení WWW stránek prohlížení na mobilním telefonu. Nejlepší variantou, jak toho dosáhnout je dle Websites.cz (2019) responzivní verze stránek, která umožňuje přizpůsobené zobrazení stránek na různých zařízeních, a to pomocí dodržování pravidel uvádění velikosti v procentech místo pixelů, rozmístění bloků se mění dle použitého prohlížeče,



přizpůsobení velikosti obrázků, použití nativních ovládacích prvků. Z uvedeného vyplývá, že se jedná o jedny stránky, které se přizpůsobují, a proto je nutné už při tvorbě stránek myslet na tato pravidla. Dodatečné vyčíslení nákladů je proto nemožné.

SŽDC zatím ovšem nemá žádnou vlastní mobilní aplikaci, do návrhu tak byl zařazen obrázek 37 zobrazující možnou podobu aplikace a prvky, které by mohla obsahovat. Přitom především na složitosti a počtu prvků závisí cena aplikace. Synetech (2018) nabízí 3 základní verze aplikace pro Android i iOS od malé aplikace za 220 000 Kč, přes střední až po velkou za 1 300 000 Kč, ovšem cena nezahrnuje ani administraci objednatele či serverové náklady. Právě cena by tedy byla hlavním faktorem zařazení aktivit podporujících nábor studentů do aplikace organizace.

### **Náklady komunikace studentů se zaměstnanci**

Studenty vysoce preferovaná forma komunikace je komunikace přímo se zaměstnanci pracujícími na dané pozici. Pro organizaci by to znamenalo uvolnění zaměstnanců z jejich pracovní pozice, podepsání dohody o provedení práce, protože se nejedná o jejich pracovní povinnost. Současně by také záleželo na ochotě samotných zaměstnanců, a na částce za kterou by byli ochotní vycestovat a komunikovat se studenty na půdě spolupracujících středních škol, na veletrzích, eventech či jiných akcích pořádaných SŽDC.

## ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývala problematikou náboru zaměstnanců z řad studentů technických středních škol v prostředí Správy železniční dopravní cesty, státní organizace. Dané téma je v současné době velmi aktuální. Zaměstnanci jsou nepostradatelnými pro zajištění funkčnosti organizace. Při současné věkové struktuře zaměstnanců, kdy 11 % z nich je starších 60 let, hrozí že z organizace odejdou do důchodu a nebude je mít kdo nahradit, protože ani situace na pracovní trhu není pro organizaci pozitivní.

Ve snaze dodržení logické návaznosti byla práce rozdělena do pěti hlavních kapitol. První kapitola byla věnována teoretickému vymezení řešené problematiky na základě rešerše dostupné české i zahraniční literatury, zejména v oblasti řízení lidských zdrojů, personálních činností a náborové komunikace.

Druhá část práce byla věnována představení organizace SŽDC a zejména analýze současné pozice organizace a náborové komunikace realizované směrem ke studentům středních technických škol spolupracujících s organizací. V rámci analýzy bylo zjištěno, že ústředním bodem komunikace jsou internetové stránky věnované studentům doplněné o další aktivity jako „*Staň se na jeden den*“, „*Fotosoutěž*“, návštěva škol zástupci personálního oddělení a další aktivity.

Třetí kapitola byla věnována prezentaci výsledku průzkumu realizovaného mezi studenty středních technických škol spolupracujících s organizací. Postupně byl popsán harmonogram průzkumu, zapojené subjekty, struktura dotazníku využitého pro průzkum. Následovalo vyhodnocení dotazníkového šetření. První část dotazníku přitom byla zaměřena studenty preferované komunikační kanály, zatímco v druhé části dotazníku studenti hodnotili současné realizované aktivity SŽDC v komunikaci s nimi. Právě provedená analýza byla důležitým výchozím krokem pro tvorbu návrhů, protože do současné doby neexistovalo takové větší vyhodnocení současného stavu.

Ve čtvrté kapitole byla navržena opatření ke zlepšení současného stavu náborové komunikace s ohledem na výstupy analytické části. Z toho důvodu byla samotná návrhová část rozdělena do tří celků. V první řadě se jednalo o budování celkového povědomí o značce zejména mezi rodinami s dětmi s využitím Geocachingu, který je již od jeho vzniku primárně pro rodinu určen a v České republice se těší velké oblibě. Následovalo budování vztahů dětí základních škol k železnici a SŽDC, jejich motivace k nástupu na střední školy spolupracující se SŽDC. A třetí část tvořil návrh náborové komunikace na internetu, jehož součástí bylo sjednocení komunikačních kanálů zejména při využívání nového loga a barev SŽDC, vytvoření

nových ministránek věnovaných pouze nabídkám práce, či spolupráci při studiu, popřípadě vytvoření mobilní aplikace, a optimalizace komunikace se zaměstnanci.

Cílem diplomové práce bylo na základě teoretického vymezení řešené problematiky provést analýzu současného stavu náborové komunikace SŽDC. Následně navrhnout opatření ke zlepšení náborové komunikace SŽDC realizované směrem ke studentům středních technických škol, které s organizací spolupracují, a navržená opatření zhodnotit. Na základě náplně kapitol diplomové práce lze říci, že problematika řešená v diplomové práci je aktuální a implementace uvedených opatření by s ohledem na výstupy provedené analýzy měla být pro organizaci přínosná. Relevanci provedené analýzy současného stavu náborové komunikace potvrzuje také skutečnost, že dílčí část realizovaného průzkumu, jež je součástí třetí kapitoly diplomové práce byla publikována ve sborníku konference 8<sup>th</sup> Carpathian Logistics Congress, konkrétně v článku: NOVOTNÁ, Michaela a Dalibor GOTTWALD, 2019. Increasing the level of human capital through suitable recruitment communication with generation Z. In: *Conference Proceedings CLC 2018*. Ostrava: TANGER, s. 671-676. ISBN 978-80-87294-88-8.

## POUŽITÁ LITERATURA

- AAA AUTO-MODEL, 2019. *Vyprošťovací tank VT-72 HZS SŽDC* [online]. [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.aaaautomodel.cz/cz-detail-901871854-vyprostovaci-tank-vt-72-hzs-szdc.html>
- ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR, 2015. *Řízení lidských zdrojů*. 13. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5258-7.
- ARMSTRONG, Michael, 2002. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: Grada. ISBN 9788024704692.
- ARMSTRONG, Michael, 2007. *Řízení lidských zdrojů*. 10. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1407-3.
- BEDNÁŘ, Vojtěch et al., 2013. *Sociální vztahy v organizaci a jejich management*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4211-3.
- BERNÁTOVÁ, Magdaléna, 2001. *Marketing území*. Banská Bystrice: Univerzita Mateja Bela. ISBN 9788080556075.
- BIRD, Steve, 2004. *Marketing Communications*. Lansdowne: Juta and Co. ISBN: 0 7021 6509 3.
- BLÁHA, Jiří, Aleš MATEICIUC a Zdeňka KAŇÁKOVÁ, 2005. *Personalistika pro malé a střední firmy*. Brno: CP Books. ISBN 80-251-0374-9.
- CASCIO, Wayne F, 1991. *Applied psychology in personnel management*. New Jersey: Prentice Hall. ISBN 01-304-1062-4.
- CK TOPINKA, 2019. *Klasické tábory* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.tabory.cz/tema/klasicke-tabory/>
- COLE, Gerald, 2002. *Personnel and human resource management*. London: Thomson. ISBN 0-8264-5863-7.
- CORNELIUS, Nelarine, 2002. *Human Resource management a managerial perspective*. Second edition. North Yorkshire: International Thomson Business Press. ISBN 1-86152-610-5.
- ČESKO, 2002. *Zákon č. 77/2002 Sb., Zákon o akciové společnosti České dráhy, státní organizaci Správa železniční dopravní cesty a o změně zákona č. 266/1994 Sb., o dráhách, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 77/1997 Sb., o státním podniku, ve znění pozdějších předpisů* [online]. [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-77>
- ČESKO, 2006. *Zákon č. 262/2006 Sb., Zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů* [online]. [cit. 2019-02-27]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-262>
- ČESKO, 2011. *Memorandum o udržení sociálního smíru na železnici a o poskytnutí záruk* [online]. [cit. 2019-03-16]. Dostupné z: <http://www.railian.com/clanky/zdroje/memorandumodcdkszdc.pdf>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Veřejná databáze* [online]. [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup->

objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=426&katalog=30853&&pvo=ZAM01-B&&u=v413\_\_VUZEMI\_\_97\_\_19&str=v467#fx=0&w=

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018* [online]. [cit. 2019-03-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuziti-internetu-jednotlivci-ve-vztahu-k-verejne-sprave-pro-soukrome-ucely>

DEUTSCHE BAHN, 2019. *DB Train Simulator* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.vidiludi.dbtrainsimulator&hl=cs>

DIRECTEMPLOYERS ASSOCIATIO, 2012. *Career Microsites Changing How Job Seekers Find Employers* [online]. [cit. 2019-03-2]. Dostupné z: <https://directemployers.org/2012/01/25/career-microsites-changing-how-job-seekers-find-employers/>

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana et al., 2012. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-347-9.

FOCUS, 2010. *Sujet Focus – testování televizních spotů* [online]. [cit. 2019-03-11]. Dostupné z: [http://file.ostium.cz/276/1-46\\_st\\_5010.pdf](http://file.ostium.cz/276/1-46_st_5010.pdf)

FOOT, Margaret, Caroline HOOK a Michal GALVAS, 2002. *Personalistika*. Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-515-6.

FORET, Miroslav, 2006. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press. ISBN 80-251-1041-9.

GEOKES.CZ, 2019. Geocoiny [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.geokes.cz/Geocoiny/>

GROUNDSPEAK, 2014. *Pohled do zákulisí HZS* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: [https://www.geocaching.com/geocache/GC4WHJN\\_pohled-do-zakulisi-hzs?guid=0b710db0-c797-4261-b071-f9feb5ca2fd6](https://www.geocaching.com/geocache/GC4WHJN_pohled-do-zakulisi-hzs?guid=0b710db0-c797-4261-b071-f9feb5ca2fd6)

GROUNDSPEAK, 2018. *Rychlá fakta* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://newsroom.geocaching.com/fast-facts>

GROUNDSPEAK, 2019a. *Cestuj s GeoTours* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://www.geocaching.com/travel/>

GROUNDSPEAK, 2019b. *PAG1: Hurá na letiště* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: [https://www.geocaching.com/travel/https://www.geocaching.com/geocache/GC56KG8\\_pag1-hura-na-letist?guid=cfb1b220-ab60-4a62-b8d2-b9e296aec071](https://www.geocaching.com/travel/https://www.geocaching.com/geocache/GC56KG8_pag1-hura-na-letist?guid=cfb1b220-ab60-4a62-b8d2-b9e296aec071)

GROUNDSPEAK, 2019c. *Guide to Hosting Event Caches* [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://www.geocaching.com/calendar/guide.aspx>

GROUNDSPEAK, 2019d. *Select Your International Shopping Location* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://shop.geocaching.com/default/international-retailers>

GROUNDSPEAK, 2019e. *Pokyny pro Geocaching* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.geocaching.com/play/guidelines>

