

Tisková zpráva

Nízká nezaměstnanost brzdí rozvoj firem

23. října 2018

Mgr. Andrea Patočková
Marketing&PR
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Praha, 23. října 2018 – 76 procent českých exportérů vnímá jako bariéru v rozvoji podnikání současnou nízkou nezaměstnanost. Společnosti na tuto situaci reagovaly nebo plánují reagovat cíleným zaměstnáváním cizinců (63 procent) a více jak polovina firem bude řešit tuto situaci robotizací. 6 procent českých firem některé pracovní funkce přesunulo díky nedostatku pracovních sil do zahraničí. Tato zjištění pocházejí z volně prodejné studie [GfK Exportní výzkum 2018](#).

Nezaměstnanost v České republice klesla na 3 procenta, což je od roku 1996 nejnižší hodnota. Podle Úřadu práce ČR měla Česká republika v září dokonce nejnižší nezaměstnanost v Evropské unii. Jak nízká nezaměstnanost zasahuje do rozvoje firem? Na otázky ohledně dění týkající se nízké nezaměstnanosti a její dopady jsme se zeptali českých exportérů, tedy jakým způsobem se dívají na extrémně nízkou nezaměstnanost a k jakým krokům přistoupili při řešení problémů k získání nových zaměstnanců.

Nízká nezaměstnanost jako bariéra v podnikání

Současnou nízkou nezaměstnanost vnímají jako bariéru v rozvoji podnikání tři čtvrtiny českých exportérů. Pokud na tuto situaci exportní společnosti nějakým způsobem reagovaly nebo plánují reagovat, pak nejčastěji cíleným zaměstnáváním cizinců (63 procent) nebo robotizací (53 procent). K omezení výroby již přistoupilo 19 procent exportérů, pro něž nízká nezaměstnanost představuje bariéru v rozvoji podnikání, a přibližně stejný počet procent tento krok zvažuje udělat. Jako další řešení zvolilo 6 procent českých exportérů přenos některých pracovních funkcí do zahraničí a 7 procent o tomto kroku uvažuje. Jaké jsou další názory exportních firem týkající se nejen zaměstnanosti, ale také ohlednutí se za bývalým rokem a jejich výhledu do budoucnosti? Co podle exportérů pomáhá vývozu z České republiky a jaké země představují největší exportní příležitost do budoucna? Zjistěte více ze studie [GfK Exportní výzkum 2018](#), která zodpoví tyto i další Vaše otázky.

Jak zvýšit atraktivitu společnosti pro potencionální uchazeče

„Nelehkou situaci mají i pracovníci HR. V době nadbytku pracovních pozic a nedostatku pracovní síly musí hledat jiné možnosti k oslovení nových uchazečů. Firmy se předhánějí v nabízených benefitech a nabízejí vyšší platy než konkurence, aby přesvědčili nového uchazeče k přechodu do nového zaměstnání. Díky nízké nezaměstnanosti si zaměstnavatelé stále častěji uvědomují potřebu mít dobrý přehled o situaci ve svém regionu a

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

obrací se na výzkum trhu," říká Kristina Hanušová, vedoucí oddělení Marketing Effectiveness. Výzkumy trhu práce donedávna pokrývaly především ČR jako celek, aniž by přihlížely ke specifickým regionům. V tom je jiný výzkum [GfK Employer Brand](#), který umožňuje zaměřit pozornost na potenciální zaměstnance právě tam, kde má firma svůj provoz.

O studii GfK Exportní výzkum

Výzkum byl proveden metodou CATI, v září 2018 na reprezentativním vzorku 300 exportních společností v České republice. GfK Exportní výzkum je studií dlouhodobě mapující názory manažerů předních exportních firem týkající se dosavadního vývoje a výhledu českého exportu, klíčových cílových zemích vývozu a podmínek a faktorů podmiňujících export. Vedle dlouhodobě sledovaných témat studie obsahuje sekci věnovanou aktuálnímu vývoji jak v rámci České republiky, tak ve světě a také názory exportérů na banky. Více informací o studii [zde](#).

O studii GfK Employer Brand

Výzkum znalosti, image a atraktivity zaměstnavatelů v regionech ČR.

GfK Employer Brand umožňuje získat plastickou představu o postavení Vaší značky v regionu a nabídne zjištění užitečná pro rozvíjení atraktivity Vašeho podniku jakožto regionálně relevantního a žádaného zaměstnavatele. Více informací o studii [zde](#).

O GfK

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě "Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky www.gfk.com/cz nebo sledujte GfK na Twitteru: https://twitter.com/GfK_Czech.