

DOBRÝ VÝBER

Milí priatelia a kolegovia,

aj keď viacerí z nás si to ešte vo víre pracovných povinností nestihli plne uvedomiť, najmagickjšie sviatky v roku - Vianoce sa nezadržateľne blížia. A keďže toto čarovné obdobie je aj o obdarovávaní, v Mayako sme sa taktiež rozhodli venovať Vám jeden dar pod vianočný stromček- nové číslo **Dobrého výberu** 😊 .

Akým témam sa venujeme tentokrát? Na začiatok si niečo povieme o prínosoch ale aj možných úskaliach **prítomnosti Vášho domáceho miláčika na pracovisku**. Pozrieme sa aj na to, či a nakoľko **recruiteri odlišujú v CV posudzovaných kandidátov platené a neplatené pracovné skúsenosti** a čo sa radí medzi **top 10 najbláznivejších nápadov v manažmente ľudí** za posledných 20 rokov.

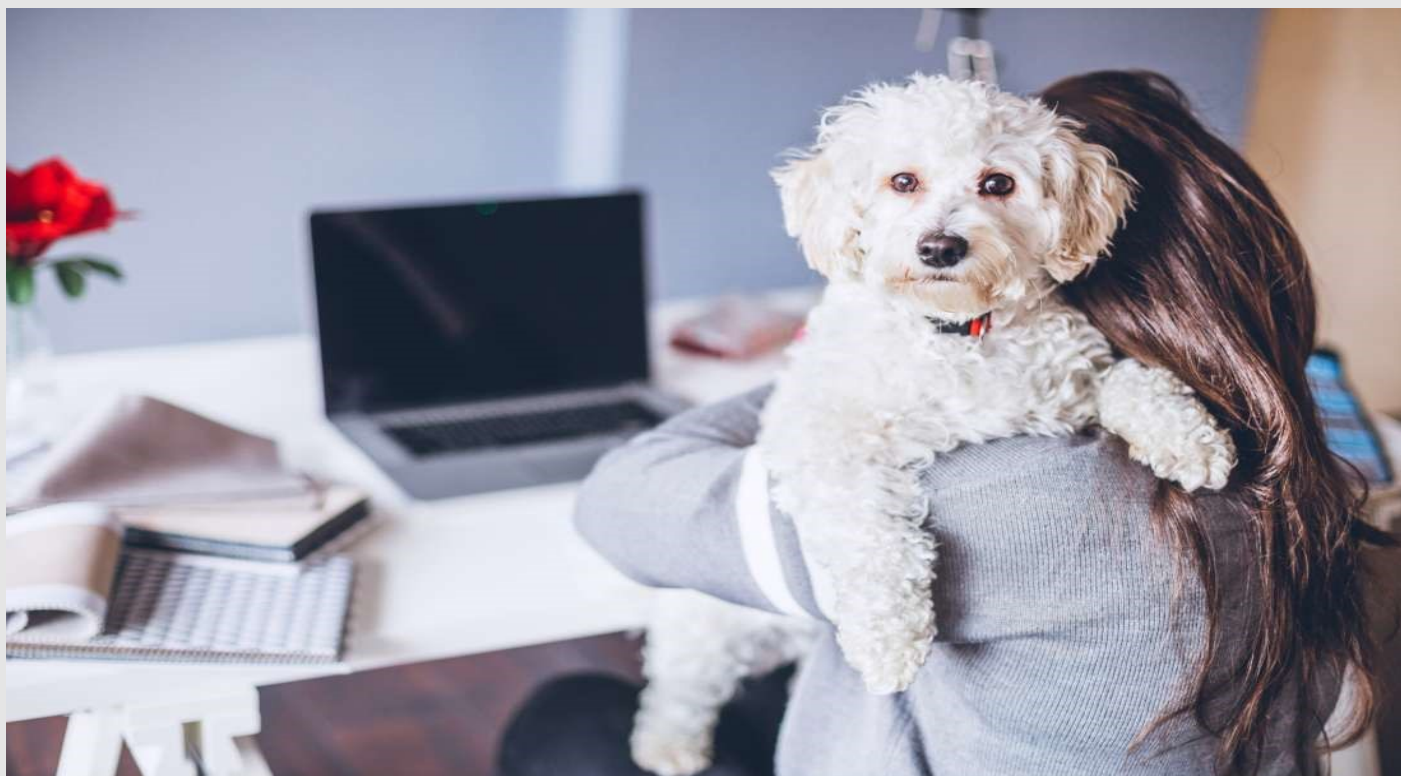
Aby sme však úplne neodignorovali sviatočnú tematiku, rozhodli sme sa predstaviť Vám niektoré zo **zaujímavých povolaní súvisiacich práve s Vianocami**. Na záver prinášame inšpiráciu v podobe **vianočných behaviorálnych otázok**, ktorými môžete spestriť svoj výberový repertoár 😊 .

Prajeme príjemné čítanie, no hlavne, **Šťastné a Veselé!** 😊

Martin Jakubek, Andrea Jakubková a Katarína Šiborová
Mayako s.r.o.

P.S.: ešte stále prebieha prihlasovanie na naše januárové open kurzy, viac informácií [TU](#)





Domáci miláčik na pracovisku - áno alebo nie?

Prilákať a udržať kvalitných ľudí vo firme je v dnešnej dobe čoraz viac a viac náročné. Aj preto sa jednotliví zamestnávateľia doslova predbiehajú v tom, kto vymyslí pre svojich pracovníkov atraktívnejšie benefity. Možno aj vy patríte medzi tých, ktorí v inzerátoch ponúkajú ako benefit športové karty, možnosť home-office, tzv. „sick days“, jazykové kurzy či iné, v dnešnej dobe už štandardné výhody. Niektoré firmy však zašli ešte ďalej a lákajú ľudí do svojej organizácie aj svojou „pet-friendly“ kultúrou.

O čo teda ide? Pokiaľ je firma „priateľská ku zvieratkám“, znamená to, že **podporuje, aby si ich zamestnanci v prípade záujmu mohli priniesť do práce**. Ide o celkom horúci trend, počet firiem dovoľujúcich prísť aspoň niekedy do práce so svojím domácim miláčikom z roka na rok narastá. Medzi najznámejších

zamestnávateľov s pet-friendly kultúrou sa radia napríklad **Google, Amazon, Ben-Jerry's** či **Etsy**.

Akých maznáčikov sa to týka? Vo väčšine firiem sa pod domácim zvieratom myslí **pes**, existujú však aj odvážnejšie organizácie, ktoré umožňujú doniesť si **mačku, bytové prasiatko** či dokonca **vtáčika, korytnačku** alebo **jaštericu** 😊. V Japonsku si do niektorých firiem možno priniesť dokonca aj **kozu** 😊. Forma tohto benefitu je pomerne flexibilná, zvieratká v kanceláriách môžu byť povolené celoročne či vo vyhradených dňoch, v Spojených štátoch existuje aj „**Take Your Dog To Work Day**“ (24. júna, podľa niektorých iných zdrojov piatok nasledujúci po Dni Otcov), z ktorého spontánne vznikol „**Take Your Pet To Work Week**“.

Pravíte si, že to síce znie fajn, no nevidíte žiadny prínos ako pre zamestnancov, tak pre firmu? V tom prípade venujte pozornosť nasledujúcim benefitom. Možno sa na základe nich aj vy rozhodnete vyvinúť iniciatívu k zaradeniu sa medzi stále rastúci počet organizácií, ktoré sú pet-friendly.

1. Prítomnosť domácich miláčikov v práci redukuje stres a napätie zamestnancov

Klamali by sme si, keby sme tvrdili, že pracovné prostredie nie je zdrojom veľkého množstva podnetov pôsiacich negatívne na prežívanie a psychické rozpoloženie zamestnancov. Že by práve domáce zvieratko malo mať moc tento neuh redukovať? Áno, je to skutočne tak! Výskumy ukazujú, že **prítomnosť zvieratka** (v tomto konkrétnom prípade psa) na pracovisku dokáže **znižovať bežnú hladinu stresu až o 11%**. V porovnaní s tým pracovníci, ktorí tento benefit nedostali, zažívali v práci zvýšenie bežnej hladiny stresu v priemere až o 70%. Ako je to možné? Vysvetlenie je pomerne jednoduché- maznanie sa so štvornohým miláčikom **znižuje hladinu stresového hormónu kortizolu** a tým nám výrazne napomáha stresu sa nie len zbaviť, ale aj zvládť podnety ktoré ho vyvolávajú oveľa lepšie.

