

Zbyněk Siegel

Jak úspěšně hledat a získat

ZAMĚSTNÁNÍ

ŠPIČKOVÉ RADY,
TIPY A PŘÍKLADY
PRO UHAZEČE
O ZAMĚSTNÁNÍ



Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

Používání elektronické verze knihy je umožněno jen osobě, která ji legálně nabyla a jen pro její osobní a vnitřní potřeby v rozsahu stanoveném autorským zákonem. Elektronická kniha je datový soubor, který lze užívat pouze v takové formě, v jaké jej lze stáhnout s portálu. Jakékoliv neoprávněné užití elektronické knihy nebo její části, spočívající např. v kopírování, úpravách, prodeji, pronajímání, půjčování, sdělování veřejnosti nebo jakémkoliv druhu obchodování nebo neobchodního šíření je zakázáno! Zejména je zakázána jakákoliv konverze datového souboru nebo extrakce části nebo celého textu, umístování textu na servery, ze kterých je možno tento soubor dále stahovat, přitom není rozhodující, kdo takovéto sdílení umožnil. Je zakázáno sdělování údajů o uživatelském účtu jiným osobám, zasahování do technických prostředků, které chrání elektronickou knihu, případně omezují rozsah jejího užití. Uživatel také není oprávněn jakkoliv testovat, zkoušet či obcházet technické zabezpečení elektronické knihy.





Copyright © Grada Publishing, a.s.

Zbyněk Siegel

Jak úspěšně hledat a získat zaměstnání
Špičkové rady, tipy a příklady pro uchazeče o zaměstnání

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 220 386 401, fax: +420 220 386 400
www.grada.cz
jako svou 2344. publikaci

Odpovědná redaktorka PhDr. Dana Pokorná
Sazba Milan Vokál
Počet stran 168
První vydání, Praha 2005
Vytiskla tiskárna PBTisk
Prokopská 8, Příbram 4

© Grada Publishing, a.s., 2005
Cover Photo © profimedia.cz/CORBIS

ISBN 80-247-1388-8

Obsah

O autorovi	7
Úvod	9
1. kapitola	
Základní aspekty hledání zaměstnání	11
Nutnost adaptace	12
Přínos znalosti trhu práce	16
Plánování – stanovení cílů	21
Stanovení reálné doby nástupu	21
Úroveň zaměstnání, které hledáme	27
Využití regionu	37
Přijatelnost pracovní doby	39
Představa finančního ohodnocení (mzdy)	41
Stanovení cílů	47
2. kapitola	
Životopis	51
Životopis z pohledu uchazeče i zaměstnavatele	55
Formy životopisů	57
Základní body životopisu	60
Celkový vzhled životopisu	91
Příklady zpracování životopisů	96
3. kapitola	
Jak nejlépe oslovit zaměstnavatele	103
Více pracovních pozic při jednom oslovení	104
Posuzování pracovních inzerátů – požadavky zaměstnavatele	107
Z pohledu uchazeče i zaměstnavatele	107
Množství kontaktů	110
Zdroje pracovních příležitostí	112
Oslovení zaměstnavatele	114
Písemné oslovení zaměstnavatele	114

Telefonické oslovení zaměstnavatele	115
Osobní (přímé) oslovení zaměstnavatele	118
Personální agentury	120
4. kapitola	
Osobní pohovor	123
Příprava na osobní pohovor (otázky pohovoru)	124
Význam přípravy	126
Několik příkladů přípravy na otázky pohovoru	130
Potvrzení termínu osobního pohovoru	135
Den před pohovorem	137
Samotný osobní pohovor	139
Hodnocení pohovoru	142
5. kapitola	
Evidence a hodnocení jednotlivých aktivit	147
Kde a jak hledat skutečné důvody neúspěchu	149
Kdy pracovní nabídku přijmout, kdy odmítnout – jak se správně rozhodnout	156
Nejčastější chyby, kterých se uchazeči o zaměstnání dopouštějí	159
Hodnocení pohovoru – seznam kontrolních otázek	163
Závěrem	165

