

EMPLOYER BRANDING a budoucnost lidí ve stavebnictví

13.7.2026 - | SYNER Group

Silná značka zaměstnavatele dnes přímo ovlivňuje konkurenceschopnost firmy. Nejde jen o nábor, ale i o důvěru na trhu, stabilitu týmu a schopnost realizovat náročné projekty v požadované kvalitě a čase, říká Ing. JIŘÍ CHRAMOSTA, ředitel úseku kvality a lidských zdrojů společnosti SYNER.

Jak se změnila očekávání zaměstnanců oproti době před deseti lety?

Může se zdát, že to není tak dávno, ale změna je obrovská. Oproti minulosti je obrat v očekávání lidí velmi výrazný, a to napříč generacemi, ale u mladších uchazečů je to nejvíce viditelné. Dnes mnohem více řeší téma work-life balance, flexibility a celkového životního stylu. Ve stavebnictví ale přirozeně narážíme na prostředí, které je dynamické, projektově řízené a často vázané na termíny investorů, technologické postupy i koordinaci velkého množství profesí.

To ale neznamena, že by se tyto světy nedaly skloubit. Spíše je potřeba otevřeně říct, že stavebnictví je obor pro lidi, kteří mají chuť být u reálných výsledků, vidět za sebou konkrétní dílo a být součástí něčeho, co má dlouhodobou hodnotu. U nás v SYNER se potkávají lidé, kteří mají určitou míru zapálení – baví je „šrumeč“ stavby, zodpovědnost i týmová spolupráce.

Zároveň si velmi dobře uvědomujeme, že bez zázemí v osobním životě by to nefungovalo. Proto se snažíme přizpůsobovat interní nastavení, komunikaci i způsob vedení lidí tak, aby naše spolupráce byla dlouhodobě udržitelná a vzájemně prospěšná.

● Daří se vám udržet zkušené odborníky i v době vysoké konkurence na trhu práce?

Udržet zkušené odborníky je dnes jedno z nejzásadnějších témat celého stavebního trhu. Konkurence nespí. Míra soutěživosti je vysoká, trh je relativně malý a kvalitních techniků i manažerů není neomezené množství. Navíc se stále častěji setkáváme s tím, že se odborníci pohybují mezi stranou zhotovitele a investora, kde se jejich zkušenosti přirozeně přelévají.

Zároveň se stavebnictví výrazně změnilo – projekty jsou náročnější z pohledu koordinace, digitalizace, BIM modelů, environmentálních standardů jako BREEAM nebo LEED i z pohledu administrativy. To vše zvyšuje nároky na týmy, které dnes musí být větší, specializovanější a lépe řízené než před deseti lety.

V SYNER se snažíme jít cestou kombinace stabilizace a řízeného růstu. Tedy nejen udržet klíčové lidi, ale zároveň systematicky posilovat týmy tak, aby nedocházelo k přetížení jednotlivců, a aby se know-how ve firmě dlouhodobě rozvíjelo, ne ztrácelo.

● Je dnes pro stavební firmu složitější získat kvalitní zaměstnance než v minulosti?

Ano, jednoznačně. Zatímco dříve bylo možné obsadit řadu technických pozic standardní inzercí a podporou personálních agentur, dnes už to zdaleka nestačí. Ve většině případů je to pouze doplňkový kanál, nikoliv hlavní zdroj kandidátů.

Jedním z klíčových nástrojů při oslovování uchazečů se stává employer branding, tedy práce se

značkou zaměstnavatele. Proto jsme museli výrazně posílit práci v této oblasti. Jde o dlouhodobý a systematický přístup – od prezentace na stavbách, přes účast na odborných konferencích až po intenzivní spolupráci se školami. Klíčové je pro nás budování vztahů se studenty už během studia.

Velký důraz klademe na praxe, stáže, exkurze, odborné soutěže i mentoring. Nejde jen o nábor, ale o dlouhodobé budování vztahu k oboru i k firmě. Kandidáti dnes nechtějí pouze práci – chtějí vidět smysl, prostředí a lidi, se kterými budou spolupracovat.