A čo redukcia napätia? Tu si dovoľme spomenúť ďalší výskum, podľa výsledkov ktorého maznanie sa so psíkom **zoslabuje tzv. kožno-galvanický reflex** (na potivosti založená elektrická vodivosť kože) spojený s prežívaním emócií. V tomto kontexte ho možno interpretovať v zmysle **zoslabenia prežívania strachu, napätia či úzkosti**.

Daný benefit možno pokladať za azda najpodstatnejší. Zamestnanci, ktorí majú menej stresu majú aj lepšie psychické rozpoloženie a tým pádom sú pri výkone práce nie len v lepšej nálade, ale aj produktívnejší. Navyše, **zniženie stresu z dlhodobého hľadiska znamená zníženie počtu ochorení súvisiacich so stresom a tým pádom aj okrasenie nákladov na zdravotnú starostlivosť**, ktoré ich sprevádzajú.

2. Vaši zamestnanci budú zdravší a produktívnejší

Tento benefit do istej miery súvisí s tým predchádzajúcim. Zvieratá sú čarovné tvory. Podľa mnohonásobných výskumných zistení dokáže interakcia s nimi prispieť nie len k už spomínanému zníženiu stresového hormónu či prežívanej úzkosti, no taktiež **pozitívne ovplyvní zníženie krvného tlaku** (a to obojstranne, teda aj u zvierat), **podporiť imunitu** a zároveň pôsobiť ako **prevencia voči astme či alergiám**, ktoré by sa mohli vyvinúť v ďalšom priebehu života.

Hlavným rozmerom tohto benefitu je však podnecovanie väčšej fyzickej aktivity zamestnancov. Pokiaľ sa totiž v kontexte domácich zvierat bavíme primárne o psoch, je logické, že ich nemožno celý deň držať v kancelárii, no treba ich ísť aj vyvenčiť. A komu kedy uškodila jedna či dve prechádzky na čerstvom vzduchu? 😊 Navyše, ak sa napríklad v rámci obednej prestávky rozhodnete vybehnúť so zvieratkami trochu vyblázniť von, je to pre všetkých zapojených zamestnancov (špeciálne pri celodenných sedavých kancelárskych zamestnaniach) viac ako vhodné..

Namietate že to môže spôsobiť pokles pracovnej morálky a prešpekulovaní zamestnanci budú chodiť svojho psa venčiť každé dve hodiny na 30 minút? Ste, toto riziko tu je, avšak treba si uvedomiť jedno: takéto vytrhnutie z pracovného stereotypu pomôže zamestnancovi mentálne si od práce oddýchnuť a pozitívne sa naladiť. No a nepracuje sa lepšie vtedy, keď sa na veci dokážete pozrieť s čerstvou myslou? 😊

A prečo hovoríme o zlepšenej produktivite? Jedným z dôvodov je práve spomínané **chvílkové mentálne vypnutie** od práce. Človek je tvor nedokonalý, ktorý dokáže držať 100% pozornosť maximálne 90 minút v kuse, a aj to nie po celý deň. A keď si oddýchne tak, že svojho miláčika vyvenčí alebo sa s ním chvíľku zahrá, nielenže si osvieži myseľ a vyhne sa prepracovaniu, no taktiež sa naladí pozitívnejšie. A s dobrou náladou je produktívnejší každý z nás. Dokazujú to aj výsledky výskumu z Virginia Commonwealth University, ktoré preukázali, že **čím sme šťastnejší, tým sa nám lepšie pracuje a dosahujeme lepšie výsledky.** Produktivite rovnako prispieva aj to, že sa zamestnanec nemusí za svojím štvornohým miláčikom až tak ponáhľať domov. Preto je uňho pravdepodobný **nárast ochoty dlhšie zostať v práci.**

3. Zlepšia sa vzťahy a komunikácia na pracovisku

Domáce zvieratá sú jedným z najprirodzenejších „štartérov“ komunikácie vôbec. Inak tomu nie je ani v prostredí kancelárie. Ich prítomnosť sa tým pádom stáva skvelým nástrojom **zblíženia sa jednotlivých zamestnancov, ako emocionálne, tak komunikačne.** Lepšia komunikácia následne vedie k väčšej miere dôvery medzi zamestnancami, ktorá je jedným z kľúčových predpokladov úspešného pracovného prostredia a efektívnej spolupráce. Niektoré firmy vedomé si tohto benefitu využívajú zvieratká aj na **teambuildingové aktivity:** zavádzajú tzv. „**dog playtime conversation**“, ktoré výrazne podporujú komunikáciu a budovanie dobrých vzťahov v kancelárii či celej firme.



4. Vylepší sa imidž zamestnávateľa a poklesne fluktuácia

Keď zamestnancom umožníte priniesť si do práce svojho maznáčika (samozrejme ak o to stoja 😊), vieme vám takmer na 100% zaručiť, že v ich očiach stúpnete. Výrazne totiž dopomôžete vytvoreniu dojmu **humánneho, sviežeho a moderného zamestnávateľa**, ktorému **na svojich ľuďoch záleží** a chce, aby sa cítili v práci komfortne a takmer ako doma, čoho dôsledkom im vytvára **otvorené, inovátične, prívetivé a pohodové pracovné prostredie.** Tým podporíte aj **organizačný záväzok zamestnancov voči firme** a v neposlednom rade aj **pracovnú spokojnosť** pracovníkov, ktorá **pozitívne znižuje riziko odchodu zamestnancov.**

5. Prilákate generáciu Y a Z

Ako už bolo naznačené na začiatku, benefit povoľovania zvieracej spoločnosti na pracovisku môže byť kľúčovým jazýčkom na miske váh pri rozhodovaní sa kandidáta, či si vyberie vašu spoločnosť. **Tento fakt naberá dvojnásobnú pravdivosť a platnosť u kandidátov, ktorí sú zástupcami najmladších pracovných generácií- Y a Z.** S trendom neskoršieho vstupovania do manželstiev a plánovania detí narastá počet mladých ľudí, ktorí si zadovážia zvieru (najčastejšie psa) a vo svojom živote mu dajú veľmi dôležitú úlohu. Tým pádom sa zvierka stáva čoraz významnejším „parfákom“ mladého človeka v dnešnej dobe. No a čo môže zástupcu generácie Y či Z potešiť viac ako to, že si môže svojho kamaráta zobrať so sebou do práce? 😊

Okrem týchto benefitov dochádza u zamestnancov ktorí si môžu priniesť domáceho miláčika do práce k lepšej **work-life balance** (rovnováhe medzi pracovným a súkromným životom) či **zvýšeniu pracovnej morálky.**

Súhrnne možno poznamenať, že vytvorenie pet-friendly kultúry v organizácii je veľmi pozitívne vnímaný pracovný benefit so značnými kladnými dopadmi, ktorý organizáciu nestojí až tak veľa peňazí (teda pokiaľ k tomu nepristúpíte ako centrála Amazonu v Seattle, ktorá sa rozhodla pre psíkov vybudovať špeciálny výbeh, fontánky na pitie či dávkovače vreciek na exkrementy 😊). **Hoci je tento nápad určite skvelý, nebudeme sa sniečkarsky tváriť, že nemá určité úskalía či možné riziká.** Tými môžu byť:

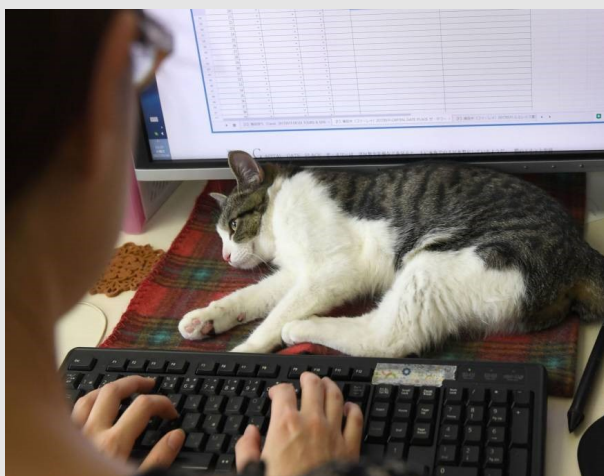
- prítomnosť zvieratá, ktoré sa správa nadmieru rušivo alebo je agresívne
- „konflikt“ medzi jednotlivými domácimi miláčikmi
- prítomnosť staršieho zvieratá alebo zvieratá bez návykov, ktoré má problém napríklad s močením v interiéri
- alergia, strach či negatívny postoj jedného alebo viacerých zamestnancov
- podmienky prenájmu priestorov – prítomnosť akéhokoľvek typu zvierat môže byť úplne zakázaná
- nevhodnosť pracovného prostredia- miesto môže byť pre zvieratá príliš hlučné, nebezpečné, alebo nie vhodné z dôvodu nutnosti maximálnej čistoty a sterility pracoviska (napríklad za účelom prípravy a výdaja jedál)
- možné poškodenie firemného majetku jeho obhrýzaním, roztrhaním či napríklad pomočením (takéto nehody sa môžu stať aj vtedy, ak sa zvieratá inak správajú slušne)
- **najzávažnejšie:** právna zodpovednosť firmy za ublíženie zvieratá (najpravdepodobnejšie vo forme uhryznutia) človeku v priestoroch firmy (spolupracovníkovi, zákazníkovi, dodávateľovi či inému neznámemu človeku)