O autorovi

Zbyněk Siegel

V roce 1997 založil soukromou personální agenturu. Působil jako odborný poradce uchazečů při hledání zaměstnání. Několikaleté zkušenosti získané intenzivní spoluprací s uchazeči o zaměstnání, z analýz a ze studií trhu práce vedly k vytvoření systému poradenských služeb. Tento projekt, výhradně zaměřený na problematiku hledání zaměstnání, prokázal v praxi nejvyšší účinnost a obecnou platnost. Několik stovek uchazečů o zaměstnání, kteří se tohoto projektu zúčastnili, našlo odpovídající pracovní uplatnění s podstatně menšími obtížemi a ve výrazně kratším čase. Na základě úspěšnosti byl celý systém poradenských služeb zpracován do podoby vzdělávací akce akreditované MŠMT, která je již realizována v praxi. Bude tak možné i nadále zdokonalovat a rozvíjet dosavadní poznatky k ještě vyšší účinnosti. Současně budou vítány každé názory a náměty čtenářů, které můžete zasílat na e-mailovou adresu: z.siegel@seznam.cz. Každý z vás se tak může podílet na tvorbě a ověřování nových postupů, které mohou nám všem pomoci při hledání uplatnění na trhu práce.



Na vaše podněty se těší

autor

Úvod

Mít zaměstnání patří bez pochyb k jedné ze základních priorit každého člověka. Svědčí o tom i ta skutečnost, že o zaměstnání bojují dnes a denně tisíce lidí. Někteří s většími úspěchy, jiní naopak. V čem spočívá tajemství úspěchu? Často se uchazeči domnívají, že ve vzdělání, zkušenostech, věku nebo znalostech cizích jazyků, zkrátka v něčem, co právě oni nemají. Vidí tak ideální kandidáty převážně v těch druhých. Takové pocity příliš neposílí sebevědomí a sebedůvěru a nejsou ani účinným motivačním nástrojem. Proč však uchazeči nevidí ideální kandidáty sami v sobě? Je to tím, že u sebe vnímáme především vlastní nedostatky a u ostatních naopak pouze přednosti? Mají oni totéž co my a ještě něco navíc, nebo máme my pro změnu něco, co jiní postrádají? Vidíme-li ideálního kandidáta v někom jiném, nevidí on ho naopak v nás? V tom případě ideální kandidát neexistuje nebo se skrývá v každém z nás.

Do nového zaměstnání nastupují denně lidé různého věku, vzdělání i zkušeností. To znamená, že úspěšné uchazeče charakterizují zcela odlišné skutečnosti. Co mají tedy úspěšní uchazeči, resp. ideální kandidáti, společného?

V první řadě o zaměstnání opravdu usilují. Nástup do zaměstnání je pro ně zcela jednoznačným, předem vytyčeným cílem. Za druhé vědí, co mohou nabídnout. Znají vlastní předpoklady a pozornost věnují svým přednostem. Ty se také stávají zárukou úspěchu. Pouze to, co známe, umíme nebo víme, můžeme v praxi uplatnit. To, co neznáme, můžeme použít jen velmi těžko. Úspěšní uchazeči také vědí, kde se mohou nejlépe uplatnit. Je-li nabídka uchazeče adekvátní nárokům pro zastávání určité pracovní pozice, je i pravděpodobnost úspěchu mnohem vyšší. Úspěšné uchazeče dále charakterizuje vysoká iniciativa a aktivita. Neustále vykonávají činnosti, které jsou nezbytné pro nalezení nového zaměstnání. Vyhledávají volná pracovní místa, oslovují zaměstnavatele, zasílají životopisy a v žádném případě nespolehají na náhodu či štěstí. Další velmi podstatnou vlastností úspěšných uchazečů je vytrvalost. Najít zaměstnání ze dne na den není běžným jevem. Ve velké většině případů se úspěchy dostavují až po určitém čase. Ten je zpravidla adekvátní množství aktivit, které uchazeč vynaloží. Budeme-li při hledání zaměstnání pasivní, většinou si dobu nezaměstnanosti pouze úměrně tomu prodloužíme. Také důslednost a připravenost patří k významným okolnostem přispívajícím k úspěšnosti uchazeče. Životopis napsaný za deset minut většinou zaměstnavateli velký přehled o uchazeči nenabízí. Zna-

losti vlastních předpokladů tomu často odpovídají a pohovor tento přehled výrazně nerozšíří. Odpovědět na otázky pohovoru bez jakékoli přípravy a navíc efektivně je téměř nemožné. Připravit se však může každý z nás. Z toho je zřejmé, že úspěšnost může ovlivnit každý uchazeč, stačí pouze zvolit ten správný přístup. Všichni se tak mohou snadno a rychle stát ideálními kandidáty. Záleží pouze na nás, zda opravdu chceme.