- HAGUE, Paul, 2003. *Průzkum trhu*. Brno: Computer Press. ISBN: 80-7226-917-8
- HAPPY MODEL, 2019. *Tatra 815 8x8 VYA HZS SŽDC, SDV 450* [online]. [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <http://happymodel.cz/sdv-450-tatra-815-8x8-vya-hzs-szdc?locale=cs>
- HLAVA, Eduard, Tomáš FIKAR a Luboš PLOTĚNÝ, 2015. *7 podnikatelských matadorů radi, kde a jak hledají nové zaměstnance* [online]. [cit. 2019-02-16]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/7-podnikatelskych-matadoru-radi-kde-a-jak-hledaji-nove-zamestnance/>
- HRONÍK, František, 2007. *Jak se nespálit podruhé: Strategie a praxe výběrového řízení*. Brno: MotivPress. ISBN 978-80-254-0698-4.
- HS DESIGN, 2019. *Ceník grafické práce* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <http://www.hsdesign.cz/graficke-prace/cenik-graficke-prace.html>
- CHANG, Ching-Fu, Ping WANG a Jin-Tan LIU, 2016. Knowledge spillovers, human capital and productivity, *Journal of Macroeconomics*. Roč. 47, č. PB, s. 214-232. ISSN: 0164-0704.
- INNOGY, 2019. Úvod [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://kariera.innogy.cz/>
- JANOUGH, Viktor, 2010. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2795-7.
- KOCIÁNOVÁ, Renata, 2010. *Personální činnosti a metody personální práce*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2497-3.
- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing a management*, 14. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.
- KOUBEK Josef, 2007. *Řízení lidských zdrojů*. Havlíčkův Brod: Management press. ISBN 978-80-7261-168-3.
- KOUBEK Josef, 2011. *Personální práce v malých a středních firmách*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3823-9.
- KOZEL, Roma, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-3527-6.
- KRIMI PLZEŇ, 2018. *Speciální hasiči pro speciální případy* [online]. [cit. 2019-04-29]. Dostupné z: <https://www.krimi-plzen.cz/a/drazni-hasici/>
- LMC, 2019. *Encyklopedie profesei Webmaster* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.prace.cz/encyklopedie-profesi/w/webmaster/>
- MCGUIRK, Helen, Helena Lenihan a Hart Mark, 2015. Measuring the impact of innovative human capital on small firms' propensity to innovate, *Research Policy*. Roč. 44, č. 4, s. 965-976. ISSN: 0048-7333.
- MĚRTLOVÁ, Libuše, 2014. *Řízení lidských zdrojů a lidského kapitálu firmy*. Brno: Akademické nakladatelství Cerm. ISBN 978-80-7204-907-3.
- MILES, Jason, 2013. *Instagram power: build your brand and reach more customers with the power of pictures*. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 9780071827003.

- MILLER-MERRELL, Jessica, 2012. The Workplace Engagement Economy Where HR, Social, Mobile, and Tech Collide. *Wiley Online Library* [online]. [cit. 2019-03-2]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/ert.21359>
- MINISTERSTVO DOPRAVY, 2016. *Převodu nádraží z Českých drah na stát už nic nebrání, Řídící výbor ČD transakci potvrdil* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.mdcr.cz/Media/Media-a-tiskove-zpravy/Prevodu-nadrazi-z-Ceskych-drah-na-stat-uz-nic-nebr>
- NAKOPLAST, 2019. *Svačínové boxy* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://nakoplast.cz/obchod/plastove-boxy/svacinove-boxy/>
- NIKLAS, Susanne a Stephen BÖHM, 2011. *Applying Mobile Technologies for Personnel Recruiting – An Analysis of User-Sided Acceptance Factors*. International Journal of eBusiness and eGovernment studies. Roč. 3, č. 1, s. 169-178. ISSN: 2146-0744.
- NOŽIČKA, 2019. Ústní sdělení (odborník v oblasti geocaschingu, Studentská 95, Pardubice) dne 9. dubna 2019.
- ODBOROVÉ ZDRUŽENÍ ŽELEZNIČÁŘŮ, 2016. *Katalog prací SŽDC ve znění 1. změny* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <http://www.osz.org/index.php/ke-stazeni-szdc/file/493-katalog-praci-szdc-ve-zneni-1-zmeny>
- PROFESIA, 2019. *Webmaster* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.platy.cz/platy/informacni-technologie/webmaster>
- PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ, 2010. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-3622-8
- SAMUEL HORNEK – PROGRESS DEVELOPER, 2019. *Správa webových stránek a prodej inzerce* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://samuel-hornek.cz/sprava-webovych-stranek-sprava-webu/>
- SEDLÁČKOVÁ, Helena, 2007. Trendy v chápání zdrojů podniku při tvorbě strategie podniku, *Acta Oeconomica Pragensia*. Roč. 15, č. 2, s. 106-116. ISSN: 0572-3043.
- STUDIO MARVIL, 2017. *SŽDC by Studio Marvil* [online]. [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.logodesignlove.com/szdc-by-studio-marvil>
- SYNETECH, 2018. *Kolik stojí mobilní aplikace* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://synetech.cz/cs/kolik-stoji-mobilni-aplikace/>
- SŽDC, 2009. *Výroční zpráva 2008* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.szdc.cz/o-nas/vysledky-szdc/archiv.html#2008>
- SŽDC, 2013. *Bezpečnost české železnice je naší prioritou* [online]. [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.szdc.cz/web/prejezdy/soubory/letak-2013-2.pdf>
- SŽDC, 2017. *Správa železniční dopravní cesty* [online]. [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=9LCGjOJ6VYE>
- SŽDC, 2018a. *Výroční zpráva 2017* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.szdc.cz/soubory/vysledky-hospodareni/2017-szdc-vz-cz.pdf>

- SŽDC, 2018b. *Strategie Správy železniční dopravní cesty, státní organizace. SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/documentpublisher/download?documentId...f27c-4441...0>
- SŽDC, 2018c. *Organizační struktura* [online]. [cit. 2019-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/studenti/akce-pro-studenty/o-akci>
- SŽDC, 2018d. *Studentský web SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/studenti/akce-pro-studenty/o-akci>
- SŽDC, 2018e. *Student Cup SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-20]. Dostupné z:  
<https://www.zschocho.cz/wp-content/uploads/2015/09/student-cup-szdc-2018.pptx>
- SŽDC, 2018f. *SŽDC inzerce letáček Pardubický kraj*. Praha: SŽDC. Interní dokumenty.
- SŽDC, 2019a. *Organizační jednotky SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/o-nas/organizacni-jednotky-szdc.html>
- SŽDC, 2019b. *Hasičská záchranná služba SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/o-nas/organizacni-jednotky-szdc/hzs.html>
- SŽDC, 2019c. *Nabídka pracovních příležitostí* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/kariera-u-nas/volna-mista.html>
- SŽDC, 2019d. *Fotosoutěž* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/fotosoutez>
- SŽDC, 2019e. *SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.youtube.com/user/videoszdc>
- SŽDC, 2019f. *Správa železniční dopravní cesty, s.o.* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.facebook.com/SZDC01/>
- SŽDC, 2019g. *Hlavní strana* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/index.html>
- SŽDC, 2019h. *Szdc\_so* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
[https://www.instagram.com/szdc\\_so/](https://www.instagram.com/szdc_so/)
- SŽDC, 2019i. *SŽDC. Dobrá správa* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/default.html>
- SŽDC, 2019j. *Systémový specialista -asistent* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.szdc.cz/soubory/zamestnani/20190228-sze-hradec-kralove-specialista-asistent.pdf>
- SŽDC, 2019k. *Lidé. Technika. Zázemí.* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
<https://www.youtube.com/watch?v=LbxPgr4n0J8&t=5s>
- SŽDC, 2019l. *Profese SŽDC* [online]. [cit. 2019-03-18]. Dostupné z:  
[https://www.youtube.com/playlist?list=PL\\_9qD8YjiAuyeEKvltYeQsKChz9G2LcHw](https://www.youtube.com/playlist?list=PL_9qD8YjiAuyeEKvltYeQsKChz9G2LcHw)
- SŽDC, 2019m. *SŽDC R1/1, Organizační řád Generálního ředitelství*. Praha: SŽDC. Interní dokumenty.



- SŽDC, 2019n. *Aktivní nástupní body*. Praha: SŽDC. Interní dokumenty.
- SŽDC, 2019o. *Studentský web* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.szdc.cz/studenti/>
- SŽDC, 2019p. *Správa železniční dopravní cesty* [online]. [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://www.szdc.cz/>
- SŽDC, 2019q. *Benefity pro zaměstnance*. Praha: SŽDC. Interní dokumenty.
- ŠKODA AUTO, 2019a. *ŠKODA Kariéra* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.skoda-kariera.cz/>
- ŠKODA AUTO, 2019b. *Putovní mince velebí historii značky ŠKODA* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/skoda-svet/putovni-mince-velebi-historii-znacky-skoda/>
- ŠTIKAR, Jiří, 2003. *Psychologie ve světě práce*. Praha: Karolinum. ISBN: 80-246-0448-5
- THOMAS, Andrew, Lynda MASON a Sharon FORD, 2003. *Care Management in Practice for the Registered Manager Award*. North Yorkshire: Heinemann Educational Publishers. ISBN 9780435401597.
- TISK-VIZITEK, 2019. *Ceník tisku* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.tisk-vizitek.cz/cenik-tisku.html#>
- TOPOLOVÁ, Karolína, 2019. *AAA AUTO – rozvoj talentů. Hospodářské noviny* [online]. [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-66417380-trendy-v-hr-firmy-zavadeji-chatboty-a-digitalizuji>
- TREADAWAY, Chris a Mari SMITH, 2011. *Marketing na Facebooku: výukový kurz*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3337-8.
- TREHAN, Mukesh a T.R. JAIN, 2015. *Business Environment*. New Delphi: VK Global Publication. ISBN 9789350583760.
- VYSEKALOVÁ, Jitka et al., 2012. *Psychologie reklamy*, 4. vyd. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-4005-8
- WEBSITEZ.CZ, 2019. *Ceny vytvoření webových stránek a doplňkových služeb* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <https://www.websitez.cz/ceny-stranek/>
- WEBTOP100, 2018. *Detailní metodika hodnocení WebTop100 - kategorie Firemní web* [online]. [cit. 2019-03-11]. Dostupné z: [https://docs.google.com/document/d/1Qlt45om8Fqz542dT\\_IZovEsqFHHFrymq58KQzJ4FbWo/edit](https://docs.google.com/document/d/1Qlt45om8Fqz542dT_IZovEsqFHHFrymq58KQzJ4FbWo/edit)
- ŽUFAN, Jan, 2012. *Moderní personalistika ve službách*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika. ISBN 978-80-7357-947-0.

