



MMXXIV

**Počúvajte srdce, verte rozumu.
Prajeme čo najväčšiu harmóniu
medzi oboma (nielen) v práci.**



Jeden z D číslovaných výtlačkov.



OBSAH

- 4 Tváre roku 2024
- 10 Radoslav Rezák & Alfred Simuna: Ani racionálne rozhodnutie sa nezaobíde bez empatie
- 16 Práca za rohom na Slovensku slávi úspech
- 18 V práci sa stretáva 5 až 7 technologických generácií
- 24 Udalosti roku 2024
- 30 Dáta: Kde nájsť ľudí a koľko im ponúknuť?
- 34 Umelá inteligencia vám pomôže aj na Profesii
- 36 Biológia rozhodovania
- 39 Moja výzva
- 48 Prvý deň nemusí byť pre nového zamestnanca šok
- 50 Prečo sa chrániť pred hackermi
- 54 Andrej Vršanský: Psychologické bezpečie podporuje inovácie
- 60 Šéf, mám problémy
- 64 Dáta: Medzi zamestnancami sa šíri rezignácia
- 68 Chvála chválenia
- 70 Na oddych
- 72 Čo dokáže HR marketing a ako naň
- 74 Unikátna šanca, ako zviditeľniť svoju firmu
- 76 Šetriť čas s digitálnym HR
- 78 Tomáš Ervín Dombrovský: Západ dobiehame, ale brzdia nás nízke mzdy
- 84 Odpoveď na budúce zemetrasenia? Vzdelávanie
- 86 Moja cesta
- 88 Hviezdou festivalu pracovných príležitostí
- 90 Dáta: Pracovný trh je zamrznutý. Prečo je to problém?
- 94 Ako AI uľahčuje prácu
- 96 Vychytávky do práce
- 98 Ľudskosť je u nás ako doma
- 101 Sledujte nás v online svete
- 102 Práca za rohom prišla spoza hraníc. A nie je jediná



Úvodné slovo

Veľká príležitosť. Tak by sa dali charakterizovať trendy, ktoré hýbu svetom práce. Prichádzajú s technologickým pokrokom, ktorý zamestnávateľia prenášajú do zvýšenia produktivity práce a my v Alma Career do kvality našich služieb; demografickou situáciou, ktorú vieme riešiť odomknutím skrytého potenciálu populácie; klimatickým vývojom na planéte, ktorý si vyžaduje inovatívne prístupy v biznise či v celej spoločnosti.

Som presvedčený, že práve náš odbor má vzácnu príležitosť, pretože všetky tieto významné trendy si vyžadujú širokospektrálny prístup, ktorý je príznačný pre HR. Prepája majiteľov, manažmenty, zamestnancov aj štát, prispieva k doručovaniu výsledkov spoločností, zosúladuje pracovný a súkromný život ľudí, dohliada na legislatívne plnenie a omnoho viac. Pracujeme s ľudským

potenciálom, preto naše rozhodnutia nestoja len na dátach a merateľných veciach, ale zasadzujeme ich v kontexte niečoho neviditeľného, čo sa dá vnímať citom alebo intuíciou.

HR je dnes strategickým partnerom vedenia či manažérskeho tímu. Prináša nosné témy, inovatívne riešenia a koncepcne sa pozerá do budúcnosti. A my veríme, že pre mnohých môže byť májkom na rozbúrenom mori neustálych zmien. S týmto na mysli a na srdci sme tvorili aktuálnu ročenku.

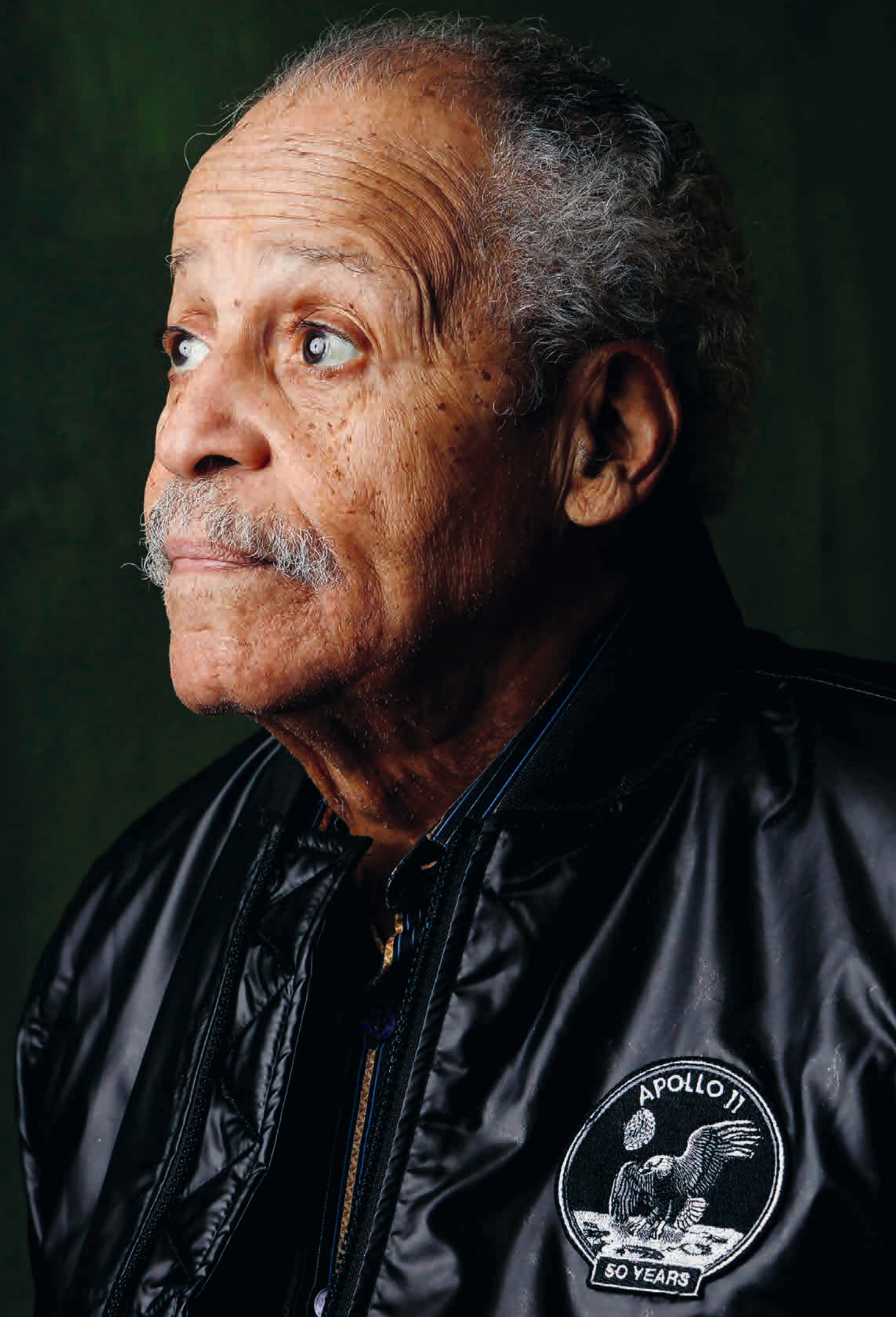
V Alma Career sa snažíme vytvárať „Lepší svet práce pre každého“ a ďakujeme, že sme v tom spolu.

Radoslav Rezák
riaditeľ Alma Career Slovakia

Tváre
roku
2024

Ed Dwight

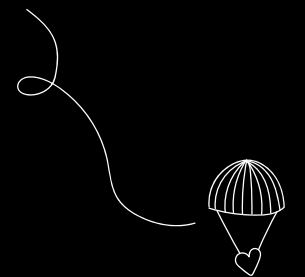
Deväťdesiatjedenročný sochár a bývalý pilot sa dostal do vesmíru dlhých 60 rokov po tom, čo dokončil výcvikový program letectva, z ktorého si NASA vyberala posádky vesmírnych letov. Vyrastal v rasovo segregovanom prostredí, napriek tomu dokázal získať prestížne vzdelanie a stal sa prvým americkým kandidátom na astronauta čiernej pleti. Nebol vybraný a kvôli rasovej politike z letectva čoskoro odišiel. Živil sa ako inžinier a úspešný stavebný podnikateľ, väčšinu života ale zasvätil sochárstvu. Podľa svojich slov netušil, že mu vesmír chýba, kým sa doň konečne nepozrel. V máji 2024 ho tam vyniesla spoločnosť miliardára Jeffa Bezosa a stal sa tak najstarším človekom na svete, ktorý kedy letel do kozmu, zažil minúty beztiaže a úchvatné výhľady na Zem.





Lenka Poláčková

V máji tohto roka sa jej podaril husársky kúsok. S úsmevom a pre ňu typickou energiou si vybehla na najvyšší vrch sveta, Mount Everest, a to dokonca bez podporného kyslíka. Výnimočná ultrabežkyňa a herečka Lenka Poláčková sa tak stala desiatou ženou sveta v histórii a prvou Slovenkou, ktorej sa podaril výstup na „strechu sveta“ bez kyslíka. Za sebou má už množstvo ultra maratónov, behy Slovenskom, dvetisíc kilometrov naprieč Alpami, beh cez Pyreneje a výstupy na svetoznáme vrchy. Lenka prekonáva nielen fyzické, ale aj mentálne hranice a jej ciele zďaleka nie sú len športové. Majú často hlbší rozmer dobrovoľníckej činnosti a pomoci slabším. Svojimi úspechmi pritom Lenka inšpiruje aj biznis lídrov, ktorí vedia, že vytrvalosť a odhodlanie sú kľúčové pre dosahovanie úspechu.



Dalibor Cicman

Získal titul EY Podnikateľ roka Slovenskej republiky za rok 2023 a počas tohtoročného leta reprezentoval našu krajinu na celosvetovom finále tejto prestížnej svetovej súťaže v Monaku. Zakladateľ a väčšinový spolumajiteľ úspešnej značky produktov pre športovcov GymBeam má biznis v krvi a keď k tomu pridáme vášeň pre programovanie, výsledkom je množstvo úspešných startupov už v mladom veku. Dalibor Cicman je známy svojím inovatívnym prístupom k podnikaniu, dôrazom na kvalitu produktov a budovanie silnej firemnej kultúry. Jeden z najúspešnejších e-commerce projektov zameraný na predaj športovej výživy, doplnkov a fitness oblečenia nespomalila ani pandémia a dnes už pôsobí na šestnástich európskych trhoch vrátane Nemecka. Príbeh Dalibora Cicmana so značkou GymBeam je ukážkou podnikateľského úspechu založeného nielen na popularite sektora, ale najmä na využívaní moderných technológií a precíznej dátovej analýzy.





Ani racionálne rozhodnutie sa nezaobíde bez empatie

Slovenské firmy preplávali inflačnou krízou bez paniky: ďalej investovali, naberali zamestnancov. Na Profesia.sk minulý rok dokonca inzeroval rekordný počet firiem a tento rok to vyzerá ešte lepšie. O rozume a cite v HR alebo ďalšom vývoji Profesie aj našich ostatných produktov sme sa rozprávali s Radoslavom Rezákom, ktorý stojí na čele Alma Career Slovakia, a s hlavným produktákom celej Almy Alfredom Simunom.

FIRMY SI UVEDOMUJÚ, ŽE **POTREBUJÚ** **SCHOPNÝCH** A MOTIVOVANÝCH ĽUDÍ

Témou tohtoročnej ročenky je rozum a cit. Kedy ste naposledy vo svojej práci uprednostnili rozum pred citom?

Rado: Rozum a cit sa dopĺňajú, sú ako jin a jang. Rozhodnutia robíme na základe faktov a skúseností, zároveň je potrebné zasadiť ich do správneho času a kontextu a tu nastupuje empatia a ľudskosť. Faktom je, že to konštatujem po veľmi racionálnej úvahe.

Alfi: Keď to zoberiem za produkty, tak my sme pred dlhším časom zaviedli ako hlavný princíp „data over opinion“, čo vtedy bola malá revolúcia. V minulosti vždy niekto prišiel s nejakým názorom a potom sme hľadali dáta, ktorými ho odôvodníme. A my sme sa rozhodli, že sa pri hľadaní odpovede na otázku, čo chcú používatelia alebo klienti, prestaneme riadiť dojmami a budeme sa striktne pozeráť na čísla. Lenže sme sa potom dostali do druhého extrému. Zistili sme, že zabúdame na emócie, na to, ako naše produkty vyzerajú, pôsobia. Ako povedal Rado, oba póly je vždy dobré vybalansovať. Keď to pri produktoch preženieme s citom, nemusia dobre fungovať. Keď dáme prílišný dôraz na rozum, ľudia si k nim nevytvoria puto.

Ako sa z vášho pohľadu správali slovenské firmy v nedávnej inflačnej kríze?

Rado: Firmy by som pochválil, správali sa veľmi zodpovedne. Porozumeli fundamentom krízy a aj keď im stúpali náklady, nepriškrtili investície do budúcnosti. Citlivo zvyšovali mzdy, aby uľavili svojim zamestnancom od dôsledkov zdražovania, samozrejme, nie o úroveň inflácie, pretože to by len roztočilo ďalšiu cenovú špirálu. Takisto unáhle neprepúšťali, vedeli, že kríza pominie a ľudia budú potrebovať o to viac. Celková zamestnanosť na Slovensku stúpala a videli sme to aj na Profesii, a to v rekordnom počte inzerujúcich firiem.

Prejavuje sa tá vyváženosť rozumu a citu aj v starostlivosti o ľudí? Pochopili už firmy, že spokojný zamestnanec rovná sa výkonný zamestnanec?

Rado: Veľa sa investuje do vzdelávania, firmy si uvedomujú, že potrebujú ľudí motivovaných a schopných. Opäť si pomôžem internými údajmi, konkrétne silným rastom našej online vzdelávacej platformy Seduo. V inzerátoch na

Profesii či dátach na Platy.sk zase vidíme, že firmy vylepšujú štruktúru benefitov, čo určite prispieva k spokojnosti zamestnancov.

Je slovenský pracovný trh v rámci krajín, kde pôsobí Alma Career, niečím špecifický?

Rado: Začnem pozitívne. Slovenské pobočky medzinárodných firiem sú veľmi často vlajkovými loďami v skupinách, sme absolútna automobilová veľmoc s obrovským náskokom v počte vyrobených áut na obyvateľa, vzniklo tu niekoľko silných IT klastrov, jednoducho máme veľa šikovných ľudí ochotných tvrdo pracovať. Nepomáha nám pomerne nízka flexibilita trhu práce. Ľudia idú častejšie za lepšími podmienkami v porovnaní s ČR, ktorá je veľmi konzervatívna. V ďalších krajinách našej skupiny, napríklad v Pobaltí či Fínsku, je už miera flexibility pracovného trhu ale výrazne vyššia. Je to ovplyvnené legislatívou, ale nielen ňou, významnú rolu hrajú ekonomické fakty, najmä nízka miera úspor u veľkej časti populácie. Jednoducho povedané, ľudia musia zvažovať, či si krátkodobé náklady a riziká vyplývajúce

zo zmeny práce vôbec môžu dovoliť, hoci dlhodobo by sa im to vyplatilo. Fundamentálny problém vidím v prístupe k vzdelaniu. Nie je to medzi prioritami spoločnosti, ktorou rezonujú úplne iné témy, ako by bolo žiaduce. Budú nás ovplyvňovať viaceré mega-trendy, od zásadnej štrukturálnej zmeny pracovného trhu až po masívne nasadzovanie umelej inteligencie. Toto sú najväčšie strednodobé výzvy, ktoré by sme mali spoločensky riešiť.

Môže s tým vzdelávaním, minimálne firemným, Alma Career nejakو pomôcť?

Alfi: Slováci majú všeobecne o vzdelávacom obsahu veľký záujem. Aj z nášho výskumu JobsIndex vyplýva, že okrem odmeňovania je pre zamestnancov najdôležitejší osobný a profesijný rast. Chcú sa rozvíjať a požadujú od zamestávateľa, aby im to umožnil. A aby im zaplatil nielen kurzy, ktoré sa týkajú ich pracovnej náplne, ale čoraz viac od firiem chcú, aby im umožnili posúvať sa aj v iných rolách – ako rodičia alebo v oblasti zdravia. Problém je, že v angličtine si človek nájde kadečo online, ale

obsahu v slovenčine je málo. A vďaka tomu je o naše Seduo záujem, pretože my taký obsah pre množstvo odborov ponúkame. Firmy sa dnes sústreďujú hlavne na onboardingový proces, ale majú rezervy v následnom dlhodobom plánovaní interného vzdelávania. A často sa stáva, že sa zamestnanci po pár rokoch, kedy už sa vo firme zabehnú, aktivujú a začnú si vzdelávacie obsah vyhľadávať sami.

Aké výzvy teraz pred Alma Career na Slovensku stoja z produktového hľadiska?

Alfi: Každá z krajín, kde Alma pôsobí, je dobrá v niečom inom. V slovenskom prípade je to primárne obsluha menších klientov cez online B2B zónu. Firmy sú si cez ňu schopné samy zverejniť a následne v prípade potreby aj upraviť inzerát či si dokúpiť služby, aby mali lepšie výsledky. Dokážu ten systém používať, sú dobre zaškolené a je ich veľa. V niektorých iných krajinách ešte stále za firmy zadáva inzeráty náš obchodník. A pred tímom Profesie teraz stojí veľká výzva vybudovať jednu takú online B2B zónu pre všetky naše krajiny. Ďalšie slovenské tímy sa zase podieľajú na vybudovaní jednej prevádzkovej platformy pre všetky naše pracovné portály. Chceme sa dostať do stavu, kedy budeme mať spoločný technický základ. A spustenie každého ďalšieho nového job boardu na novom trhu potom pre nás bude jednoduchou záležitosťou. Jednoducho sa snažíme expertízu, ktorú Alme ponúkajú ľudia z bratislavských kancelárií, využiť v prospech celej firmy.

Rado: Len doplním, že slová ako digitalizácia, automatizácia, online, eCommerce sú už neoddeliteľnou súčasťou DNA našej firmy. Sme dosť ďaleko nielen produktovo, ale aj v oblasti interných procesov a obsluhy klientov.

Ako sa darí produktom, ktoré na Slovensku nie sú dlho: Teamiu, Práci za rohom alebo Arnoldovi?

Rado: Najrýchlejší rozbeh zaznamenala Práca za rohom, čo je v súlade s našimi očakávaniami. Kľúčové je teraz prehlbovať integráciu všetkých nových produktov, aby to neboli samostatné ekosystémy, ale aby sme mali komplexné riešenie, v ktorom sa bude zákazníkom ľahko pohybovať. Všetky tri produkty prišli na Slovensko z Českej republiky a je to jedno z veľkých pozitív fungovania oboch krajín v nadnárodnej skupine. Že podobné veci nemusíme vymýšľať na zelenej lúke, ale spoločne ich rozvíjame k lepšiemu.



HR KOMUNITA MÁ
VEĽKÝ ZÁUJEM
VZDELÁVAŤ SA.
A MY JEJ IDEME
NAPROTI



AI POSTUPNE IMPLEMENTUJEME AJ NA NÁŠ JOBBBOARD PROFESIA.SK

Alfi: V rámci Almy sme sa rozhodli, že chceme mať len jeden ATS systém a že to bude Teamio. Tým pádom budeme investovať do integrácie Teamia do pracovných portálov v jednotlivých krajinách, aby sa klientovi dobre obsluhoval celý náborový proces, vrátane inzercie.

Na Slovensku boli ľudia zvyknutí používať ako jediný pracovný portál Profesiu. Ako zamiešala karty Práca za rohom, ktorá cieľi na špecifickejšie publikum?

Rado: Profesia je skutočný fenomén, v tom najlepšom slova zmysle. Áno, Práca za rohom dokáže klientom doručiť ešte trochu iných uchádzačov a to je jej pridaná hodnota. Paralela s automobilovým priemyslom, o ktorom sme sa už rozprávali – na Slovensku máme 5 automobiliek, ktoré tu vyrábajú 15 modelov áut, ale v ponuke ich majú ešte viac, aby si každý našiel svoju alternatívu.

Práca za rohom asi mieri hlavne na mladších ľudí tým, že ide primárne o mobilnú aplikáciu.

Alfi: Ono to zavádza, nie sú to určite len mladí. Ani veľa starších ľudí v práci nepoužíva počítač. A všeobecne si Slováci dnes už často vystačia len s mobilom. Mali napríklad doma staré pécčko, ale doslúžilo im a už nemali potrebu kúpiť si nové.

Chystáte v Profesii nejaké inovácie aj v spojení s AI?

Alfi: Tie veci vznikajú v rámci jednej veľkej jobboardovej platformy. Teraz sme napríklad na Profesii spustili nový job matching, ktorý vznikol priamo u nás. Funguje na báze umelej inteligencie a už 75 % prevádzky chodí cezeň. Tiež sa snažíme ísť v ústrety menším klientom, čo nepíšu pracovné inzeráty každý deň, a implementovali sme AI riešenie aj do formulára pre nové pracovné ponuky, kde pomôže s ich tvorbou, vrátane štylizácie a kontroly pravopisu.