Tato publikace se zabývá všemi podstatnými aspekty, které hledání zaměstnání provázejí. **Každý z nás má na trhu práce co nabídnout.** Základní předpoklad úspěchu tak vlastně všichni. Ne každý však ví, co mu k úspěchu pomůže a co mu naopak může uškodit, kde nejlépe uplatnit svoje předpoklady a jak efektivně dosáhnout cíle. Publikace nabízí řešení všem uchazečům bez ohledu na jejich věk, pohlaví, kvalifikaci či zkušenosti. Úspěch při hledání zaměstnání je totiž založen na zcela odlišných aspektech. To je samozřejmě velmi pozitivní, neboť příležitost uspět se stává reálnou pro každého, kdo o nové zaměstnání opravdu stojí.

Kniha tematicky navazuje na již vydanou publikaci *Jak hledat a najít zaměstnání – rady a tipy pro uchazeče*, kterou vydalo nakladatelství Grada Publishing v roce 2003. Přináší nové poznatky, více možností, příkladů a dalších informací, jenž umožňují zvýšení efektivity a účinnější postup vedoucí k nalezení nového zaměstnání. Není tedy nutné dopouštět se zbytečných chyb. Naopak, vzniká zde příležitost vydat se cestou ověřených postupů a využít účinných nástrojů, které nejen přinášejí požadované výsledky, ale navíc v mnohem kratším časovém úseku. Hledání zaměstnání tak může být docela příjemnou činností s ještě příjemnějšími výsledky.

Základní aspekty hledání zaměstnání

Nutnost adaptace

Ztráta zaměstnání přináší výraznou změnu do života jednotlivce a snad ve všech případech i do života jeho blízkých. Nezaměstnaným se může stát kdokoliv, i když si mnoho lidí tuto skutečnost nepřipouští. Ve velkém množství případů se nezaměstnanými stávají lidé bez vlastního zavinění, např.:

- absolventi škol ukončí studia;
- společnost ukončí svou činnost (likvidace společnosti);
- společnost snižuje stavy svých pracovníků z mnoha různých důvodů apod.

Přesto musejí svou situaci řešit sami. Změnu, kterou přináší vstup na trh práce, můžeme obecně rozdělit do dvou bodů:

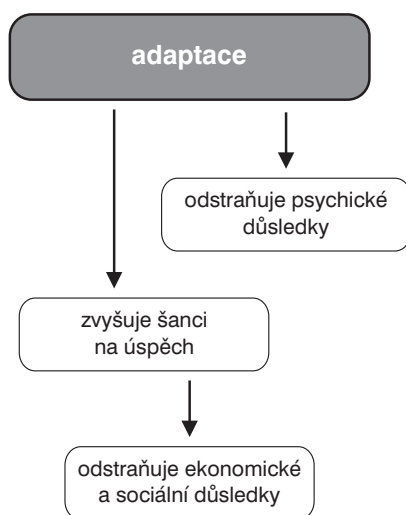
1. Přijetí důsledků nezaměstnanosti:

- ekonomické (snížení příjmů, finanční nestabilita),
- sociální (omezení možností, izolace, ztráta možnosti provozovat vedlejší aktivity apod.) – přímá souvislost s ekonomickými důsledky,
- psychické (nejistota, stres, snížení sebevědomí a sebedůvěry apod.).

Uchazeči, kteří hledají nové zaměstnání a současně zaměstnání jsou, mají v tomto ohledu výhodnější postavení.