Na spomenuté úskalía neexistujú univerzálne riešenia, väčšinu z nich je však možné rozumným a inteligentným spôsobom zvládnuť. Ak by sme sa napríklad bližšie pozreli na situáciu, kedy niektorí zamestnanci majú z rôznych príčin negatívny postoj ku zvieratám, vhodným riešením by mohlo byť trebárs vytvorenie tzv. pet-free zón, do ktorých by domáci miláčikovia nemali prístup a kde by sa títo ľudia mohli bez obáv pohybovať. V prípade zvierat, ktoré sa správajú nevhodne, by zasa situáciu mohol skorigovať úprimný a konštruktívny rozhovor s majiteľom zvieratá.

Napriek všetkým spomenutým možným problémom pet-friendly zamestnávateľa súhrnne potvrdzujú, že benefity jasne prevažujú nad existujúcimi negatívami.

Ak sme Vás týmto článkom inšpirovali a namotivovali k zavedeniu pet-friendly politiky aj u vás (prípadne aspoň k jej navrhnutiu vedeniu), ponúkame pár tipov:

- Pred tým ako samotný nápad začnete realizovať, **zistite prostredníctvom prieskumu reálny záujem Vašich zamestnancov.** Ako sme už spomínali vyššie, pet-friendly kultúra môže byť problematická pre jedincov, ktorí sú na zvieratkách alergickí, prípadne ich jednoducho nemajú radi. Ich zamietavé stanovisko však nemusí hneď znamenať neprekonateľnú prekážku pre zrealizovanie tejto idey, prieskum môže byť začiatkom diskusie o tom, aké podmienky, pravidlá a obmedzenia (napríklad priestorové) budú pre pet-friendly nastavenie platíť.
- **Poradte sa s právnikom o prípadných nehodách** v súvislosti so zvieratami, za ktoré by mohla byť firma zodpovedná a žalovateľná.
- **Dbajte na vytvorenie pravidiel pre prinášané zvieratá.** Mali by byť vycvičené, čistotné (a rovnako aj čisté), riadne zaočkované, odblíšené a bez kliešťov, no a v neposlednom rade zdravé. Pravidlá by sa mali týkať aj charakteru zvieratiek. Tým sa myslí **maximálna veľkosť, váha, či typ povolených a zakázaných domácich miláčikov** (málokto z nás by asi ocenil prítomnosť tarantuly). Rovnako by bolo vhodné požadovať, aby bolo zvieratá určitým spôsobom **zaistené** (či už v prenoske, alebo na vodítku), aby neutekli alebo aby niekoho nenapadli.
- **Dávajte pozor na to, aby sa zvieratá neuškodilo.** Jednotliví domáci miláčikovia môžu mať rôzne obmedzenia (ako napríklad citlivejší žalúdok), na základe čoho napríklad nemôžu jesť všetko, čo by hypoteticky kolegovia majiteľa považovali za pre zvieratá neškodné. Preto je dôležité dbať na to, aby sa ostatní zamestnanci takéto prípadné obmedzenia dozvedeli. Ak by totiž niekto zvieratá vedome či nevedome ublížil, mohlo by to mať negatívny dopad na medzilidské pracovné vzťahy.
- **Zabezpečte, aby bolo pre zvieratko k dispozícii nejaké pitie a jedlo.** Môžete tak urobiť či už z vlastných zdrojov, alebo jednoducho požiadať zamestnancov, aby si v prípade donesenia zvieratka nezabudli vziať aj krmivo.



- **Nutnosť systému.** Budme úprimní, ak by sme 500 zamestnancov dovolili naraz si doniesť svojich miláčikov, zrejme by vznikol značný bláznivec a chaos. A ako prevencia chaosu slúži systém. Ten by sa mohol týkať napríklad **počtu povolených zvierat za určitý časový úsek** (napríklad maximálne traja psi na poschodie na deň) či **spôsobu evidovania prinesených miláčikov** (napríklad vytvorenie intranetového súboru, do ktorého by majiteľa museli zhlásiť plánovanú zvieraciu návštevu aspoň 2 dni dopredu).
- **Na zvieratká treba ísť pomaly.** Nesmieme zabúdať na to, že aj keď môže byť nami pes či mačka považovaná za člena rodiny, je to stále zvieratá, ktoré na nové prostredie plné neznámych podnetov, ľudí a hypoteticky aj iných zvierat reaguje špecificky a potrebuje sa aklimatizovať, v opačnom prípade môže byť vystresovaná a správať sa nevhodne. Preto odporúčame pred tým, ako vezmete psa na celý deň do práce, prinesť ho tam pár krát na kratší čas.

ZN.: dobrovoľník - pomôže Vám k vysnenému miestu?

Cieľom Dobrého výberu je prinášať najnovšie poznatky v oblasti výberu zamestnancov. Predstavili sme Vám už mnoho metód, ktoré Vám môžu výberový proces uľahčiť a zvýšiť jeho validitu, viaceré z nich sa týkali práce s informáciami uvádzanými v životopisoch. Faktom však stále ostáva, že aj napriek tomu, že výber založený čisto na informáciách uvedených v životopisoch kandidátov nie je práve najúčinnnejšou a najvalidnejšou metódou, je rozhodne jednou z najrozšírenejších metód, kde pochybnosti o validite zatiaľ jej popularitu vôbec neohrozili.. Predsa len, je pomerne rýchla a lacná, čo sa v dnešnej dobe cení. Nie je preto prekvapením, že výskumníkov čoraz viac zaujímal, aké informácie v životopisoch považujú recruiteri za podstatné a ktoré z nich sa podieľajú na ich konečnom rozhodnutí : prijať alebo neprijať či posunúť do ďalších kôl výberového procesu.



Predpokladáme, že mnohí z Vás si teraz v mysli povedia: "Ale veď to je predsa úplne jasné, najdôležitejšie sú pracovné skúsenosti." A máte pravdu, to, čo nás v rámci výberu najviac zaujíma sú práve predchádzajúce pracovné skúsenosti uchádzača. Zaujíma nás, čo presne vo svojej práci robil, ako dlho to robil a či to hovorí niečo o jeho schopnosti vykonávať budúcu prácu. **No, zaujíma nás aj to, či za to dostal zaplatené alebo nie?**

Práve otázkou toho, nakoľko je pre recruiterov podstatné - a tým pádom ovplyvňujúce ich rozhodovanie, či pracovné skúsenosti mali podobu platného zamestnania alebo dobrovoľnej činnosti sa spýtali vo svojej výskumnej štúdií **Do I Look Like Someone Who Cares? Recruiters' Ratings of Applicants' Paid and Volunteer Experience** dve bádatelky Christa L. Wilkinová a Catherine E. Connellyová (2012).

Teória signalizácie

Za zakladateľa teórie signalizácie považujeme Michaela Spenceho. Svoje hlavné myšlienky formuloval v diele *Market Signaling: Informational Transfer In Hiring and Related Screening Processes (1974)*. Teória sa tiež niekedy označuje ako teória screeningu.

Signál je pozorovateľná charakteristika, ktorá vysiela informácie o schopnostiach a skúsenostiach jedinca ostatným subjektom na trhu. Dôležitým predpokladom tejto teórie je nedokonalá informovanosť. Zamestnávateľ si nikdy nemôže byť úplne istý o schopnostiach a skúsenostiach nádejného zamestnanca a rozhoduje sa o jeho prijatí alebo neprijatí vždy v podmienkach neistoty a rizika. Vychádza teda z predpokladu, že existuje pozitívny vzťah medzi budúcim výkonom a pozorovateľnými signálmi, ako napríklad úrovňou dosiahnutého vzdelania alebo počtom odpracovaných rokov.