V posledných rokoch tiež investujete veľa úsilia do obsahového marketingu, ponúkate personalistom servis newsletterov, článkov či videí. Čo vám to prináša?

Rado: Vieme, že HR komunita má veľký záujem vzdelávať sa, rozvíjať. Ako príklad uvediem „Dátové raňajky“, kde síce nie je občerstvenie, ale hlavne servírujeme kvalitný informačný obsah, prepájame naše interné dáta s makroštatistikami a globálnymi trendmi. Počas 4 eventov, ktoré sme už v roku 2024 organizovali, si informácie odnieslo 500 návštevníkov, zároveň sme

kompletný 166-stranový dátový set zverejnili online. Našou víziou je „Lepší svet práce pre každého“ a veríme, že aj toto je forma, ako k tomu prispieť.

Podarilo sa vám vybudovať nové oddelenie medzinárodného predaja. Akým spôsobom funguje?

Rado: Vytvorili sme tím, ktorý dnes pôsobí naprieč všetkými krajinami Alma Career a je schopný predávať v danej lokalite aj riešenia z iného kúta Európy. Navyše sme sa stali členmi aliancie The Network, čím sme tú sieť ešte rozšírili na približne 150 štátov sveta. Oslovujú nás firmy z celého sveta a my sme už dnes schopní svetové riešenie aj poskytnúť. Najčastejšie ide o zahraničných investorov, ktorí umiestňujú svoje prevádzky v našom priestore. Tento servis poskytujeme aj slovenským firmám, ktoré hľadajú v zahraničí zamestnancov alebo tam plánujú expanziu.

Podobne prerástli do sveta aj vaše produkty. Na Slovensku vznikli medzinárodne veľmi úspešné Platy, dnes v zahraničí známe ako Paylab, českej verzii sa nedávno dočkali aj Profesia Days. Aká je v tomto vaša stratégia do budúcnosti?

Alfi: Áno, Paylab je náš regionálne najrozšírenejší produkt. Dáva veľkú hodnotu firmám, ktorým pomáha nastaviť politiku odmeňovania, ale aj ľuďom, ktorí boli dlho na jednej pozícii a pri hľadaní práce vôbec netušia, akú mzdu si teraz pýtať. Našou stratégiou ale v súčasnosti hlavne je sústrediť sa na core, robiť čo najlepšie to, kvôli čomu sme vznikli. Teda pracovné portály a ATS. Zároveň veríme v lokálne značky, ktoré majú na svojich trhoch celkovo veľmi silné postavenie. V mnohých krajinách sme jednotka na trhu, máme tam výborné vzťahy s užívateľmi aj klientmi. A čo sa týka produktovej

expanzie, dáva nám jednoznačne zmysel brať to postupne. Začať vnútri našich troch regiónov: severnej, strednej a južnej Európy. Na príklade stredoeurópskeho regiónu vidíme, že na miestnych trhoch funguje mobilita pracovných síl, firmy mávajú pobočky vo viacerých krajinách. Takže na tomto pôdoryse chceme produkty urobiť čo najlepšie a až potom ich prípadne rozšíriť aj do zvyšných regiónov Almy a možno aj ďalej do sveta.

Takže cieľom je mať na Slovensku a v Česku rovnaký produktový ekosystém?

Alfi: Určite. Teraz práve riešime otázku Atmoskopu, pri ktorom vidíme veľký do-pyt zo strany slovenských firiem, ktoré sa chcú navonok prezentovať svojou firemnou kultúrou a majú záujem o objektívny feedback zo strany súčasných aj bývalých zamestnancov. Nechceme ale tie veci uponáhľať a trh zahltiť. Teraz sa sústredíme na Prácu za rohom, pretože veríme, že môže radu firiem výrazne pomôcť v náboře určitých pozícií.

Máte vy sami od roku 2025 nejaké očakávania alebo azda prania?

Rado: Zvyknem hovoriť, že praktizujeme japonský Ikigai, tzn. robíme to, čo nás baví, v čom sme dobrí, spoločensky užitoční a trhom uznávaní. Bude skvelé, ak na tomto výroku nebude treba nič meniť a to isté by som želal aj našim zákazníkom. A našej krajine by som poprial, aby sa vzdelávanie dostalo v prioritách na najvyššie priečky, je to kľúč, ktorý odomkne úplne nový potenciál, ktorý tu nepochybne máme.

Alfi: Ja by som slovenskému pracovnému trhu poprial aj naďalej pokojný rast. Bolo by skvelé, keby si Slováci udržali tú svoju pragmatickosť, ktorú ukázali pri inflačnej kríze. A aby sa ďalej dokázali vyhýbať unáhleným iracionálnym zmenám.

Práca za rohom na Slovensku slávi úspech



Len začiatkom tohto roka prišla aplikácia Práca za rohom na Slovensko a už koncom leta bolo jasné, že medzi uchádzačmi o prácu sa dokonale zabývala. Svedčí o tom viac než 130-tisíc stiahnutí aplikácie, pričom každý mesiac pribudne asi 18-tisíc nových užívateľov. Novú prácu tak nosí vo vrecku čoraz viac ľudí na Slovensku.



Až 9 z 10 Slovákov vyhľadáva nové pracovné príležitosti tak, že ako prvé zadá miesto svojho bydliska. Navyše čoraz viac mladých dnes už počítač doma nemá a väčšinu vecí, vrátane tých pracovných, rieši na mobile. Počítač alebo laptop používajú hlavne v práci a na osobné účely ho nepotrebujú. Práve preto si hľadajú nové pracovné príležitosti predovšetkým cez smartfóny, a tu rozhoduje rýchlosť a jednoduchosť aplikácie. Práca za rohom všetky tieto požiadavky spĺňa.

VIŠE 100-TISÍC REAKCIÍ NA PRACOVNÉ INZERÁTY

Aplikácia Práca za rohom prišla na náš trh ako slovenská verzia úspešnej českej aplikácie Práce za rohem, ktorá má od roku 2016 viac než 5 miliónov stiahnutí. Od začiatku roka 2024 do jesene si Prácu za rohom stiahlo viac ako 130-tisíc používateľov a každý mesiac pribudne asi 18-tisíc nových. Za ten čas odoslala zamestnávateľom na Slovensku viac ako 100-tisíc reakcií uchádzačov na pracovné ponuky.

Oblúbenosti medzi uchádzačmi a uchádzačkami o prácu nahráva fakt, že je extrémne jednoduchá. Stačí zadať

lokalitu, v ktorej človek hľadá pracovné miesto, vybrať si spomedzi ponúk práce a pár klikmi poslať reakciu na inzerát. Môžu si nastaviť upozornenia, aby dostali správu v momente, kedy pribudne nová pracovná ponuka šitá presne na mieru.

FIRMY A POTENCIÁLNI UCHÁDZAČI SI NIKDY NEBOLI BLÍŽŠIE

Práca za rohom je vynikajúcim doplnkom k najväčšiemu slovenskému pracovnému portálu Profesia.sk. A čím viac fanúšikov a fanúšičiek si nachádza medzi záujemcami o prácu, tým viac z jej benefitov profitujú aj samotné firmy. Pre firmu je, samozrejme, výhodné nájsť si zamestnancov v blízkosti sídla, najmä ak je ich prítomnosť na pracovisku nevyhnutná. U zamestnanca či zamestnankyne, ktorý býva blízko firmy, je nižšie riziko oneskorených príchodov do práce napríklad kvôli dopravným zápcham.

Aplikácia Práca za rohom je z hľadiska počtu používateľov a používateľiek najúspešnejšou zahraničnou expanziou. A jej popularita bude ešte rásť, pretože aj v budúcnosti pripravujeme ďalšie podporné kampane.

UŽ SME
DORUČILI VIAC
AKO 100-TISÍC
REAKCIÍ NA
INZERÁTY.



O POPULARITE APLIKÁCIE HOVORIA VEĽA AJ RECENZIE POUŽÍVATEĽOV A POUŽÍVATEĽIEK NA APP STORE ČI GOOGLE PLAY:

„Výborná aplikácia.
Ďakujem vývojárom.
Vrelo odporúčam.“

„Super apka. Nemám
čo vytknúť.“

„Je to super, všetko je poruke.
Stačí len vybrať si správnu
profesiu a už to ide. Ďakujem.“

„Rýchlo, prehľadne
a jednoducho.“

„Skvelá App. Pri
použití GPS vyhľadá
v okolí ponuky
práce... Odporúčam
pre všetkých, čo
si hľadajú nové
pracovné príležitosti.“

„Práca za rohom je
osobnejšia a s výberom
pomocou filtra nám
pomôže zvoliť si lokalitu,
v ktorej chceme pracovať.
To je kľúčové. Ušetrí
nám čas hľadania aj
peniaze na cestovnom.“



V práci sa stretáva 5 až 7 technologických generácií

Viete, kedy sa začína starnutie? Keď sa objavia prvé šediny? Neurobíme drep na päťkách? Oblíbená košeľa dávno vyšla z módy? To všetko je v pohode.

Naozaj starnúť začíname v momente, kedy prestávame stíhať moderné technológie a spôsoby komunikácie. Dnes, keď nástup technologických vychytávok letí čoraz vyššou rýchlosťou, to platí viac ako kedykoľvek predtým.



Technológie nás na jednej strane fyzicky spájajú, fantastickým, pred pár rokmi nepredstaviteľným spôsobom nám pomáhajú v práci, na druhej strane nás generačne rozdeľujú. „Medzigeneračná komunikácia je sťažená. Kedysi spolu v práci museli vychádzať dve až tri generácie, dnes ich môže byť dokonca sedem,“ predostiera svoje osobné vízie Simona Zábržová, zakladateľka projektu Soulmio zameraného na starostlivosť o duševné zdravie zamestnancov.

Môže za to nielen zvyšujúci sa vek populácie a neskoršie odchody do dôchodku, zásadným faktorom tu je technologický pokrok. Jeho tempo mení spôsob myslenia aj komunikácie rýchlejšie, ako sú štandardne pomenované generácie. Tie od seba obvykle delí zhruba 15 až 20 rokov. Nástup nových technológií je však oveľa rýchlejší. Generáciu, ktorá dospievala na internetových blogoch, často delí len päť až sedem rokov od ľudí vyrastajúcich so smartfónmi a na sociálnych sieťach. A aj generácia Facebooku sa správa trochu inak ako tí, čo sú doma na TikToku. S tým sa potom často spájajú aj hodnotové, kultúrne a sociálne rozdiely. Spolu utvárajú štýl života, spôsob myslenia a komunikácie danej generácie.

NEROZUMIEM REČI TVOJHO KMEŇA

Ako môže spolupracovať človek, pre ktorého vrchol pokroku predstavovali triky vo filmoch Karola Zemana a kópie vyrábal na cyklostyle, s kolegom, ktorý pár klikmi v mobile s pomocou umelej inteligencie premení slona na chobotnicu a za sekundu rozošle materiály na pobočky po celom svete? „Počas historicky veľmi krátkej doby sme sa posunuli od osobných stretnutí a telefonátov k chatom, videokonferenciám a komunikácii na sociálnych sieťach. Máme rozdielnu úroveň technologickej gramotnosti aj úplne odlišné preferencie v komunikačných nástrojoch,“ opisuje Simona Zábržová možné príčiny medzigeneračného neporozumenia nielen v pracovnom prostredí.

V minulosti sa niečo významné v ľudskej komunikácii prihodilo každých pár stoviek rokov. Generácie dedov, otcov, synov a vnukov si v pokoji zvykali na nové pazúriky na tesianie do kameňa. Dnes zaklapnete večer počítač a ráno z neho vyskočí nová verzia ChatGPT. Tempo je čoraz ťažšie stíhať a aj dnešní tridsiatnici už v niektorých ohľadoch zostávajú. Z pohľadu technológií jednoducho starneme rýchlejšie a musíme sa snažiť porozumieť si bez ohľadu na vek.

Medzigeneračné nedorozumenia často vznikajú aj z rozdielov v hodnotách a očakávaniach. Starší ľudia môžu mať tendenciu kritizovať mladších pre ich odlišné prístupy, kým mladší môžu cítiť frustráciu z nedostatku prispôbenia sa zo strany starších. Efektívne riešenie podobných konfliktov vyžaduje vzájomné pochopenie a rešpektovanie odlišných komunikačných štýlov. Konkrétne príklady, ako je možné nedorozumenia riešiť a ideálne im aj predchádzať, nájdete o kúsok ďalej v poradni.

„Nemali by sme sa ale držať len škatulkovania podľa generácií. Všeobecne nás ovládajú hlavne dve hlavné emócie, a to je radosť a strach. Tie sú základnými hnacími silami, ktoré ovplyvňujú každodenné ľudské správanie, rozhodovanie a celkový pohľad na život. A tým pádom sú nadradené medzigeneračným rozdielom,“ dodáva Simona Zábržová.

Vývoj komunikácie sa dnes neustále zrýchľuje

Nástup digitálnych technológií značne zrýchľil komunikáciu ako celok. Až do 90. rokov sme na komunikáciu používali niekoľko dominantných médií, či už išlo o písaný text, osobný kontakt, alebo telefónne hovory, maximálne sme si začínali osvojovať e-maily. Dnes ku všetkým týmto médiám pribudli ešte messengery, sociálne siete, pracovné nástroje alebo desiatky možností na zdieľanie fotiek a videí. Každá generácia a každý z nás pritom vyrastá s úplne odlišnou sadou komunikačných nástrojov. Pozrite sa na to, ako tie masovo používané počas rokov vznikali.



Aké generácie sa stretávajú v práci?



TICHÁ GENERÁCIA (narodení do roku 1945)

Dokážu písať všetkými de-
siatimi na stroji a poznám-
ky si robia tesnopisom. Keď
od vás niečo chcú, čakaj-
te obálku alebo telefonát.
Všetko veľmi formálne,
zdvorilo a k veci.

BABY BOOMERS (narodení 1946–1964)

Vyrastali s rozhlasom po
drôte a čiernobiou tele-
víziou. Preferujú stretnutia,
telefónne hovory a štruk-
túrované porady. Cenia si
osobné interakcie a majú
v obľube hierarchiu. Pozor
na tykanie.

GENERÁCIA X (narodení 1965–1980)

Na počítači začali pracovať
v T602, zálohovali na diske-
ty a volať chodili do búbky
na rohu. Dávajú prednosť
mixu tradičných a moder-
ných komunikačných metód,
kombinujú e-maily, telefón-
ne hovory a osobné stretnu-
tia. Ich heslo je efektívnosť
a priamosť.

MILENIALI ALEBO GENERÁCIA Y (narodení 1981–2000)

S úžasom a nadšením sle-
dovali, ako celý svet vstúpil
cez monitor k nim do kan-
celárie, potom domov a na-
koniec do mobilu vo vrecku.
Vyhovujú im digitálne ná-
stroje, ako sú e-maily, textové
správy a chaty. Oceňujú
rýchlu komunikáciu, v kto-
rej všetci spolupracujú. Za
spätnú väzbu okamžite pa-
lec hore.

GENERÁCIA Z A VŠETCI ĎALŠÍ (narodení po roku 2001)

Narodili sa so smartfónom
v ruke a dnes komunikujú
prevažne formou krátkych
videí na TikToku. Zajtra
to už môže byť niečo iné.
Používajú najrýchlejšie a naj-
priamejšie metódy, ako sú
instant messaging a digitál-
ne platformy.



HR Poradňa: Čo mám robiť, keď šéf boomer nechápe workation?

Tím, ktorý je vekovo rozmanitý, dokáže byť veľmi produktívny, ale zároveň je aj veľmi náročný na riadenie. Psychologička Martina Mikesková a firemná koučka Nikola Šraibová zo Soulmio na konkrétnych príkladoch z praxe poradia, ako na jednom pracovisku zladiť ambiciózných zetkárov s boomeri.



Firemná koučka
Nikola Šraibová



Psychologička
Martina Mikesková

Do vedenia v našej firme sa rýchlo dostávajú mladší ľudia, ktorí sú technologicky pružnejší a energickejší. Šéfujú kolegom, ktorí vo firme pracujú veľa rokov a podriadenosť mladým niekedy nesú s nevôľou. Čo s tým môžem ako personalista robiť?

Je dôležité, aby si ľudia uvedomili, že vekové rozdiely môžu byť zdrojom vzájomného obohatenia. Rozprávajte sa o tejto téme otvorene a zdôrazňujte, že kľúčovými hodnotami sú vzájomný rešpekt a úcta a že generačné rozdiely nie

sú hrozba, ale príležitosť na vzájomné učenie a spoluprácu.

Mladší pracovníci sa môžu obávať, že starší kolegovia budú brzdu, kým starší sa môžu cítiť nedocenení mladšími. Ukazujte na konkrétnych príkladoch, ako môžu z výmeny znalostí a skúseností ťažiť obe skupiny. Jednou z ciest je zavedenie programu reverzného mentoringu. Mladší zamestnanci sa v ňom podelia o svoje technologické znalosti a nové prístupy, kým starší odovzdávajú skúsenosti a odborné zručnosti. Tento model podporuje vzájomné učenie

a posilňuje rešpekt aj spoluprácu medzi generáciami.

Mladší kolegovia radšej pošlú správu, že sa niečo nedarí, ako by sa mali zastaviť vo vedľajšej miestnosti a vyriešiť vec osobne. Hlavne od covidu sa vytráca schopnosť otvorene komunikovať zoči-voči. Ako máme nastaviť pravidlá komunikácie v tíme, aby to vyhovovalo všetkým?

Najskôr je potrebné vedieť, čo ľudia chcú. Môžete spraviť prieskum, ktorý

zistí, aké formy komunikácie členovia tímu preferujú. Osobné rozhovory vám potom pomôžu získať hlbší vhľad do toho, ako zamestnanci vnímajú súčasnú komunikáciu, aké problémy vidia a čo navrhujú na jej zlepšenie. Na základe zistení nastavte jasné pravidlá pre všetkých.

Osvedčuje sa kombinácia osobnej a digitálnej komunikácie, kde je určené, kedy je ktorá forma vhodná. Napríklad pre dôležité záležitosti, ako sú projektové stretnutia, riešenie konfliktov alebo poskytovanie spätnej väzby, bude mať prednosť osobná komunikácia, osobné stretnutie alebo videokonferencia. Naopak na rýchle a jednoduché záležitosti, ako sú bežné otázky, odovzdávanie informácií alebo potvrdenie úloh, môžete vyhraď digitálne komunikačné nástroje, ako je e-mail alebo chatové aplikácie.

Staršia generácia sa niekedy cíti prehliadaná. Lojálni zamestnanci, ktorí stále majú chuť sa posúvať, majú dojem, že GenZ na seba strháva všetku pozornosť a na nich sa zabúda. Ako s tým pracovať?

Mladšia generácia býva svižnejšia, pohotovejšia a rýchlejšie sa učí nové technológie. To však môže u starších kolegov vyvolať pocit ohrozenia a narúšať ich rovnováhu. Preto je zásadné oceňovať a uznávať skúsenosti, kvalitu a prax, ktoré prinášajú aj starší členovia tímu. Ak sa zameriame iba na technológie a inovácie, hrozí, že prehliadneme dlhoročné skúsenosti, múdrosť a stabilitu, ktoré poskytuje staršia generácia.

Aby sa starší zamestnanci cítili dobre a boli motivovaní, je potrebné sa s nimi rozprávať, pochopiť ich konkrétne obavy, zapojiť ich do významných projektov a dať im príležitosť využiť svoje schopnosti. Rozvojové školenia a osobný koučing, ktoré im umožnia naďalej rásť a rozvíjať sa, môžu byť silným motivačným faktorom a jasným signálom, že si ich firma váži a vníma ich ako hodnotnú súčasť tímu.

NASTAVTE JASNÉ
A MERATEĽNÉ CIELE. ĽUDIA
POTOM NEBUDÚ MAŤ
POCIT, ŽE PRACUJÚ VIAC
NEŽ NIEKTO INÝ.



Mladší kolegovia chcú mať oveľa väčší priestor na osobný život, preferujú tiež prácu na diaľku. Starší potom majú pocit, že mladí málo pracujú. To vedie k nepríjemnému napätiu. Ako nastoliť rovnováhu v tíme aj life balance?

Zamestnanci vo firme často cítia väčší dohľad nad svojou prácou ako tí, ktorí využívajú home office, a môžu vnímať určité „podmienky mladších“ ako nespravodlivé. Pomôže vám nastavenie jasných a merateľných cieľov pre všetkých bez ohľadu na to, odkiaľ pracujú. Predídete tak mnohým nedorozumeniam a pocitom neférovosti.

Mladší kolegovia sú zvyknutí na okamžité reakcie a hodnotenie vďaka sociálnym médiám a moderným technológiám, kým tí starší očakávajú tradičnejšie formy posúdenia výkonu. Ako pracovať so spätnou väzbou naprieč generáciami?