## SEZNAM TABULEK

<b>Tabulka 1</b>	SWOT analýza SŽDC jako zaměstnavatele.....	34
<b>Tabulka 2</b>	Časový harmonogram aktivit realizovaného průzkumu komunikace SŽDC.....	39
<b>Tabulka 3</b>	Přibližné náklady na GeoTour Bezpečně na železnicích se SŽDC .....	66
<b>Tabulka 4</b>	Porovnání zajištění Náborových ministránek .....	68

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<b>Obrázek 1</b> Řízení lidských zdrojů .....	11
<b>Obrázek 2</b> Náborová pyramida.....	15
<b>Obrázek 3</b> Vývoj počtu zaměstnaných a nezaměstnaných od roku 1993 do roku 2017 .....	19
<b>Obrázek 4</b> Využití sociálních sítí v České republice.....	24
<b>Obrázek 5</b> Vývoj počtu zaměstnanců SŽDC .....	31
<b>Obrázek 6</b> Věková struktura SŽDC .....	32
<b>Obrázek 7</b> Struktura zaměstnanců SŽDC dle nejvyššího dosaženého vzdělání.....	32
<b>Obrázek 8</b> Evidenční počet zaměstnanců podle organizačních složek.....	33
<b>Obrázek 9</b> Konference pro studenty .....	35
<b>Obrázek 10</b> Mikrostránky Fotosoutěž .....	36
<b>Obrázek 11</b> Původní a nová podoba oficiálního loga SŽDC.....	37
<b>Obrázek 12</b> Struktura dotazníku .....	40
<b>Obrázek 13</b> Ročník studia studentů .....	42
<b>Obrázek 14</b> Průměrné ohodnocení jednotlivých metod komunikace dle preferencí studentů	43
<b>Obrázek 15</b> Průměrné ohodnocení metod komunikace podniků směrem ke studentům – potenciálním zaměstnancům .....	44
<b>Obrázek 16</b> Preference zařízení pro sledování webových stránek, sociálních sítí či videí .....	45
<b>Obrázek 17</b> Faktory kvality úspěšné propagace podniku směrem budoucím zaměstnancům	45
<b>Obrázek 18</b> Zdroj prvotních informací o střední škole.....	46
<b>Obrázek 19</b> Důvod výběru střední školy .....	47
<b>Obrázek 20</b> Kdy si studenti vybírají střední školu .....	47
<b>Obrázek 21</b> Faktor vzdálenosti při volbě zaměstnání .....	48
<b>Obrázek 22</b> Zájem studentů o práci v podniku.....	48
<b>Obrázek 23</b> Povědomí studentů o akcích SŽDC a jejich postoj k pořádaným akcím .....	49
<b>Obrázek 24</b> Hodnocení aktivit SŽDC studenty .....	50
<b>Obrázek 25</b> Zájem studentů účastnit se aktivit pořádaných SŽDC .....	51
<b>Obrázek 26</b> Hodnocení personálního videa SŽDC.....	51
<b>Obrázek 27</b> Hodnocení Studentského webu SŽDC .....	52
<b>Obrázek 28</b> Hodnocení propagačního letáku SŽDC .....	52
<b>Obrázek 29</b> Propagační letáček SŽDC .....	53

<b>Obrázek 30</b> Plány studentů po střední škole.....	54
<b>Obrázek 31</b> GeoTour Passport.....	56
<b>Obrázek 32</b> Zásahové obvody JPO HZS SŽDC.....	57
<b>Obrázek 33</b> Kešky v podobě techniky SŽDC.....	58
<b>Obrázek 34</b> Kešky Nejkrásnější nádraží SŽDC GeoTour.....	59
<b>Obrázek 35</b> Putovní známka #KODIAQ.....	60
<b>Obrázek 36</b> Škoda Dědictví geocoin.....	61
<b>Obrázek 37</b> Aplikace SŽDC.....	63

## SEZNAM ZKRATEK

HR	Human Resources Lidské zdroje
HRM	Human Resources Management Řízení lidských zdrojů
CWG	Czech Wood Geocoin
GWC	Geo Visiting Card
SEO	Search Engine Optimization Optimalizace pro vyhledávače
SBV	Structured based view Odvětвовě orientovaný přístup
SŽDC	Správa železniční dopravní infrastruktury, státní organizace
WWW	Word Wide Web Celosvětová síť

# SEZNAM PŘÍLOH

**Příloha A** Organizační struktura

**Příloha B** Nabídka volných pracovních pozic

**Příloha C** Inzerát volné pracovní pozice

**Příloha D** Studentské WWW stránky SŽDC, původní verze

**Příloha E** Kanál SŽDC na YouTube

**Příloha F** Oficiální WWW stránky SŽDC, původní verze

**Příloha G** Úvodní stránka při vstupu na WWW stránky SŽDC

**Příloha H** Dotazník SŽDC

**Příloha I** Listing Hurá na letiště

**Příloha J** The Highking Code GeoTour

**Příloha K** Listing eventu Pohled do zákulisí HZS

**Příloha L** Listing Bezpečně na železnici se SŽDC GeoTour

**Příloha M** Studentské WWW stránky SŽDC, nová verze

**Příloha N** Oficiální WWW stránky SŽDC, nová verze

**Příloha O** Škoda Auto Kariéra

**Příloha P** Práce Innogy

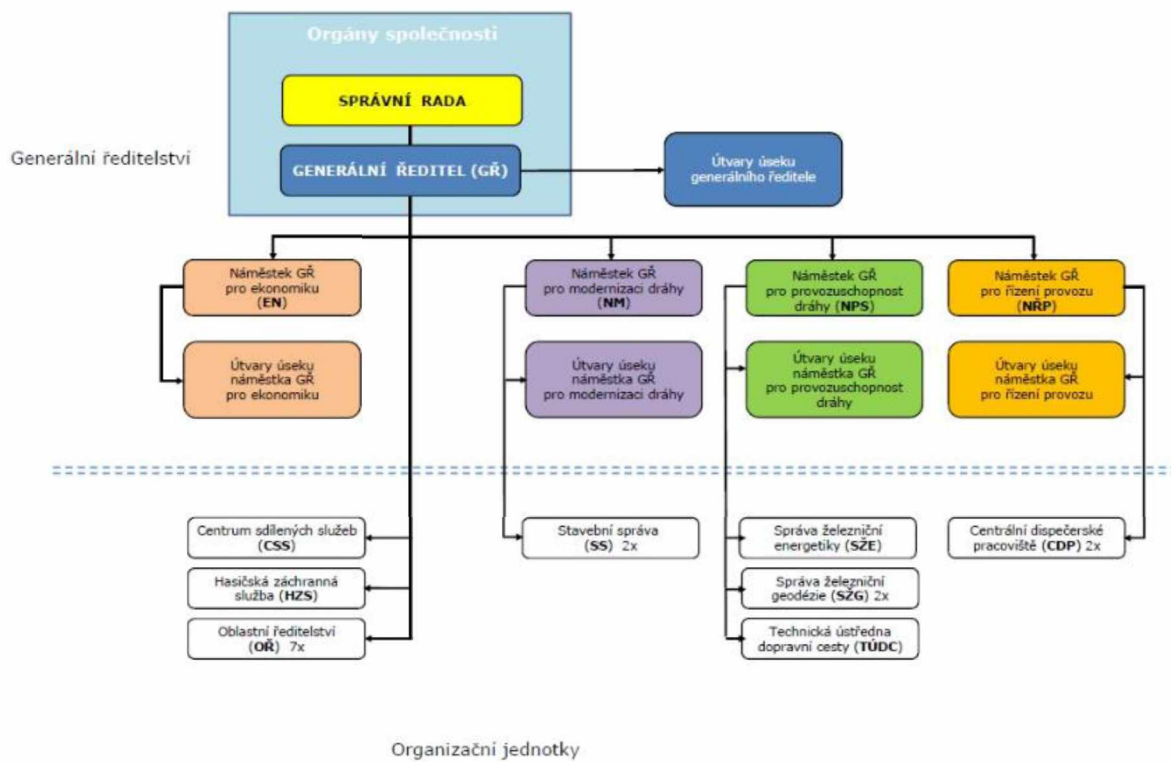
**Příloha Q** DB Train Simulator







Organizační struktura Správy železniční dopravní cesty, státní organizace, od 1. 11. 2018



## Příloha B Nabídka volných pracovních pozic

**SPRÁVA ŽELEZNIČNÍ DOPRAVNÍ CESTY**

Mapa stránek | English

Hledat

Přihlásit

Nová registrace

Hlavní strana | O nás | Provozování dráhy | Provoznoschopnost dráhy | Modernizace dráhy | Další informace | Pro média | **Kariéra u nás** | Kontakty

Hlavní strana > **Kariéra u nás** > Nabídka pracovních příležitostí

Tisknout stránku

### Kariéra u nás

- Spolupráce se školami
- Bakalářské a diplomové práce
- Nabídka pracovních příležitostí**
- Nabídka stáží
- Informace o zpracování osobních údajů (GDPR)

### Nabídka pracovních příležitostí

GŘ Praha – Systémový specialista - interní auditor  
GŘ Praha – Systémový specialista - jmenné služby  
GŘ Praha – Systémový specialista - oddělení serverů a klientských IT zařízení  
GŘ Praha – Systémový specialista - služby Internet/intranet

HZS Praha – Systémový specialista - ostatní OJ

OŘ Brno – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Brno hl.n.  
OŘ Brno – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Břeclav, Hodonín, Znojmo  
OŘ Brno – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Havlíčkův Brod, Jihlava, Ždár nad Sázavou  
OŘ Brno – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - OTV Brno Modřice  
OŘ Brno – Návěstní, spojový dozorce - Jihlava, Pelhřimov, Horní Cerekev, Havlíčkův Brod  
OŘ Brno – Pracovník údržby a oprav tratí - Břeclav  
OŘ Brno – Pracovník údržby a oprav tratí - Hodonín  
OŘ Brno – Pracovník údržby a oprav tratí - Moravské Bránice  
OŘ Brno – Pracovník údržby a oprav tratí - Mutěnice  
OŘ Brno – Pracovník údržby a oprav tratí - Vranovice  
OŘ Brno – Řidič drážního speciálního vozidla - traťový strojník - TO Havlíčkův Brod  
OŘ Brno – Výpravčí - PO Brno  
OŘ Brno – Výpravčí - PO Břeclav

OŘ Hradec Králové – Elektromechanik - Hradec Králové  
OŘ Hradec Králové – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Hradec Králové  
OŘ Hradec Králové – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Pardubice  
OŘ Hradec Králové – Návěstní, spojový dozorce - SZO Česká Lípa  
OŘ Hradec Králové – Návěstní technik - SZO Hradec Králové  
OŘ Hradec Králové – Řidič drážního speciálního vozidla - traťový strojník - TO Týniště nad Orlicí  
OŘ Hradec Králové – Výpravčí - Hradec Králové

OŘ Olomouc – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Hulín  
OŘ Olomouc – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Jeseník  
OŘ Olomouc – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Přerov  
OŘ Olomouc – Elektromontér pevných trakčních a silnoproudých zařízení - Valašské Meziříčí, Vsetín  
OŘ Olomouc – IŽD - aparát OJ - svářečský technolog/inženýr - Olomouc  
OŘ Olomouc – Samostatný elektrodista - Přerov

Zdroj: SŽDC (2019c)

## Příloha C Inzerát volné pracovní pozice



S námi se dostanete dále.