- ### 2. Adaptace na novém trhu – na trhu práce:
- Podobně jako např. nástup do nového zaměstnání, i vstup na trh práce přináší určitou změnu a nutnost osvojit si nová pravidla, návyky, přizpůsobit se novým úkolům, naučit se novým věcem apod. Při nástupu do zaměstnání je k tomuto účelu určena a téměř vždy využita zkušební doba. Buď se dokážeme přizpůsobit novému prostře-

dí, nebo o zaměstnání přijdeme. Při hledání zaměstnání nám k tomuto účelu poslouží čas a záleží pouze na nás, jak velký časový úsek to bude. Trhu práce se nakonec přizpůsobí všichni. Je pouze otázkou, jakou kvalifikační úroveň bude mít naše nové zaměstnání a za jak dlouhou dobu ho získáme. Ekonomické a sociální důsledky nezaměstnanosti téměř nelze ovlivnit, avšak je možné a mnohdy nutné se jim přizpůsobit. Správné pochopení a využití (správná adaptace) trhu práce nejen odstraňuje psychické důsledky nezaměstnanosti, ale současně zvyšuje pravděpodobnost nalezení nového zaměstnání. Takový nástup pak následně řeší ekonomické i sociální důsledky (viz obr. 1.1).



Obr. 1.1 Význam adaptace na trhu práce

Adaptovat se znamená osvojit si znalosti a dovednosti, které:

- souvisejí s hledáním zaměstnání;
- ovlivňují hledání zaměstnání;
- usnadňují nalezení nového zaměstnání.



Je třeba naučit se zaměstnání hledat. Čím dříve se nám to podaří, tím dříve vyřešíme svou situaci.

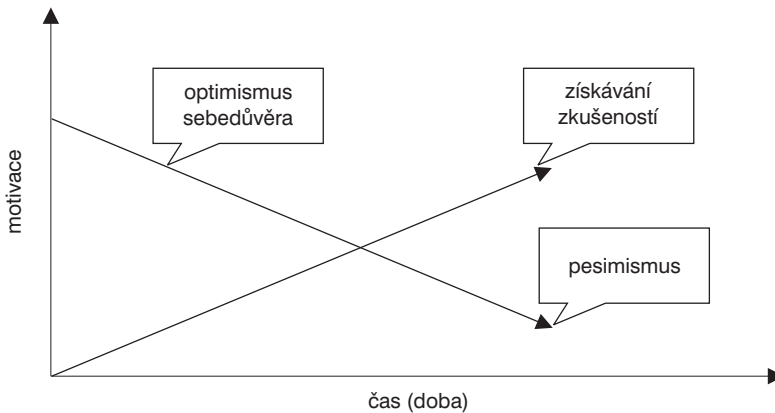
Trh práce má svá specifika, ze kterých vyplývají odpovídající pravidla. Nejsou dána nějakou oficiální formou, ale vykazují obecnou platnost. Například neexistuje žádný zcela konkrétní, všemi uznávaný a respektovaný způsob (návod), jak sestavit životopis. Z obecného hlediska však platí, že je možné zpracovat životopis, který povede k výrazně vyšší účasti na osobních pohovorech, a naopak lze sestavit životopis, z něž je patrná téměř nulová účast na těchto pohovorech. Můžeme tedy hovořit o obecném pravidlu, jak sestavit životopis, který zvýší pravděpodobnost účasti na osobních pohovorech, resp. zaručí tu nejvyšší možnou účast.

Nejčastějším důvodem neúspěchu při hledání zaměstnání je neznalost trhu práce. V zásadě nejde o nic nepřirozeného. Lidé, kteří zaměstnání mají nebo kteří studují, se problematikou hledání zaměstnání nemají důvod zabývat. Oproti tomu jsou lidé, kteří zaměstnání ztrácejí (výpovědní lhůta), nebo je již ztratili. Ti se touto problematikou zabývat musejí. Většina uchazečů se domnívá, že hledání zaměstnání včetně následného výsledku není možné ovlivnit, tj. že nemají vliv na to, zda je společnost pozve k osobnímu pohovoru, zda se rozhodne je zaměstnat apod. Jakoukoliv přípravu na hledání zaměstnání tak logicky odmítají. Naštěstí jsou tato tvrzení mylná. Lidé, kteří se na hledání zaměstnání systematicky připravovali, vykazovali zásadně vyšší úspěšnost v podstatně kratším čase. Příprava na hledání zaměstnání není snadná, ale bez ní je tato snaha mnohem obtížnější, a to hned z několika důvodů:

- 1. Mnohonásobně vyšší časová ztráta z důvodu poznávání trhu práce:** Uchazeč musí zaslat svůj životopis desítkám firem, aby měl možnost posoudit jeho efektivitu. Musí absolvovat několik osobních pohovorů, aby poznal, jak probíhají, a několik následných pohovorů, aby mohl hodnotit zvolený přístup. Může se však mýlit. Každý omyl, i když je odhalen, přináší další časové ztráty. Není-li odhalen vůbec, přináší zpravidla trvale negativní výsledky.
- 2. Velmi nízká možnost objektivního posouzení situace:** Uchazeč musí hodnotit svou činnost. To je téměř nemožné činit objektivně, jestliže trh práce ne-

zná. Uchazeč zpravidla vnímá pouze důsledky svého počinání, avšak nechápe jejich příčinu. Zaměří tak nejčastěji pozornost na již zmíněný důsledek, který bývá zpravidla neměnný a navíc se skutečnou příčinou neúspěchu nikterak nespojuje. Například to bývá nedostatečná nebo nulová praxe, vysoký věk, pohlaví, neznalost cizích jazyků, děti, rodinný stav apod.

3. **Potřeba nastoupit do zaměstnání co nejdříve:** Předchozí aktivity znamenaly poměrně velkou časovou ztrátu. Uchazeč tak získává pocit, že už nemá čas. Čím déle je bez zaměstnání, tím více si uvědomuje svou situaci a tím rychleji ji hodlá řešit. Na základě dosavadního neúspěchu však nemá důvod věřit, že ji vyřeší.
4. **Ztráta motivace:** Jestliže budeme vykonávat jakoukoliv činnost, která nepřináší ani sebemenší výsledky, ztratíme zcela přirozeně důvod v ní pokračovat.



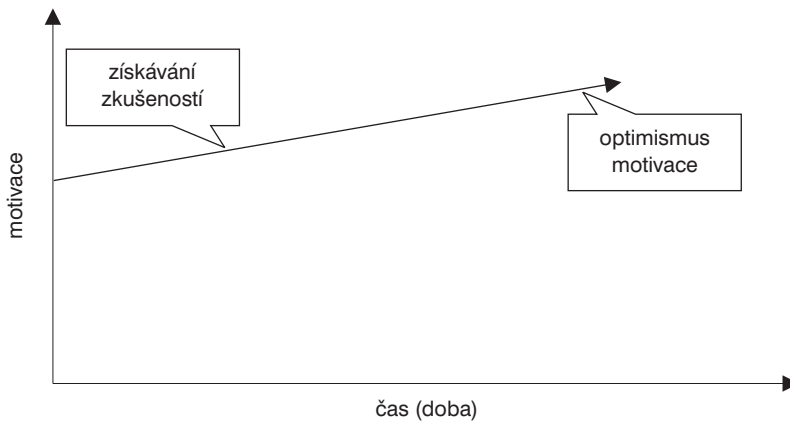
Obr. 1.2 Běžný vývoj při hledání zaměstnání

Doba hledání zaměstnání, po kterou získáváme zkušenosti, tvoříme si názory, přemýšlíme o důvodech neúspěchu, hledáme řešení, zkrátka doba, po kterou poznáváme trh práce, silně ovlivňuje náš přístup, naše sebevědomí a také sebedůvěru. Ztráta zaměstnání (vstup na trh práce) přináší určitý „šok“. Ten má relativně krátké trvání a nahrazuje ho optimismus. Jeho příčinou je prozatím krátkodobá nezaměstnanost. Po dvou až třech týdnech nezaměstnanosti není důvod k pesimismu. Lidé navíc často přijímají první týdny nezaměstnanosti jako neplánovanou dovolenou. Nebrání se kratšímu odpočinku nebo plnění povinností, na které v době zaměstnání nebyl čas, jako je např. malování bytu, práce na zahrádce, návštěvy známých apod. Počátek hledání zaměstnání tedy převážně doprovází

optimismus. Ten je však zásadně ovlivňován časem. Čím déle hledáme zaměstnání, tím déle jsme neúspěšní, tím méně si věříme a z toho plyne pesimismus. I když naše zkušenosti s hledáním zaměstnání rostou, ztrácíme optimismus, sebedůvěru, tedy víru v úspěch. Zkušenosti totiž bývají špatně chápány, a tudíž nesprávně hodnoceny.