Dobrovoľná práca

V kontexte štúdie sa za dobrovoľnú prácu považuje akákoľvek nadobudnutá pracovná skúsenosť, za ktorú nie je ponúknuté finančné ohodnotenie. Môžu to byť ako práce so sociálnym rozmerom (napríklad dobrovoľníctvo v psov útulku) tak aj práca napríklad v oblasti marketingu, ktorá nie je platená.

Biografický prístup alebo štúdium životopisov

Keďže je veľmi náročné získať validne informácie o tom, aký výkon bude uchádzač skutočne podávať na inzerovanej pozícii, recruiteri usudzujú o kompetenciách a schopnostiach uchádzača na základe pozorovateľných znakov - v tomto prípade prostredníctvom biografických údajov súvisiacich s pracovným životom uchádzača. Tie získavajú najčastejšie krátkym rozhovorom s uchádzačmi a pohľadom do ich životopisov. Na základe toho, kde a ako dlho uchádzač pracoval, sa zvykne usudzovať o tom, či má dostatočné kompetencie pre zvládnutie pracovnej náplne ponúkanej pozície.

Mnoho uchádzačov verí, že dobrovoľná práca zvyšuje ich šance na získanie pracovného miesta. Pracovne starší a skúsenejší uchádzači vnímajú dobrovoľníctvo ako znak svojho statusu, predpokladajú, že dobrovoľníctvo je vnímané ako prínos ku kultúrnemu kapitálu spoločnosti, rovnako ho vnímajú ako prostriedok, akým možno demonštrovať niektoré zručnosti, najmä v oblasti interpersonálneho správania sa. Pre absolventov je dobrovoľníctvo niekedy (najčastejšie v podmienkach nedostatku pracovných miest) jedinou šancou ako preukázať, že majú isté schopnosti a zručnosti, ako aj svoju motiváciu pracovať.

Cieľom štúdie bolo zistiť, **nakolko recruiteri rozlišujú** medzi tým, či **pracovná skúsenosť**, ktorú uchádzač uvádza mala formu **platenj alebo neplatenj/dobrovoľnej práce** a ak áno, akým spôsobom sú tieto informácie **spracovávané** a **ako sa podieľajú na výslednom rozhodnutí** o prijatí alebo neprijatí uchádzača.

Niektorí autori venujúci sa výberu zamestnancov predpokladajú, že všeobecne pretrváva v spoločnosti presvedčenie, že platená práca je "hodnotnejšia", než práca, ktorú niekto vykonáva zadarmo. Uchádzači, ktorí v minulosti pracovali v platenej práci sú tak podľa neho hodnotení ako viac kompetentní než tí, ktorí pracovali zadarmo. To by znamenalo, že recruiteri by mohli dávať prednosť uchádzačom s predchádzajúcimi skúsenosťami v platenej práci, pred tými, ktorí vykonávali prácu zadarmo. Z toho vychádzali aj autorky pri formulácii svojich výskumných predpokladov:

Hypotéza 1.: Recruiteri budú hodnotiť uchádzačov s pracovnými skúsenosťami, ktoré boli platené ako atraktívnejších/vhodnejších než uchádzačov, ktorých predchádzajúce skúsenosti boli neplatené (dobrovoľná práca).

Samozrejme, to či išlo o platené alebo neplatené miesto určite nie je jediným kritériom, ktoré by mohli recruiteri zvažovať. Do hry sa dostávajú aj faktory ako pracovné povinnosti vyplývajúce z pozície, či pracovná náplň na danej pozícii. Z tohto hľadiska je podstatnejšie, či predchádzajúca pracovná skúsenosť je relevantná vo vzťahu ku obsadzovanému miestu.

Hypotéza 2.: Recruiteri budú hodnotiť uchádzačov s relevantnými pracovnými skúsenosťami (bez ohľadu na to, či boli získané v rámci platenej práce alebo neplatenj/dobrovoľnej) ako atraktívnejších/vhodnejších než uchádzačov s nerelevantnými pracovnými skúsenosťami.

Ako sme už spomínali vyššie, výskumy naznačujú, že dobrovoľníctvo je akýmsi prejavom statusu. Ide o spôsob vyjadrenia altruistických hodnôt a presvedčení. Dobrovoľníctvo je svojím spôsobom považované za úctyhodnú činnosť, schopnú ešte vylepšiť hodnotenie uchádzača, ktorý má platené pracovné skúsenosti.

Hypotéza 3.: Recruiteri budú považovať uchádzačov s kombináciou platených a neplatených/dobrovoľných pracovných skúseností za atraktívnejších/vhodnejších než uchádzačov len s platenými pracovnými skúsenosťami.

A nakoniec, keďže hodnotenie každého uchádzača je ovplyvnené subjektivitou hodnotiteľa, tak v súlade s teóriou sociálnej identity autorky predpokladali, že:

Hypotéza 4.: Recruiteri s vlastnou skúsenosťou s neplatenou/dobrovoľnou prácou budú hodnotiť uchádzačov s neplatenou/dobrovoľnou pracovnou skúsenosťou ako viac atraktívnych/vhodných v porovnaní s recruitermi, ktorí nemajú žiadnu alebo veľmi malú skúsenosť s neplatenou/dobrovoľnou prácou.

Výskumná vzorka

Experimentu sa zúčastnilo 135 HR profesionálov vo veku 25 -44 rokov. 83% respondentov malo predchádzajúce skúsenosti s recruitmentom. Väčšinou išlo o ženy (79%) s vysokoškolským titulom (72% všetkých respondentov).

Teória sociálnej identity hovorí, že ľudia svoju identitu odvodzujú od príslušnosti k istej skupine a zároveň nepríslušnosti k ostatným skupinám, pričom účelovo maximalizujú vnímanie pozitívnych črt vlastnej skupiny a negatívnych črt cudzích skupín.

Ešte pred začatím samotného experimentu bolo 16 dobrovoľníkov požiadanych, aby ohodnotili vzorku fiktívnych životopisov zadelením do jednej z kategórií: dobrovoľná práca, platená práca, relevantná práca a nerelevantná práca. Respondentom bol predložený job description pozície, na ktorú sa uchádzači mali hlásiť - junior trainee v oblasti marketingu. Reliabilita hodnotení medzi participantmi dosiahla hladiny $\kappa=97$ ($p < 0.001$), čo indikuje takmer perfektnú zhodu medzi 16-timi hodnotiteľmi. Ukázalo sa, že respondenti dokázali efektívne rozlišovať medzi typom a relevantnosťou pracovnej skúsenosti. Na základe ich spätnej väzby boli prezentované životopisy ešte mierne upravené a následne tak vznikol podnetový materiál pre hlavnú časť experimentu. Každý jeden životopis bol "bezpohlavný" - označný len kódom. Fiktívni uchádzači sa vo svojich CV taktiež nelíšili dosiahnutým vzdelaním.



Úlohou respondentov bolo ohodnotiť každý z prezentovaných fiktívnych životopisov na stupnici od 1 - nie je kvalifikovaný po 7 - je plne kvalifikovaný, čím sa merala recruitermi vnímaná atraktivita/vhodnosť uchádzačov pre danú pracovnú pozíciu. Každý z respondentov mal za úlohu ohodnotiť 8 životopisov zadelených do nasledujúcich kategórií:

- životopis 1 - relevantná platená skúsenosť
- životopis 2 - relevantná neplatená skúsenosť
- životopis 3 - nerelevantná platená skúsenosť
- životopis 4 - nerelevantná neplatená skúsenosť
- životopis 5 - relevantná platená skúsenosť a nerelevantná neplatená skúsenosť
- životopis 6 - relevantná platená skúsenosť a relevantná neplatená skúsenosť
- životopis 7 - nerelevantná platená skúsenosť a nerelevantná neplatená skúsenosť
- životopis 8 - nerelevantná platená skúsenosť a relevantná neplatená skúsenosť.

Výsledky

Napriek očakávaniam (viď hypotéza 1) výsledky nepreukázali žiadny signifikantný rozdiel medzi hodnotením atraktivity/vhodnosti uchádzača podľa toho, či svoje pracovné skúsenosti získal v rámci platenej ($M=3.67$, $SD=1.90$) alebo neplatenej/dobrovoľnej práce ($M=3.58$, $SD=1.76$). Zdá sa, že pri hodnotení životopis je fakt, či bola práca platená alebo nie považovaný recruitermi za nepodstatný.