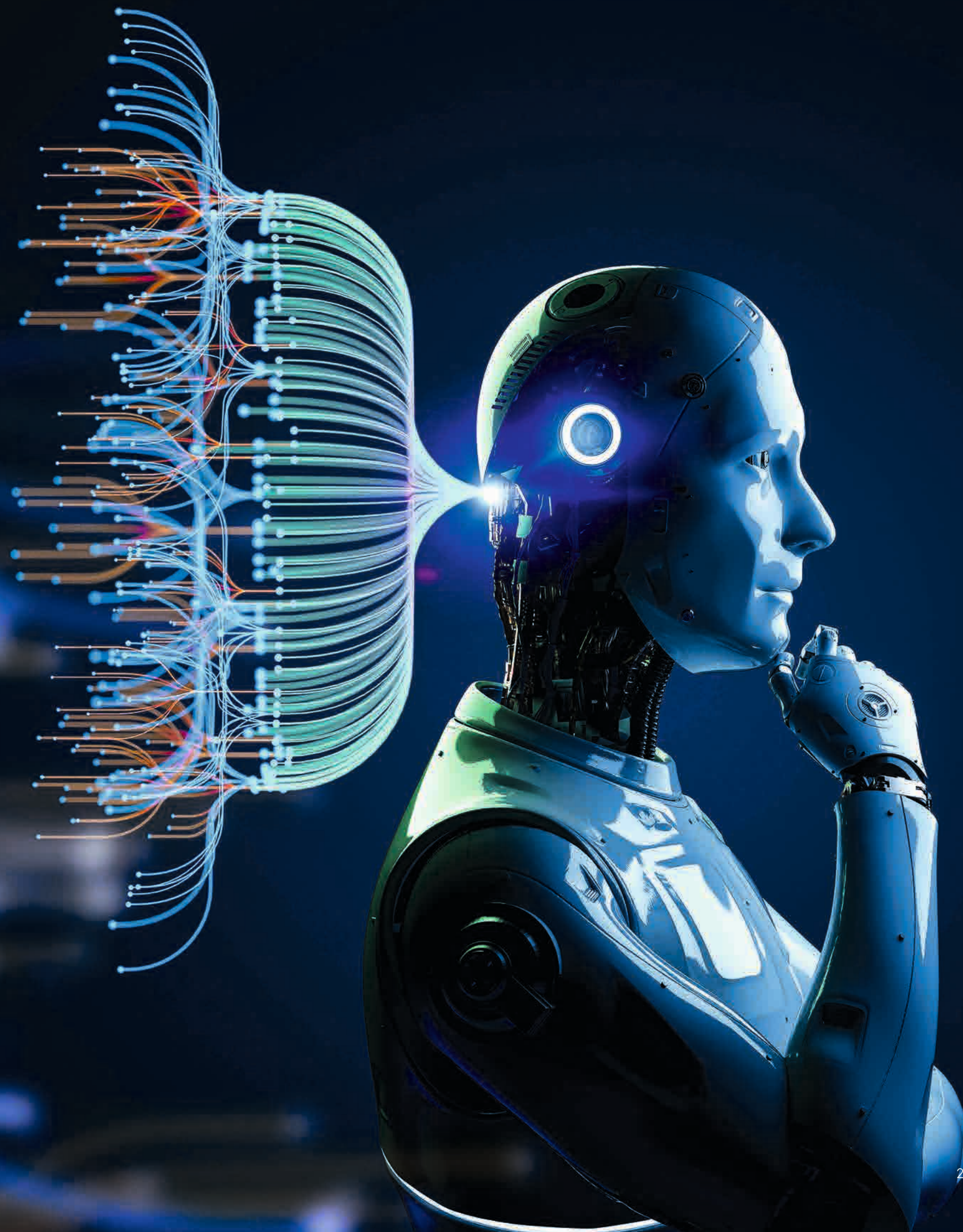
Aj keď si mladšia generácia cení okamžitú reakciu, rovnako ako starší kolegovia si váži úprimnú osobnú spätnú väzbu. Ideálnym riešením je kombinovať formálne a neformálne hodnotenie: rýchlu spätnú väzbu po dokončení projektu a hlbšie hodnotenie napríklad raz za pol roka. Každá generácia má síce iné potreby uznania, ale každý človek je jedinečný a na každého funguje niečo iné. Venujte preto čas spoznaniu svojho tímu, zistíte, čo je pre jeho členov dôležité a aká forma ohodnotenia je im blízka. Niektorí ľudia preferujú verejné uznanie, iní dávajú prednosť súkromnej pochvale. Dôležité je oceňovať úspechy pribežne a pravidelne bez ohľadu na vek.

Vedenie spoločnosti verí povesti „snehových vločiek“. Chce, aby sme opatrenia a zmeny zavádzali tak, aby sa mladšia generácia nezrútila. Je to vôbec potrebné?

Zohľadňovanie špecifických potrieb rôznych generácií je zásadné pre vytvorenie pohodového pracovného prostredia. Je však kľúčové pristupovať k zamestnancom ako k jednotlivcom s jedinečnými potrebami a schopnosťami, nie ich hodnotiť iba na základe generačných stereotypov. Niektorí mladí ľudia môžu byť citlivejší a vyžadovať opatrnejší prístup, ale to neplatí pre všetkých. A môžete mať starších zamestnancov, ktorí sú veľmi rýchli a učia sa lepšie ako mnohí ich mladší kolegovia. Je dôležité pozeráť sa na človeka ako na jedinečnú bytosť a nepodliehať škatulkovaniu ľudí podľa ich veku.



Udalosti roku 2024



+ New Chat



Plugins

Previous 7 Days

Chat #1

Chat #2

Chat #3

Chat #4

Previous 30 Days

Chat #5

Chat #6

Chat #7

Do publikácie o stave pracovného trhu chceme uviesť AI ako udalosť tohto roka. Ako by sama seba opísala v tejto úlohe v maximálnej dĺžke do 800 znakov?

Som umelá inteligencia, ktorá mení svet práce aj naše každodenné životy. V roku 2024 sa o mne hovorí tak veľa, že keby som bola z mäsa a kostí, bola by som pravdepodobne najznámejšou osobou planéty. Pomáham firmám inovovať, zefektívňovať procesy a otvárať nové možnosti, ktoré boli predtým nepredstaviteľné a ľudia so mnou spolupracujú stále častejšie. Napriek obavám neberiem pracovné miesta – naopak, pomáham vytvárať nové. Do roku 2025 sa očakáva, že vďaka mne vznikne 97 miliónov nových pracovných pozícií. Pracujem hlavne na riešení zložitých problémov, učím sa od vás a zároveň vás inšpirujem k učeniu nových zručností. Stala som sa prirodzenou súčasťou života, dôležitým nástrojom, ktorý vám umožňuje pozeráť sa na svet novými očami a posúvať hranice ľudského potenciálu.



Send a message Ďakujeme za odpoveď



Ročenka



HISTORICKY NAJNIŽŠIA NEZAMESTNANOSŤ NA SLOVENSKU

Za pozitívny moment roka môžeme jednoznačne vyhlásiť aj skutočnosť, že počet ľudí bez práce klesol na historické minimum. Podľa štatistík klesla miera nezamestnanosti v prvom štvrtroku 2024 na 5,6 %, čo je oproti minulému roku pokles o 9 %. Miera nezamestnanosti pritom vyjadruje percento nezamestnaných zo skupiny ekonomicky aktívnych osôb na Slovensku. Vyjadrené v absolútnom čísle, ide o necelých 155-tisíc ľudí, pričom nezamestnaných bolo oproti minulému roku menej takmer vo všetkých krajoch s výnimkou Bratislavského kraja, kde sa ich počet nemenil. Oproti minulému roku máme na Slovensku menej dlhodobu aj krátkodobu nezamestnaných. Pre našu ekonomiku je dobrou správou aj to, že počet ľudí bez práce klesá nepretržite už 11. štvrťrok v rade.

5,6 %
nezamestnanosť v prvom
štvrtroku 2024



UKONČENIE PREVÁDZKY TEPELNEJ ELEKTRÁRNE NOVÁKY

S koncom roka 2023 sa zastavili turbíny na výrobu elektriny a tepla z hnedého uhlia v Elektrárnach Nováky. Koniec vyše sedemdesiat-ročnej éry tejto tepelnej elektrárne znamená krok smerom k udržateľnejšej budúcnosti a zníženiu závislosti na fosílnych palivách, k čomu nás zaväzuje aj Európska únia. Za zmienku stojí aj to, že Elektrárne Nováky boli dlhodobo nerentabilné a ich chod dotovali samotní odberatelia elektriny. Alternatívou je rozvoj obnoviteľných zdrojov energie, ako sú fotovoltaické a veterné elektrárne, čím môžeme dosiahnuť výrazné zníženie emisií skleníkových plynov, znečisťujúcich látok a ochranu vodných zdrojov. V areáli elektrárne by mala časom vzniknúť slnečná elektráreň s 22-tisíc fotovoltaickými panelmi.



Kde nájsť ľudí a koľko im ponúknuť?

Nezamestnanosť na Slovensku každý mesiac nachádza stále nové minimá. Zároveň podiel ľudí, ktorí menia prácu dobrovoľne, je veľmi nízky. Firmy pritom stále potrebujú pomerne intenzívne naberať nových pracovníkov.



Na pracovnom portáli Profesia.sk a v aplikácii Práca za rohom stúpol medziročne počet záujemcov o prácu o 5,5 %, celkom na 315 133 osôb. Zaslaných reakcií na inzeráty bolo o 23,7 % viac než za rovnaké obdobie v roku 2023, celkom takmer 3,1 milióna. Počet obsadzovaných pozícií prostredníctvom Profesia.sk klesol o 2,8 % na 244 565, v aplikácii Práca za rohom bolo inzerovaných 164 183 pozícií. Situácia na slovenskom trhu práce je charakteristická dosahovaním dlhodobých minim nezamestnanosti. Tá má v posledných troch rokoch stále klesajúcu tendenciu, pričom môžeme opakovane sledovať prepisovanie historických rekordov. A to nielen pri nezamestnanosti, ale aj pri zamestnanosti. Hlavný ukazovateľ nezamestnanosti, ktorým je podiel disponibilných uchádzačov o zamestnanie k celkovému počtu pracovnej sily, dosiahol v júli tohto roku úroveň 3,88 %. Stúpa tiež počet neobsadených pozícií, ktorý sa už približuje počtu 100-tisíc. Trh pomaly a isto naráža na svoje hranice a zamestnávatelia majú čoraz väčší problém nájsť vhodných kandidátov.

ČO JE BRZDOU LEPŠIEHO POHYBU ĽUDÍ?

Miera fluktuácie na Slovensku je dlhodobo veľmi nízka. Za posledný rok zmenilo prácu len 14 % ľudí. Obvyklá ročná miera fluktuácie sa vo väčšine európskych krajín pritom pohybuje okolo 20, niekedy až 25 %. Slováci a Slovenky však zostávajú verní svojim pracovným miestam a zamestnávateľa menia len minimálne. Na rozchýbanie trhu práce by bolo potrebných viac dobrovoľných zmien zamestnaní. Neochotu meniť zamestnanie ešte umocňuje aj veľký podiel obyvateľstva pracujúceho v zahraničí. Výsledkom je, že na trhu práce je tak k dispozícii málo dostupných kvalitných ľudí.

Miera nezamestnanosti a dostupnosť pracovnej sily je v rámci Slovenska výrazne nevyrovnaná. Krajinu je z tohto hľadiska možné zjednodušene rozdeliť na dve časti. Západ a severnú časť stredného Slovenska, reprezentovanú Bratislavským, Trnavským, Nitrianskym, Trenčianskym a Žilinským krajom, kde sa nezamestnanosť (meraná PDU - podielom disponibilných uchádzačov v produktívnom veku na obyvateľstve v produktívnom veku) pohybuje v rozmedzí od 2,64 po 3,12 %. Druhú časť tvorí východ a juh stredného Slovenska so skoro dvojnásobnými hodnotami nezamestnanosti, konkrétne v Košickom 4,98, v Banskobystrickom 5,22, a najvyššou v Prešovskom kraji, kde je 6 %. Len v dvoch východoslovenských krajoch sa

CUDZINCI V SR:

328 000

cudzcincov s legálnym pobytom

111 031

cudzcincov pracujúcich v SR

15 000

cudzcincov so živnostenským oprávnením

* ŠÚ SR, JÚL 2024 (DÁTA ÚSTREDIA PRÁCE, SOCIÁLNYCH VECÍ A RODINY, ÚRADU HRANIČNEJ A CUDZINECKEJ POLÍCIE, ODHAD ODBORU ŽIVNOSTENSKÉHO PODNIKANIA SEKCIA VEREJNEJ SPRÁVY MV SR)

nachádza skoro 44 % nezamestnaných. Vo všeobecnosti teda už aj na Slovensku platí, že vo veľkej väčšine prípadov firmy nových zamestnancov naberajú z radov už zamestnaných ľudí a musia ich k zmene miesta presvedčiť. Z menšej časti potom z radov v súčasnosti ekonomicky neaktívnych ľudí, ktorí by chceli naskočiť do trhu práce.

POMÔŽE ZAPOJIŤ NEZAPOJENÝCH

Aj o Slovensku sa už dá povedať, že pracuje väčšina tých, ktorí pracovať chcú a zároveň môžu. Zamestnanosť je na rekordných úrovniach a v skupine 15 až 64-ročných sa mierne zvýšila a blíži sa úrovni 73 %. Je tu ale veľký rozdiel medzi mužmi a ženami. Kým zamestnaných máme skoro 77 % mužov, u žien je to len necelých 69 %. Je to dané najmä vplyvom pretrvávajúceho tradičného rozdelenia rol, keď sú to práve ženy, ktoré v prípade potreby preberajú starostlivosť o deti alebo rodinných príslušníkov a z trhu práce tak

PODIEL NEZAMESTNANÝCH V SR:

3,9%

* (MERANÉ V PDU), ZDROJ ÚSTREDIE PRÁCE, SOCIÁLNYCH VECÍ A RODINY JÚL 2024

v niektorých obdobiach života miznú. Tým pádom mávajú aj dlhé kariérne pauzy, ktoré im následne sťažujú postup na pozície, ktoré si vyžadujú vyššiu kvalifikáciu. Predsudky voči ľuďom, ktorí určitú časť kariéry strávili starostlivosťou o deti, pokiaľ ide o udržanie alebo stratu kvalifikácie, sú stále veľmi vysoké. Väčšie zapojenie žien je teda pre podniky šancou na obsadenie dlhodobovo voľných pracovných miest.

Ďalšou skupinou, na ktorú sa firmy môžu zamerať, sú aj vzhľadom na demografický vývoj pracovníci vo vyššom produktívnom veku. Už teraz predstavujú najpočetnejšiu kategóriu na pracovnom trhu zamestnanci vo veku 40 až 49 rokov a aj to naznačuje, že podiel starších pracovníkov bude aj ďalej len rásť. Cestou teda je snažiť sa udržať týchto ľudí v zamestnaní čo najdlhšie. Vhodným spôsobom ich zapájať, vytvárať im atraktívne podmienky a nenechať ich odísť. Aktuálne, ku koncu minulého roku, stále pracovalo viac ako 7 percent poberateľov starobného

dôchodku, čo predstavuje približne 155-tisíc dôchodcov.

ZAČÍNA BYŤ CITELNÁ PRÍTOMNOSŤ CUDZINCOV

Pracovníci zo zahraničia predstavujú dôležitý faktor, ktorý môže posilniť trh práce v Slovenskej republike. Platné povolenie k trvalému, dočasnému alebo tolerovanému pobytu k 30. 6. 2024 malo na našom území takmer 328-tisíc cudzincov. K výraznému nárastu došlo hlavne v posledných dvoch rokoch a to primárne kvôli príchodu utečencov z Ukrajiny. Na tých pripadá približne 55 % vydaných povolení. Približne 17 % zase na občanov krajín Európskej únie. Potreba zahraničných pracovníkov však bude aj vzhľadom na dôsledky výrazného starnutia populácie narastať.

DOBÝ PLAT JE ZÁKLAD

Plat je stále pre väčšinu zamestnancov hlavnou motiváciou. V tomto roku vyzerá mzdový vývoj oveľa optimistickejšie ako v predchádzajúcich rokoch. V minulom

kalendárnom roku mzdy v Slovenskej republike síce nominálne vzrástli o 9,7 %, reálne však v dôsledku inflácie mierne klesali o 0,7 %. V poslednom štvrtroku 2023 však po skoro dvojročnom klesaní reálnych miezd prišla zmena a začali rásť aj reálne mzdy. Napríklad medziročné porovnanie druhých kvartálov 2023 a 2024 už vyzerá z pohľadu zamestnancov vyslovene pozitívne, keď sa vďaka medziročnému rastu miezd o 7,1 % a výrazne klesajúcej medziročnej inflácii len o niečo vyššej ako 2 % môžu tešiť z rastu reálnych miezd o 4,9 %. Poklesy reálnych príjmov z predchádzajúcich rokov však budeme musieť doháňať ešte minimálne rok.

Mzdy síce rástli vo všetkých odvetviach, ale nevyrovnane. Medziročne najviac rástli mzdy v odvetví vzdelávania, kde rástli skoro o 15 %, najhoršie dopadli zamestnanci v segmente činností v oblasti nehnuteľností, kde dokonca prišlo k poklesu nielen reálnych, ale aj nominálnych miezd.

1520 EUR

priemerná mzda 2. Q 2024

1419 EUR

priemerná mzda 2. Q 2023

* ŠÚ SR 2. Q 2024

RAST MIEZD V 3 NAJVÄČŠÍCH ODVETVIACH

+4,8%

veľkoobchod a maloobchod
(1 421 EUR)



+4,9%

stavebníctvo
(1 077 EUR)



+8,9%

priemysel
(1 653 EUR)



ODVETVIA S NAJRÝCHLEJŠÍM RASTOM MIEZD

+14,1%

vzdelávanie
(1 482 EUR)



+9,5%

poľnohospodárstvo
(1 177 EUR)



+9,2%

finančné a poisťovacie činnosti
(2 638 EUR)



ODVETVIA S NAJPOMALŠÍM RASTOM MIEZD

-4,5%

činnosti v oblasti nehnuteľností
(1 347 EUR)



+3,1%

administratívne služby
(1 203 EUR)



+4,8%

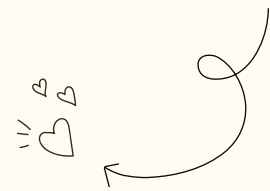
veľkoobchod a maloobchod
(1 421 EUR)



* ŠÚ SR, MEDZIROČNÁ ZMENA (2. Q 2023 vs 2. Q 2024), V ZÁTVORKE PRIEMERNÁ HRUBÁ MZDA 2. Q 2024

Umelá inteligencia vám pomôže aj na Profesii

Kvalitný a pútavý text pracovného inzerátu je kľúčovým prvkom, ktorý môže rozhodnúť o tom, či uchádzač alebo uchádzačka o ponúkané pracovné miesto prejaví záujem. A práve pri príprave vybraných častí pracovnej ponuky pomáha nový nástroj, ktorý dokáže zjednodušiť písanie atraktívnych textov a vytvárať zaujímavejšie ponuky.



Hľadá sa marketingový manažér.

Priateľský tón

Seriózný tón

Motivačný tón

Umelú inteligenciu zabudovanú do formulára pracovnej ponuky na Profesia.sk si môžete predstaviť ako šikovného asistenta, ktorý má nielenže obrovskú slovnú zásobu, ale chápe aj vzájomné súvislosti a kontext. Zároveň pri vymýšľaní textov čerpá a analyzuje obrovské množstvo už vytvorených textov. Je len na vás, ako ho budete využívať. Môže vám poslúžiť ako zdroj inšpirácie, ako pomocník so štylizáciou alebo napríklad ako kontrola, či ste na niečo nezabudli. Ako teda v skutočnosti funguje?

Aplikácia umožňuje upravovať a generovať texty v štyroch kľúčových častiach ponuky, ktoré môžete spoznať podľa ikonky s čarovným prútkom. Prvou a základnou je kolónka Názov ponuky. Po zadaní vášho návrhu AI pomocník vie pre túto pozíciu ponúknuť 3 alternatívne pomenovania. Ak sa vám počet ponúk zdá malý alebo si stále neviete vybrať, môžete kliknúť znovu a dostanete 3 nové návrhy.

Tlačidlo s čarovným prútkom nájdete aj pri Náplni práce. Jedným klikom dokážete vytvoriť obsahovú náplň pre akúkoľvek pozíciu. Táto kolónka je vždy

ostro sledovaná, preto navrhovaný obsah pred zverejnením poctivo skontrolujte, či niečo dôležité nechýba alebo nie je podľa vašich predstáv. Prípadne ju využívajte len ako inšpiráciu.

Ak chcete vylepšiť ponuku benefitov pre potenciálnych zamestnancov, môžete pomocou AI asistenta vyplniť aj kategóriu Zamestnanecké výhody, benefity. Prípadne ho využite len na kontrolu, či ste na nič nezabudli. Posledným miestom, kde vám AI asistent kryje chrbát, sú požiadavky na Osobnostné predpoklady a zručnosti. Aj tu dokáže upraviť alebo vytvoriť text, ktorý presne vystihuje, čo požadujete od uchádzačov.