### Systémový specialista - asistent

Správa železniční energetiky Hradec Králové Správy železniční dopravní cesty, státní organizace (SŽDC), hledá uchazeče/uchazečky o zaměstnání



<b>Druh PPV</b>	pracovní poměr na dobu určitou
<b>Pracoviště</b>	SŽE Hradec Králové
<b>Možný nástup</b>	ihned, případně dle dohody
<b>Kontakt</b>	Bc. Věra Závodníková, <a href="mailto:zavodnikova@szdc.cz">zavodnikova@szdc.cz</a>
<b>Požadované vzdělání</b>	střední odborné s maturitou
<b>Požadovaná praxe</b>	vhodné i pro absolventy
<b>Kvalifikační předpoklady</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- odpovědnost</li><li>- komunikativnost</li><li>- flexibilita</li><li>- řidičský průkaz sk. B - aktivní řidič</li></ul>
<b>Nabízíme</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 6 týdnů dovolené</li><li>- služební telefon</li><li>- jízdní výhody ČD, po 6 měsících i pro rodinné příslušníky</li><li>- příspěvek na dovolenou</li><li>- stravenky</li><li>- volnočasovou kartu MultiSport</li><li>- po roce příspěvek na životní a penzijní pojištění aj.</li></ul>

### Co je Správa železniční dopravní cesty, státní organizace?

- Již 15 let plníme funkci provozovatele a vlastníka železniční dopravní cesty v České republice.
- Zajišťujeme provozování, provozuschopnost, údržbu, opravy, rozvoj a modernizaci drážní infrastruktury.
- Dlouhodobě se profilujeme jako moderní, stabilní a perspektivní společnost.
- Se svými více než 17 tisíci zaměstnanci patříme mezi největší zaměstnavatele v České republice.



Zdroj: SŽDC (2019j)

# Příloha D Studentské WWW stránky SŽDC, původní verze

**Studentský web** Akce pro studenty Nádražák Spolupráce se studenty Galerie Bezpečnost Maje SŽDC

## Seznam se s bezpečností na železnici.

[Chci vědět více](#)

**Bezpečnost** Akce pro studenty Nádražák Stáže Kariéra

### Aktuality

**Začíná rekonstrukce železniční stanice Retenice za téměř miliardu korun**

Správa železniční dopravní cesty (SŽDC) zahájila rekonstrukci železniční stanice Retenice na trati z Olomouce nad Labem do Olomouce. Nová verze přepravky samosmerné stanice má i správu návazných mezinárodních osádk směřen na Teplice v Čechách, Oděsku v Ukrajině a Ujuntse v Rusku.

**SŽDC zahajuje kompletní rekonstrukci stanice Letohrad za 851 milionů korun**

První pracovní dny začala rekonstrukce železniční stanice Letohrad v Pardubicích. Ing. Marek Špička v komplexu převedl kovářské a nákladní. Stavění práce zajistí Společnost Rekonstrukce Železničních, Letohrad, jeho spolupráce jsou firmy Chládek a Těchla Pardubice a Elektrocca.

**Představení profese – elektromotér pevných trakčních a silnoproudých zařízení**

Zajímá Vás elektrotechnika? A chcete mít ještě normované práci? Staňte se elektromotérem, přidejte se k národě železničářů a seberte práci v elektromotérské společnosti.

**V Kladně se diskutovalo o budoucí rychlé železnici do Prahy**

Milostov diskutovali nad plánem obnovy modernizace trati Praha – Kladno. Diskutovalo se o stavěch v podobě rychlé železnice Kladno a trati do přepravního nádraží ČDÚP v bývalých železničních kasárnách. Zastupitel SŽDC a Město Kladno se sešli na setkání v Kladně.

**SŽDC hledá nové posily už mezi žáky základních škol**

Milostov budoucí uplatnění v prostředí železnice přehrála SŽDC na setkání v třídě žáků v základní škole v Kladně. Zastupitel SŽDC a Město Kladno se sešli na setkání v Kladně.

**Na železničním mostě přes Hracholuskou přehradu se vyměňuje druhý oblouk**

Rekonstrukce mostu přes vodní nádrž Hracholuskou na trati Píseň – Břežnice pokračuje. Vyměňuje se druhý oblouk. Na trati se pracuje od srpna, když začal první oblouk. Na trati se pracuje od srpna, když začal první oblouk. Na trati se pracuje od srpna, když začal první oblouk.

**Najdete nás**

Facebook Instagram YouTube

### Fotosoutěž

**Miroslav Vokáč - Osobní nádraží 1. místo - Současná infrastruktura 2018**

### Rekonstrukce železničního mostu přes vodní nádrž Hracholuskou

Na rekonstrukci mostu přes vodní nádrž Hracholuskou na trati Píseň – Břežnice se pracuje od srpna. Na trati se pracuje od srpna, když začal první oblouk. Na trati se pracuje od srpna, když začal první oblouk.

### Nejnovější fotky

**Řekli o nás**

Ing. Jitka Česká vedoucí oddělení vstupu a výstupu

**Spolupracujeme s...**

SŽDC Všechna práva vyhrazena © 2014 - 2015. SŽDC a z. s. Rekonstrukce železniční infrastruktury Q2 Interaktivní

Informační tabule železniční mapy

Železniční přípravy Přehledná stavba

Výhledy Kariéra

Zdroj: SŽDC (2018d)



Příloha E Kanál SŽDC na YouTube

Zdroj: SŽDC (2019e)

# Příloha F Oficiální WWW stránky SŽDC, původní verze



SPRÁVA ŽELEZNIČNÍ  
DOPRAVNÍ CESTY

Mapa stránek | English

Hledat

Přihlásit

Nová registrace

Hlavní strana | O nás | Provozování dráhy | Provozoschopnost dráhy | Modernizace dráhy | Další informace | Pro média | Kariéra u nás | Kontakty

### Aktuality

21.03.2019  
SŽDC představila občanům Prahy 6 připravovanou železnici na letiště

20.03.2019  
Železniční stanice Mikulášovice dolní nádraží projde zásadní modernizací

15.03.2019  
SŽDC a město Nymburk budou společně řešit rekonstrukci tamní výpravní budovy

[Další aktuality](#)

[Tiskové zprávy](#)

### Nepřehlédněte!

[Výiďření ke stavbám v ochranném pásmu dráhy a dotazy na existenci sítí na pozemcích SŽDC](#)

[Informace pro dodavatele, kteří vyvíjejí činnost na územích provozovaných SŽDC](#)

### Provoz a organizace drážní dopravy

[provoz.szdc.cz](#)

[katalog železničních součástí](#)

[vstup na ŽDC](#)

[Nejkrásnější nádraží 2018](#)

[Kniha do vlaku](#)

[Přeshraniční spolupráce pro rozvoj SN-CZ železniční dopravy Sasko - ČR](#)

## Pracujeme na novém webu. Můžete se na něj těšit v dubnu 2019.



**Cílem SŽDC je nabídnout dopravcům po všech stránkách kvalitní a bezpečnou železniční dopravní cestu.**

Přijezdy a odjezdy vlaků 2019

Jízdní řády 2019 (platné od 9. 12. 2018)

Navštivte naše webové stránky  
**www.OPD.cz**

 Evropská unie  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Doprava

 Ministerstvo dopravy

### Provozování dráhy

- ▶ Přístup na ŽDC
- ▶ Prohlášení o dráze
- ▶ Platné jízdní řády
- ▶ Rádiové sítě
- ▶ ERTMS

### Provozoschopnost dráhy

- ▶ Zajištění provozuschopnosti dráhy
- ▶ Technické požadavky na výrobky, zařízení a technologie pro ŽDC
- ▶ Ochrana životního prostředí v podmínkách SŽDC
- ▶ Dodavatelé a zhotovitelé
- ▶ Důležitá upozornění

### Modernizace dráhy

- ▶ Zásady modernizace ŽDC
- ▶ Přehled staveb a projektů
- ▶ SŽDC a čerpání fondů EU
- ▶ Ekonomické hodnocení
- ▶ Portál modernizace dráhy

### Další informace

- ▶ Dokumenty a předpisy
- ▶ Národní bezpečnostní předpisy
- ▶ Energetika
- ▶ Pohledávky k prodeji
- ▶ Nakládání s nepotřebným nemovitým majetkem

### informační tabule



### železniční přejezdy



### nemovitosti prodej/nájem



### výluky



### STUDENTSKÝ WEB



### 2019 FOTOSOUTĚŽ



### železniční mapy



### prezentace staveb



### napište nám



 eztraty.cz  
národní databáze nájezdů

 IDOS  
Jízdní řády  
vyhledat spojení

Recepce (Praha):  
Tel.: +420 222 335 711  
(POUZE Po-Pá 7:00-15:00)

Datová schránka:  
uccchjm


[Kontaktní formulář](#)

[Další kontakty](#)

[epodatejna@szdc.cz](mailto:epodatejna@szdc.cz)

Zdroj: SŽDC (2019g)

# Příloha G Úvodní stránka při vstupu na WWW stránky SŽDC

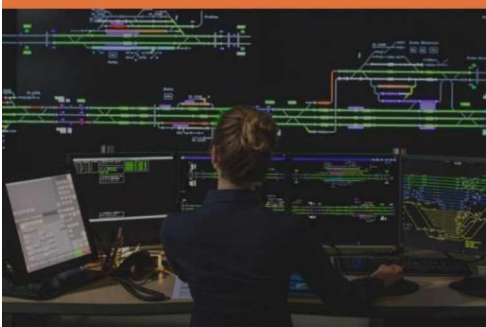

O nás
Přihlásit se pomocí SŽDC

## SŽDC. Dobrá správa

**Železnice dává do pohybu lidi a věci. Ale kdo dává do pohybu železnici? Jsme státní organizace, která řídí, spravuje a inovuje železniční síť na území celé České republiky.**

Od svého vzniku v říjnu 2003 navazujeme na ty nejlepší tradice české železniční dopravy a bezmála dvoustoletou historii. Máme na starost široké spektrum činností s jediným cílem - aby na trati a nádražích fungovalo vše, jak má. Ke spokojenosti dopravců i cestujících.


Denně pečujeme o historická díla našich předků, ale zároveň se svých zájmůh neopouštíme na generace dopředu. Realizujeme moderní železnice podle nejnovějších světových trendů - rychlou, bezpečnou a ekologickou k přírodě. Jak to děláme a čemu věnujeme se věnujeme?



### Jízda má mít řád

**Zajišťujeme bezpečnou a plynulou dopravu na všech tratích**

Česká republika patří mezi země s nejvyšší železniční sítí na světě. Provoz na ni vyžaduje přesný řád. O jeho dodržování se ve dne v noci starají naši dispečtři. Řídí provoz pro všechny úseky i zahraniční dopravce, kteří se pohybují po našich tratích.




### Do cíle s náskokem


**Zvyšujeme rychlost a kapacitu železniční infrastruktury**

112 let je potřeba, že doprava po železnici bude mít v přelomu tisíciletí stále větší význam. Děláme vše pro to, abychom byli v České republice na budoucnost připraveni. Modernizujeme stávající trati, budujeme nové a navyšujeme na nich rychlost i bezpečnost.


## Inovace




Most Otava nahradilo šlechet uneslých prýtlí, sestavení do Rakouska. Neví, získal ocenění pro nejlepšího stavitele stavby v Evropě.



Odražské hlavní nádraží je svou železniční stanicí, do které se cestující rájí vlností. Najdou v ní komfort hned v několika výhledových úrovních.



Železniční most a zastávka nedávno stavba. Chytivý se staly stavením celého úseku.



Tunel Ešova je důležitou vstupní branou pro cestující, kteří míří na naši agenturu v Brno.





Nové stanice v Praze umožní zvýšit kapacitu trati hned v několika směrech. Zároveň zrychlilo cestování po metropoli.



Historický kamenný viadukt je po rekonstrukci opět ukázkou umění železničních stavitelů 19. století.