Naopak, v súlade s hypotézou 2 štúdia preukázala, že uchádzači s relevantnými pracovnými skúsenosťami ($M=5.30$, $SD=1.57$) sú štatisticky významne viac hodnotení ako atraktívni/vhodní uchádzači v porovnaní s uchádzačmi s nerelevantnými pracovnými skúsenosťami ($M=2.67$, $SD=1.35$).

Taktiež sa ukázalo, že uchádzači, ktorí majú skúsenosti z platenej relevantnej práce a zároveň aj neplatenej/dobrovoľnej práce (bez ohľadu na to, či išlo o prácu relevantnú alebo nerelevantnú) sú hodnotení ako vhodnejší než uchádzači, ktorí majú skúsenosti len z platenej alebo len neplatenej/dobrovoľnej práce (znova v oboch prípadoch bez ohľadu na relevantnosť).

Vo všeobecnosti tak môžeme povedať, že za najideálnejšiu považujú recruiteri práve kombináciu oboch pracovných skúseností platenej aj neplatenej/dobrovoľnej práce. Zdá sa, že dobrovoľníctvo má v očiach HR profesionálov svoju hodnotu a fakt, že ide o neplatenú prácu nijako neznevýhodňuje uchádzačov s relevantnými dobrovoľníckymi skúsenosťami v porovnaní s platenými zamestnancami. Za užitočnú informáciu tiež považujeme zistenie, že napriek rozšírenému spôsobu vytvárania životopis typu "dám tam proste všetko", v prípade, že môžete ponúknuť akúkoľvek **relevantnú** pracovnú skúsenosť, bez ohľadu na to, či Vám niekto za vašu prácu zaplatil alebo nie - urobte tak!, Pridávať do CV informácie o ďalších nerelevantných platených pracovných skúsenostiach nie je potrebné.

Tieto výsledky majú svoje využitie najmä pre samotných uchádzačov sa o prácu. Môžu im byť nápomocné pri tvorbe vlastného CV a možno ponúknu aj mierne upokojenie pre absolventov, pre ktorých je dobrovoľná práca na začiatku ich kariéry (prípadne počas školy) často jedinou z možností. Pre všetkých HR profesionálov zasa môže byť útechou, že analýza výsledkov vo vzťahu k hypotéze 4 ukázala, že vlastná skúsenosť s dobrovoľnou prácou nijako neovplyvnila úsudok recruiterov a dokázali si zachovať aj v takejto situácii profesionálnu objektivitu 😊.

Tam, kde ostatní zlyhali: Bláznivé nápady v manažmente ľudí

Novinárka Lucy Kellaway vo svojom článku pre magazín Financial Times zhrnula **najhoršie a najbláznivejšie** z nápadov súvisiacich s manažmentom ako vedou o vedení ľudí, ktoré sa v uplynulých 20 rokoch objavili na pracoviskách po celom svete. Keďže nás jej článok veľmi pobavil a s viacerými jej tipmi sa zhodujeme, rozhodli sme sa Vám priniesť zhrnutie jej pôvodného článku v aktuálnom vianočnom a mierne odľahčenom vydaní Dobrého výberu. Prajeme príjemnú zábavu!

1. Emocionálna inteligencia

Myšlienka populárna už od roku 1995, za ktorej zrodom stojí novinár Daniel Goleman, vo svojej podstate hovorí o tom, že ľudia, ktorí dokážu byť empatickí k druhým sú úspešnejší aj v ostatných oblastiach života, vrátane oblasti pracovného výkonu. Táto teória rozhodne zahreje pri srdci a bolo by krásne, ak by sa svet ozaj riadil týmito jednoduchým pravidlom. Avšak, už len jeden pohľad na akýkoľvek prototyp normálneho pracoviska nás presvedča, že tomu tak, žiaľ, nie je. To, že emocionálna inteligencia je stále v hre (a to po už rekordných 22 rokoch) svedčí o nesmiernej sile ľudského želaní 😊. A taktiež o premyslenom marketingu, vífaziacom nad vedecky triezvym pohľadom.

Čo si o tom myslíme:

Podľa jedného z hlavných propagátorov tejto teórie Daniela Golemana dokáže emocionálna inteligencia vysvetliť vyše 80% úspešnosti pri vedení ľudí. Ak by tomu tak bolo (čo ale nie je), jednalo by sa o svätý grál psychológie, ktorý by sme mali všetci držať vo vysokej vážnosti a využívať vo svoj prospech a bez zohľadnenia emocionálnej inteligencie si vôbec nedovoliť niekoho na nejaké pracovné miesto prijať. Lenže, táto silácka veta bola vyslovená bez toho, aby existovali akékoľvek vedecky hodnoverné podklady, či údaje, ktoré by ju podporovali - áno, naozaj akékoľvek vedecké podklady, ktoré by naznačovali kauzálny vzťah emocionálnej inteligencie (alebo toho, čo si výskumníci myslia, že merajú svojimi dotazníkmi) s v podstate čímkoľvek. Odvtedy sa nejaké zistenia síce objavili, k vysvetleniu 80% úspešnosti pri vedení však majú približne tak ďaleko, ako Čečejojce k tomu, aby sa stali hlavným sídlom OSN. Viac o emocionálnej inteligencii sa môžete dočítať DV č.5 v našej obľúbenej rubrike Obludárium.



2. Management by walking around

Prístup, ktorý oficiálne vznikol v 70.-tych rokoch v spoločnosti Hewlett-Packard, no historik Stephan B. Oates tvrdí, že ho používal už Abraham Lincoln v počiatočnej americkej občianskej vojne, keď ako prezident navštevoval vojakov armády Únie za účelom neformálnych a neočakávaných inšpekcií. Tento prístup je možno vhodným odporúčaním pre všetkých manažérov, ktorí nikdy nevystřčili nos zo svojich kancelárií. Očakávať, že "poflakovanie" sa po pracovisku, kde ostatní makajú a manažér ich sleduje a vyrušuje "small talk-ami" od práce, bude mať akýkoľvek efekt (možno okrem zvýšenia úrovne paranoje zamestnancov a ošúchanej podrážky topánok manažéra), považuje Lucy Kellaway za trochu scestné.

Čo si o tom myslíme:

Metóda môže byť pravdepodobne funkčná v riešení problémov v existujúcich procesoch, no nijako neprispieva k tvorbe nových a lepších procesov a tak ku rastu firmy. Takisto kritické hlasy sa ozývajú z pola akademického - metóda, ktorá o sebe tvrdí, že je vedecká, je totiž založená výhradne na kazuistikách, teda prípadových štúdiách, ktoré popisujú úspech vnímaný manažérmi, ktorí metódu praktikovali - vo väčšine prípadov ide o kazuistiky spoločnosti Motorola, ktorá celú metódu vymyslela. Neexistuje však žiadny experimentálny dôkaz o tom, že by metóda bola pre firmy naozaj prínosná. Ba naopak, ak sa odrazíme od vývoja indexu Standard and Poor's 500 - ktorý meria vývoj vybraných 500 akcií amerických firiem, firmy, ktoré dôsledne dodržiavajú pravidlá metodiky Six sigma rastú najpomalšie.

Čo si o tom myslíme:

Štýl manažmentu, ktorý zahŕňa neplánované a nepravidelné prechádzky manažmentu po pracovisku a náhodne zastávky na rozhovor s náhodnými zamestnancami by mal byť prínosom pre identifikáciu a následne riešenie problémov na pracovisku. No, my nevieme. A zdá sa, že napriek veľkej popularite tohto prístupu najmä v amerických spoločnostiach nevedia ani vedci. Len pár štúdií sa pokúsilo o preskúmanie jeho vplyvu na pracovný výkon a z toho ani jedna nebola uverejnená v solídnom (tzv. karentovanom) vedeckom periodiku. V pracovnej verzii štúdie realizovanej Harvard Business School sa nielenže neukázal žiadny pozitívny dopad tohto prístupu na pracovný výkon, ale naopak výsledky ukázali, že pracovný výkon zamestnancov sa zhoršil. Možným vysvetlením by mohlo byť to, že správanie manažéra zamestnanci považovali za dotieravé a vyrušujúce.