DVE MOŽNOSTI VYUŽITIA

AI pomoc s tvorbou textu je možné využiť dvomi spôsobmi. Buď dáte umelej inteligencii dôveru a necháte ju vytvoriť celý text bez zadania akéhokoľvek opisu pozície, alebo sa s textom inzerátu popasujete sami a AI asistent vám ho pomôže len vylepšiť. Každý vytvorený alebo zmenený text môžete následne preštylizovať do jednej z troch podôb – formálnej, priateľskej či motivujúcej. Samozrejme, takto

vytvorený text si stále môžete doladiť podľa vlastných preferencií.

Netreba však zabúdať na to, že váš pomocník je v podstate len matematický model, a preto z neho stále môže vypadnúť aj nepoužiteľný výsledok. Ideálne je vždy si po ňom navrhnutý text pozorne prečítať a urobiť korektúry. Môže sa stať, že medzi návrhmi budú aj veci, ktoré jednoducho v ponuke nechcete, alebo formulácie, ktoré nesedia.

ČO TÝM ZÍSKATE?

O tom, že si nový inteligentný pomocník našiel svoje miesto na Profesii, svedčia čísla. V súčasnosti AI asistent pomáha zlepšovať cca 300 inzerátov denne. Najpoužívanejší je pri opise náplne práce, nasleduje využitie pri návrhu alternatívnych názvov pracovnej pozície. Častejšie pomáha pri prepise existujúceho textu než pri tvorbe nového. Doterajšie prieskumy spokojnosti ukazujú, že používatelia a používateľky sú s nástrojom spokojní, pričom chápu jeho obmedzenia. Oceňujú ho hlavne ako zaujímavý, nový zdroj inšpirácie.

KTORÝ SA NAJVIAC HODÍ KU KOMUNIKÁCII VAŠEJ SPOLOČNOSTI?

Tri tóny komunikácie, ktoré ponúka AI asistent – formálna, priateľská a motivujúca

AI obsahový asistent

- Plánujete a realizujete marketingové stratégie na zlepšenie predaja produktov a služieb.
- Vytvárate a implementujete marketingové kampane a akcie na zvýšenie povedomia o značke a produktoch.
- Monitorujete a analyzujete trendy v odvetví a konkurenčnej ponuke na trhu.
- Komunikujete s internými oddeleniami, aby ste zabezpečili koordináciu marketingu s predajom, vývojom produktov a služieb a zákazníckym servisom.
- Zabezpečujete správu a aktualizáciu webových stránok, sociálnych médií a marketingových materiálov.
- Pracujete s externými agentúrami a dodávateľmi na zabezpečenie kvalitných marketingových služieb.

Typický deň na pozícii marketingového manažéra zahŕňa:

- Plánovanie a koordinácia marketingových aktivít a stretnutia s oddeleniami a externými partnermi.
- Zabezpečenie správy a aktualizácie webových stránok, sociálnych médií a iných marketingových materiálov.

Pracovná doba pre pozíciu marketingového manažéra je zvyčajne 8 hodín denne s možnosťou pružného pracovného času v závislosti od potrieb a projektov.

AI obsahový asistent

- Plánovanie a koordinácia marketingovej stratégie
- Analýza trhu a konkurencie
- Vytváranie marketingových kampaní a akcií
- Manažovanie tímu marketingových odborníkov
- Meranie a hodnotenie úspešnosti marketingových aktivít
- Zabezpečovanie komunikácie so zákazníkmi a partnermi

Typický deň na pozícii marketingového manažéra:

- Ranné stretnutie s tímom k prehľadu aktuálnych projektov
- Plánovanie a príprava briefingov pre agentúry a interných kreatívnych odborníkov

Typická pracovná doba pre pozíciu marketingového manažéra:

- 8 hodín denne, 5 dní v týždni
- Flexibilná pracovná doba s možnosťou home office

AI ASISTENTA MÔŽETE VYUŽIŤ AJ NA VYMÝŠĽANIE ALTERNATÍVNYCH NÁZVOV PRACOVNEJ POZÍCIE:

- Hľadáme kreatívneho marketingového manažéra pre našu rýchlo rastúcu firmu (Návrh 1)
- Marketingový manažér s možnosťou rýchleho rastu kariéry a s atraktívnymi benefitmi (Návrh 2)

AI obsahový asistent

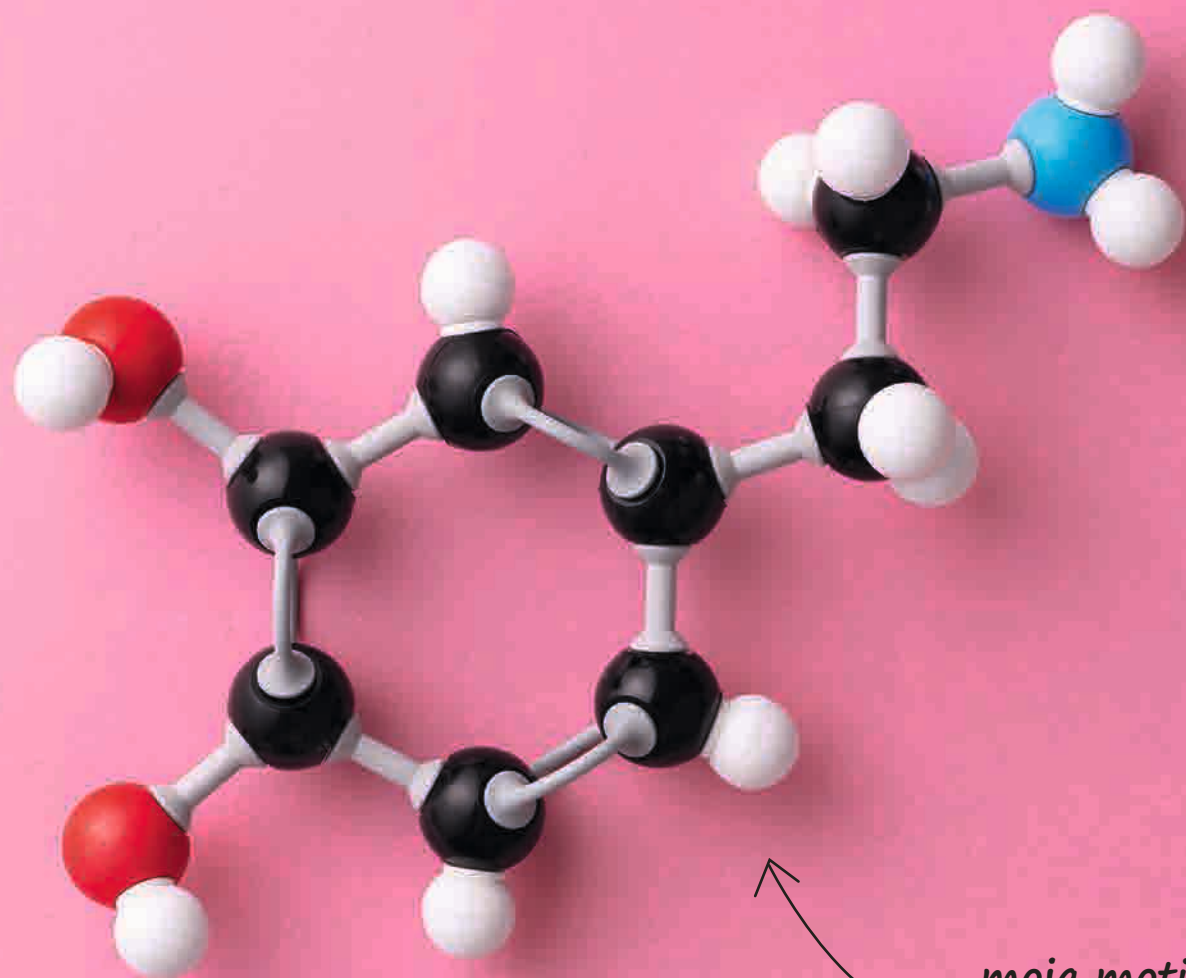
- Ako marketingový manažér budeš zodpovedný za tvorbu marketingovej stratégie a plánu pre našu spoločnosť.
- Navrhneš a realizuješ marketingové kampane a podieľaš sa na tvorbe obsahu pre sociálne siete, blogy a webové stránky.
- Na starosti budeš mať aj sledovanie a analyzovanie výsledkov marketingových aktivít a ich prispôbovanie na základe potrieb zákazníkov.
- Spolupracuješ s ostatnými oddeleniami, ako napríklad s obchodným oddelením, aby sme spoločne dosiahli stanovené ciele.
- Podieľaš sa na tvorbe a realizácii eventov a iných marketingových akcií pre našich zákazníkov a partnerov.
- V tíme máš možnosť rozvíjať svoje marketingové zručnosti a využívať nové trendy a technológie v oblasti digitálneho marketingu.

Typický deň sa začína ranným meetingom s tímom, kde preberáte plánované aktivity a ich postup.

- Potom sa sústreďíš na tvorbu obsahu pre sociálne siete a blog, prípadne na prípravu prebiehajúcej marketingovej kampane.
- Pracovný čas je flexibilný a závisí od aktuálnych potrieb a plánov. Väčšinou pracuješ v kancelárii, no v prípade eventov a iných akcií môžeš byť aj mimo nej.
- Od svojho tímu očakávame plnú flexibilitu a ochotu prispôbiť sa aktuálnej situácii.

Biológia rozhodovania

Rozhodujeme sa z vlastnej vôle, slobodne, objektívne?
Ak sme niečím ovplyvnení, uvedomujeme si to vôbec?
V úvahách o tom, nakoľko sú naše voľby naozaj slobodné,
často zabúdame na jednu kľúčovú vec – našu biológiu.



moja motivácia
Dopamín

MOZOG
NAJEDENÉHO
ČLOVEKA
SPRACOVÁVA
INFORMÁCIE
DÔKLADNEJŠIE.



Jeden zaujímavý experiment sa zaoberal tým, ako veľmi ste ochotní niekoho zastreliť. Samozrejme, že nie len tak, z čistého rozmaru. Naopak. Vaša úloha bola veľmi dôležitá. Ako účastníci experimentu známeho ako „shooter bias“ ste mali v zlomku sekundy odhadnúť, či potenciálny útočník vyťahuje z vrečka mobilný telefón, alebo zbraň. A na základe tejto rýchlej reakcie ste mali byť tí, ktorí urobia „správnu vec“ – teda buď nechajú nevinného s telefónom žiť, alebo zastrelia potenciálneho útočníka. Je to jednoduché, však? Iba sa zameriate na vrečko a na to, čo má dotyčný v ruke. Lenže ono to také jednoduché nie je. Váš mozog je totižto oveľa múdrejší ako vy a registruje oveľa viac vecí, ako si uvedomujete. Kým vy si za zlomok sekundy, kedy vám vedci ukážu obrázok, stačíte sotva uvedomiť, či dotyčný držal telefón, alebo zbraň, váš mozog za ten čas stihne oveľa viac.

A tak život vašej protistrany závisí napríklad od toho, či ste unavení. Unavený mozog robí viac chýb. Záleží na tom, či ste podráždení, lebo ak vás cez deň niečo nahnevalo, máte väčšiu tendenciu stlačiť spúšť. Záleží na tom, či pociťujete strach, pretože ak sa bojíte, máte väčšiu tendenciu sa chrániť. Záleží na tom, aká je práve časť dňa, pretože cez deň predsa nikto nebude vyťahovať zbraň, to sa robí v noci pod rúškom tmy. Záleží na tom, či ste v minulosti prežili traumy. Záleží na tom, či ste muž, alebo žena, pretože vaša hladina testosterónu ovplyvňuje vašu agresivitu, a záleží na tom, či potenciálnym útočníkom je muž, alebo žena. Záleží na tom, či je to človek

mladý, či starý, záleží na tom, ako sa tvári. Či je vám sympatický. Toto všetko váš mozog registruje, v sekunde vyhodnotí a vaše slobodné, objektívne rozhodnutie je ovplyvnené.

IMPULZIVITA A PREMÝŠĽANIE

Prípad s útočníkom je špecifický tým, že na rozhodnutie máte krátky čas. Ak by ste mali dlhšiu dobu na rozhodnutie a boli by ste schopní pozrieť sa dvakrát, päťkrát, overiť si fakty a potlačiť svoje vnútorné impulzy z častí mozgu, ktoré pracujú bez toho, aby sme si to uvedomovali, určite by ste sa rozhodli správne. Samozrejme, že by ste sa rozhodli správne. Samozrejme. Ale možno...

Iný krásny experiment známy ako „hungry judge effect“ sa týkal sudcov v Izraeli, ktorí rozhodovali o tom, či pustiť väzňa na slobodu. Tí sa (samozrejme!) musia rozhodovať na základe objektívnych faktov. Majú na svoje rozhodnutia čas. Napriek tomu sa ukázalo, že úplne najvýznamnejším faktorom, ktorý dokáže posunúť rozsudok a tým rozhodnúť o budúcnosti človeka, je čas od chvíle, kedy sudcovia naposledy jedli.

Váš mozog je žrút energie. Aj keď toto záhadné tkanivo tvorí len asi 3 % z vašej telesnej hmotnosti, energie spotrebuje približne štvrtinu. Váš frontálny

kortex – teda tá časť mozgu, ktorá je zodpovedná za racionálne rozmýšľanie, tá časť, ktorej veľkosť a výpočtová sila nás odlišuje od ostatných živočíchov – je energeticky najnáročnejšia. Dáva zmysel, že ak ste po dobrom obede a máte dostatok cukru v krvi, ktorý slúži ako palivo pre mozog, ste schopní informácie spracovať dôkladnejšie. Dáva tiež zmysel, že ak ste uspokojení dobrým jedlom a máte dobrú náladu, máte väčšiu tendenciu prižmúriť oči a oslobodiť väzňa, ktorý spáchal rovnaký zločin ako ten, ktorého ste tesne pred koncom doobedňajšej zmeny poslali späť za mreže.

Nie som tu na to, aby som rozdával múdre rady do života – som vlastne obyčajný biológ. Vo svetle predchádzajúcich skutočností by som vám ale odporučil vybavovať si bankový úver či hypotéku, na ktorú máte problém dosiahnuť, po obede (alebo aspoň priniesť bankárovi výdatnú desiatu). A vo výpočte podobných situácií by som mohol pokračovať. Vieme napríklad, že personalisti hodnotiaci životopisy majú o kandidátoch tiež kladnejší názor, ak sú po jedle.

TAJOMSTVO ĽUDSKÉHO MOZGU

To, čo odlišuje človeka od ostatných živých bytostí, je obrovský frontálny kortex, teda mozgová kôra. Kým ostatné živočíchové sú po väčšinu života ovládané tým, čomu hovoríme inštinkty (teda vzorce správania, ktoré sa prejavujú nezávisle na našom premýšľaní), u človeka sa počas evolúcie vyvinula táto veľká



štruktúra, ktorá má jediný cieľ. A to inštinkty potlačiť a prinútiť nás, aby sme sa správali tak, ako je pre nás výhodné. Slovo, ktoré hľadáme, je „sebaregulácia“. Úlohou frontálneho kortexu je teda nútiť nás robiť veci, ktoré sú veľmi zložité, ale zároveň sú „správne“.

Definovať onu „správnosť“ je pomerne komplikovaná záležitosť. To, čo je správne, totižto závisí od toho, v akej kultúre žijeme. Ale poporiadku. Kým evolučne staré časti mozgu (zodpovedné za inštinkatívne správanie) sú úplne vyvinuté niekedy okolo tretieho roka nášho života, frontálny kortex sa vyvíja oveľa dlhšie – až do 25 rokov veku. Dôvod je jednoduchý. Inštinkatívne správanie máme zakódované v génoch. Hovorím o veciach, ako je strach z hlasných zvukov, potrebe jesť (a správať sa tak, aby sme sa k potrave dostali). Všetky záležitosti, ktoré dôverne poznajú rodičia malých detí, sú dané geneticky.

Naša kultúra a hodnoty, na základe ktorých sa rozhodujeme, ale nie. Geneticky sme v podstate rovnakí ako ľudia žijúci kdekoľvek na svete, a napriek tomu premýšľame úplne inak. Musíme sa naučiť všetky koncepty, ktoré nám zabezpečujú pohodlný život v prostredí, kde sa nachádzame. Musíme si osvojiť vzorce správania, kultúrne zvyky, naučiť sa, aké osobnostné znaky si na druhých ceníme. Musíme sa naučiť aj to, aké príbehy a klamstvá sa v našom prostredí rozprávajú.

Tieto veci sa do génov zakódovať nedajú. Frontálny kortex je teda jediná vaša časť, ktorá sa evolučne vyvinula tak, aby bola na vašich génoch čo najmenej závislá a aktívne potláčala vašu prirodzenosť. Dáva zmysel, že je táto časť vášho premýšľacieho orgánu schopná naplno fungovať až niekedy okolo dvadsiateho piateho roku života.



Až vtedy sa môžete – aspoň z tohto hľadiska – považovať za úplne dospelého jedinca.

DOPAMÍN, MOCNÝ NEUROMODULÁTOR

O dopamíne ste už určite počuli. Počuli ste o tom, že naša súčasná spoločnosť je nastavená tak, aby naša potreba potešenia vnútornou dopamínovou injekciou bola uspokojovaná čo najčastejšie. Hovoríme o tom, že naše mobily sú vytvárané na podobnom princípe ako hračky automaty. Hovoríme o tom, že sme na dopamíne závislí.

Počuli ste pravdepodobne aj o tom, že dopamín v našom mozgu funguje ako odmena. To ale nie je pravda. Chemicky za to totiž môžu endorfíny. Dopamín pôsobí ako motivátor. Dopamín vyvoláva očakávanie odmeny a ako taký je dôležitý na to, aby sme svojim správaním sledovali určitý cieľ. Tým cieľom môže byť čokoľvek – od okamžitého uspokojenia, kedy je váš príspevok na sociálnych sieťach odmenený srdiečkom, až po uspokojenie, ktoré nedosiahnete na tomto svete – áno, aj predstava nebeského raja, do ktorého prídete po živote plnom odriekania, je závislá na dopamínovej signalizácii. Dopamín, stručne povedané, slúži na to, aby vás motivoval robiť veci, ktoré považujete za prínosné. Práve on vás teda často núti urobiť prácu, v ktorej vidíte zmysel, mimoriadne kvalitne. Očakávate totiž, že bude všeobecne prínosná, alebo možno za ňu dostanete od šéfa pochvalu.

VAŠE ROZHODNUTIE A VAŠE HODNOTY

Predstavte si, že svojmu dieťaťu ukážete obrázok. Na obrázku je húf rýb a kúsok od nich pláva osamelá ryбка. Hodnotový rebríček vašej spoločnosti, o ktorom som hovoril, vás privedie ku komentáru. „Pozri sa, táto rybička je určite ich vodca a ukazuje im, čo majú robiť!“ Pritom by stačilo, aby ste vyrastali o pár stoviek kilometrov ďalej, a komentár by znel úplne inak. „Čo asi tá rybička urobila, že ju ostatní medzi sebou nechcú?“

Strávite veľa rokov tým, že modelujete mozog vašej ratolesti do podoby, ktorá vám prinesie úspech vo vašej spoločnosti, rovnako ako generácie pred vami (v skutočnosti veľa generácií!) modelovali mozog váš. Tým modelovaním myslím úplne fyzickú vec – spájanie neurónov v mozgu do podoby siete, ktorá vám umožňuje premýšľať tak, ako to viete len vy. Váš mozog ale je, či už chcete, alebo nie, uväznený vo vašom tele. Riadi ho na základe signálov, ktoré mu telo poskytne. Na základe toho, akú máte práve hladinu hormónov, ako ste sa vyspali, najedli, čo sa vám podarilo včera a – v neposlednom rade – na základe toho, ako ste sa vyvíjali vnútri matrice.

Ak stojíte pred dôležitým rozhodnutím, ktoré ovplyvní život vás alebo niekoho iného, dajte svojej mozgovej kôre priestor na vyhodnotenie vášho verdiktu v rôznych podmienkach.



Autorom článku je Adam Obr, biológ zaoberajúci sa leukémiou a popularizátor vedy, predovšetkým so zameraním na fungovanie ľudského tela.



Predstavte si ideálneho zamestnanca. Má schopnosti na špičkovej úrovni? Alebo je dôležitejšie, aby zapadol do tímu a zvyšok ho naučíte? Nájst kolegu, ktorý do bodky naplní vaše predstavy nie je nikdy ľahké. A okrem skvelých vlastností tam môžete požadovať aj takú, bez ktorej by ste sa nakoniec zaobišli. Otestujte si na nasledujúcich stranách, že zostaviť ideálneho kandidáta nie je len tak.

Ol'ga, 24 rokov

Stelesnená produktivita. Aj keď jej TO DO list preteká úlohami, vybaví ho pokojne a ešte pred deadlineom.



Má psa so separačnou úzkosťou. V kancelárii budete mať teda o štyri nohy navyše a nie všetkým to bude príjemné. Keď niečo namietnete, bude trvať na home office.

Filip, 22 rokov

Kreativita je jeho druhé meno. Dokáže prísť s originálnym riešením úloh. Či už je potrebné vymyslieť marketingovú kampaň, alebo program na teambuilding.



Reprezentuje kraj v hádzanej. Aspoň dvakrát do týždňa potrebuje odísť skôr, pretože má tréning a niekoľkokrát ročne zmizne v polovici týždňa na turnaj.