## Nejsou to jen koleje

Pečujeme o 10 000 km tratí,  
7 000 mostů a 2 500 stanic  
a zastávek

Železnice, to nejsou jen pražce a koleje, ale také mosty, tunely a celá soustava nádraží včetně malých zastávek. Naším úkolem je, aby vše fungovalo jako jeden celek k užítku cestujících. Proto udržujeme železniční síť v té nejlepší kondici a stále investujeme do inovací.

## Na cestě jako doma

Pro vaše pohodlí renovujeme  
a ožívujeme tisíce nádraží

Tím nejdůležitějším jsou na nádraží lidi, až potom vlaky. Právě na to myslíme, když citlivě rekonstruujeme stanici budovy po celé České republice a přizpůsobujeme je moderním požadavkům. Pro cestující budujeme nové přestupní terminály, parkoviště a z kvalitujeme nabídku služeb.

## Dejte se na dráhu

Zaměstnáváme tisíce lidí  
v regionech a vy můžete být  
mezi nimi

Zajímavou práci v prestižní firmě daleka nemusíte hledat jen v soukromém sektoru. Patříme mezi největší zaměstnavatele napříč regiony a nabízíme stabilní uplatnění s možností osobního růstu. Všem zaměstnancům zajišťujeme kvalitní zdravotní péči a benefity pro celou rodinu.

### Vybrané odkazy na portál SŽDC

#### Činnost společnosti

- O nás
- Stavby
- veřejné zakázky

#### Pro média

- Kontakty
- Tiskové zprávy

#### Tipy pro vás

- Nabídka pracovních příležitostí
- Studentický web

Sledujte nás na



Kancelář G8 Praha  
tel: +420 228 226 711  
Po-Pa 7:00-15:00

szdc@szdc.cz

Datové ochránka:  
ustátno

Kontakty

Přihlásit se

Mapa stránek

Copyright © 2011 SŽDC

Zdroj: SŽDC (2019j)

## Příloha H Dotazník SŽDC

### DOTAZNÍK SŽDC

Dobrý den, vážení studenti,

rádi bychom Vás požádali o vyplnění krátkého dotazníku, jehož snahou je zjistit aktuální trendy v rámci komunikace podniků se studenty. Cílem průzkumu je tedy zjistit, které komunikační kanály jsou v současné době u generace současných studentů populární a které naopak ne. Součástí dotazníku je také hodnocení atraktivity videa a webových stránek konkrétního podniku.

P.S. Vyplnění dotazníku Vám zabere max. deset minut času.

Mockrát děkujeme za vyplnění dotazníku!

1. Který ročník střední školy studujete:
  - a. První
  - b. Druhý
  - c. Třetí
  - d. Čtvrtý
  
2. Ohodnořte jednotlivé nástroje komunikace zaměstnavatele s potenciálním zaměstnancem podle Vašich osobních preferencí, tzn., který z uvedených nástrojů komunikace by pro Vás byl nejkonformnější v situaci, kdy hledáte práci:  
Pozn.: hodnocení na škále 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) či jiné.
  - Inzerce v tisku
  - Webové stránky podniků
  - Komunikace se zaměstnanci podniku
  - Prostřednictvím úřadu práce
  - Rozhlasové spoty (rádio)
  - Tištěné prostředky (letáky, brožury) získané v rámci propagačních akcí
  - Prostřednictvím personální agentury
  - Prostřednictvím webových portálů nabízející práce (jobs.cz, prace.cz, glassdoor.com)
  - Internet (reklama na základě výsledků vyhledávání klíčových slov, vyskakovací okna, bannery)
  - Facetou
  - Instarem
  - Twitter
  - Youtube
  - Prostřednictvím profesní sociální sítě LinkedIn
  
3. Jaké formy komunikace jsou dle Vašich osobních preferencí nejatraktivnější v rámci propagace podniků (informace o podniku, aktivity realizované podnikem apod.) směrem ke studentům – potenciálním zaměstnancům:

Pozn.: hodnocení na škále 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) či jiné.

- Informační akce pořádané podniky v prostorách školy
  - Veřejné výstavy a veletrhy pořádané mimo prostory školy
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - Youtube
  - Prezentace podniků prostřednictvím spotů v rádiu
  - Prezentace podniků prostřednictvím inzerce v tisku
  - Soutěže, hry pořádané podniky pro studenty
  - Spolupráce podniků se studenty prostřednictvím nabídky vzdělávacích online kurzů
  - Prostřednictvím mobilní aplikace
4. Na kterém zařízení nejčastěji sledujete webové stránky, sociální sítě či videa?
- Mobilní telefon
  - Tablet
  - Stolní počítač či notebook
  - Chytrá televize
5. Na stupnici 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) ohodnoťte faktory kvality úspěšné reklamy.
- a. Informační hodnota
  - b. Slogan
  - c. Důvěryhodnost
  - d. Motivační hodnota, přesvědčivost
  - e. Originalita
  - f. Celkovým dojem (kombinace výše uvedených faktorů)
6. O střední škole, kterou studuji, jsem se dozvěděl z:
- a. Internetových stránek školy
  - b. Atlasu školství
  - c. Sociálních sítí (Facebook, Instagram, Youtube)
  - d. Veletrhů středních škol
  - e. Jiné (vypište)
7. Co vás přimělo vybrat si právě vaši současnou školu: (Zde by možná stálo na zvážení ponechat více možností odpovědí, např. tři)
- a. Střední škola má značnou prestiž v porovnání s jinými středními školami
  - b. Absolvování zvýší moji šanci získat lepší práci
  - c. Absolvování střední školy zvýší moji šanci k přijetí na vysokou školu
  - d. Střední škola je blízko mého bydliště
  - e. Na střední školu šli moji kamarádi
  - f. Na střední školu bylo snadné se dostat

- g. Střední škola není moc náročná na učení
  - h. Na střední školu jsem dostal dobré doporučení od známých
  - i. Na střední školu jsem dostal dobré doporučení na základní škole
  - j. Výborné zkušenosti ze Dne otevřených dveří
  - k. Přesvědčivá prezentace střední školy na sociálních sítích
  - l. Jiné (vypište)
8. O výběru střední školy jsem se začal rozhodovat:
- a. Před nástupem do deváté třídy základní školy
  - b. V prvním pololetí deváté třídy
  - c. Těsně před termínem podávání přihlášek na střední školy, tj. v průběhu druhého pololetí
9. Při rozhodování o výběru zaměstnání bude pro mě rozhodující co nejmenší vzdálenost od místa současného bydliště:
- a. Zcela souhlasím
  - b. Spíše souhlasím
  - c. Spíše nesouhlasím
  - d. Zcela nesouhlasím
10. V případě, kdybych si měl/a v současné době hledat práci, zajímal/a bych se o práci v podniku:
- Správa železniční dopravní cesty (SŽDC)
  - České dráhy (ČD)
  - Rieter
  - METRANS
  - C.S.CARGO Holding
  - AŽD Praha
  - Jiné (vypište)
11. Máte povědomí o akcích pro studenty, které pořádá SŽDC? („Student Cup“, „Staň se na jeden den...“, „Interaktivní konference“, „Fotosoutěž“, „Nádražák“, „Odborné praxe“)
- a. Ano, mám povědomí, dokonce jsem se aktivně účastnil některé aktivity a měl bych zájem účastnit se další aktivity
  - b. Ano, mám povědomí, dokonce jsem se aktivně účastnil některé aktivity, ale už bych se další neúčastnil
  - c. Ano, mám povědomí, doposud jsem se neúčastnil/a žádné aktivity, nicméně měl/a bych zájem účastnit se některé aktivity
  - d. Ano, mám povědomí, nicméně nemám zájem účastnit se žádné aktivity
  - e. Nemám povědomí, ale měl/a bych zájem se účastnit se některé aktivity
  - f. Nemám povědomí a nemám zájem účastnit se žádné aktivity

Pokud na otázku 11 odpoví student a, b:

Dosud jsem se účastnil aktivity:

- a) „Student Cup“
- b) „Staň se na jeden den...“
- c) „Interaktivní konference“
- d) „Fotosoutěž“
- e) „Nádražák“
- f) „Odborné praxe“

Danou aktivitu bych ohodnotil na stupnici 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) ohodnotil:

Pokud na otázku 11 odpoví student a, c, e:

Měl bych zájem účastnit se aktivity:

- a) „Student Cup“
- b) „Staň se na jeden den...“
- c) „Interaktivní konference“
- d) „Fotosoutěž“
- e) „Nádražák“
- f) „Odborné praxe“

12. Jak byste ohodnotili Personální video SŽDC na stupnici 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) v následujících kategoriích?

- a. Obsah
- b. Forma zpracování
- c. Atraktivita
- d. Originalita
- e. Celkový dojem (kombinace všech výše uvedených charakteristik)

13. Jak byste ohodnotili Studentské webové stránky SŽDC na stupnici 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) v následujících kategoriích?

- a. Celkový dojem
- b. Přehlednost
- c. Atraktivita
- d. Použitelnost – informační hodnota

14. Jak byste ohodnotili Propagační leták SŽDC na stupnici 1 (nejméně) – 6 (nejvíce) v následujících kategoriích?

- a. Celkový dojem
- b. Informační hodnota
- c. Vhodnost propagace
- d. Důvěryhodnost
- e. Motivační hodnota, přesvědčivost
- f. Originalita

15. Pohlaví: Muž, žena

16. Po střední škole mám v plánu

- a) Hledat práci
- b) Pokračovat ve studiu na univerzitě, vysoké škole, vyšší odborné škole, denním pomaturitním studiu na jazykové škole
- c) Hledat práci a současně studovat na univerzitě, vysoké škole, vyšší odborné škole tzv. dálkovou formou
- d) Odjet do zahraničí za účelem práce či dalšího studia
- e) Jiné (vypište).....
- f) Zatím nejsem rozhodnut

17. Studuji střední školu:

- Střední průmyslová škola dopravní, Plzeň, Karlovarská 99
- Vyšší odborná škola a Střední škola technická Česká Třebová
- Střední škola technická a dopravní, Ostrava-Vítkovice, příspěvková organizace
- Vyšší odborná škola a Střední průmyslová škola elektrotechnická Plzeň
- Střední odborná škola Nové Město na Moravě
- Vyšší odborná škola a Střední průmyslová škola dopravní, Praha 1, Masná 18
- Střední škola informatiky, poštovníctví a finančnictví Brno, příspěvková organizace
- Střední průmyslová škola E. Beneše a obchodní akademie Břeclav, příspěvková organizace
- Střední škola, České Velenice, Revoluční 220
- Střední průmyslová škola stavební akademika Stanislava Bechyně, Havlíčkův Brod, Jihlavská 628
- Průmyslová střední škola Letohrad
- Střední průmyslová škola elektrotechnická, Praha 10, V Úžlabině 320
- Střední škola železniční, technická a služeb, Šumperk
- Střední odborná škola informatiky a spojů a Střední odborné učiliště, Kolín, Jaselská 826
- Střední odborné učiliště elektrotechnické, Plzeň, Vejprnická 56
- Střední průmyslová škola, Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Hradec Králové
- Střední škola technická a obchodní, Olomouc, Kosinova 4
- Střední průmyslová škola, Ústí nad Labem, Resslova 5, příspěvková organizace
- Střední odborná škola energetická a stavební, Obchodní akademie a Střední zdravotnická škola, Chomutov, příspěvková organizace
- Střední odborná škola elektrotechnická, Centrum odborné přípravy, Hluboká nad Vltavou, Zvolenovská 537
- Vyšší odborná škola stavební a Střední škola stavební, Vysoké Mýto
- Střední průmyslová škola a Vyšší odborná škola, Chomutov, Školní 50, příspěvková organizace
- Střední odborná škola strojní a elektrotechnická, Velešín, U Hřiště 527
- Střední průmyslová škola stavební, Plzeň, Chodské nám. 2
- Střední škola elektrotechnická, Lipník nad Bečvou, Tyršova 781
- Střední škola-Centrum odborné přípravy technické Kroměříž
- Integrovaná střední škola - Centrum odborné přípravy a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky Valašské Meziříčí
- Střední škola logistická Dalovice, příspěvková organizace

- Vyšší odborná škola a Střední průmyslová škola elektrotechnická Františka Křižíka
- Vyšší odborná škola a střední průmyslová škola Šumperk
- Vyšší odborná škola a střední průmyslová škola elektrotechnická Olomouc
- SŠ elektrotechniky a strojírenství, Jesenická 1, Praha 10

Děkujeme Vám za Váš čas a vyplnění dotazníku.