3. Six Sigma

Six Sigma je natoľko komplikovanou metódou obsahujúcou nesmierne množstvo náročných výpočtov, že nie je možné jej porozumieť bez toho, aby ste boli najdrahším a najlepším konzultantom v oblasti manažmentu - a ideálne ešte s mnohými špecializovanými školeniami. Tak, ako to túto metódu zjednodušuje Lucy, ide v podstate o izoláciu a elimináciu príčin chýb (teda opravu nefungujúcich, ale už existujúcich procesov). Na tom nie je nič zlé, dáva to perfektný zmysel. Pravdou ale je, že metód s podobným cieľom je mnoho a žiadna z nich nie je tak zbytočne zložitá. To, čo sa Lucy nepáči, nie je len nadmieru nezmyselných výpočtov a postupov, ktorým nie je možné rozumieť, ale aj systém "šľachtenia" si zamestnancov, ktorým sú podľa ich právomocí rozdávané pásy (hierarchicky najvyššie sú tzv. čierne pásy a pod nimi si zelené pásy a firmy, ktorým to nie je dosť si niekedy pridávajú aj žlté pásy. Mnohí tento systém kritizujú, pretože pôsobí trochu elitársky, keďže sa zdá, že čierne pásy majú tej práce neočakávané najmenej.

4. There is no "I" in Team

Obsesia ohľadne tímovej spolupráce sa zrodila približne 20 rokov dozadu, a žije až dodnes. V reálnom svete však práca nie je vykonávaná tímom, ale jednotlivcami a to bez ohľadu na to, či pracujú individuálne, alebo ako súčasť tímu, ktorý by však bez vhodne zvolenej kombinácie niekoľkých jedincov - reprezentujúcich pojem "JA" - nebol ničím.

Čo si o tom myslíme:

Nuž, ak nejaký človek dokáže svoje ego a osobnosť potlačiť natoľko, že nebude ozaj žiadne "JA" v tíme, bude to rozhodne prevratný okamih pre ľudstvo (ťažko povedať či pozitívny alebo negatívny). A rozhodne prevratný okamih pre výberové procesy - bude vôbec potreba vyberať? Veď človek ako človek, či? Nuž, radšej buďte sami sebou a prečítajte si niečo o kompetencii tímovej spolupráce v DV č. 15.

5. Core competency

Škaredý termín označujúci absolútne jasnú a zrozumiteľnú vec. Spoločnosti by sa mali sústrediť na produkciu toho, v čom sú dobré - to dáva zmysel, nie? Koncept core competency v teórii manažmentu zaviedli C. K. Prahalad a Gary Hamel. Definovali ho ako kombináciu zdrojov a zručností, ktoré firmu odlišujú od iných firiem na trhu a tým pádom sú základom schopnosti firmy súťažiť o svoju pozíciu na trhu. Jadrová kompetencia (napríklad vynikajúce zručnosti a technológie v oblasti optiky, mechaniky a mikro-elektroniky) tak vedú k jadrovému produktu spoločnosti (napríklad fotoaparátom). Nič zložitý, ale rozhodne užitočné, sú stým však dva problémy. Prax ukazuje, že spoločnosti často nie sú schopné identifikovať svoje jadrové kompetencie - teda netušia, v čom sú dobré, respektíve lepšie, než ich konkurenti. Druhým problémom je dopyt - vo svojej podstate, úspech na trhu je zaručený len vtedy, ak je spoločnosť dobrá v niečom, o čo má svet záujem.

Čo si o tom myslíme:

Spomeňte si na Kodak. Spoločnosť, ktorá mala meno a bola synonymom pre dobrý fotoaparát - lídrom v tejto oblasti dlhé roky. Dnes ju nahradili iní. Prečo? Pretože Kodak zaspal na vavrínoch a tak silno sa pridrižoval svojej jadrovej kompetencii - expertízy v oblasti výroby tradičných filmových produktov - že si nestihol všimnúť, kedy digitálne fotoaparáty nahradili tie analógové. Iným príkladom by mohla byť spoločnosť Nokia, dlhé roky líder na trhu s mobilnými telefónmi. Situácia sa ale zmenila jednak s príchodom smartfónov a jednak s príchodom novým, najmä ázijských značiek, ktoré si môžu dovoliť ponúkať telefóny za nižšie ceny vďaka tomu,

že si jednotlivé súčiastky nevyrobajú sami, ale ich nakupujú od veľmi lacných dodávateľov. A tak expertíza a schopnosť výroby kvalitných telefónov ako jadrová kompetencia Nokie v rámci stále sa vyvíjajúceho sa trhu prestala byť dostatočnou výhodou. Takže, áno, treba si byť vedomý toho, v čom je naša spoločnosť dobrá, no nedá sa zabúdať na trh, jeho vývoj a dopyt spotrebiteľov.

Čo si o tom myslíme:

Potrebuje to dodatočný komentár?

6. Prijímanie chýb

Ďalší z bláznivých nápadov, ktorý je tu s nami už približne jednu dekádu a stále sa teší veľkej popularite. Za touto ideou leží priam filozofická (a nie nepravdivá) myšlienka, že len chybami sa človek učí. Čo mimochodom viedlo manažérske kruhy k presvedčeniu, že ľudí treba povzbudzovať k robeniu chýb. Historicky, napríklad JZD Slušovice hodnotilo iniciatívu zamestnancov aj podľa toho, či sa dopustili nejakých chýb - tí bezchybní boli považovaní za málo iniciatívnych. Nadmerný stres z toho, že sa dopustíme chyby, je samozrejme nezdravý, no jeho primeraná hladina je zárukou toho, že vo väčšine prípadov, vecí, ktoré robíme, vykonáme správne. A chyby budeme robiť tak či tak, bez ohľadu na to, či sme k nim povzbudzovaní alebo nie.

Čo si o tom myslíme:

Prieskumy poukazujú na to, že až v 84% prípadov je hlavným cieľom zníženie nákladov, čo automaticky vedie vo väčšine prípadov k redukcii pracovných miest. A to často bez následnej redukcie požadovaného množstva vykonanej práce. Vo viac než 50% prípadov tak pokusy o re-engineering končia nezdarom a to najmä z dôvodu straty znalostnej bázy spojenej s redukciou stredného manažmentu.

7. Business Process Re-engineering

Našťastie dnes už takmer vymýtená metóda (v kontexte USA), ktorá dosiahla svoj vrchol v 90.-tých rokoch. Jej najväčším propagovateľom bol Michael Hammer. Ide o metódu, kedy spoločnosť nefungujúca, tak, ako by si vrchnosť priala, prejde zásadnou, radikálnou a dramatickou zmenou. Hlavným cieľom je zväčša zvýšenie výkonu v rámci firmy a zníženie nákladov danej firmy. V skutočnosti je tento pojem značne zdiskreditovaný tým, že sa mnohým ľuďom spája s hromadným prepúšťaním, keď teda radikálnou zmenou mnohokrát bolo práve zbavenie sa "nepotrebných" zamestnancov a reorganizácia firemnej štruktúry, pretože štatistika ukázala, že máme o pol zamestnanca viac, ako by sme potrebovali 😊.

Čo si o tom myslíme:

Čestne prehlasujeme, že nemáme nič proti tomu, ak máte vo svojej firme stolný futbal alebo niečo podobné. Pokojne si ich majte. Nájdu sa zamestnanci, ktorých to iste poteší, ale ak by táto stratégia mala ozaj byť kľúčom, ktorý vyrieši všetky problémy Vašej spoločnosti a zlepši jej výkon, tak potom by výrobcovia podobných "hračiek" boli v balíku 😊.

8. Fun by fiat

Toto nie je skutočný názov "prístupu", ktorý sa Vám teraz snažíme predstaviť, no vystihuje jeho podstatu. V roku 2000 dvaja Švédi, Kjell Nordström a Jonas Ridderstråle, napísali knihu s názvom Funky Business, v ktorej sa snažia presadiť bytie cool ako firemnú výhodu na trhu. Mnoho manažérov po prečítaní tejto publikácie priam trvalo na tom, že aj ich firma na tom bude lepšie, ak budú vyzeráť ako pohodová a cool spoločnosť. No, a nie je nič jednoduchšie, než zriadiť zamestnancom "detské ihrisko", vrátane šmyklavky.