Neznalost trhu práce vede k neobjektivnímu (často mylnému) hodnocení. Důsledkem je, že uděláme chybu, a jelikož si toho nejsme vědomi, uděláme ji znovu.



Obr. 1.3 Příprava hledání zaměstnání

PŘÍNOS ZNALOSTI TRHU PRÁCE

Na trh práce vstupujeme s příslušnými znalostmi. Víme, jak máme postupovat a co můžeme očekávat. Následné zkušenosti (samotné hledání) samozřejmě budou mít vliv na naši sebedůvěru a optimismus. Víme-li, jak máme postupovat a co můžeme očekávat, jsme na to připraveni. Víme, co nás čeká. V praxi si pak budeme naše znalosti ověřovat a současně je budeme uplatňovat – využívat. Optimismus má tak mnohem delší trvání, zpravidla postačující pro nalezení nového zaměstnání.

Znalost trhu práce vede k tomu, že se dopustíme méně chyb, zaznamáme více úspěchů, budeme si více věřit, získáme optimismus a sebevědomí, a tudíž při hledání zaměstnání neztratíme motivaci.



I v případě neúspěchu je přechod k pesimismu mnohem pomalejší a dlouhodobější. To už však budeme znát skutečné důvody neúspěchu a můžeme je mnohem operativněji řešit.

Příprava na hledání zaměstnání se tak stává svébytnou kvalifikací. Jde o osvojení takových znalostí a dovedností, které nám umožní efektivní výkon samotné činnosti. Hledání zaměstnání tak můžeme považovat za zaměstnání, avšak v poněkud odlišném oboru. V zaměstnání samotném jsou naše povinnosti dány, naše činnost je v zásadě řízena a organizována, je o ní rozhodováno, jsme hodnoceni, na své omyly jsme upozorňováni a vedeni k nápravě, před chybami jsme varováni, nemáme v zásadě konkurenci, v nesnázích nám poradí kolegové, jsme motivováni, neúspěch je spíše nahodilý a jeho vývoj dlouhodobý. Při hledání zaměstnání si povinnosti určujeme sami, rozhodujeme o své činnosti, řídíme ji a organizujeme, sami se hodnotíme, hledáme a napravujeme omyly, čelíme konkurenci ze strany ostatních uchazečů, nacházíme řešení, sami se motivujeme, vyrovnáváme se s neúspěchem, a to mnohdy velmi často a dlouho.

Z tohoto srovnání je zřejmé, že **záleží pouze na nás**, co jsme ochotni pro získání nového zaměstnání udělat:

- je nutné přijmout odpovědnost za výsledek našich aktivit a k samotnému hledání zaměstnání přistupovat s maximální důsledností;
- musíme přijmout skutečnost, že zaměstnání si musíme najít sami. Nikdo jiný to za nás nemůže udělat.

Postupně se připravíme na všechny činnosti, které samotné hledání zaměstnání provázejí:

1. vyhledávání volných pracovních míst;
2. výběr volných pracovních míst;
3. zpracování životopisu (životopisů);
4. psaní průvodních dopisů;

5. oslovení zaměstnavatele;
 - písemné,
 - telefonické,
 - osobní;
6. potvrzení termínu osobního pohovoru;
7. absolvování osobního pohovoru;
 - příprava,
 - průběh,
 - hodnocení;
8. hodnocení kvality pracovního místa (v případě úspěchu).

Při hledání zaměstnání musíme dále zaujmout odpovídající postoj. Z hlediska průběhu výběrového řízení se naše postavení bude měnit. Abychom dokázali zaujmout odpovídající postoj, musíme znát princip průběhu výběrového řízení.

O pracovní místa se nebudeme ucházet sami. Z toho vyplývá, že budeme součástí konkurenčního prostředí. V praxi to znamená, že:

- někdo vybírá a současně rozhoduje;
- někdo nabízí a současně rozhodování ovlivňuje.