● Jak silná značka zaměstnavatele ovlivňuje celkové postavení firmy na trhu?

Silná značka zaměstnavatele dnes přímo ovlivňuje konkurenceschopnost firmy. Nejde jen o nábor, ale i o důvěru na trhu, stabilitu týmu a schopnost realizovat náročné projekty v požadované kvalitě a čase.

SYNER je v tomto směru specifický tím, že ačkoli začal jako rodinná regionální firma, dnes již působí celorepublikově, realizujeme projekty napříč celou Českou republikou, máme sídlo a několik poboček rozsetých po republice a aktivně působíme ve všech lokalitách, kde stavíme. To přirozeně posiluje naši viditelnost i důvěryhodnost.

Značka zaměstnavatele tak není jen marketingový pojem, ale reálný faktor, který ovlivňuje, kdo u nás chce pracovat, jak dlouho u nás zůstává a jakým způsobem reprezentuje firmu navenek.

● Myslíte si, že benefity mohou rozhodovat při výběru zaměstnavatele?

Benefity určitě hrají svou roli, ale spíše jako doplňkový faktor. Rozhodně nejsou tím hlavním důvodem, proč se lidé pro firmu rozhodují. Zásadní je obsah práce, tým, možnosti růstu a celková firemní kultura.

U nás vnímáme jako nejvíce oceňované benefity například služební automobil i pro soukromé účely, zdravotní preventivní programy a také podporu v oblasti finančního zabezpečení a spoření do budoucna.

Zároveň ale platí, že benefit bez kvalitního pracovního prostředí nemá dlouhodobý efekt. Proto se snažíme benefity chápat spíše jako součást celkového balíčku péče o zaměstnance, ne jako hlavní náborový nástroj.

● Jak podle vás promění stavebnictví digitalizace a nové technologie z pohledu lidských zdrojů?

Stavebnictví obecně patří mezi obory, kde se nové technologie zavádějí pomaleji než v jiných průmyslových odvětvích. Přitom právě zde mají digitální nástroje obrovský potenciál – od úspory času, přes snížení chybovosti až po efektivnější řízení projektů.

Každý stavební projekt je v podstatě originál, nikoliv sériová výroba. To znamená, že implementace technologií je vždy spojena s vyššími počátečními náklady a změnou způsobu práce. Na druhou stranu je zřejmé, že bez digitalizace se obor dál neposune.

Vidíme také generační tlak – mladší odborníci očekávají práci s moderními nástroji, BIM modely, digitálními platformami i automatizací procesů. To je pro nás jasný signál, že investice do technologií není volitelná, ale nezbytná cesta, na kterou jsme se již vydali. Příkladem může být hybridní systém dřevostaveb CREE, kde jsme se stali výhradními partnery této značky pro výstavbu v České republice a na Slovensku. Ale to je na samostatné delší povídání.

● Co vás osobně na práci s lidmi ve stavebnictví nejvíce baví a motivuje?

Na práci s lidmi mě nejvíce baví její rozmanitost. Každý člověk je jiný – má jinou zkušenost, jiný pohled, jinou motivaci i jiný způsob uvažování. A právě v tom vzniká prostor pro dialog, hledání řešení a společné posouvání věcí dopředu.

Stavebnictví je navíc obor, kde je výsledek práce velmi konkrétní a viditelný. Lidé vidí, co společně vytvořili, a to je obrovsky silná motivace. Když se podaří propojit tým, zkušenosti a chuť něco dokázat, vzniká velmi silná energie, která je pro mě osobně největším smyslem této práce. Letos SYNER slaví 35 let od založení a když se ohlédnu na naši práci, skutečně platí firemní heslo, že „stavíme Česko.“

„Ing. Jiří Chramosta, HR ředitel společnosti SYNER: V SYNER se snažíme jít cestou kombinace stabilizace a řízeného růstu.“

Zdroj: Stavitel

Foto: archiv SYNER, s.r.o.

<https://syner.cz/aktuality/employer-branding-a-budoucnost-lidi-ve-stavebnictvi>