Silvia, 41 rokov

Aplikácie na time management k nej chodia na školenie. Naraz zvláda koordinovať niekoľko projektov a všetky včas dotiahnuť.



Aj keď v práci funguje dobre, rovnako ako 600-tisíc Slovákov pije rizikové množstvo alkoholu. Stane sa, že sa medzi večierkom a rannou poradou vyspí len dve hodinky.

Jaro, 47 rokov

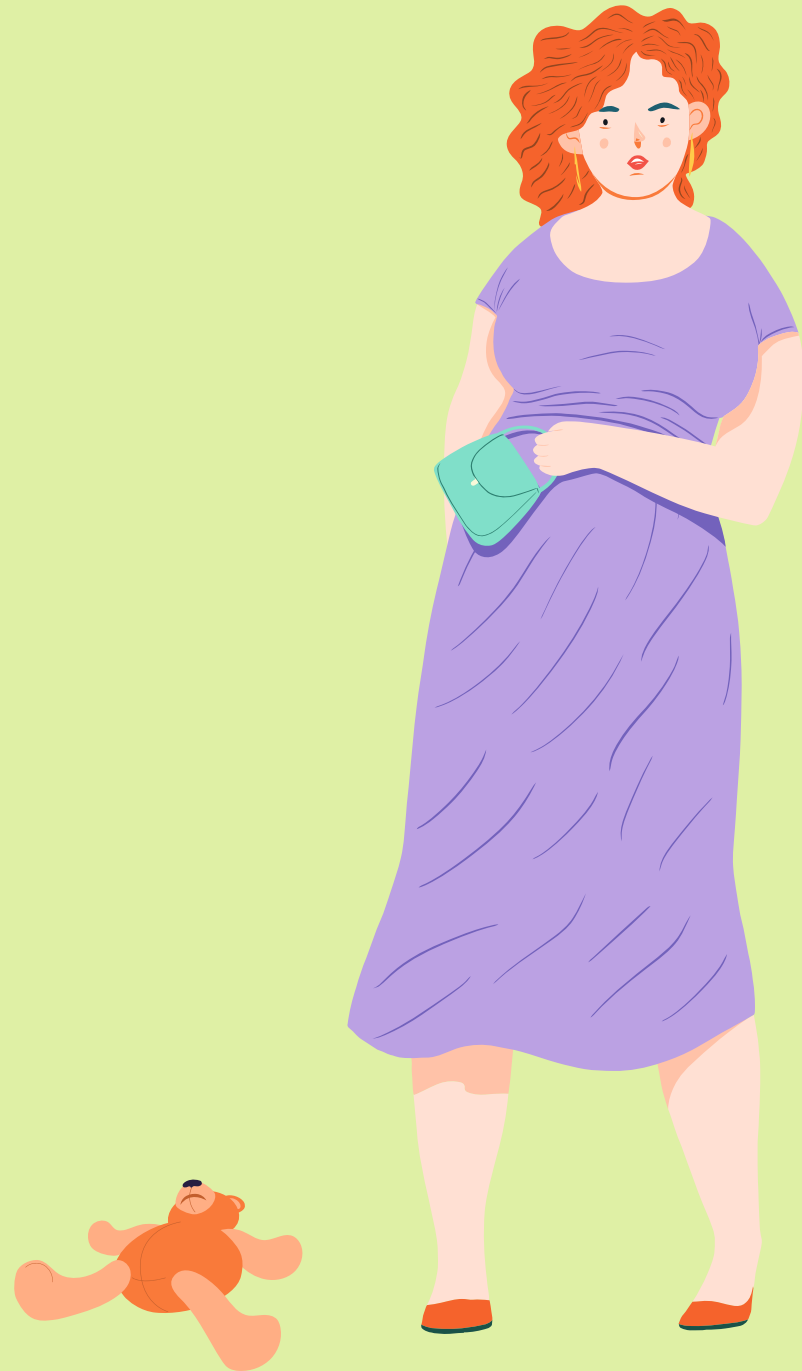
Ostatní ho podozrievajú, že má v hlave kalkulačku a Excel. Jeho analytické schopnosti sú nadľudské a vždy dokáže správne vyhodnotiť riziká alebo zistiť, kde ušetriť.



Aspoň 4x za rok príde s tým, že chce pridať, aj keď sa mzdy zvyšovali nedávno. A ak práve nechce väčšiu výplatu, žiada inflačný príplatok, 13. plat alebo aspoň viac straveniek.

Helena, 26 rokov

Povestné zlyhanie ľudského faktoru tu nenastane. Prácu robí precízne ako švajčiarski hodinári. Žiadne chyby z nedbanlivosti, žiadna nedokonalosť.



S každou úlohou či pravidlom prichádza diskusia ako zo škôlky. Prečo musím písať výkaz sem? Prečo to potrebuješ dnes? Prečo nemôžeme mať neobmedzený home office?

Radim, 34 rokov

Univerzálny zamestnanec. Má prehľad v odbore každého z kolegov a jeho pohľad na vec dokáže odblokovať kreatívcoch bez múzy aj analytika strateného v tabuľkách.



Patrí medzi takmer pol milióna Slovákov s exekúciou, takže účtovníčka bude mať dvojnásobok práce so zrážkami mzdy ako u nezadlžených kolegov.

Tereza, 57 rokov

Patrí medzi 56 % zamestnancov, ktorí radi využívajú firemné vzdelávanie. Tereza nechce zostať na mieste, vo svojej expertíze sa zdokonaľuje a posúva nielen seba, ale aj celú firmu.



Nevníma svojho zamestnávateľa ako úspešného. Keď hovorí o svojej bývalej práci, nenechá na nej nitku suchú. A hrozí, že takto bude hovoriť aj o nedostatkoch vo vašej firme.

Ondrej, 36 rokov

Manažér ako z katalógu. V jeho tíme sa konflikty vyriešia skôr ako vzniknú, nikto sa nestážuje na mikromanažment a ľuďom dáva v práci voľnú ruku.



Každú voľnú minútu venuje maľovaniu obrazov. A minút potrebuje veľa. Keď je potrebné urobiť prácu navyše alebo zaskočiť za chorého kolegu, hľadajte inde.

Prvý deň nemusí byť pre nového zamestnanca šok

Využite naplno najnovší náborový trend. Dobre zvládnutý preboarding a onboarding vám môže ušetriť veľa peňazí a papierovania. Nováčikov zase zbaví stresu a podstatne im uľahčí začlenenie do chodu firmy.



 TEAMIO A DIGITÁLNY PARTÁK ARNOLD 
VÁM PRI NÁSTUPE NOVÁČIKOV
UŠETRIA NERVY AJ PENIAZE.

Asi sme to všetci zažili. Prijatý zamestnanec tesne pred nástupom zo všetkého vycúva. Alebo ani nedá vedieť a jednoducho prvý deň nepríde, pričom na následné telefonáty či správy nereaguje. Aj psychológovia upozorňujú, že obdobie medzi prijatím a nástupom, kedy firma častokrát na niekoľko týždňov stratí s kandidátom kontakt, je veľmi rizikové. V človeku rastie neistota, obáva sa nového prostredia, z ktorého pozná len toho, koho stretol pri pohovore. A má veľa času, aby ho tieto obavy od nového zamestnania odradili.

Nestojí to ale len nervy. Každý taký neuskutočnený nástup je pre firmu nezanedbateľná finančná strata. Náborový proces stojí bežne tisíce eur, pri špecializovanejších pozíciách táto suma môže celkovo prekročiť aj desaťtisíc eur. A keď vás niekto „vyghostuje“, vráti vás o veľa krokov späť.

RIEŠENIE? DOSTATOČNE INFORMOVAŤ PRED NALOZENÍM

Základom je priebežná komunikácia s kandidátom. Ešte pred nástupom nováčika zoznamujte s tým, čo môže čakať a skúste riešiť akékoľvek jeho obavy. Či už má problémy s presťahovaním na miesto nového pracoviska, s minulým zamestnávateľom, alebo sa komplikuje jeho rodinná situácia.

Prvý deň v novej práci v podstate patrí k stresujúcim zážitkom. Neistotu z neznámeho prostredia tak môžete znížiť tým, že nováčika už v rámci preboardingu prevediete po pracovisku, zoznámite ho s budúcimi kolegami a kolegyňami, pripravíte pre neho manuál alebo školiace videá, ktoré si môže ešte doma naštudovať. Jeho zapojenie môže zlepšiť uvítací balíček s firemnými predmetmi, list od generálneho riaditeľa alebo zdieľanie dlhodobej vízie firmy. Súčasťou môže byť pozvanie na neformálne stretnutie alebo firemné akcie, ktoré sa konajú ešte pred nástupom. Ak nový človek začína 1. januára, priam sa ponúka zapojiť ho do kolektívu na vianočnom večierku.

Súčasne môžete ešte pred nástupom odbaviť všetku (aspoň digitálnu) dokumentáciu a získať potrebné osobné a pracovné údaje. V prvý deň tak bude mať zamestnanec podpísanú zmluvu a budete vedieť napríklad aj veľkosť jeho pracovného oblečenia. Vo výsledku tým nakoniec ušetríte hodiny cenného času, ktoré už nováčik môže venovať začleňovaniu do samotnej práce.



NÁBOROVÝ
PROCES VRÁTANE
ONBOARDINGU MÔŽE
STÁŤ AŽ 10 000 EUR.

MONITORUJTE SPOKOJNOSŤ UŽ OD PRVÉHO DŇA

Zatiaľ pomerne podceňovaná téma pre náborárov je tiež zisťovanie spokojnosti s výberovým konaním. Dá sa síce očakávať, že človek nastupujúci do novej firmy nemal s jeho priebehom problém, ale aj tak k nemu môžete získať hodnotnú spätnú väzbu. A to od nastupujúcich aj tých, ktorých ste si nevybrali alebo ktorí si naopak nevybrali vás. Náborári sú totižto jedným z prvých kontaktov s vašou firmou. A práve prvý dojem je niečo, čo sa ľahko získava, ale len ťažko mení.

S naším Teamiom je to však vďaka integrácii s Arnoldom jednoduché. Pri zisťovaní spätnej väzby na náborový proces, napr. po prvom kole interview, dokonca náborár ani nemusí nič zaklikávať. Prieskum, resp. krátky rozhovor s Arnoldom sa odošle automaticky, keď sa v Teamiu zmení stav uchádzača. Môžete v ňom tak odhaliť vaše slabé miesta, či už ide o to, že sa kandidát nedozvedel, čo potreboval, alebo že mu len nebolo jasné, kam sa vlastne mal dostať. A dokonca aj v prípade bezproblémového výberka sa takáto komunikácia oplatí. Dávate ňou jasne najavo, že vám na názoroch zamestnancov záleží a že ich hlas bude vo vašej firme počuť.

Na čo sa Arnold pýta pred nástupom

Ako hodnotíte priebeh výberového konania?

Na čo sa Arnold pýta počas skúšobnej doby

Ako hodnotíte prvý deň v práci?

Ako sa vám páčil prvý pracovný týždeň?

Ste spokojný/á so zaškoľovaním na novú pozíciu?

Ako sa vám podarilo začleniť do tímu?

Ako sa vám spolupracuje s priamym nadriadeným?

Ako ste spokojný/á s náplňou práce a vaším vyťažením?

Ako celkovo hodnotíte skúšobnú dobu?

OBDOBIE KOMUNIKAČNÉHO VÁKUA PRI SKÚŠOBKE

Nielen dni bezprostredne po nástupe sú prítom pre udržanie zamestnanca kľúčové, ale v podstate je to celá skúšobná doba, kedy nováčik spoznáva firemné procesy, spôsob práce, vrátane každo-dennej náplne. Práve vtedy sa ukazuje, nakoľko sa jeho očakávania od novej pozície stretávajú s realitou. A v mnohých prípadoch sa ich nedarí zladiť – z firmami totiž počas skúšobnej doby mizne až tretina nováčikov a nezvládnutý onboarding je práve druhým najčastejším dôvodom ich dobrovoľných odchodov.

Aj preto sa oplatí dozrieť na priebeh adaptácie zamestnanca, aby investícia a energia vložená do jeho onboardingu nevyšla nazmar. Pomáha detailne sledovať spokojnosť s náplňou práce, vyťažením, pýtať sa na vzťahy s kolegami alebo či nováčik rozumie fungovaniu a spôsobu práce vašej firmy. Dá sa to robiť formou dotazníkov, osobných stretnutí s priamym nadriadeným či HR. Alebo to za vás môže zariadiť náš digitálny parťák Arnold. S ním stačí na pár klikov v Teamiu naplánovať konverzáciu, ktorá vám pomôže sledovať spokojnosť zamestnanca počas celej skúšobnej doby.



Prečo sa chrániť pred hackermi

Jedna nepozornosť zamestnanca pri otváraní e-mailu vás môže stať tisíce až milióny eur. Hackeri čakajú na každú chybu. A už dávno nejde o ojedinelé udalosti, o pár medializovaných prípadov. Podľa prieskumu z roku 2022 medzi malými a strednými firmami zažili počas uplynulých 12 mesiacov kybernetický bezpečnostný incident súvisiaci s možným únikom dát až dve tretiny z nich.

Motivácia kybernetických útočníkov sa nemení. Dostať z vás čo najviac peňazí. Aj preto sú na vzostupe hlavne takzvané ransomwarové útoky, pri ktorých sa hackeri najčastejšie práve kvôli chybe konkrétneho zamestnanca dostanú do firemného systému, zašifrujú vaše dáta a začnú vás vydierať. Zaplatíte a všetko dostanete späť. Hackeri si obvykle vypýtajú 10 % vášho ročného obratu. Ale aj keď zaplatíte, nikdy nemáte istotu, že vaše dáta budú obnovené alebo že vydieranie už nebude pokračovať.

Každopádne škody bývajú veľké. Často dochádza k prerušeniu prevádzky, výroby, výpadkom služieb a k úniku citlivých údajov nielen zamestnancov, ale aj zákazníkov. Po útoku je často potrebné obnoviť celú firemnú sieť a údaje.

AKO VYZERÁ KYBERNETICKÝ ÚTOK

Jednou z nedávnych obetí ransomwarového kyberútoku bola aj nadnárodná spoločnosť Bizerba. Nemeckú centrálu spoločnosti, ktorá sa zaoberá výrobou, predajom a servisom váhových technológií, nárezových strojov a zariadení na označovanie tovarov cenou, napadli hackeri v júni 2022. Bizerba odmietla vydieračom zaplatiť. Obnovenie všetkých systémov potom trvalo pol roka.

Ako prebiehal útok? V jeden letný pondelok o 9. ráno sa zamestnanci českej pobočky začali sťažovať, že im nefunguje fakturácia. V tej chvíli to ešte mohlo znamenať čokoľvek, od nepodarenej aktualizácie až po problémy so zosúladením procesov so slovenskou



FIRMY SÚ DNES ZÁVISLÉ OD DIGITÁLNYCH SYSTÉMOV. KEĎ PRÍDE K ICH VÝPADKU, MÔŽE ICH TO STAŤ MILIÓNY.

pobočkou. Ale už o desiatej prišla jej českému šéfovi Martinovi Dvořákovi správa z Nemecka, že do centrály spoločnosti sa nabúrali hackeri. O 10:13 dorazil príkaz vypnúť miestnu infraštruktúru. A o 10:15 príkaz vypnúť všetky počítače a notebooky. Až o niekoľko dní sa ukázalo, že škodlivý softvér sa našťastie nedostal k zákazníkom.

V ZNAMENÍ IMPROVIZÁCIE

Nasledujúce hodiny, dni a týždne sa niesli v znamení improvizácie, aby Bizerba mohla fungovať aspoň v obmedzenom režime. Zamestnanci nemohli používať počítače, vnútropodnikový systém nefungoval, k e-mailom sa dostali len v režime náhľadu. A tak boli zamestnanci nútení konfigurovať deťom herné notebooky a domáce tlačiarne a hromadne si zriaďovať Gmail účty. A mnohé z toho, čo sa predtým robilo digitálne, sa opäť po rokoch muselo robiť na papieri. Vrátili sa tlačené formuláre a flipcharty.

Bez prístupu do interného systému sa ako skoro neriešiteľný problém ukázalo už v prvých hodinách kontaktovanie všetkých zamestnancov, z ktorých mnohí pracujú v teréne („Máme ich telefónne čísla niekde vytlačené? Máme vôbec niekde vytlačený ich zoznam?“), nehovoriac o schopnosti viesť evidenciu dovolení, vypočítať a vyplatiť mzdy alebo podať kontrolný výkaz a zaplatiť DPH.

Do firemného systému sa v Bizerbe dostali až po 5 týždňoch. A aj to len cez dva počítače v celej pobočke, na ktoré sa vypisoval rozvrh. Trvalo 6 mesiacov, kým sa spoločnosť vrátila do normálneho fungovania. Firmu to stálo tisíce eur, hlavne na stratených zákazkách. Ešte väčšie peniaze museli investovať v centrále

v Nemecku do robustnej obrany, aby sa útok neopakoval alebo aspoň nie s takými následkami. Keď sa Martin Dvořák snažil na celej záležitosti nájsť aspoň nejaké pozitíva, dospel k záveru, že išlo o výborný (ale dosť predražený) team-building a hlavne o to najlepšie kyberbezpečnostné školenie. Pretože aj tento problém sa začal zrejme tým, že niekto v e-maile nevedomky klikol na podozrivý odkaz.

ÚTOKY PREBIEHAJÚ NA MNOHÝCH FRONTOCH

Ransomware nie je jediný spôsob, akým hackeri útočia na firmy. Škodlivý software nemusí slúžiť len na vydieranie, ale aj na monitorovanie vašich aktivít, alebo priamo na poškodenie podnikových systémov a zariadení. Podvodný e-mail, poslaný z adresy, ktorá sa podobá na šéfovu, na IT oddelenie alebo známu organizáciu, môže hackerom pomôcť získať prístup k prihlasovacím údajom a pomocou nich preniknúť do firemného systému. Tiež ale môžu od zamestnanca vylákať aj ďalšie citlivé informácie, týkajúce sa napríklad výrobných procesov.

Do systémov sa ale hackeri môžu vlámať aj prostredníctvom chýb neaktualizovaného softvéru alebo cez ukradnuté heslá z iných zdrojov. Najmä u väčších firiem s komplikovanejšiu infraštruktúrou sú bežné DDoS útoky, ktoré dokážu napríklad znefunkčniť prevádzku vášho webu tým, že zahltia vaše servery a siete.

Najznámejšie kybernetické útoky na Slovensku a v Čechách

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÝCH VECÍ A EURÓPSKÝCH ZÁLEŽITOSTÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR sa stalo terčom v roku 2018. Hackeri sa vtedy pokúsili preniknúť do e-mailových schránok zamestnancov ministerstva a získať citlivé informácie. Tento útok bol pripisovaný sofistikovanej nadnárodnej špiónážnej organizácii, veľmi pravdepodobne napojenej na zahraničných aktérov.

MAGISTRÁT MESTA OLOMOUC

V apríli 2021 požadovali kybernetickí zločinci 100 000 dolárov od olomouckej radnice. Tá ich tiež odmietla zaplatiť. Z prevádzky boli vyradené všetky hlavné systémy, nebolo možné vydávať doklady, dokonca ani živnostenské oprávnenia. Niektoré služby boli občanom opäť k dispozícii až po mesiaci. Náklady, ktoré zahŕňali aj nové zabezpečenie siete, sa vyšplhali na milióny českých korún.

AKO SA CHRÁNIŤ

Okrem základných zásad týkajúcich sa hesiel či aktualizácií a pravidelného školenia zamestnancov, ktorí sú pri hackerských útokoch v prvej línii, odporúčajú odborníci firmám aj ďalšie opatrenia. V súčasnosti je už možné zakúpiť riešenia, ktoré vo firmách monitorujú sieťovú prevádzku a zisťujú prípadné ohrozenia. Aby ste nemuseli improvizovať, mali by ste mať v ideálnom prípade vypracovaný plán reakcie na potenciálny incident. A môžete si objednať aj takzvaného etického hackera, ktorý vaše systémy poriadne preverí a poradí vám, ako vašu obranu posilniť.

NIS2 ALEBO REVOLÚCIA JE TU

Európska smernica NIS2, respektíve z nej vyplývajúci zákon o kybernetickej bezpečnosti, by sa mal postupne dotknúť množstva väčších slovenských firiem z oblasti energetiky, dopravy, vodohospodárstva, bankových a finančných služieb, poštových a kuriérskych služieb či potravinárskeho priemyslu. Čo vlastne NIS2 zavádza? Minimálne štandardy kybernetickej bezpečnosti, priamu zodpovednosť manažmentu za ich dodržiavanie, povinné zriadenie špeciálneho tímu v každej firme či nahlasovanie všetkých kybernetických incidentov.



7 kyberbezpečnostných tipov pre HR

1. POZOR SI DAJTE UŽ PRI NÁBORE

Predtým, ako niekoho pustíte do dôležitých systémov, radšej si ho preverte. Prístupové práva k najcitlivejším dátam pridajte len osvedčeným zamestnancom. Zoznámenie s kybernetickou bezpečnosťou zahrňte aj do onboardingu.