Čo si o tom myslíme:

Výskumy naznačujú, že napriek nespornej výhode flexibility (v zmysle flexibilného využitia dostupnej pracovnej sily) má táto metóda aj mnoho negatív. Ukázalo sa, že oveľa častejšie dochádza ku konfliktom medzi pracovníkmi a nadriadenými, ako aj medzi pracovníkmi navzájom, často si zamestnanci nie sú istí tým, komu sa vlastne zodpovedajú a koho pokyny a nariadenia majú počúvať, rovnako, ako si nie sú istí svojimi vlastnými zodpovednosťami. Toto vedie k problémom v mocenskej štruktúre organizácie, ako aj k tendencii k anarchii v rámci spoločnosti. Taktiež sa zdá, že finančné náklady na hlavu rastú. Viac nevýhod, ako výhod 😊.

10. Autentický lídership

Človek musí byť v prvom rade sám sebou, jedine tak môže byť úspešným manažérom. Vyzerá to pekne, ale platí to o každom? Aj o hlupákoch a psychopatoch? Hlavná myšlienka je možno ušľachtilá, ale inak nadmerne všeobecná, sentimentálna a nerealistická...

9. Matrix manažment

Veľká vec v 80.-tých rokoch a podľa Lucy pravdepodobne najhorší spôsob organizácie pracovnej sily. V skratke tento systém znamená, že ľudia majú v organizácii nejakú špecializáciu a všetci ľudia s touto špecializáciou, ktorí majú svojho hlavného nadriadeného, sú následne ad hoc rozdeľovaní do menších tímov, v ktorých majú spoločne pracovať na rozličných projektoch. Tým získajú ďalšieho, projektového nadriadeného. Pokiaľ súbežne pracujú na viacerých projektoch (čo nie je ojedinelé), môžu takto mať nad sebou až 4-5 ľudí a pracovať s ďalším množstvom kolegov. S niektorými na viacerých projektoch, s niektorými len na jednom. To dáva slušne zabráť akejkoľvek zrozumiteľnej organizácii komunikácie medzi zúčastnenými a výsledkom je veľký chaos.

Čo si o tom myslíme:

Nie je náhodou podstatou vedenia ľudí (okrem iného) aj bytie niekým iným, než kým by sme spontánne najradšej boli? Zástupy vyhorených manažérov prejedenej zapodievaním sa inými ľuďmi nad rámec svojej kapacity by o tom zrejme vedeli niečo porozprávať...



Vianočné povolania



Aj v aktuálnom čísle sme sa rozhodli priniesť rubriku **Netradičné povolania**. Keďže vianočné sviatky doslova klopú na dvere, predstavíme Vám niekoľko zamestnaní, ktoré sú či už u nás, alebo v zahraničí nerozlučne prepojené s týmto najčarovnejším obdobím roka.

Hlavný dizajnér vianočného stromčeka

Kto z nás nerád ozdobuje vianočný stromček? Myslíme, že príliš veľa ľudí sa nenájde 😊. A predstavte si, že by ste za túto príjemnú činnosť dostali ešte zaplatené. Neznáte to ako ďalšie zo série vysnívaných povolaní?

Hlavný dizajnér vianočného stromčeka však nemôže byť iba nejaký obyčajný a klasický „zdobič“, ktorý bezmyšlienkovito veša vianočné ozdoby podľa toho, ako sa mu zachce. Ide o veľmi zodpovednú úlohu vyžadujúcu značnú mieru citu pre vianočnú estetiku. A bodaj by nie, veď na výsledok práce (krásne ozdobený vianočný stromček) sa pozerajú či už na námestiach alebo v obchodných domoch tisíce a tisíce ľudí. Podľa viacerých zdrojov ide o jednu z najpopulárnejších vianočných pracovných ponúk. K finančnému ohodnoteniu tejto pozície sme sa nedostali, nie je v tomto prípade však dôležitejšie poslanie ako platiť? 😊



Vianočný party DJ

Predvianočné obdobie je charakteristické zvýšeným výskytom tematických-vianočných párty, medzi ktoré sa veľkej časti radia aj firemné večierky spojené s týmto sviatočným obdobím. No a čo iné na takýchto akciách hrať ako legendárne a rokmi odskúšané vianočné hity? 😊 Pre tieto účely existuje pozícia tzv. vianočného party DJa, ktorého úloha, povedzme si úprimne, nie je až tak náročná. Playlist je totižto viac ako jasný, úlohou DJa tak ostáva len jednotlivé pesničky vhodne namiešať a zmixovať. V Británii je možné si takto zarobiť aj 15 libier (cca 17 eur) za hodinu. Tak čo, nechopíte sa tejto úlohy budúci rok vy? 😊

Pokladač vianočného osvetlenia na stromy

Hoci v dnešnej dobe už je možné vonku stojace stromy ozdobiť za pomoci technických výtvarníkov, na niektorých miestach sa stále nájdu ľudia, ktorí preferujú tradičné, no nebezpečnejšie spôsoby. Preto si prenajímajú tzv. „lezcov na stromy“, ktorí im ich vianočný stromček aj vo vysokých výškach vlastnoručne ozdobia vianočnými svetielkami. Či je však plat hodný riskovania je už na každého posúdení; napríklad za polozenie osvetlenia na 15 metrový eukalyptus je ponúkaná odmena 34 eur.



Privátny vianočný šéfkuchár

Toto povolanie je v našich zemepisných šírkach zatiaľ len ťažko predstaviteľné, v zahraničí sa však v dnešnej hektickej dobe stáva viac a viac realitou.

Čoraz viac zaneprázdnení členovia rodín niekedy jednoducho nemajú časové a fyzické kapacity na prípravu vianočných pokrmov, a preto si najímajú kuchárov, ktorí celú štedrovečernú hostinu pripravujú za nich. Finančná odmena je celkom slušná, v priemere si za navarenie jednej vianočnej večere možno zarobiť 625 eur. Nevýhodou tejto práce je však to, že sa nestihnete zúčastniť na prípravách svojej vlastnej vianočnej hostiny..

Hlavný pekár pre vianočné pečivo

S vianočným obdobím vystáva väčší dopyt aj pre špeciálne druhy koláčov či sušienok. Niektoré pekárne pre tieto účely zamestnávajú samostatných pekárov, ktorí sú zameraní špecificky na výrobu pečív a koláčov spojených s Vianocami. V Británii si takýto pekári dokážu prísť aj na plat 13 libier (cca 15 eur) za hodinu.



Kuchár špecializovaný na prípravu sobích pochúťok

Nadväzujúc na tému varenia a pečenia prinášame ešte jedno, tentokrát trošku špecifickejšie povolanie: kuchár zameraný výlučne na prípravu pochúťok zo soba. Ak by ste sa ním chceli stať, museli by ste sa zrejme presťahovať do Nórska. To je totiž zatiaľ jedinou krajinou, v ktorej toto netradičné kuchárske zameranie existuje. Konkrétny plat sa nám zistiť nepodarilo, v pracovných ponukách je však uvádzaný ako konkurencieschopný.



Osobný vianočný nakupovač

Toto povolanie možno chápať v dvoch rovinách. Prvou je pozícia **osobného nakupovača priamo v konkrétnej predajni**. Ľudia sú často nerozhodní, v čoho dôsledku sa jednotlivé obchodné reťazce rozhodli do svojich radov povolávať nie len predavačov, ale aj špecialistov, ktorých úlohou je poradiť zákazníkom, čo presne je tou najvhodnejšou voľbou, či už pre nich alebo pre ich blízkych. Aj keď na prvý pohľad táto pracovná pozícia môže pôsobiť ako prekrývajúca sa s predavačom, osobný nakupovač je vo vzťahu k zákazníkovi viac: je oveľa viac zacielený priamo naňho a jeho potreby. Jeho nepriamou úlohou je vytvoriť si so zákazníkom určitý vzťah, ktorého základom bude dôvera, čím možno nepriamo ovplyvniť aj pravdepodobnosť, že sa zákazník vráti. Niektoré firmy majú osobných nakupovačov celoročne, sú však aj také, ktoré sa rozhodnú ich povolať práve v najdôležitejšie obdobie roku, medzi ktoré sa Vianoce nepochybne zaraďujú. Úspešný nakupovač si vo vianočnom období môže zarobiť aj 230 eur denne.