Zdroj: autorka



## Příloha I Listing Hurá na letiště

### ? PAG1: Hurá na letiště

Kešku založil [Letiste Geotour](#) Založeno : 09.06.2014

Obtížnost: ★★★★★  
Terén: ★★★★★

Velikost: (střední)

382 Oblíbené

N 50° 05.889 E 014° 15.948   
UTM: 33U E 447489 N 5549801

V Hlavní město Praha, Czechia

Vytisknout: [Bez logů](#) [5 logů](#) [10 logů](#) Vyhledat trasu

Stáhnout

**Upozornění** Na využívání služeb Geocaching.com se vztahují podmínky užití a zřeknutí se zodpovědnosti.

### Popis kešky



[ CZ: ]

### *Hurá na letiště*

Budík měl zazvonit v šest, ale Petr už byl dávno vzhůru. Dneska je velký den. Rychle do sebe cpal snídani a díval se z okna na nádherně modrou oblohu. Tu a tam na ní zahlédl šedou šmouhu, a na jejím užším, ostřejším konci – tak malé, že bylo sotva vidět – letadlo. Petr je pozoroval už od dětství, vystříhoval si jejich obrázky z časopisů, učil se je poznávat, zkrátka... zamiloval se do nich. Jenže za těch osmnáct let, co byl na světě a letadla mu nad hlavou kreslila šmouhy po obloze, ještě nikdy v žádném z nich neseděl.

A právě proto je dneska velký den.

Někomu by se mohlo zdát, že týdenní kurz angličtiny není moc dobrý dárek za úspěšně složenou maturitu, ale Petrovi rodiče dobře věděli, že pro něj to bude opravdový zážitek. Když před měsícem otevřel obálku s poukázkou na kurz a slušným kapesným na týden v Londýně, tiše čekali a pozorovali, jak jeho oči letí po papíře. A pak se rozzářily. Právě totiž narazily na kouzelné slůvko: LETECKY.

Petr se do Londýna těšil, ale ještě víc se těšil na letiště a na samotný let. A proto taky vyrážel do Prahy už časně ráno. V deset dopoledne vystupoval s kufrem v ruce z autobusu před Terminálem 1. K odbavení se měl hlásit až v 17:30, ale jestli se něčeho bál, tak snad jen toho, že mu těch pár hodin nebude stačit. Už jenom to, že se z vesnice v podhůří Krkonoš dostal na letiště, pro něj byl veliký svátek, a když tady jednou byl, chtěl vidět všechno! Popadl kufr a zamířil na informace.

[ EN: ]

## *Arriving at the Airport*

The alarm clock went off at six o'clock, but Petr was already wide awake. Today was the big day. He quickly finished breakfast and looked out at the sky above. He saw a couple of grey streaks across the blue, and at the sharp end of each one of them - so tiny it was barely visible - an airplane. Petr was watching them since he was a child, he cut out pictures from magazines, learned to distinguish them... in short, he fell in love with airplanes. But in all of his eighteen years he never got to see one from the inside.

And that is why today was the big day.

Some might say a one-week English course is not the best present for finishing high school with flying colours, but Petr's parents knew he will really enjoy it. A month ago they handed him the envelope with a voucher and decent pocket-money for a week in London. They waited and watched while Petr read... and then they saw his eyes lighten up, as they found the words BY PLANE.

Petr was looking forward to see London, but the flight there and back was the real treat for him. Therefore he left for Prague early in the morning. At 10 AM he was getting off the bus at Terminal 1. He was supposed to check in at 5:30 PM, but still he worried those few hours won't be enough. Just going to Prague and getting to see the airport was so special to him, and since he was here already, he wanted to see all of it! He grabbed his suitcase and headed for the information counter.

### **How to get the cache:**

*Follow Petr to the information counter next to staff entrance #15 and ask for information about the cache.*

### **Hint (Dešifrovat)**


PM: xavun, armncbzra fv imvg uenpv xnegh      Dekódovací klíč  
RA: obbx, qba'g sbetrg gb gnrx lbhe tnzr pneq      A|B|C|D|E|F|G|H|I|J|K|L|M  
-----  
N|O|P|Q|R|S|T|U|V|W|X|Y|Z  
(písmena v horní řadě odpovídají písmenům v  
dolní řadě a naopak)

Zdroj: Groundspeak (2019b)


## Příloha J The Highking Code GeoTour

### THE HIGHKING CODE GeoTour (GT3C)

♥ 877 bodů oblíbenosti ?  
 Stáhnout tuto GeoTour ?




www.highkingcode.com




Breathtaking scenery, great views, rare herbs, numerous myths and legends. Learn all about the mystical Hochkönig region in Austria and crack the Highking code. Decode 35 symbols to win the official geocoin!

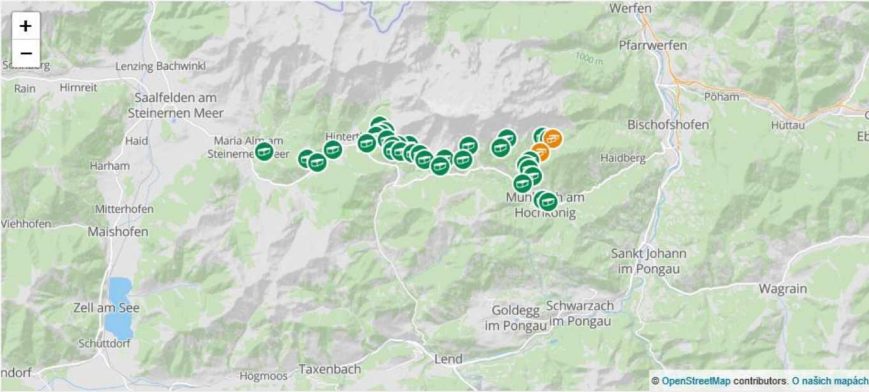
Hochkoenig f o o t o



zobrazit galerii



Co je Geocaching?



Zobrazeno 10 z 35 keší

- Bergbaumuseum HKC#1**

♥ 36 ↻ 1.5 ↻ 1.5 📏 Small | GC4EYNP
- Glück auf! HKC#2**

♥ 28 ↻ 3 ↻ 2 📏 Micro | GC54ZBA
- Am Wasserschloss HKC#3**

♥ 2 ↻ 1 ↻ 2 📏 Small | GC1BAPH
- Achtung! Hochspannung HKC#4**

♥ 2 ↻ 1 ↻ 2 📏 Small | GC1WQZH
- NEPRÍSTUPNÉ

**Bluebirds Bergheimat HKC#5**

♥ 36 ↻ 1.5 ↻ 2 📏 Regular | GC3RZP6
- Die morsche Wurzel im Walde HKC#6**

♥ 3 ↻ 1.5 ↻ 2 📏 Regular | GC1DG92
- Der Stollenweg HKC#7**


♥ 12 ↻ 1 ↻ 3 📏 Small | GC54RKK
- Tumbledoor HKC#8**

♥ 22 ↻ 3 ↻ 3 📏 Small | GC54ZD7
- Bergl - der hochkönigliche Haus- und Hofhund HKC#9**

♥ 451 ↻ 1.5 ↻ 1.5 📏 Other | GC34M1B
- Nächtliche Safari HKC#10**

♥ 31 ↻ 3 ↻ 4 📏 Small | GC54Z73

Zobrazit všechno



Zdroj: Groundspeak (2019b)



## Příloha K Listing eventu Pohled do zákulisí HZS

### Pohled do zákulisí HZS

Event založil BO!!!!GEO  Napsat autorovi Datum konání eventu: 30.01.2014 [Přidat do kalendáře](#)

Obtížnost: ★★★★★  
Terén: ★★★★★


Velikost:   
(nespecifikováno)

N 49° 48.111 E 018° 13.851   
UTM: 34U E 300741 N 5520279

V Moravskoslezský kraj, Czechia

 Vytisknout: [Bez logů](#) [5 logů](#) [10 logů](#)  [Vyhledat trasu](#)

 [Stáhnout](#)

 **Upozornění** Na využívání služeb Geocaching.com se vztahují podmínky užití a zřeknutí se zodpovědnosti.

### Popis kešky



### POHLED DO ZÁKULISÍ HZS

### STOP STAV STOP STAV STOP STAV STOP

Event pro všechny, kteří, stejně jako my, snílí o tom, že až budou velcí, stanou se z nich hasiči :-)

Přijměte pozvání na prohlídku útrob hasičské záchrané stanice v Ostravě. Díky [kadousovi](#), který nás bude na prohlídce provázet, budete mít možnost dozvědět se spoustu zajímavých informací o práci hasičů a o jejich každodenním fungování na stanici a na výjezdu. Budete mít možnost vidět zázemí hasičů, tj. např. šatny, tělocvičnu, posilovnu, dispečink, garáže. Velmi zajímavou součástí exkurze bude zcela jistě prohlídka speciální výjezdové techniky - například jeřábu, vyprošťovacího automobilu Bizon, cistern, kontejnerů, autobusů, automobilových žebříků atd. Prostor bude samozřejmě i pro dotazy a možná bude i nějaké malé překvapení :-)

#### KDY A KDE?

Event se uskuteční ve čtvrtek **30.1.2014** a prohlídku bude možné absolvovat ve dvou turnusech - **od 17:00 a od 18:30**. Délka prohlídky bude přibližně 1,5 hodiny. Sejdeme se na **parkovišti u budovy HZS** nejpozději 5 minut před začátkem prohlídky, odkud se přesuneme ke vchodu do HZS. Vzhledem k charakteru prohlídky je možné **na každý turnus** možné vzít pouze **30 osob**. V případě naplnění stavu bude vyhlášen **STOP STAV** a obsazovat se bude podle pořadí zalogování. Do svého logu tedy uveďte počet osob a termín, kterého se chcete zúčastnit. 2 místa v každém turnusu jsou rezervovány pro organizátory. Prohlídka je **zdarma**.