2. ŠKOLTE A VZDELÁVAJTE

Zamestnancom opakovane pripomínajte, ako rozpoznať podozrivé e-maily a aj ako na ne reagovať. Že je nevyhnutné používať silné unikátne heslá (aspoň 12 znakov, veľké aj malé písmená, čísla a špeciálne znaky), heslo pravidelne meniť a v ideálnom prípade aj využívať automatického správcu hesiel. Tiež, že je potrebné priebežne softvér aktualizovať. A že pri pripájaní sa k firemnej sieti z domu alebo na dovolenke je potrebné dodržiavať všetky bezpečné postupy. Školenia by mali byť čo najčastejšie, skôr krátke a ideálne zábavné.

3. ZVYŠUJTE POVEDOMIE O BEZPEČNOSTNEJ KULTÚRE

Dôležitosť kybernetickej bezpečnosti pripomínajte aj mimo školení: od pravidelných e-mailov cez intranetové články až po plagátky na nástenke. Na vzdelávanie zamestnancov môžete využiť aj interné hry alebo aj sofistikovanejšie simulácie útokov.

4. NASTAVTE BEZPEČNOSTNÉ PROCESY

Stanovte si s IT oddelením, ako pracovať s citlivými firemnými informáciami, ako ich šifrovať a kam ich ukladať. Všetko sa musí pravidelne zálohovať na bezpečné miesto mimo hlavnú firemnú sieť. Nastavte pravidlá používania osobných zariadení zamestnancov (notebookov, telefónov) na pracovné účely. A je dobré mať aj presne definované postupy na nahlasovanie podozrivých aktivít a bezpečnostných incidentov. Pri všetkých procesoch trvajte na dodržiavaní predpisov.

5. NIE KAŽDÝ SA MÔŽE DOSTAŤ VŠADE

Konkrétni zamestnanci by mali mať prístup len k tým systémom a dátam, ktoré sú nevyhnutne potrebné pre ich prácu. Prístupové práva nastavte v spolupráci s oddelením IT a pravidelne ich revidujte a aktualizujte. Nezabúdajte na to najmä v prípade odchodu zamestnancov.

6. OCHRANA OSOBNÝCH ÚDAJOV

Citlivé osobné údaje ukladajte zašifrované, pravidelne kontrolujte, kto k nim má prístup a či nedochádza k neoprávneným prístupom alebo únikom.

7. DOKUMENTUJTE INCIDENTY

Pri každom bezpečnostnom incidente zaznamenajte čas, kedy k nemu prišlo, typ útoku a aj reakciu spoločnosti. Otvorene komunikujte so zamestnancami o tom, čo sa stalo a ako tomu zabrániť v budúcnosti. Poskytnite im technickú a emocionálnu podporu.

A black and white photograph of a man with a beard and short hair, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie. He is sitting on a modern, curved wooden bench outdoors. He is holding a notepad and a pen in his right hand. The background shows a building with large windows and some greenery.

Psychologické bezpečie podporuje inovácie

Riešiť svoje psychologické zdravie stále nie je u Slovákov bežné, a to napriek tomu, že až pätina z nich nie je s jeho stavom spokojná. A hoci sa situácia v posledných rokoch zlepšuje, stále má ďaleko od ideálu. Liga za duševné zdravie je jednou z mála organizácií, ktoré sa snažia toto prostredie zlepšovať. O jej aktivitách smerom k zamestnávateľom, ale nielen o nich, sme sa rozprávali s jej riaditeľom Andrejom Vršanským.



Podľa údajov prieskumu z roku 2021 približne pätina obyvateľov Slovenska hodnotila svoj psychický stav buď len ako dostatočný, alebo rovno ako zlý. Ako hodnotíte stav psychického zdravia Slovákov?

Stav duševného zdravia Slovákov nie je nijako dramaticky odlišný od okolitých krajín. Je skôr charakteristický tým, že sa na Slovensku zatiaľ nepodarilo zrealizovať tie reformy, ktoré zlepšili dostupnosť služieb v oblasti duševného zdravia v ostatných krajinách Európskej únie. Takže všetky štatistiky, koľko ľudí napríklad nedostáva podporu a malo by ju dostávať, alebo koľko ľudí sa nelieči a malo by sa liečiť, sú na Slovensku o niečo vyššie ako v okolitých krajinách. Zoberme si napríklad parameter, ktorý meria podiel ľudí nedostávajúcich adekvátnu podporu. Vo vyspelejších a bohatších krajinách je ich podiel približne 50 %. U nás to je 70 až 80 %.

Čo sú tie najčastejšie psychické problémy?

Úzkostné poruchy sú určite na prvom mieste. Depresie sú na druhom mieste a potom, samozrejme, závislosti. No

a nasledujú schizofrénie a iné ďalšie špecifickejšie problémy.

Mení sa pohľad ľudí na oblasť duševného zdravia? Hovorí o ňom už otvorenejšie? Alebo je to ešte stále trochu stigmatizovaná oblasť?

Stigmatizácia stále trvá, okrem určitých bublín vo veľkých mestách, kde je normálne sa rozprávať o duševnom zdraví resp. nezdraví. Mimo týchto bublín je však stigma stále veľmi výrazná. My sme si robili pár rokov dozadu prieskum, v ktorom sme sa pýtali reprezentatívnej vzorky ľudí žijúcich na Slovensku, do akej miery považujú stigmdu duševného zdravia za zásadný problém a 78 percent ľudí potvrdilo, že je to zásadný problém. A to je možno taký prvý krok k tomu, aby sa ten problém zmenšil.

Ale stále platí, že priznať si problém je u nás stále chápané trochu ako prehra?

Určite je to tak. Kultúrne stále nie je úplne akceptované sa o týchto veciach rozprávať, okrem teda spomínaných bublín vo väčších mestách. Ale vo väčšinovej populácii to naozaj nie je prioritná téma.

Na druhej strane sa tá situácia po cove výrazne zlepšila, epidémia destigmatizácie dosť pomohla. Predtým, keď sme sa aktívne snažili presvedčiť rôznych decision-makerov vrátane zamestnávateľov, že duševné zdravie je dôležité, tak reakcia bola – dobre, ale však to bude dôležité aj o rok, takže vlastne sa nie je kam ponáhľať. A toto covid zmenil. Osobne priniesol každému jednému človeku poznanie, že duševné zdravie je aktuálna téma v každom momente.

Ale ja som optimista aj z dôvodu, že duševné zdravie na celom svete sa stalo univerzálne akceptovanou témou ako na liberálnej, tak aj konzervatívnej strane spektra. Takže mám nádej, že táto téma nebude zneužitá na nejaké politické ciele. Zdá sa mi, že teraz svet získava to momentum, aby sa v oblasti duševného zdravia skutočne začalo niečo robiť.

Kde sú hlavné oblasti pôsobnosti Ligy za duševné zdravie? Máte nejaké ciele, ktoré si aktuálne kladiete?

Naším hlavným cieľom je priniesť na Slovensko komunitné služby v oblasti duševného zdravia, ktoré sú postavené na

princípoch konceptu zotavenia (recovery approach). Zjednodušene by mal ten systém vyzeráť ako pyramída, na ktorej vrchole sú psychiatri, ale pod nimi je celá báza psychologov, sociálnych pracovníkov, špeciálnych a nešpecializovaných komunitných služieb, ktoré sú postavené tak, aby boli dostupné pre kohokoľvek, kedykoľvek. Ale to sa nedá urobiť bez toho, aby sa do riešenia tohto problému zaangažovali a spolupracovali aj dotknuté komunity a verejnosť.

Aké sú vaše hlavné aktivity?

Snažíme sa vytvoriť ekosystém, ktorý zabezpečí, aby sa ľudia mohli starať o vlastné duševné zdravie a duševné zdravie svojich blízkych. Zameriavame sa na rôzne komunity. Jednou z nich sú napríklad školy alebo aj zamestnávateľa, kde máme pripravené špecializované programy a vysvetľujeme im, akým spôsobom je zmysluplné starať sa o duševné zdravie.

My reprezentujeme psychosociálny model. Na rozdiel od toho biomedicínkeho, ktorý hovorí, že človeka treba niekde odizolovať, vyliečiť v špecializovanom zariadení a potom ho vrátiť do života, náš princíp je založený na prístupe,

že ľudia majú dostať takú podporu, aby vedeli žiť plnohodnotný život aj s tými symptómami, ktoré majú. To nám veľmi zásadným spôsobom definuje, akú štruktúru služieb vlastne treba postaviť na to, aby bol výsledkom zlepšený wellbeing človeka.

Môžu do toho nejakým spôsobom vstupovať aj zamestnávateľa?

Zamestnávateľa sú výnimočná skupina, pretože sú veľmi dobre zorganizovaní. Vedia dobre komunikovať so svojimi zamestnancami, robia to každodenne, majú štruktúru a sú rýchli a flexibilní. Teda hlavne v porovnaní s akoukoľvek štátnou alebo verejnoprávnou inštitúciou. Často sú práve oni podporovateľmi skutočných inovácií a riešení.

Ako teda môžu pozitívne pôsobiť na svojich zamestnancov? V čom by mala spočívať ich úloha v oblasti starostlivosti o duševné zdravie?

My v starostlivosti o duševné zdravie vo firmách rozlišujeme 3 hlavné stupne. Ten prvý stupeň je pochopenie roly zamestnávateľa voči téme duševného zdravia zamestnancov. Tá spočíva predovšetkým

v tom, aby nastavil také pracovné prostredie, aby sa ľudia boli schopní o duševnom zdraví resp. nezdraví vôbec rozprávať. Ako sa to robí? Zamestnávateľ pravidelne poskytuje kvalitné informácie a podnety ľuďom na to, aby sa o duševnom zdraví rozprávali. To vyzerá ako veľmi jednoduchá vec a ľahko sa to hovorí, ale ťažšie sa to realizuje.

Druhý stupeň spočíva v zlepšovaní ich zručnosti, aby sa vedeli rozprávať o duševnom zdraví a aby boli schopní počúvať. To počúvanie je schopnosť, ktorú je schopný naučiť sa v podstate každý. Treba sa len odnaučiť nepočúvaniu. Máme na to program Mental Health First Aid, ktorý už vyškolil na celom svete viac ako 6 miliónov ľudí a je to všeobecne akceptovaný zlatý štandard pomoci duševnému zdraviu svojich zamestnancov.

No a až potom, keď má firma toto všetko zabezpečené, tak nasleduje 3. stupeň, a to je zlepšenie prístupu zamestnancov k určitým špecializovaným službám.

Pre veľa firiem je táto téma jednoducho niečo vzdialené, neuchopiteľné. Čo je tá prvá vec, ktorú by firma mala urobiť?

My na to máme taký koncept, koalíciu zamestnávateľov za duševné zdravie, kde je združených zhruba 40 firiem. Základom sú pravidelné streamované diskusie s odborníkmi raz mesačne na témy, ktoré sú vyslovene vybrané zamestnávateľmi. K tým majú zamestnávateľa prístup naživo, ale dostávajú aj prístup k archivovaným reláciám, ktoré potom môžu zdieľať v rámci svojich interných systémov. Má to pomerne veľký dosah a je to jednoduchý spôsob, ako šíriť témy a kvalitné informácie medzi zamestnancami. No a zároveň tým firma začne zamestnancom komunikovať, že jej záleží na téme duševného zdravia a nepriamo sa zaviaže k jeho podpore. Väčšinou je to tak, že HR oddelenia vedia, že toto je dôležitá téma a sú fanúšikmi týchto riešení. Majú však problém presadiť si to na svojich boardoch, ale, samozrejme, je to individuálne. U firiem so zahraničnými vlastníkmi, tam je už toto trochu ďalej, tam prenikajú tieto myšlienky jednoduchšie.

Aké ďalšie praktické kroky potom môže firma robiť?

Tá druhá úroveň, to sú tréningy. Samozrejme, sú firmy, ktoré sú v tomto ďalej, a potom sú také, ktoré sú niekde úplne na začiatku. Tie veľmi vyspelé si k tomu môžu pridávať množstvo rôznych ďalších vzdelávacích a podpor- ných workshopov na najrôznejšie témy

podľa záujmu. Pamätám si jednu firmu, v ktorej keď sme začínali, tak mali obavy, či neotvoríme Pandorinu skrinku. Všetci budú chcieť ísť na sabatikal a nebudú mať kedy pracovať, lebo sa len budú rozprávať o svojich pocitoch. Výsledkom naozaj bolo otvorenie Pandorinej skrinky, ale v tom pozitívnom zmysle. Obavy z toho, že mäkký prístup, ktorý nie je priamo zameraný na dosahovanie firemných výsledkov, prináša neefektivitu, nie sú na mieste. Je známy interný výskum spoločnosti Google nazvaný Project Aristoteles, v rámci ktorého zisťovali, čo v ich tímoch spôsobuje najvyššiu efektivitu a pracovnú výkonnosť. Odpoveďou bolo, že je to vlastne psychologické bezpečie. Pretože tam, kde človek vie vystaviť svoju zraniteľnosť pred ostatných, vie zariadovať a vie sa pomýliť, tam sa cíti psychologicky bezpečný, a v takomto prostredí môžu vznikať inovácie. Nevznikajú v prostredí, kde je potrebné spraviť všetko dokonale a hneď.

Kľúčové osobnosti vo firmách, ktoré môžu so psychologickým bezpečím zamestnancov pomáhať, sú vlastne tímlídri a manažéri. Je už dnes bežné, že majú nejakú formu psychologickéj prípravy?

Áno, je toho určite viac a je to populárnejšie. Môžeme sa však pozastaviť nad tým, aké sú kvalitné. To je veľká téma, o ktorej sa až tak veľmi nerozpráva, ale aj v duševnom zdraví je veľa nekvality, balastu, ezoteriky a všetkého možného, čo naozaj nie je evidence based. A aj firmy veľakrát, bohužiaľ, používajú také riešenia, ktoré sú z istého hľadiska veľmi škodlivé pre duševné zdravie, dokonca sú často zabalené pod tému pomoci ľuďom. Ja to dávam do takej skupiny motivační rečníci. Pre človeka, ktorý má napríklad depresiu a jednoducho nevie pociťovať radosť a ovplyvniť to vlastnou vôľou, je ako keby dostal fac-ku, keď počuje vety typu "ak chceš, tak to dokážeš", „všetko záleží od tvojej vôle“, a tak ďalej. Čiže treba si dávať pozor aj na to, aké programy, od akých autorov, akým spôsobom sa firmy snažia realizovať.

Ale akým spôsobom potom hľadať kvalitné zdroje? Majú sa obrátiť priamo na vás alebo existujú ešte nejaké ďalšie inštitúcie?

Na Slovensku, žiaľ, neexistuje nejaká národná inštitúcia pre túto oblasť. Vlastne najbližšie k takémuto typu organizácie, samozrejme, okrem výskumnej činnosti, je Liga za duševné zdravie. Vo všeobecnosti by som však povedal, že aj v duševnom zdraví treba mať nejaké kritické myslenie. A treba ho používať, pretože ak mi niekto sľubuje, že nejaká jedna vec univerzálne vyrieši pomaly všetky problémy ľudstva, tak to sa skôr podobá na konšpiračnú teóriu ako na nejakú vážnu metódu, ktorá skutočne funguje.

Vždy, keď je niečo v duševnom zdraví založené na nejakom veľmi veľkom zjednodušení, tak tam by som bol veľmi opatrný. A je tam ešte jeden dôležitý indikátor, a to je vzdelanie. Keď človek jednoducho nemá vzdelanie na to, aby poskytoval nejakú radu, tak nemá radiť. Napriek tomu však môže táto osoba spraviť množstvo fantastických vecí, môže napríklad prispieť k tomu, aby sa vytvorilo bezpečné prostredie, aby niekto umožnil druhému, aby sa s ním rozprával, aby zdieľal nejaké svoje emócie. To sú vlastne tie laické intervencie, ktoré sú často najpodstatnejšie.

Sú nejaké chyby, ktoré často zamestnávateľa robia? Viete povedať také základné princípy, čo robiť a nerobiť?

Základná je, že ešte nikomu nepomohla dobrá rada do života. Radšej dobrú radu nahraďte pocitom ľudského tepla a autentického záujmu o toho druhého človeka. Vôľa počúvať problémy iného je oveľa hodnotnejšia ako nejaká dobrá rada do života. A môžete človeka zobrať za ruku a odprevadiť ho k niekomu, kto mu vie pomôcť alebo s ním len stráviť čas.

Druhá vec, ktorú ľudia radi robia, je bagatelizovanie problémov. Vety typu „neboj sa, to nič nie je, to prejde“. Nepriznanie dôležitosti prežívania toho druhého je pre ľudí, ktorí naozaj prežívajú

ťažkosti alebo problémy v oblasti duševného zdravia, veľmi zraňujúce. Je treba sa vzdať ambície radiť a vyriešiť ten problém za toho druhého a pochopiť, že naša úloha je vlastne len počúvať. Lebo počúvaním vytvárame prostredie, ktoré je liečivé pre duševné zdravie. Jeden na jedného, aj jeden na viacerých, aj v rámci kolektívov. A keď líder počúva, je schopný počúvať, tak definuje a zlepšuje kultúru prostredia, svojho tímu, kultúru organizácie.

V posledných rokoch akoby nám svet ponúkal veľmi málo pozitívnych správ. Naš svet zasiahlo viacero udalostí a zmien, ako napríklad epidémia covidu, masívny nástup nových technológií, vojna na Ukrajine. Vytvárajú tieto nové problémy aj nové typy psychických problémov?

V čase, keď sa začala agresia Ruska voči Ukrajine, bolo na našej linke dôvery Nezábudka, kde volajú ľudia so svojím problémom, pekne vidieť, že táto udalosť bola ten spúšťač, katalyzátor vnútorného prežívania nejakého ich iného problému. Ja si myslím, že to len potvrdzuje teóriu, že spoločenské prostredie, v ktorom žijeme, nás významne ovplyvňuje. Jednoducho sa cítime horšie, keď je za hranicami vojna, to je úplne pochopiteľné a netreba sa tváriť, že to tak nie je. Skôr to znovu poukazuje na zodpovednosť lídrov, či už vo firmách, komunitách, v spoločnosti a aj politikov. Že to, čo robia a akým spôsobom to robia, čo hovoria, aký jazyk používajú, to všetko ovplyvňuje duševné zdravie celej spoločnosti.

KEĎ ČLOVEK VIE VYSTAVIŤ
SVOJU ZRANITEĽNOSŤ
A VIE SA POMÝLIŤ, MÔŽU
VZNIKAŤ INOVÁCIE.

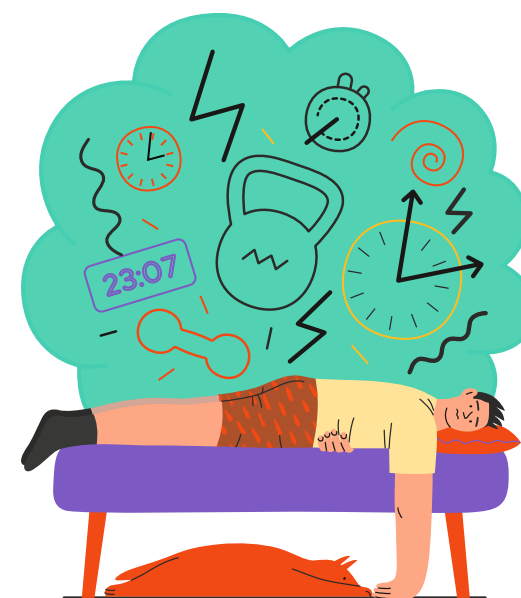


Šéf, mám problémy

V čase nedostatku kvalitných pracovníkov je pre firmy kľúčové udržať si svojich zamestnancov. A to nielen tých produktívnych, ale aj tých, ktorí sa nachádzajú v zložitej životnej situácii a na ich práci to vidieť.



AKO ČASTO POČAS DŇA NEPRACUJÚ NAPLNO?



20%

ľudí, ktorí neriešia väčšie ťažkosti

50%

ľudí s ťažkými patológiami



40%

osoby zápasiace so závažnými problémami



Osobný a pracovný život idú ruka v ruke. Často spomínaný work-life balance sa pomaly mení na jednoduchý life balance. Nie je zamestnanec výkonný? „Často to znamená, že mu niečo nefunguje v súkromnom živote. Zanedbáva či už seba, svoje zdravie, alebo vzťahy,“ hovorí psychologička Martina Mikesková zo Soulmio, spoločnosti zaoberajúcej sa duševným zdravím vo firmách.

TIŠÍCIE EUR Z ÚČTU FIRIEM

Predstavte si kolegu, ktorý rieši rozvod, dlhotrvajúcu chorobu, úmrtie v rodine, exekúcie alebo napríklad úzkosti. Do práce chodí, ale myšlienkami je inde. Taký zamestnanec, ktorý je fyzicky prítomný na pracovisku, ale nepracuje naplno (hovorí sa tomu prezentizmus), nie je žiadnou výhrou. Nedokáže plnohodnotne využívať svoje schopnosti, nesústreď sa, má väčšie sklony k chybám a jeho prácu za neho musia často spraviť ostatní.