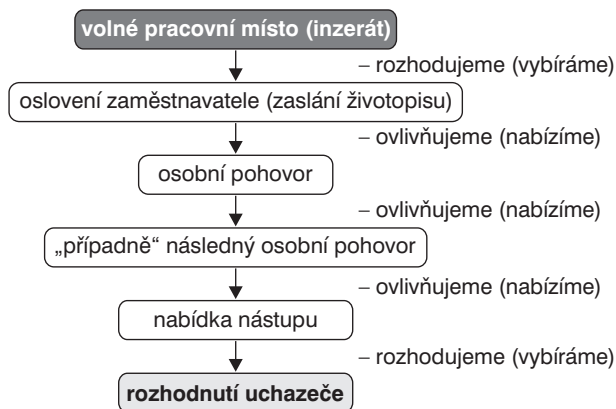
To je nutné vědět, abychom dokázali zaujmout správný postoj a současně zaměřili pozornost správným směrem. Vybírat a nabízet jsou zásadně odlišné věci, ale uchazeči je často zaměňují. Rozdíl můžeme snadno demonstrovat při porovnání postavení prodejce a zákazníka. Prodejce a zákazník zastávají dvě zcela odlišné role. Prodejce zpravidla nabízí a zákazník vybírá. Výměna těchto rolí je na první pohled naprosto absurdní. Uchazeči o zaměstnání jsou převážně v roli prodejce, nikoli zákazníka, jak se často domnívají.

Zákazník si vybírá, a když se mu něco nezdá, změní prodejce. Prodejce nabízí, a když zákazníka nepřesvědčí, ztratí ho. Zákazník tak získá téměř vždy, ale prodejce jen tehdy, je-li schopný a přesvědčivý. Uchazeč o zaměstnání a prodejce mají mnoho společného:

- Uchazeč musí zaujmout zaměstnavatele stejně jako prodejce zákazníka. Zaměstnavatel i zákazník mají více možností na výběr.
- Uchazeč musí přesvědčit o svých kvalitách stejně jako prodejce o kvalitě svého sortimentu. Zaměstnavatel i zákazník nesmějí mít pochybnosti.
- Uchazeč i prodejce musí zodpovědět řadu otázek. Nezodpovězené otázky vyvolávají pochybnosti.

- Uchazeč musí znát své předpoklady a prodejce svůj sortiment. Zaměstnavatel si nevybere uchazeče, který neví, co vlastně umí a co zná. Navíc uchazeč stěží přesvědčí o svých kvalitách, jestliže si jich sám není vědom. Zákazník si také nekoupí výrobek u prodejce, který neví, co jednotlivé výrobky umějí a jaký z nich bude mít přínos.
- Uchazeč, stejně jako prodejce, musí působit na úrovni. Uchazeč, který takto nepůsobí, těžko získá důvěru druhé strany, což platí i u prodejce.
- Uchazeč i prodejce čelí konkurenci. Zaměstnavatel může nabídnout zaměstnání jinému uchazeči, podobně jako zákazník může nakoupit u jiného prodejce.
- Uchazeč musí předpokládat otázky ze strany zaměstnavatele, stejně jako prodejce ze strany zákazníka. Jestliže uchazeč nebude na tyto otázky připraven, bude na ně stěží schopen pohotově a uspokojivě reagovat, stejně jako prodejce na otázky zákazníka.
- Uchazeč nikdy sám nehovoří o svých nedostatcích. Prodejce také nikdy nepozorňuje na nedostatky výrobků. Uchazeče, který bude poukazovat na své nedostatky, zaměstnavatel nejspíš nezaměstná, podobně jako zákazník stěží koupí výrobek, bude-li prodejce poukazovat na jeho negativa.
- Uchazeč i prodejce musí přesvědčivě reagovat. Pouze přesvědčivé a logické odpovědi vzbudí důvěru a odstraní pochybnosti. Takové odpovědi si musí připravit uchazeč stejně jako prodejce.

Při hledání zaměstnání nejsme výhradně v roli prodejců, tato role však výrazně převyšuje. Kdy tedy vybíráme – rozhodujeme (jsme v roli zákazníka) a kdy nabízíme – ovlivňujeme (jsme v roli prodejce)? Z hlediska principu výběrového řízení se naše role vyvíjí následovně (viz obr. 1.4).