### STOP STAV STOP STAV STOP STAV STOP



#### Atribu



Co jsc



#### Invent

V tét  
track

Zobr  
před  
Co js

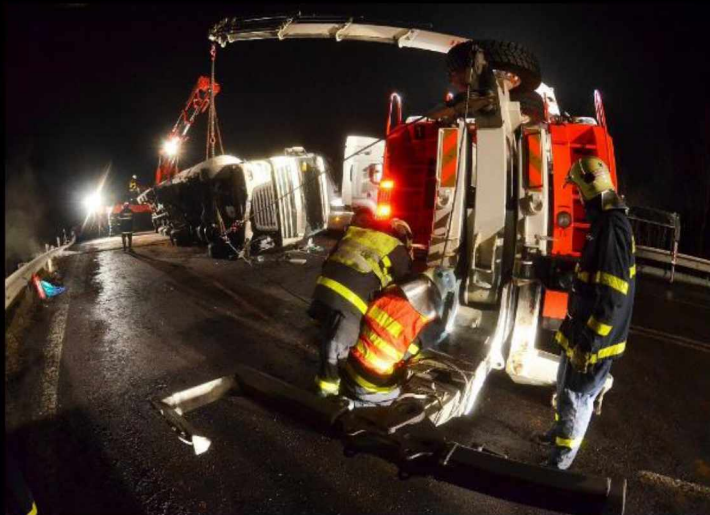
#### Bookn

Eve  
by k

Igni  
by k  
Zobr

Důležité upozornění! Budeme se pohybovat po stanici v běžném provozu, proto bude nutné projít na začátek krátkým bezpečnostním školením a v případě nutnosti (výjezd, mimořádná situace atp.) je nutné respektovat pokyny průvodce. Stejně tak je nutné využít uvedené parkoviště (případně parkoviště blízkého obchodního centra), abychom co nejméně narušovali chod stanice.

CWG budou, napište prosím vaše požadavky na počet do logu.



HZS MSK

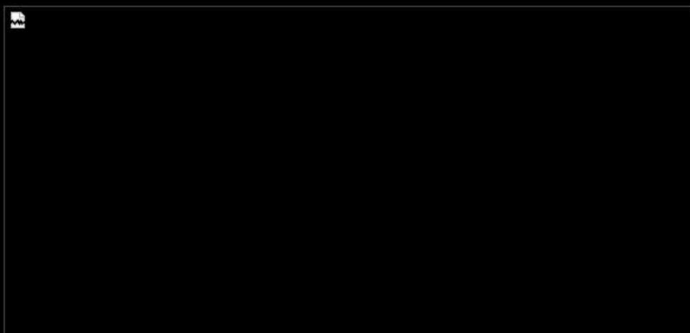
Foto: LACH Tomáš

www.hzsmok.cz  
www.lach.cz

**TĚŠÍME SE NA VÁS!!!**

## **GEOCOIN RADEGAST - TĚMĚŘ VYPRODÁNO - K DISPOZICI UŽ JEN POSLEDNÍ 3 KUSY ZLATÉ VERZE!**

Na eventu bude možné zakoupit první regionální moravskoslezský geocoin s motivem pohanského boha Radegasta. Pokud si na eventu budete chtít vyzvednout geocoin zakoupený v předprodeji, dejte nám vědět formou logu nebo nás kontaktujte přes profil.



## **BO!!!GEO**

Více informací o projektu BO!!!GEO naleznete na našich stránkách [www.bogeo.cz](http://www.bogeo.cz). Budeme rádi, když se k nám připojíte!

Hint (Hint není k dispozici)

### Trasové body

		Předpona	Zkratka	Název	Souřadn
		PK	PARKNG	GC4WHJN Parking (Parkoviště)	N 49° 48.:
		Poznámka:	Parkoviště u obchodního centra		

Zdroj: Groundspeak (2014)

## Příloha L Listing Bezpečně na železnici se SŽDC GeoTour

### PAG1: Bezpečně na železnici se SŽDC GeoTour

Kešku založil SŽDC GeoTour  Napsat autorovi Založeno : 12.4.2019

Obtížnost: ★★★★★  
Terén: ★★★★★

Velikost:  (střední)

 382 Oblíbené

N 49° 45.044 E 13° 23.987

V Plzeňský kraj, Czechia

UTM: 33U E 384728 N 5512145

 Vytisknout: [Bez logů](#) [5 logů](#) [10 logů](#)  Vyhledat trasu

 Stáhnout

 **Upozornění** Na využívání služeb Geocaching.com se vztahují podmínky užití a zřeknutí se zodpovědnosti.

#### Popis kešky



#### Nevjížděj na přejezd, bliká-li červené světlo. Vlak nezastaví!!!

V 17:15 je vyhlášen poplach. Hasič Honza si pomyslí: „Doufejme, že to není nic vážného!!!“ Honza dohání společně s ostatními hasiči k výjezdovému autu, velitel spouští sirénu, zatímco strojník startuje motor a opouští hasičskou stanici. Velitel dostal informaci, že se jedná o střet osobního automobilu a osobního vlaku na



přejezdu, auto bylo vlečeno několik desítek metrů a seděli v něm dva lidé. Honzovi proběhne hlavou: „To nevypadá dobře.“ Za několik dlouhých minut přijíždí k přejezdu a čeká je náročné vyprošťování a spolupráce se zdravotnickou záchranou službou při záchraně osob ve vozidle. Poté co první z osob odletěla vrtulníkem a druhou odváží sanitka, Honzovi v hlavě běží, že se to vůbec nemuselo stát. Dle svědků auto vjelo na přejezd, už když blikala červená světla, a závory ho uvěznily uprostřed přejezdu. Podle Honzi přece stačilo tak málo, nespěchat, nevjíždět na přejezd, když blikala červená světla, a když už auto zůstalo na přejezdu tak prorazit závory, nebo urychleně vůz opustit.



**Při hledání se chovejte opatrně a nepřekávejte v případě výjezdu hasičů!!! Nepřibližujte se ke dveřím výjezdových garáží.**

Hint (Dešifrovat)

ZNYR PREIRAR

Dekódovací klíč

A B C D E F G H I J K L M

N O P Q R S T U V W X Y Z

(písmena v horní řadě odpovídají písmenům v dolní řadě a naopak)

Zdroj: Krimi Plzeň (2018), Groundspeak (2019b), autorka



# Příloha M Studentské WWW stránky SŽDC, nová verze

Studentský web Akce pro studenty Nádražák Spolupráce se studenty Galerie Bezpečnost Moje SŽDC

## Seznam se s bezpečností na železniční

[Četli všichni více](#)

Bezpečnost Akce pro studenty Nádražák Stáže Kariéra

### Aktuality

**BUDOUCNOST**  
V České Třebové proběhne unikátní interaktivní akce pro studenty i veřejnost o moderní české železnici

Sdružení železničních nákladních dopravců ŽEONAD.CZ ve spolupráci se Správou železniční dopravní cesty (SŽDC) a v rámci odbornou školou a střední školou technickou v České Třebové pořádá ve dnech 26. a 27. dubna interaktivní akci, která má za účelem:

**SŽDC slavnostně zahájila kompletní rekonstrukci stanice Letohrad**

V pátek 26. 3. 2019 jsme slavnostně zahájili rekonstrukci železniční stanice Letohrad v Pardubickém kraji, která spojuje v kompletní přestavbě kolejiště a nástupiště. Stavění práce zajistí Společnost Rekonstrukce žst. Letohrad, jejímž společníky jsou firmy CHÁDEK a TENDRA Pardubice.

**Představení profese – návštěva technik**

Máte kladný vztah k zabezpečování a odlišuje technici? Zajímá vás oblast: jak pracují a novinky v oblasti? Staňte se návštěvníkem technika, přidejte se k nám!

**Začíná rekonstrukce železniční stanice Retenice za téměř miliardu korun**

Správa železniční dopravní cesty (SŽDC) zahájila rekonstrukci železniční stanice Retenice na trati z Ústí nad Labem do Chomutova, která vede přes Retenice. Stavění práce zajistí Společnost Rekonstrukce žst. Retenice, jejímž společníky jsou firmy CHÁDEK a TENDRA Pardubice.

**Představení profese – elektromotér pevných trakčních a silnoproudých zařízení**

Zajímá Vás elektrotechnika? A chcete mít jistotu rozmanité práce? Staňte se elektromotérem, přidejte se k nám! Oficiálním názvem je elektromotér pevných trakčních a silnoproudých.

**V Kladně se diskutovalo o budoucí rychlé železnici do Prahy**

Můžete diskutovat nad připravovanou modernizací tratě Praha – Kladno. Příkladem je úsek Praha – Kladno, který bude vybudován v rámci projektu Železnice do Prahy. Úsek Praha – Kladno bude vybudován v rámci projektu Železnice do Prahy. Úsek Praha – Kladno bude vybudován v rámci projektu Železnice do Prahy.

### Najdete nás

Fotosoutěž

Libor Hromádka - Čekání  
1. místo - Profese a tělo na železniční 2018

**Rekonstrukce železničního mostu přes vodní nádrž Hracholusky**

Na rekonstruovaném mostě přes vodní nádrž Hracholusky na trati Příbram – Hracholusky se vymění druhý oblouk. Stejně, jako v případě prvního oblouku, se použije unikátní technologie, která si zaslouží evropskou cenu.

**Nejnovější fotky**

Řekli o nás

Spolupráce se studenty žijící v naší organizaci umožňuje se získat zkušenosti, poznat práci a prostředí a především neprospěšných osobností a informací z oblasti železniční infrastruktury a dopravu, což je cílem právě připravované konference. Budeme proto rádi přijmout všechny zájemce o návštěvu projektu. Bezpečnost na železniční. Konference z perspektivy odboru SŽDC by měla přinést další užitečné poznatky, a to je cílem konference. Konference se koná v rámci projektu Železnice do Prahy.

**Bc. Eva Matějková**  
vedoucí oddělení marketingu

Spolupracujeme s...

METSKÁ ČASŤ PRAHA 3 VDA SŽDC

Informační tabule Železniční mapy Železniční přezdívky Přezdívková stránka Výšky Kontakty

Zdroj: SŽDC (2019o)



## Příloha N Oficiální WWW stránky SŽDC, nová verze

The screenshot displays the official website of SŽDC (Správa železniční dopravní cesty). At the top, there is a navigation bar with the SŽDC logo and menu items: [Časopis](#), [Doprava](#), [Dodavatelé / Objednatelé](#), [Stavby / Zakázky](#), [O nás](#), [Kariéra](#), [Pro média](#), [Kontakty](#), and [Inženýři](#). A search bar and social media icons are also present.

The main content area features a large banner image of a worker in an orange safety vest and helmet. Overlaid on the image is the text: **SŽDC. Dobrá správa. Jsme státní organizace, která řídí, spravuje a inovuje železnici v celé republice.**

Below the banner, there are three main sections:

- Aktuální provoz na železnici**: Includes "Vyhledání vlakového spojení s přestupy" (with buttons for "Najdi spojení" and "Stanice"), "Příjezdy a odjezdy vlaků z nádraží v ČR" (with "Informační tabule" button), and "Aktuální poloha vlaků a omezení provozu" (with "GRAPP" button).

A cookie consent banner is visible, stating: "Webové stránky provozované SŽDC používají cookies, které umožňují rozpoznávat si Vás a nabízet Vám relevantní obsah. Používáním těchto webových stránek s tímto používáním souhlasíte. Více informací o cookies zde."