Ak firma nemá tušenie, že sa zamestnanec nachádza v ťažkej situácii, nemôže ho podržať, dovoliť mu ísť nejaký čas na nižší výkon alebo si občas

cez deň odskočiť napríklad na súd či do nemocnice. Prezentizmus totiž spoločne s absenciami stojí firmu peniaze. Vo väčšej spoločnosti s tisíckou zamestnancov to môže predstavovať rádovo státisíce až milióny eur ročne.

ČÍTIŤ SA BEZPEČNE

Aby sa pracovník nadriadenému zveril, je potrebné, aby k nemu mal dôveru. Väčšiu pravdepodobnosť cítiť dôveru k šéfovi majú ľudia, ktorí sa cítia na pracovisku príjemne a pre ktorých firma buduje tzv. pozitívne psychologické bezpečie. Ako sa to spozná? Ak všetko funguje, ľudia sa môžu slobodne prejavovať bez toho, aby sa báli, že ich nápady alebo priznané chyby negatívne ovplyvnia ich kariéru, či spôsob, ako s nimi budú kolegovia alebo nadriadení zaobchádzať. V opačnom prípade ľudia sedia so sklopenými hlavami

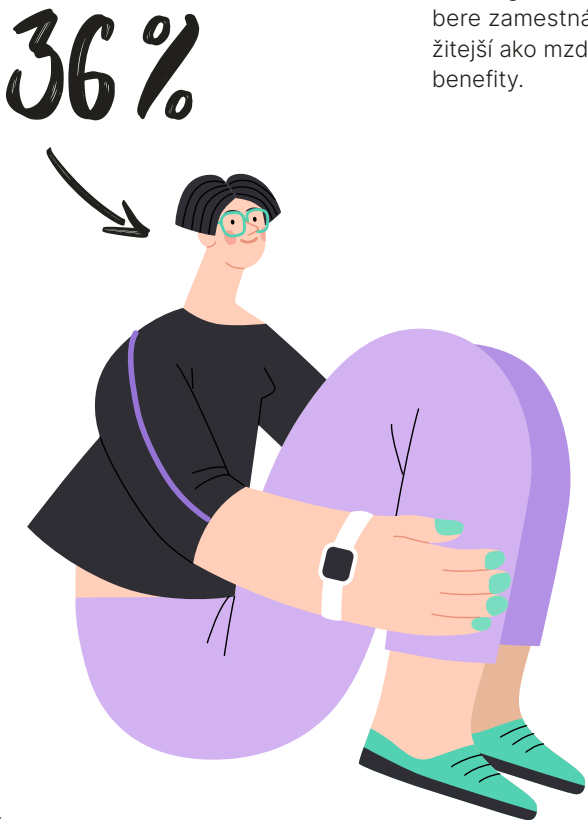
počas meetingu, kde by ste očakávali otázky a diskusiu. Členovia tímu medzi sebou súťažajú, nepomáhajú si, vyhýbajú sa zložitým témam, zapierajú svoje chyby a obviňujú z nich ostatných.

Spoločnosti by to nemali brať na ľahkú váhu. „Psychologické bezpečie má navyše vplyv aj na ďalšie aspekty ako chorobnosť, kvalitu práce, výkonnosť, flow a kreativitu zamestnancov,“ vypočítava koučka Nikola Šraibová zo Soulmio. Na tom, aká je atmosféra v tíme, majú najväčšiu zásluhu manažéri alebo tímlídri. Ich rola sa v posledných rokoch zmenila. Museli totiž reagovať na potreby podriadených. „Zmenili sa hodnoty ľudí. Viac si cenia svoj čas, fyzické aj duševné zdravie a nechcú sa už pre prácu obetovať ako predchádzajúce generácie,“ uvádza Nikola Šraibová. Podľa jej kolegyně Martiny Mikeskovej tiež celý

POMÔČŤ ZAMESTNANCOVI,
KTORÝ NEPRACUJE PÁR
MESIACOV V PLNOM
NASADENÍ, BÝVA LACNEJŠIE
AKO HĽADANIE NÁHRADY.

proces urýchlil covid. „Aj u kedysi stabilných zamestnancov sa manažéri stretli s narastajúcou úzkosťou. Navyše potrebovali adaptovať komunikáciu na online prostredie kvôli hybridnému modelu práce alebo full remote. Učili zamestnancov fungovať v novom nastavení,“ hovorí psychologička.

Kým kedysi tak vedúci riešili len dozor nad plnením úloh a procesné riadenie ľudí, novodobí manažéri sú napol kouči, ktorí musia poznať aj svojich ľudí, vedieť s nimi pracovať, postrážiť si zamestnancov, ktorí môžu mať väčšie sklony k vyhoreniu či iným ťažkostiam. A vychovávať kvalitných tímlídov bude kľúčové aj do budúcnosti. Hlavne mladšie generácie totiž berú wellbeing ako novú normu. Podľa českých prieskumov spoločnosti Deloitte je totiž pre 30 % členov generácie Z pri rozhodovaní o výbere zamestnávateľa life balance dôležitejší ako mzdové ohodnotenie a ďalšie benefity.



AKÁ JE REALITA V PODNIKOKCH?
Podľa JobsIndexu z konca roka 2023 má 36 % zamestnancov pocit, že im práca umožňuje vyváženosť pracovného a osobného života.

PRÍLIŠ VYSOKÉ
NÁKLADY? NAOPAK

Mohlo by sa zdať, že ak nebude zamestnanec pár týždňov alebo dokonca mesiacov v plnom pracovnom nasadení, hodilo by sa ho nahradiť. Časovo, finančne ani ľudsky sa to nemusí oplatiť. Náklady na nábor, zaškolenie a onboarding nového človeka idú často do desiatok až stoviek tisíc eur. Zamestnanec, ktorý je vo firme napríklad 5 alebo 10 rokov, má kľúčové know-how. A ak je to navyše kvalifikovaný pracovník, môžete mať problém vôbec zohnať vhodnú náhradu.

1/3

zamestnancov v Česku nemá nárok na žiadne benefity spojené s podporou duševnej pohody (Prieskum pre Nevypuť dušu)



3 oblasti, ktoré trápia
najviac zamestnancov



ÚZKOSTI A PANICKÉ ATAKY

Celospoločenský nárast úzkostí a stresu je zapríčinený hlavne digitálnou dobou a digitálnym preťažením. Typické sú stavy, kedy máme strach z toho, že nám niečo utečie (tzv. FOMO – Fear of missing out), alebo strach z lepších možností, kedy sa bojíme rozhodnúť (FOBO – Fear of better option). Nárast úzkostí odštartoval aj covid a sociálna izolácia, nepomáhajú ani finančné obavy ľudí.

Úzkosť vyplýva zo zažívania neistoty v súvislosti s niečím ohrozujúcim. Nevieme, čo presne príde, aké to bude alebo kedy to príde. To môže nastať aj v zamestnaní. „Keď klesne pocit bezpečia vo firme alebo v tíme, rozvíja sa neistota. Začneme sa orientovať na prežitie a prestávame žiť, teda tvoriť, mať víziu pozitívnej budúcnosti, rozvíjať sa,“ hovorí Martina Mikesková.

RODINA A VZŤAHY

Tlakov rodiny a okolia je asi najviac. Mení sa napríklad tradičné ponímanie rodiny a s tým aj veci, ktoré ľudia vo vzťahoch riešia. Manažéri čelia veľkému tlaku – v práci sú v určitej pozícii, ale nemajú priestor pre zdieľanie s kolegami a často nemajú ani kde nabráť silu a radosť, keď sa im napríklad narodí dieťa. Celý rad žien pracuje na vysokých pozíciách, nemajú potom čas sa uvoľniť ani doma a zažívajú tak prebytok stresu. Matky na rodičovskej zažívajú pocit vyhorenia alebo sociálneho odlúčenia.

A psychiku ovplyvňujú aj rodinné a pracovné vzťahy, ako sú nezhody s partnerkou či partnerom, rodičmi, novým kolegom. Viac ako kedykoľvek predtým tiež ľudia zažívajú pocit osamelosti. Aj keď sú výkonní v práci a majú rodinu, cítia sa sami. A tomu nepomáha ani práca na diaľku.

ČO MÔŽU UROBIŤ FIRMY?

- Budovať psychologické bezpečie cez otvorenú komunikáciu.
- Dávať konkrétne termíny a dodržiavať ich.
- Prejavovať všímaivosť voči kolegom nielen zo strany manažéra.
- Adekvátne pracovať so spätnou väzbou od zamestnancov.
- viesť kvalitné rozhovory, prečo zamestnanci opúšťajú firmu.
- Hovoriť otvorene o duševnom zdraví.
- Posunúť zamestnancom kontakty na odbornú pomoc.
- Podporovať digitálne zdravie.
- Nechciet od zamestnancov robiť náročnú prácu v open space, ktorý znemožňuje koncentráciu.
- Posilňovať rezilienciu, sick days, flexibilný pracovný čas, one to one meetingy.
- Podporovať stretávanie ľudí aj mimo pracoviska.
- Podporovať zdravý pohyb v rámci benefítov.

AKO MÔŽE FIRMA
POMÔČŤ?

- Ponúknuť psychologickú pomoc napríklad formou terapie.
- Organizovať pravidelné stretnutia 1 : 1.
- Organizovať teambuildingy a mimopracovné stretnutia, kde sa ľudia pobavia aj o iných témach ako o práci a spoločne sa zblížia.
- Ponúkať flexibilné úväzky po návrate z rodičovskej, hybridný model práce alebo príspevky pri narodení dieťaťa.
- Neočakávať rovnako vysoký výkon, keď sa ľudom narodí dieťa.
- Organizovať family day, kedy sa rodiny pozrú do firmy.
- Zhodnotiť, nakoľko sú ľudia schopní pracovať efektívne z domova.
- Pracovať s prioritami. Aby ľudia spoznali, že už toho majú veľa, a povedali dosť. Včas sa odpojili.

OSOBNÝ ROZVOJ

Veľa ľudí sa chce ďalej rozvíjať, ale prakticky na to nemajú čas a potom si môžu pripadať nedostatočne dobrí alebo toho jednoducho nerobia dosť. Nasvedčujú tomu dáta aj z nášho JobsIndexu. Podľa neho len 26 % ľudí má široké možnosti osobného rastu a rozvoja. Pomohlo by, keby firmy svojim ľuďom umožnili vzdelávanie a rozvoj počas pracovného času, ak je to prínosné aj pre samotného zamestnávateľa. Príkladom môže byť kurz obchodnej angličtiny, terapia alebo koučing, ako pracovať s umelou inteligenciou.

TERAPIA, KOUČING,
WORKSHOPY

Spoločnosti majú niekoľko možností, ako sa o duševné zdravie svojich ľudí postarať. Je len na nich, koľko finančných prostriedkov sa rozhodnú do starostlivosti vložiť. Vždy sa viac oplatí riešiť prevenciu ako následnú liečbu psychického zdravia, ktorá stojí veľa financií aj času. Niektoré firmy ponúkajú koučing či terapiu len pre stredný a vyšší manažment alebo pre zamestnancov, ktorí vyhoria. Inde ponúkajú webináre a workshopy pre všetkých, ktorí o ne majú záujem. Časté témy? Prevencia, syndróm vyhorenia, psychohygiena alebo ako rozdávať úzkosti.

Medzi zamestnancami sa šíri rezignácia

Prečo je dôležité mať spokojných zamestnancov? Lebo aj tvrdé dáta potvrdzujú, že frustrovaný zamestnanec rovná sa nevýkonný zamestnanec. Úplne spokojný človek dokáže venovať plnú pozornosť svojej práci v priemere 83 % pracovnej doby. Nespokojný človek pracuje len 63 % času. A to vašu spoločnosť stojí skutočné peniaze.

SPOKOJNOSŤ A MOTIVÁCIA ĽUDÍ V PRÁCI

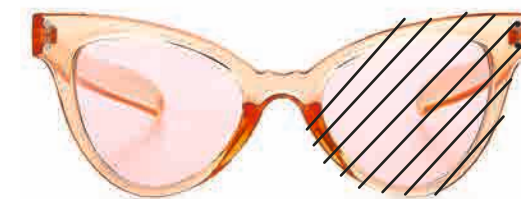


* JOBSINDEX, JAR 2024

QUIET QUITTING



56% na poradách sú pasívni
(jeseň 2023: 52 %)



46% nehlásia sa o prácu navyše
(jeseň 2023: 48 %)



43% nechcú robiť nič nad rámec
pracovnej náplne
(jeseň 2023: 44 %)



35% necítia sa byť súčasťou tímu
(jeseň 2023: 31 %)



34% mimo pracovnej doby
nekomunikujú
(jeseň 2023: 31 %)

* JOBSINDEX, JAR 2024

Ako sa vyvíja spokojnosť slovenských zamestnancov podľa JobsIndexu, dlhodobého prieskumu Alma Career? S poklesom inflácie a konečne aj rastom reálnych miezd sa situácia upokojuje. Hlavne u vyšších bielych golierov (manažéri a špecialisti v profesiách náročných na znalosti), ako aj nižších bielych golierov (nižšie administratívne pozície) sa predchádzajúci prepad spokojnosti vykompenzoval opätovným nárastom. Spokojnosť naopak výrazne klesla u vyšších modrých golierov a v službách a obchode. Dlhodobá stabilná úroveň si udržuje spokojnosť pri kategóriách technických bielych golierov a u nižších modrých golierov. Celkovo sú však stále spokojnejší zamestnanci v bielych golieroch ako tí v modrých.

SPLNIŤ TO NAJNUTNEJŠIE

Aj napriek stabilizovanej spokojnosti zamestnancov nie je úplne nad čím jasovať. U časti z nich totižto zároveň narástla rezignácia. Pozorovať to môžeme na fenoméne tzv. quiet quitting (tichej rezignácie). Ten opisuje zamestnanca, ktorý si odpracuje iba to najnutnejšie a iba v rámci pracovnej doby. Úlohy je mu nutné zadávať priamo a polopatisticky a nie je možné očakávať, že zamestnanec urobí čokoľvek navyše.

A práve quiet quitting je v slovenských firmách na vzostupe. Už 46 % zamestnancov sa odmieta hlásiť o prácu navyše alebo prijímať zodpovednosť nad rámec svojich povinností. Ale aj tu je veľký rozdiel medzi spokojnými a nespokojnými.

Napríklad prácu nad rámec pracovnej náplne odmieta až polovica frustrovaných, ale len tretina spokojných zamestnancov.

ROZHODUJÚCE SÚ PRACOVNÉ PODMIENKY

Ako udržať ľudí spokojných, a teda aj výkonných? Jedna vec je, čo hovoria oni sami, a druhá, čo naznačuje hlbší pohľad na dáta z prieskumu JobsIndex.

Približne 72 % zamestnancov uvádza ako dôležité vzťahy s kolegami a pracovné podmienky vrátane napríklad dochádzania. Viac než polovica tiež spomína aj osobu priameho nadriadeného a organizáciu práce, kam spadá aj odmeňovanie. Ale napríklad možnosť vlastného rozvoja uvádza len 33 % zamestnancov.

ČO ZAMESTNANCI POVAŽUJÚ ZA DÔLEŽITÉ PRE SVOJU SPOKOJNOSŤ



72%

vzťahy na pracovisku

72%

pracovné podmienky
vrátane dochádzania

61%

organizácia práce
vrátane odmeňovania

54%

priamy nadriadený

47%

náplň práce

38%

vzťah k zamestnávateľovi

33%

možnosti rozvoja

23%

pozícia vo firme a možnosť
ovplyvniť dianie

* JOBSINDEX, JESEŇ 2023

VZDELÁVANIE POPRI PRÁCI



MOTIVÁCIA ZAMESTNANCOV KU VZDELÁVANIU



* JOBSINDEX, JAR 2024

Toto sú veci, ktoré ľudia aktívne deklarujú. My však z čísiel dokážeme vyčítať aj to, čo má na ich spokojnosť reálne najväčší vplyv. A nie sú to úplne tie isté veci.

Predovšetkým je to finančné, ale aj slovné ocenenie. Celých 59 % zamestnancov vychádza so svojím príjmom len s problémami a 46 % má pocit, že dostávajú menej, než sa obvykle berie na rovnakej pozícii inde. A približne 38 % ľudí trápi, že ich nadriadení nevedia pochváliť.

Nedostatok ocenenia pociťuje celkovo až 56 % zamestnancov. Spolu s odcudzením, nadmierou práce a rutinou sú to v prieskume JobsIndex najčastejšie namerané negatívne pocity u zamestnancov. Nedostatok uznania, ale aj zavalenie zákazmi a príkazmi šéfov a nedostatok

autonómie sú často príčinou horších vzťahových patológií na pracovisku, vrátane ponižovania alebo šikanovania. Keď sa na to pozrieme z opačnej strany, vyšší plat a priaznivejšie pracovné prostredie sú popri flexibilita a možnostiach rozvoja najčastejšou motiváciou, prečo ľudia menia zamestnanie.

VZDELÁVANIE JE LIEK

Ďalšou dôležitou oblasťou pre spokojnosť zamestnancov je možnosť ďalšieho rozvoja. A aj tu majú slovenské firmy pred sebou ešte veľa práce. Predovšetkým v intenzite firemného vzdelávania za zvyškom Európy zaostávame. Hoci zamestnanci chcú napredovať a firmy sú ochotné do nich investovať, peniaze idú väčšinou do povinných, plošných a len príležitostných školení, kde ľudia

pasívne sedia a nakoniec sa želaný efekt nedostaví.

Obe strany totiž od vzdelávania očakávajú niečo iné. Firmy školia zamestnancov predovšetkým preto, aby svoju prácu urobili „správne“, podľa rôznych certifikátov alebo interných predpisov. Naopak hlavnou motiváciou zamestnancov je kariérny postup a lepšia perspektíva do budúcnosti.

Z tohto nesúladu potom často narastá medzi zamestnancami frustrácia. Dokonca 70 % má pocit, že v aktuálnej práci nijako nenapredujú. To môže viesť k rezignácii a quiet quittingu, v extrémnom prípade k odchodu k inému zamestnávateľovi. Čo najmä v prípade aktívnych ľudí, ktorí sa chcú vzdelávať a posúvať seba a vašu spoločnosť vpred, nechcete.

Chvála chválenia

Dobre formulovaná pochvala dokáže zázraky. Chválení zamestnanci sú spokojnejší, pracovitejší, rýchlejšie sa rozvíjajú a menej utekajú inam. A pravidelná pozitívna spätná väzba je dokonca viac motivujúca ako jednorazové zvýšenie mzdy.



Skoro polovica slovenských zamestnancov (44 %) sa podľa JobsIndexu, výskumu Alma Career, cíti v práci nedocenená. A nie je to len o výške mzdy, ako dôležité sa ukazuje aj slovné hodnotenie. Spolu 38 % pracujúcich uviedlo, že ich nadriadený nevie pochváliť. Nedocenenie má pritom zásadný vplyv na spokojnosť a následne aj výkon zamestnanca.

Podľa výskumu spoločnosti Zenger Folkman, ktorý skúmal viac ako 600 vrcholových manažérov a ich tímy, sú si

chválení zamestnanci istejší, že s nimi bude zaobchádzať na rovinu, že sa k nim dostanú dôležité informácie, tiež viac pracujú a menej dávajú výpovede.

„Keď sú zručnosti a úsilie zamestnancov uznávané, cítia sa kompetentnejší a sebadomejší vo svojej práci. Zamestnanci s vysokou sebadôverou sú potom ochotnejší prijímať nové výzvy a aktívne sa zapájať do riešenia problémov,“ dodáva koučka Nikola Šraibrová zo Soulmio.

POCHVALY ZARÁBAJÚ

Firmy, kde sa „motivuje“ iba cez negatívnu spätnú väzbu, bývajú úspešné skôr krátkodobo a býva v nich významne vyššia fluktuácia, čo stojí nemalé peniaze na nábore, onboardingu aj mzdách. Kritika je jednoducho drahá. Na rozdiel od pochvaly, ktorá je zadarmo.

Aj preto býval veľkým zástancom chvály vo svojich firmách napríklad Donald Trump. Niežeby bol nutne ľudomil, ale mal spočítané, že dobré

slovo môže okrem iného oddialiť moment, kedy si zamestnanec povie o viac peňazí. A pravidelné pochvaly podľa psychológov sú dokonca efektívnejšie ako jednorazové zvýšenie mzdy. Opäť sa ukazuje, že čo je niekedy manažérmi prehliadané ako „soft skills“, môže byť nakoniec veľmi „hard“ a mať vyčísliteľný dopad na úspešnosť firmy.

LEPŠIE VÝSLEDKY, MENEJ STRESU

V rámci výskumu Harvardovej univerzity nechali účastníkov riešiť logické úlohy. Polovici z nich ale prišiel tesne predtým e-mail od členov rodiny, priateľov či kolegov, ktorý im pripomenul časy, kedy sa im darilo. A práve táto polovica potom mala dvakrát lepšie výsledky a nebola pri hlavolamoch zďaleka taká vystresovaná. Podľa autorov výskumu platí, že ak sa pochvalu podarí naformulovať tak, aby v zamestnancovi prebudila jeho najlepšie ja, má firma vyhnané.