Iným rozmerom tohto povolania je **osobný nakupovač darčekom (najmä) pre bohatých podnikateľov**, ktorí síce majú finančných prostriedkov na darčeky dosť, no nemajú čas ich zháňať a kupovať. Preto si najmú týchto ľudí, ktorým oznámia viac či menej presné predstavy o darčekom pre jednotlivých blízkych a zároveň aj finančný rozsah, v akom by sa jednotlivé darčeky mali pohybovať. Pri osobných nakupovačoch sa kladie dôraz hlavne na zmysel pre detail a schopnosť priniesť nápady a riešenia podľa preferencií klienta v krátkom čase. Finančné ohodnotenie je v tomto prípade závislé na priamej dohode medzi klientom a pracovníkom.

Santa alebo vianočný škriatok

No a aké by to bolo, keby sme zabudli na jedno z najlegendárnejších povolaní súvisiacich s Vianocami- stvárňovanie vianočných škriatkov či Santu? Hoci toto povolanie nie je na Slovensku rozšírené (zrejme preto, že nemáme Santu, ale Ježiška 😊), vo svete sa počas obdobia Vianoc radí medzi jedno z tých najpopulárnejších a najžiadanejších. Požiadavky na Santu či vianočného škriatka sú rôznorodé: niektoré inzeráty hľadajú priamo vyškolených hercov, iné zase milých, komunikatívnych a vytrvalých ľudí, ktorých najdôležitejšou vlastnosťou je schopnosť zabaviť deti. Zodpovednosť týchto vianočných postáv sa taktiež líši od pozície k pozícii: pri niektorých ide čisto len o pózovanie pred fotoaparátom s deťmi na kolene, pri pozvánkach na súkromné oslavy je zase potrebné, aby dokázali deti zabávať či hrať s nimi vianočné hry. Aj preto sú platové podmienky veľmi rôznorodé: pri pózovaní v obchodnom dome môžete zarobiť od 8 eur na hodinu, ak však máte dobré renomé a živíte sa profesionálnym vystupovaním na rôznych eventoch či súkromných oslavách, môžete inkasovať aj 425 eur za pár hodín práce. V druhom prípade sa však na rozdiel od práce v obchodných domoch ráta väčšinou s tým, že kostým a potrebné vybavenie si uhradíte sami.





Vianočne ladené behaviorálne/ situačné otázky

Určite už ste si všimli, že sme veľkými fanúšikmi **behaviorálneho interview**, ktoré nám umožňuje pri využití **otázok smerovaných na minulé správanie odhadovať, ako sa kandidát bude správať v rôznych typoch pracovných situácií**. Behaviorálne otázky sa vždy spájajú s konkrétnymi kompetenciami a ich nosnou ideou je predpovedanie budúceho správania na základe počínov minulých. V dnešnom čísle Dobrého výberu, ktoré vychádza v čase takmer vianočnom, sme sa Vám tematicky rozhodli priniesť niekoľko príkladov behaviorálnych otázok zameraných na postihovanie rôznych kompetencií s **vianočnou tematikou** 😊. V navrhovanej, alebo mierne modifikovanej podobe ich môžete využiť aj pri výberových rozhovoroch 😊.

Šťastné a veselé čítanie!

Naskytna sa niekedy situácia, kedy ste museli kupovať darček niekomu (napríklad kolegovi), koho poriadne nepoznáte? Ako ste túto situáciu riešili? (**inovatívnosť a riešenie problémov**)

Spomeňte si na situáciu, kedy ste mali ťažkosť vymyslieť vhodný vianočný dar pre blízkeho. Povedzte mi o tom viac. Ako ste postupovali a ako to nakoniec dopadlo? (**rozhodovanie sa**)

Nastala niekedy situácia, že ste sa poškriepili so svojimi blízkymi počas vianočných príprav? Kvôli čomu to bolo, čo sa presne stalo a ako ste sa v tejto situácii zachovali? (**riešenie konfliktov a tímová práca**)

Dostali ste sa niekedy do situácie, kedy Váš partner chcel tráviť Štedrý večer s inou časťou rodiny ako vy? Ako ste situáciu riešili? (**komunikatívnosť, asertivita a riešenie konfliktov**)

Stalo sa Vám niekedy, že ste to prehnali s vianočnými sladkosťami? Bolo Vám veľmi zle? Ako ste to riešili? (**riešenie problémových situácií a umiernenosť** 😊)

Stalo sa Vám niekedy, že ste dostali darček, no nemali žiadny na oplátku? Ako ste reagovali? (**riešenie problémových situácií, zvládanie stresu, komunikatívnosť, asertivita**)

Vianoce sú často aj o "vianočných nehodách". Horiace stromčeky, zabehnuté rybie kosti či žlčníkové záchvaty. Aká bola najnepríjemnejšia situácia, ktorú ste kedy museli riešiť na Štedrý večer? Ako ste situáciu riešili? (**riešenie problémových situácií, zvládanie stresu**)

Váš syn/dcéra prišiel zo školy s plačom, pretože spolužiak mu povedal, že Ježiško neexistuje. Ako ste reagovali? **(komunikatívnosť a inovatívnosť)**

Spomeňte si na situáciu, kedy bolo veľmi ťažké dohodnúť sa s Vašimi kolegami, kto bude mať kedy medzi sviatkami dovolenku. Ako ste túto situáciu vyriešili? **(komunikatívnosť a spolupráca)**

Spomeňte si na situáciu, kedy ste po roku vytiahli vianočné svetielka a zistili, že jedno z nich nesvieti. Ako ste túto situáciu riešili? **(riešenie problémových situácií a odolnosť voči záťaži)**

Zažili ste niekedy situáciu, že Vám všetci stále ponúkali vianočné pečivo a vy pri tom nemôže byť lepok/laktózu/čokolovka iné? Ako ste reagovali? **(odolnosť voči záťaži a asertivita)**

Spomeňte si na situáciu, kedy Vám niekto z Vašich blízkych daroval niečo, čo sa Vám nepáčilo. Ako ste reagovali? **(asertivita, komunikatívnosť a zvládanie záťaže)**

Stalo sa Vám niekedy, že ste zistili, že ste niekomu darovali niečo, čo už má? Ako ste reagovali? **(komunikatívnosť a asertivita)**

Skúste mi popísať proces Vášho rozhodovania pri výbere posledného vianočného daru pre Vašu matku. Ako to prebiehalo a ako to celé dopadlo? **(rozhodovanie sa, empatia)**

Stalo sa Vám niekedy, že ste nestihli kúpiť vianočné darčeky včas a kupovali ste ich na poslednú chvíľu? Čo k takejto situácii viedlo a ako ste ju riešili? **(plánovanie/organizácia)**

Spomeňte si na posledný Štedrý deň, ktorý ste slávili a popíšte mi, ako vyzeral od rána do večera. Ako vyzerali prípravy na slávnostnú večeru? Čo konkrétne bolo Vašou úlohou? **(plánovanie/organizácia)**

Spomeňte si na prvú vianočnú večeru, ktorú ste absolvovali s rodinou svojho partnera. Ako to prebiehalo? **(adaptabilita)**

Nie vždy je výkon spájajúci sa s očistou topánok pred Mikulášom 100%. Zažili ste niekedy situáciu, kedy Vám Vaše deti nachystali špinavé topánky? Čo ste robili? **(riešenie konfliktov a motivácia)**

Kúpa vianočných darov vie byť poriadne nákladná. Stalo sa Vám niekedy, že ste prešvihli svoj vyhradený rozpočet? Ako ste situáciu riešili? **(finančná gramotnosť)**

Skúste si spomenúť na situáciu, kedy ste spoločne s inou osobou niekomu kupovali vianočný dar. Ako sa táto situácia vyvíjala? **(spolupráca, plánovanie/organizácia)**

Zažili ste niekedy situáciu, že ste si vo svojej Mikulášskej čižmičke našli samé uhlie a žiadne sladkosti alebo ste pod stromčekom nenašli darček, ktorý ste chceli? Čo ste spravili? **(zvládanie záťaže, odolnosť voči stresu, riešenie problémov)**

Spomeňte si na situáciu, kedy Vás príbuzní nútili pozerať Popolušku či iný typický vianočný program po 25.-krát. Ako ste sa zachovali? **(asertivita a komunikatívnosť)**

Spomeňte si na situáciu kedy ste zistili, že Ježiško nie je skutočný. Povedzte mi o tom viac. Ako ste to prežívali? Čo ste spravili? **(zvládanie záťaže)**

Veríme, že Vás otázky aspoň trochu pobavili, v tom lepšom prípade inšpirovali. 😊 Ak sa ich rozhodnete použiť vo výberovom procese, neváhajte nám zdieľať reakcie a odpovede kandidátov! 😊

Šťastné a Veselé!