The central part of the page contains a grid of news and information items:

- 25. 04. 2019**: [Selowva o nové přeshraniční infrastrukturu mezi Českem a Polskem](#)
- 24. 04. 2019**: [Opravenou výpravní budovu získala také stanice Nelahozeves](#)
- Volná místa**: [Nabídka pracovních příležitostí](#), [Nabídka stáží](#), [Formulář pro uchazeče](#), [Personální spoty](#)
- Neprehlédněte**: [Výskvění ke stavbám v ochranném pásmu dráhy a dotazy na existenci síti na pozemcích SŽDC](#), [Základní informace pro dodavatele činnosti](#)
- Nemovitosti**: [Prodej / pronájem](#), [Nakládání s nepotřebným majetkem](#), [Pohledávky k prodeji](#)
- Organizační struktura**: [Správní rada](#), [Vedení organizace](#), [Organizační jednotky](#), [Výbor pro audit](#)
- Jízdní řád 2019**
- Studentský web**
- Fotosoutěž 2019**

At the bottom, there are four columns of quick links:

- Aktuální provoz**: [Výluky](#), [Jízdní řád](#), [Mapy](#)
- Činnost společnosti**: [O nás](#), [Stavby](#), [Veřejné zakázky](#)
- Pro média**: [Kontakty](#), [Tiskové zprávy](#), [Galérie](#)
- Tipy pro vás**: [Napište nám](#), [Volná místa](#), [Studentský web](#)

The footer contains contact information for the Reception Office in Prague: **Recepce G6 (Praha):** Telefon +420 222 335 711 (v pracovní době Po-Pá), [szdc@szdc.cz](mailto:szdc@szdc.cz). It also includes links for [Dotazová stránka: ucozchym](#), [Kontakty](#), [Přihlásit se](#), and [Mapa stránek](#). Copyright © 2019 SŽDC.

Zdroj: SŽDC (2019p)


ŠKODA Kariéra [Studenti & absolventi](#) [Práce u nás](#) [Benefity](#) [Události](#) [Blog](#) [Kontakt](#) [CZ EN](#) [PŘEHLED POZIC](#)

## ZA KTEROU INOVACÍ BUDETE VIDĚT VY?

KOHO HLEDÁME


Tato stránka používá cookies. Více informací o zpracování Vašich osobních údajů na jejich základě a o Vašich právech naleznete v [Informaci o zpracování osobních údajů prostřednictvím cookies a jiných webových technologií](#). Někdy můžete udělit souhlas se zpracováním osobních údajů rovněž pro účely uložení preferencí uživatele napříč webovými stránkami, statistiku a analýzu chování uživatele, oslovení a nabídkou produktů a propojení se sociálními sítěmi.

[NASTAVENÍ COOKIES](#) [SOULASÍM](#)



**NASTUPE DO KVASIN**


KVASINY



**ROZŠIŘUJEME TÝM TECHNICKÉHO VÝVOJE**

MLADÁ BOLESLAV


**PRO STUDENTY A ABSOLVENTY**



**TRAINEE PROGRAM**


ABSOLVENTI

Přihláškování do **31. 7. 2019**



**STÁŽE A ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

VYSOKÉ ŠKOLY




**DOKTORANDSKÝ PROGRAM**

VYSOKÉ ŠKOLY

[DALŠÍ STUDENTSKÉ PROGRAMY](#)

Aktuálně u nás




**ŠKODA AUTO STOJÍ ZA NEJÚSPĚŠNĚJŠÍM IT PROJEKTEM ROKU**

15. duben 2019


[DALŠÍ ČLÁNKY >](#)

Kde nás můžete potkat



**JOBS:DEV**

19. 5. 2019



**JOBS DEV PVA EXPO**

18. Května 2019

[VŠECHNY UDÁLOSTI >](#)



### ŽIVOT VE ŠKODA AUTO

V průkumech oblibnosti zaměstnavatelů se dlouhodobě umísťujeme na předních příčkách. Naši zaměstnanci jsou pro nás totiž vždy na prvním místě. Vážíme si jejich práce a snažíme se pro ně vytvářet ty nejlepší podmínky.

[VÍCE O NAŠICH HODNOTÁCH](#)

### ZAMĚSTNANECKÉ BENEFITY

Pro váš osobní a profesní růst děláme to nejlepší.



Vzdělávání



Profesní růst



Volný čas



Dovolená navíc



Bydlení



Průjem vozů

[VÍCE O BENEFITECH](#)

### POZNEJTE NAŠE MĚSTA

ŠKODA AUTO není jen Mladá Boleslav. Závody a oddělení máme také ve Vrchlabí, v Kvasinách a najdete nás i v Praze.



### PODÍVEJTE SE, KOHO PŘÁVĚ HLEDÁME

[PŘEHLED POZIC](#)

[Úvod](#) [Studenti & absolventi](#) [Práce u nás](#) [Benefity](#) [Události](#) [Blog](#) [Kontakt](#) [Změna cookies](#)

[PŘEHLED POZIC](#)

Sledujte ŠKODA Karéru [f](#) [@](#) [in](#)

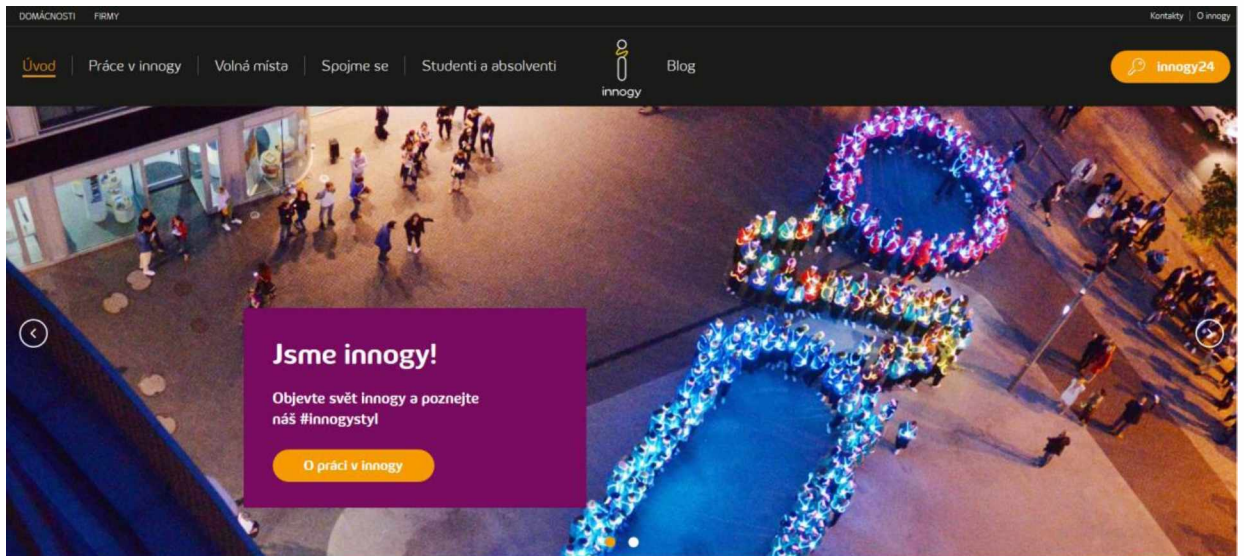
© ŠKODA AUTO a.s. 2018 | Member of the Volkswagen Group

Created & developed by [h.](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO (2019a)



## Příloha P Práce Innogy



### Volná místa v innogy

Přidejte se k nám a objevte náš #innogystyl

Zvolte obor: Všechny obory

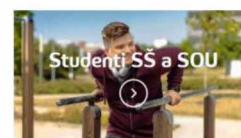
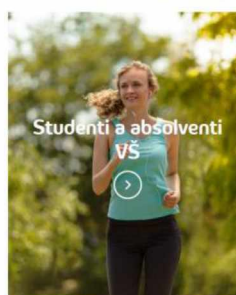
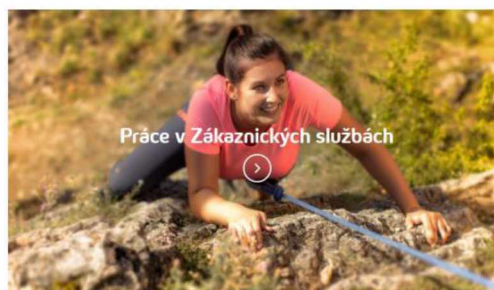
Vyberte lokalitu: Celá ČR

Jaký chcete úvazek?: Vše

Pro OZP  Pro absolventy

Zobrazit 62 pozic

V innogy hledáme lidi s energií pro inovace a moderní technologie





## Tohle je #innogystyl

Jak si společně užíváme a pracujeme?

[Chci to vidět](#)



## Jak přemýšlíme o benefitech?



### Peníze

Za každoroční odměny můžete letět třeba k moři.



### Pracovní doba

S prací 7,5 hodiny denně jste vždy včas u večeře i na squashu.



### Volný čas

Procestujte Evropu se slevou na vlak a s pojištěním zdarma.



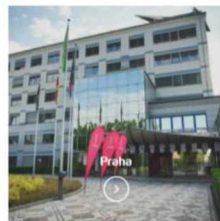
### Rozvoj

Náš systém vzdělávání a podpora vedení vás nikdy nenechá zakrnět.



[Benefity](#)

## Kde pracujeme



[Všechny pobočky](#)

## Spojme se

[Volné místa](#)



[Kontakt na HR](#)

Informace pro uchazeče o zaměstnání  
o zpracování osobních údajů

Zemní plyn

Elektrina

Volejte zdarma

800 11 33 55

[Kontakty](#)

### Kontakty

Kariéra v innogy  
Zákaznická centra  
E-mail: info@innogy.cz

### Zákaznické benefity

Aplikace innovids  
innogy Karta  
innogy Premium  
Zákaznický časopis

### Společnosti innogy

innogy Energie  
innogy Energy  
innogy Gas Storage  
GasNet

### Partnerské stránky

prepsenergi.cz  
elektrina.zskuzka.cz  
teplovedome.cz  
CNG.cz




[innogy24](#)



Práva a účel setvu a ochrana osobních údajů | © 2019 innogy - všechna práva vyhrazena

Zdroj: INNOGY (2019)

## Příloha Q DB Train Simulator




# DB Train Simulator

Deutsche Bahn Simulátory ★★★★★ 7 422

PEGI 3


Tato aplikace je kompatibilní se všemi vašimi zařízeními.

[Přidat do seznamu přání](#) [Nainstalovat](#)




New: Timetable & Topography Map

Timetable - Waldstetten (10:03:50)		10:00:00 Intercity		
Maximum 160 km/h		3b	4	5
1	2	3a		
160	Start	0.0		
	Tanistetten Hp	2.2		10:01
	Sbk 1	2.3		
4.0	120	Waldstetten Hp	5.2	10:03
		Sbk 2	5.3	



Traktion Energy Display + kWh 0 - kWh 0 Train Safety Command Free Vigilant km/h 0 Door Control Brake

Zugkraft Energieanzeige + kWh 27 - kWh 3 Zugsicherung Befehl

 Přeložit popis zpět do jazyka Angličtina (Spojené státy) [Přeložit](#)

Přidejte se a testujeme naše dB Train Simulator nových funkcí, jako integrované jízdní řády a topografických map na všech devět linek, stejně jako tutorial vysvětluje nové funkce ve hře! Podívejte se na své posledních 10 jízdy vlaků v nové nabídce statistik. Váš cíl jako vlak dirigent: dorazí včas, při jízdě efektivní a zároveň šetří tolik energie, kolik je to možné!

Funkce:

Zdroj: Deutsche Bahn (2019)