

Nábor zpřísňuje: 65 % firem vyřazuje kandidáty kvůli chybám v CV

28.4.2026 - | Edenred CZ

Firmy v Česku mění přístup k náboru zaměstnanců. Už nejde o rychlé obsazení pozice za každou cenu, ale o kvalitu kandidátů a efektivitu celého procesu. Ukazuje to aktuální průzkum HR marketingu a AI v HR 2026, který realizovaly společnosti Edenred a Recruitment Academy[1]. Z dat vyplývá, že nejefektivnějším náborovým kanálem jsou dlouhodobě kariérní stránky, zatímco samotný nábor se prodlužuje a zpřísňuje. Do hry zároveň stále výrazněji vstupuje umělá inteligence, která přináší nové příležitosti i výzvy. Nové trendy i nejúspěšnější kampaně představí galavečer Recruitment Academy Awards už 23. dubna.

Náborovou kampaň v posledním roce realizovalo 36 % organizací. Nejčastěji přitom zapojují kariérní stránky (79 %), sociální sítě (60 %) a placenou on-line reklamu (42 %). HR marketing však zůstává pro většinu organizací spíše okrajovou aktivitou – více než polovina z nich (55 %) mu věnuje méně než 10 % své kapacity a pouze 29 % má pro budování značky zaměstnavatele (employer branding) dedikovanou roli.

„Výsledky našeho průzkumu potvrzují, že náborové kampaně dnes realizuje zhruba třetina firem. Ty zároveň čelí bezprecedentním výzvám – od vysoké konkurence na trhu práce až po nástup umělé inteligence, která mění pravidla hry na straně kandidátů i zaměstnavatelů. Přesto více než polovina organizací věnuje HR marketingu méně než desetinu své kapacity,“ říká Aneta Martišková, členka vedení Edenred.

Přestože firmy využívají širokou škálu náborových kanálů, jejich reálná účinnost se liší. Jako suverénně nejúčinnější nástroj označila téměř polovina firem své kariérní stránky (46 %). S odstupem pak následují sociální sítě (21 %) a placená on-line kampaň (13 %).

„Kariérní stránky zůstávají nejefektivnějším náborovým kanálem hlavně proto, že firmám umožňují předat kandidátům ucelený a autentický obraz o tom, kdo jsou, jak fungují a koho skutečně hledají. Právě tam se často rozhoduje o tom, zda uchazeč nabídku vnímá jako důvěryhodnou a relevantní. Firmy ale na svých kariérních webech stále podceňují srozumitelnost sdělení, konkrétní popis role, transparentnost podmínek i celkový uživatelský zážitek,“ vysvětluje José Kadlec, CEO Recruitment Academy.

Kvalita vítězí nad kvantitou

S rostoucí konkencí na trhu práce se strategie zaměstnavatelů posouvá od snahy o rychlé obsazení volných míst k důkladnému prověření shody kandidáta s firemní kulturou i jejími potřebami. Tento posun potvrzují i data – dvoukolové pohovory dnes využívá 67 % firem. Jeden pohovor už personalistům nestačí k ověření odbornosti i osobního souladu s týmem, což se přirozeně odráží i v délce celého procesu. Naplnit konkrétní pracovní pozici dnes trvá nejčastěji 3 až 4 týdny, což uvádí třetina firem. Téměř ve stejném počtu případů se však výběr protáhne na 5 až 6 týdnů a u necelé čtvrtiny organizací trvá nábor dokonce sedm týdnů a déle.

Firmy jsou zároveň výrazně přísnější při hodnocení kandidátů. Nejčastějším důvodem pro vyřazení jsou gramatické chyby v životopise (65 %), následované faktickými chybami, například nesprávně uvedeným názvem firmy (46 %) nebo nepřehledným zpracováním CV (35 %). Téměř třetina

personalistů také negativně vnímá životopisy vytvořené s pomocí umělé inteligence.

„Gramatické a faktické chyby v životopisech jsou v náboru vnímány jako dlouhodobý neduh, který kandidáty z výběrových řízení diskvalifikoval vždy, a tento trend nadále přetrvává. Co je však pro současný trh novinkou, je masivní využívání umělé inteligence při tvorbě životopisů a motivačních dopisů. I když AI dokáže texty profesionálně strukturovat, často se z nich vytrácí autenticita a osobní vklad uchazeče. Do budoucna tak bude pro kandidáty klíčové najít rovnováhu – využít technologie jako pomocníka, ale nenechat se jimi připravit o vlastní styl,“ říká Klára Krumphanslová, HR manažerka ze společnosti Edenred. Zároveň dodává, že právě schopnost odlišit se a zachovat si věrohodnost v záplavě unifikovaných textů bude tím, co rozhodne o úspěchu.

Recruitment Academy Awards ukážou špičku v oboru

Aktuální trendy v oblasti náboru, HR marketingu i využití AI představí také letošní ročník Recruitment Academy Awards, který nabídne pohled na nejúspěšnější projekty a kampaně v oboru. Galavečer 11. ročníku Recruitment Academy Awards proběhne 23. dubna 2026 v pražském Divadle ARCHA+.

„Letošní Recruitment Academy Awards ukážou, jak se do náboru stále výrazněji promítají data, technologie a umělá inteligence, ale zároveň i to, že nejúspěšnější projekty stojí na silné strategii, kvalitní komunikaci a skutečném porozumění kandidátům. Právě kombinace inovací a autentického přístupu dnes rozhoduje o tom, které firmy dokážou na trhu práce uspět,“ uzavírá José Kadlec, CEO Recruitment Academy.

[1] Šetření Recruitment Academy a Edenred s názvem „Průzkum HR marketing a AI v HR 2026“ se zúčastnilo 133 respondentů z řad personalistů. Sběr dat proběhl v březnu 2026.

<https://www.edenred.cz/tiskove-zpravy/nabor-zprisnuje-65-firem-vyrazuje-kandidaty-kvuli-chybam-v-cv>