Obr. 1.4 Příklad průběhu výběrového řízení

- V první fázi nabízí zaměstnavatel (resp. dává na vědomí) volné pracovní místo, např. inzerátem, čímž ovlivňuje jednání uchazeče o zaměstnání.
- Uchazeč posuzuje volné pracovní místo (inzerát) a rozhoduje o oslovení zaměstnavatele.
- Zaslání životopisu.
- Životopisem přesvědčuje uchazeč zaměstnavatele o svých předpokladech (dovednostech, znalostech, schopnostech, apod.) a ovlivňuje tak jeho rozhodnutí.
- Zaměstnavatel posuzuje písemný materiál (životopis) a rozhoduje se, zda uchazeče pozve k osobnímu pohovoru.
- Pozvání na osobní pohovor.
- Při osobním pohovoru přesvědčuje uchazeč zaměstnavatele o svých předpokladech a ovlivňuje tak jeho celkový úsudek.
- Zaměstnavatel posuzuje kvality uchazeče a rozhoduje o jeho pozvání k následnému pohovoru.
- Pozvání k následnému pohovoru, kterého se již účastní jen malý počet uchazečů.
- Uchazeč opět přesvědčuje zaměstnavatele o svých předpokladech a znovu ovlivňuje jeho úsudek.
- Zaměstnavatel opětovně posuzuje kvality uchazeče a rozhoduje, komu nabídne pracovní místo.
- Zaměstnavatel nabízí pracovní místo, chce uchazeče získat, čímž ovlivňuje jeho rozhodnutí.
- Uchazeč posuzuje kvalitu pracovního místa a rozhoduje se.

Uchazeč má tedy právo rozhodovat o provedení prvního kontaktu a v případě úspěchu má také „poslední slovo“. V ostatních případech rozhoduje zaměstnavatel. Budeme tudíž převážně nabízet (ovlivňovat).

Hledání zaměstnání tak můžeme snadno charakterizovat pomocí těchto znaků:

- Samostatnost – všechno, co pro nalezení nového zaměstnání uděláme, záleží pouze na nás (nikdo za nás nic neudělá).
- Systematičnost – činnosti, které s hledáním zaměstnání souvisejí, mají svůj řád (danou posloupnost). Nejprve musíme udělat jednu věc, abychom mohli přikročit k další.
- Cílevědomost – máme stanovený cíl.
- Sebeprosazení – o zaměstnání se neucházíme sami. Zaměstnavatel zaměstná takového uchazeče, který ho přesvědčí, že bude v dané pracovní pozici přínosem. Musíme se tedy umět prosadit.

Hledání zaměstnání je samostatná, systematická a cílevědomá činnost zaměřená na sebeprosazení na trhu práce.



Plánování – stanovení cílů

Ačkoliv se většina uchazečů domnívá, že při hledání zaměstnání není možné nic plánovat, skutečnost je jiná. Můžeme plánovat stejně jako při výkonu jakékoli jiné činnosti. Řada obchodníků tvrdí, že nemohou plánovat, neboť nevědí, jakého obratu v následujícím měsíci dosáhnou. Přesto dostávají od svých zaměstnavatelů jasné plány produkce na jednotlivá období. Plán se tak pro nás stává nejen návodem, jak dosáhnout potřebných výsledků, ale současně nám definuje naše možnosti a cíle. Díky plánu budeme navíc schopni efektivně hodnotit svoji činnost. Plán splňuje svůj smysl tehdy, jestliže jasně stanovuje, čeho hodláme dosáhnout a v jakém časovém úseku. Jeho podstata tedy spočívá v cíli a času. Z toho dále vyplývají aktivity, které musíme podniknout, abychom plán splnili. Stanovený plán se nestává závazkem, ale **návodem a pomůckou pro dosažení cíle**.

STANOVENÍ REÁLNÉ DOBY NÁSTUPU

S hledáním zaměstnání souvisí nejen cíl jako takový (najít zaměstnání), ale také doba na jeho realizaci. Uchazeči se často domnívají, že nemohou vědět, za jak dlouho se jim podaří zaměstnání najít. To je také důvodem, proč si žádnou dobu na hledání zaměstnání nestanovují. Samozřejmě že uchazeč nemůže s jistotou vědět, za jak dlouho zaměstnání najde. Může si však předem určit, **jak dlouho ho může hledat**. Jaký to má význam?

Hledání zaměstnání je časově velmi náročná činnost:

- výběrová řízení mají často delší trvání (i několikátýdenní);
- je zde vysoká konkurence uchazečů (logicky snižuje pravděpodobnost úspěchu);
- je třeba počítat s nepravidelností výskytu pracovních příležitostí apod.