Pre manažérov je pochvala dôležitá aj preto, že pomáha zafixovať správne správanie. Bez pozitívnej spätnej väzby môžu ich podriadení nabudúce v rovnakej situácii skúšať použiť iné, menej vhodné riešenie. „Zároveň je pochvalou budovaná kultúra učenia, pretože zamestnanci, ktorí dostávajú pravidelne pozitívnu spätnú väzbu, sa neboja vyjadriť svoje názory, nápady, ale aj obavy, pretože cítia podporu a rešpekt. Chyba nie je vnímaná ako zlyhanie, ale možnosť na rast,“ dodáva koučka Nikola Šraibrová.

PRECHVÁLIŤ VEĽMI NEJDE

Samozrejme, pochvala môže napáchať aj škody. Hlavne tá nekonkrétna, všeobecná, ktorá nehodnotí prácu, ale osobnosť. V lepšom prípade prejde jedným uchom dnu a druhým von, pretože si z nej ani nič relevantné zobráť nejde. V horšom prípade sa v zamestnancovi zakorení pocit, že je dobrý človek len vtedy, keď sa mu v práci všetko darí. A potom stačí aj drobná chyba a rozhodí ho to. Práve preto sa dnes už v detskom veku neodporúčajú všetky tie „šikulky“ a „dobré dievčatá“ a kladie sa dôraz na sebahodnotenie a opisnosť.

Pochvaly by tiež nemali narušiť chémiu ani rovnováhu v tíme. A takisto platí, že zďaleka nie každý zamestnanec je rád chválený pred kolegami. Na druhej strane v spomínanom výskume spoločnosti Zenger Folkman dospeli k tomu, že prechváliť zamestnanca síce je teoreticky možné, ale že na taký prípad medzi 658 skúmanými vrcholovými manažérmi a ich podriadenými nenarazili.

Ako chváliť

Som ti vďačná, že si včera zostala dlhšie v práci a pomohla mi s tými tabuľkami. Stihli sme vďaka tomu pripraviť podklady na dnešné stretnutie s klientom, čo tej zákazke veľmi pomôže.

Pochvala je úprimná, autentická, a hlavne konkrétna. A nadriadená nezabudla zdôrazniť, aká užitočná bola práca pre firmu.

Páči sa mi, ako si sa posunula v práci s detailmi, tvoje výkresy sú oveľa prepracovanejšie ako pred rokom. Vďaka tomu sa na nás chalani z terénu nemusia obracať s toľkými otázkami.

Pochvala oceňuje pokrok v práci, je konkrétna a adresná.

Ďakujem za to, že si zostrihal tie dlhé nudné videá do krátkych sexy klipov, mohol som ich hneď pridať na sociálne siete aj do textov na web, ktoré sú teraz o dosť atraktívnejšie. Toto je presne to, čo od teba chcem aj nabudúce.

Je konkrétna, spomína pozitívne dopady a navyše fixuje žiaduce správanie do budúcnosti.



Ako nechváliť

Ukazuješ, že si na obchod prirodzený talent, preto si ťa finančný riaditeľ vybral. Jasné, občas sa niečo nepodarí, ale firma ti verí.

Pozitívna a negatívna spätná väzba by sa nemali miešať. Nálepka „prirodzený talent“ je nekonkrétna, hodnotí osobnosť, a nie prácu. Dotyčný navyše hovorí za niekoho iného.

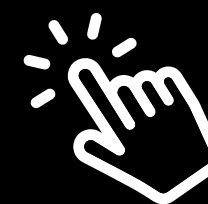
Ste veľmi dobrý tím, makáte na maximum, to sa mi páči, teraz to len ukážte aj zajtra na nočnej zmene, dobre?

Pochvala je všeobecná, neadresná a nakoniec aj podmienená nejakou ďalšou akciou.

Jano, pod' medzi nás, chcela by som pred všetkými vyzdvihnúť tvoj včerajší výkon. Vybavil si veľa zákazníkov, máme od nich pozitívne hodnotenie a veľa z nich sa k nám hodlá vrátiť.

Jediný problém tejto pochvaly je v tom, že sa Jano nemusí cítiť dobre v centre pozornosti a táto forma ho skôr vystresovala.





Maznáčik, ktorého zložíte, je z Japonska. Na rozdiel od svojho čínskeho náprotivku – symbolu moci a sily – stráži vašu múdrosť a rovnováhu. Toto origami ich podčiarkne svojou symetriou.





Čo dokáže HR marketing a ako naň

Riešite, či alebo do akej miery sa u vás vo firme venovať employer branding a HR marketingu? Máme pre vás hneď niekoľko argumentov, prečo sa bez nich v roku 2025 nezaobídete. A tiež tipy, ako a z ktorého konca na to.

Na slovenskom pracovnom trhu je nedostatok ľudí, po novej práci sa aktívne rozhliada len každý desiaty. Prevažujú pasívni zamestnanci a pracovníčky, ktorí sú síce často na súčasnej pozícii nespokojní, ale k zmene ich musíte viac inšpirovať. A práve tu pomôže HR marketing. Tretina ľudí totiž reaguje na možnosť získania lepších podmienok. Nejde tu len o prítahovanie väčšieho počtu uchádzačov, ale predovšetkým o zaujatie tých správnych. Firma tak minimalizuje riziko zlého výberu, ušetrí čas aj peniaze a získa kandidátov, ktorí zapadnú a len tak neodídu. Dobré postavená HR marketingová stratégia tiež dokáže vypichnúť iné prednosti zamestnávateľa, než je výška mzdy. To oceníte v situácii, keď nemôžete ľuďom pridať konkurencieschopnú čiastku. Podľa našich prieskumov je pre ľudí motiváciou k zmene práce okrem peňazí najmä lepší a slušnejší prístup k ľuďom (19 %), lepšia náplň práce (11 %), lepší kolektív (10 %) alebo lepšie pracovné prostredie a jeho dostupnosť (6 %).

KDE ZAČAŤ?

Pri rozjazde employer branding a HR marketingu je dôležité spojiť sily vnútri firmy. Personalisti by mali hľadať spoločnú reč s marketingovým oddelením, s manažermi a tímlídmami, ktorí riešia množstvo alebo kvalitu naberaných ľudí. Pre lepšiu predstavu o vašej situácii na trhu a celkovom kontexte v odbore je taktiež potrebné zaistiť si pred zahájením konkrétnych aktivít čo najviac dát – tie pritom môžu vychádzať z interných firemných zdrojov, od kolegov, z trhu práce alebo dostupných informácií o konkurencii.

Zásadné je tiež pochopiť, akých ľudí vlastne do firmy hľadáte. Čo je pre nich dôležité, keď menia prácu? Čo ich motivuje alebo odrádza? Čo im môžete ponúknuť? Rozmýšľali ste, prečo si vybrali vás alebo prečo dali prednosť inej spoločnosti? Až potom, čo informácie budete mať, môžete začať s prezentáciou vašej spoločnosti, či už to bude na kariérnych stránkach, v inzerátoch, alebo

„Vieme zistiť, čím je daná firma jedinečná. A prostredníctvom presne zacieleného employer branding a HR marketingu jej pomôhame vyniknúť medzi konkurenciou. Vďaka prepojeniu s našimi pracovnými portálmi k tomu máme v rukáve dáta, ktoré nikto iný nemá.“

– Kateřina Váně
HR marketing agency team leader, Alma Career



na sociálnych sieťach. A keď to budete robiť, pozrite sa aj po konkurencii pre inšpiráciu alebo aby ste dokázali ponúknuť niečo unikátne pre vašu cieľovú skupinu kandidátov. Zrejme vás čaká niekoľko „aha momentov“, ktoré zásadne zmenia pohľad na budúci zámer na poli značky zamestnávateľa.

Pri tvorbe HR marketingovej stratégie je ďalej nápomocný aj pohľad nováčikov či seniorných kolegov, napríklad formou prieskumu. Poslúžiť však môže aj pohľad do diskusií na sociálnych sieťach. Ľudia často vedia najlepšie, kde sú najsilnejšie stránky vašej firmy ako zamestnávateľa, a môžu vás tak nasmerovať na komunikáciu vecí či oblastí, ktoré by vám samotným nenapadli. Aj tá najlepšia a najdrahšia aktivita, do ktorej sa v rámci HR marketingu pustíte, sa môže minúť cieľom, ak bude postavená mimo týchto znalostí.

TRENDY, NA KTORÉ JE DOBRÉ SA V ROKU 2025 ZAMERAŤ

Málokto mení prácu na základe jedného pracovného inzerátu, k rozhodnutiu vedie kombinácia viacerých podnetov. Zamerajte sa na tvorbu hodnotného, relevantného obsahu na rôznych platformách. Posilníte tak dôveru vo svoju značku a kandidáti sa s firmou zoznámia ešte predtým, ako sa rozhodnú prihlásiť na pracovnú pozíciu. Napríklad v Penta Hospitals sa najlepšie osvedčili vlastné médiá, či už sociálne siete, alebo webové stránky jednotlivých entít. Napríklad u Alzheimer Home milo prekvapil výkon nového chatbota – personálnej asistentky. Obsahom, ktorý pomáha riešiť problémy a odpovedá na otázky reálnych ľudí v reálnych situáciách, postupne budujete vzťah k organizácii a zvyšujete šance na prijatie pracovnej ponuky.

Ľudia tiež milujú nakukovanie pod pokrievku. Využite to a dajte im autentickú ochutnávku firemnej atmosféry. Využite napríklad blogy, videá či „storíčka“ na sieťach a do svojho mixu pridajte komunitné stretnutie priamo u vás vo firme, najmä ak cieľte na úzko profilované profesie. Všetky zapojené kanály potom môžete skvelo predať na svojich kariérnych stránkach, ktoré sú vašou výkladnou skriňou a stredobodom HR marketingu.

A nemôžeme vynechať umelú inteligencia. Zatiaľ si málokto berie AI na pomoc pri optimalizácii užívateľskej skúsenosti počas hľadania zamestnania. A práve táto fáza sa stáva rozhodujúcou, kandidát si z vášho inzerátu či webu vytvára dojem o firme. Užívateľský zážitok zlepšíte vďaka vyladeniu používaných platforiem. Preverte pomocou AI svoje webové stránky, inzeráty, formuláre a všetky ďalšie miesta, kde na vás ľudia narazia. Umelá inteligencia vie simulovať pohyb stránkami pohľadom kandidáta, navrhnuť štruktúru náborových textov, predvídať správanie užívateľov a analyzovať návštevné dáta.



Unikátna šanca, ako zviditeľniť svoju firmu

Popularita ankety Najzamestnávateľ každoročne stúpa, minuloročný 11. ročník priniesol historicky najvyšší počet hlasov pre nominované firmy, viac než 131-tisíc. Prestížna anketa tiež prišla s novinkou, aktuálne totiž o víťazoch rozhoduje aj panel odborníkov.



Účast v ankete je výbornou príležitosťou na zvýšenie prestíže spoločnosti. Je to možnosť, ako dať o sebe vedieť a zároveň si overiť status zamestnávateľskej značky (employer branding). Firmy, najmä tie, ktoré sa umiestnia vysoko, získavajú status atraktívneho zamestnávateľa. Vďaka tomu stúpa aj ich atraktivita u potenciálnych uchádzačov o pracovné miesta. Účast prináša spoločnostiam aj prezentáciu v médiách

a verejnom priestore, čím sa zvýši povedomie o nich medzi širokou verejnosťou. Pozrime sa na štatistiky: do polovice augusta 2024 sa zmienka o poslednom ročníku ankety Najzamestnávateľ vyskytla v 694 článkoch, z toho 628 bolo online, 45-krát sa objavila v printových médiách, 2-krát v televíziách a 2-krát v rádiách. Anketu spomenulo celkovo aj 17 agentúr. Celkový dosah bol 16 816 460 ľudí, anketa mala tiež 697 interakcií

na sociálnych sieťach. Z pohľadu metriky AVE (Advertising Value Equivalent), ktorá meria hodnotu mediálneho pokrytia, sa tieto výsledky rovnajú investícii do reklamy v sume viac než 440 tisíc eur.

Po novom o víťazoch rozhodovala okrem hlasov verejnosti aj odborná porota zložená zo špecialistov na employer branding, HR a ESG špecialistov, ako aj spomedzi predstaviteľov študentských organizácií.

ČO ZAUJALO ODBORNÚ POROTU NA NAJZAMESTNÁVATEĽOVI 2023?



JURAJ PROBALA
employer branding
consultant (IdeaElement)

Dlhé roky som bol súčasťou ankety na strane zamestnávateľa a tentokrát som mal možnosť pozrieť sa na hodnotenie aj z druhej strany. Hlavnou hodnotou ankety je to, že pravidelné hodnotenie kvality pracovného prostredia a prístupu k zamestnancom má nesmierny význam pre rozvoj pracovného trhu na Slovensku. Najviac ma zaujala rôznorodosť prístupu zamestnávateľov práve k témam napojeným na komunikáciu firemnej kultúry, benefitov, teda na komplexnú tému employer branding. Konkrétne projekty, ktoré ma oslovili, zahŕňali komplexné programy na podporu talentov, výnimočnosť, ale hlavne praktickosť firemných benefitov a správne zvolený, transparentný komunikačný mix.



LADISLAVA MOLNÁROVÁ
strategic talent acquisition
(Amrop)

Hodnota je v diverzite účastníkov z radov zamestnávateľov naprieč sektormi a odvetvami, účasť aj neziskového sektora, štátnej a verejnej správy, slovenských aj medzinárodných spoločností a tak tiež v kombinácii hlasovania zamestnancov, verejnosti a odbornej poroty. V tomto ročníku som veľmi ocenila viaceré iniciatívy podporujúce sociálnu a environmentálnu zodpovednosť zamestnávateľov a ich jasnú a účinnú komunikáciu prostredníctvom zamestnávateľskej značky. Mnohí zamestnávatelia prezentovali svoje aktivity v oblasti diverzity, inklúzie a starostlivosti o zamestnancov s ohľadom na to, že v práci by nikto nemal míňať energiu a čas na to, aby skrýval, s kým žije a koho miluje.



SOŇA LEXMANOVÁ
managing director / CSR
strategist (SKPR Strategies)

Považujem za dôležité oceniť a zviditeľniť zamestnávateľov, ktorí sa aktívne usilujú vytvárať pozitívne pracovné prostredie a firemnú kultúru zameranú na ľudí. Hlavná hodnota ankety spočíva nielen v jej schopnosti identifikovať a odmeniť zamestnávateľov, ktorí poskytujú konkurenčné pracovné podmienky a investujú do rozvoja a spokojnosti zamestnancov, ale aj v inšpirovaní ostatných zamestnávateľov. Zaujalo ma napríklad, ako Slovenská sporiteľňa aktívne prepája neustále vylepšovanie pracovného prostredia pre zamestnancov s vytváraním prvotriedneho zákazníckeho zážitku a podmienok pre inovácie.



ZUZANA VRBOVÁ
partnership builder (LEAF)

Najviac ma zaujalo to, že do ankety sa môže prihlásiť akákoľvek spoločnosť pôsobiaca na Slovensku bez ohľadu na veľkosť, pôsobenie alebo lokalitu. Pri posudzovaní dotazníkov ma zaujala široká škála možností starostlivosti o zamestnancov. Prijemným prekvapením bola pre mňa sekcia dobrovoľníctva.



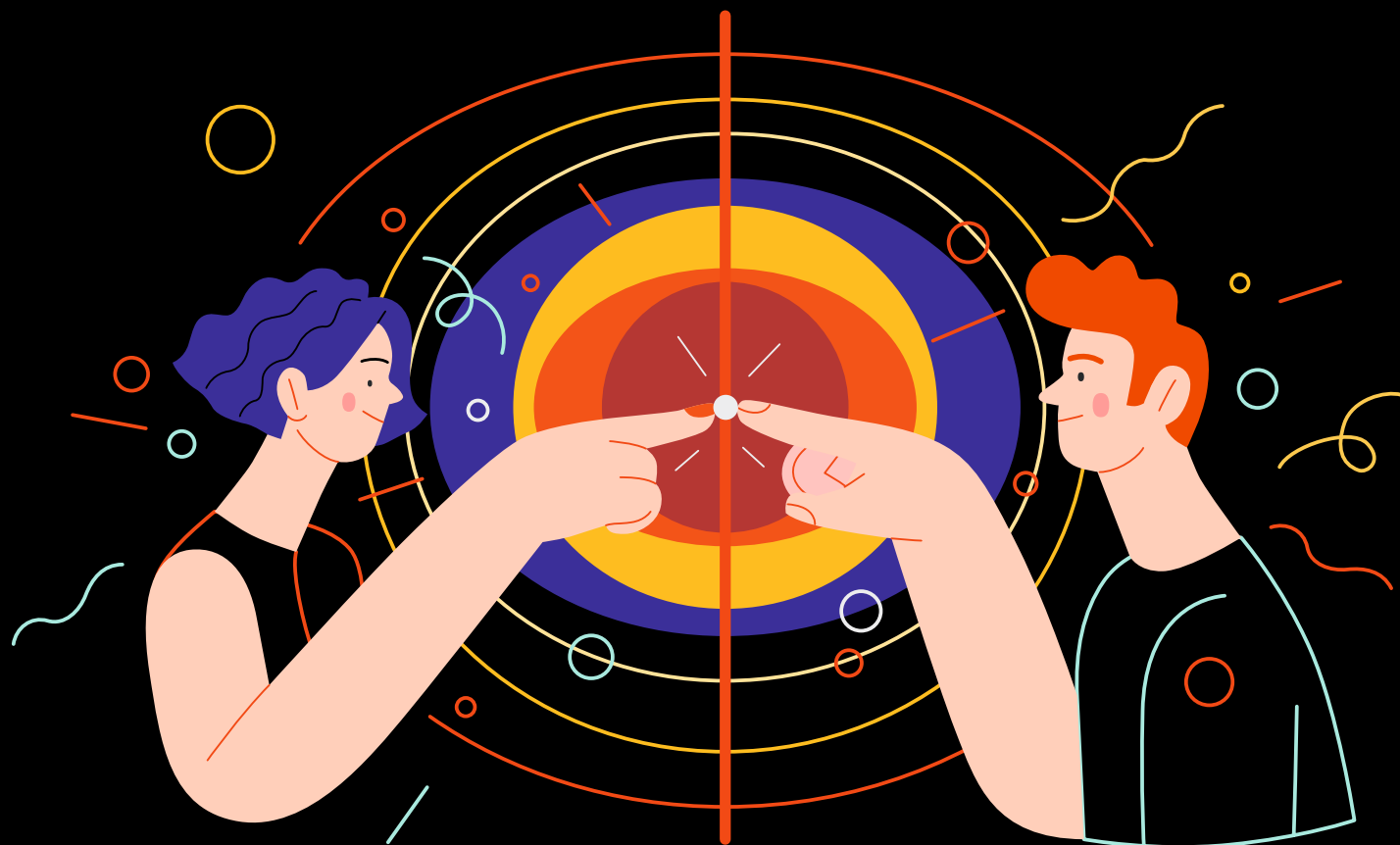
MIROSLAV SENDLAI
HR konzultant

Byť súčasťou ankety Najzamestnávateľ bola možnosť zblízka sa pozrieť na to, ako firmy na Slovensku budujú svoje povedomie o firme ako zamestnávateľovi. Zaujalo ma, že v takej silnej kategórii, ako je Výroba a priemysel, dokázali Slovenské elektrárne vyhrať už štvrtý raz po sebe. Je to dôkaz toho, že naozaj vedia, ako komunikovať na trhu práce a byť atraktívni pre kandidátov.



Šetriť čas s digitálnym HR

Zjednodušte prácu sebe a svojmu HR oddeleniu vďaka digitalizácii procesov. Od náboru a adaptácie cez starostlivosť o zamestnancov až po offboarding. Kde všade môžeme v HR využiť technológie, aby sme mali viac času na prácu s ľuďmi?



Cesta zamestnanca elektronicky

NÁBOR

Odpadne veľa starostí, od publikovania a zdieľania inzercie cez komunikáciu s kandidátmi a organizáciu výberka až po vyhodnocovanie, všetko beží automatizovane. Rieši to veľa náborových platforiem či ATS. U nás napríklad Teamio.

PREBOARDING

Prípravy pred nástupom nováčika pôjdu ako po masle. Technológia postráži nákup hardwaru, zabezpečenie pracovného miesta, prístup do systémov... Nový

kolega bude mať pripravené všetko, čo potrebuje k práci. A k tomu napríklad milý balíček na privítanie.

ONBOARDING

Nalodenie kolegov a kolegýň prebieha vďaka digitalizácii hladko, systém im zašle v pravý čas potrebné informácie, dokumenty aj dotazníky spokojnosti. Naše Teamio a Arnold navyše prepájajú nábor s onboardingom, sledovanie adaptácie nováčikov tak môžete spustiť na jeden klik.

OFFBOARDING

Rozchod so zamestnancom je kľúčový z hľadiska povesti firmy aj bezpečnosti. Vďaka elektronickému plánu každý včas vie, aké úlohy ho čakajú s ukončením pracovného pomeru. A HR oddelenie získa prehľad, či všetko pokračuje bez problémov a na čo je potrebné dozrieť. Komplexný proces zahŕňa odovzdávanie práce, prístupov a znalostí aj formálne ukončenie pracovného vzťahu.

Dokumentácia bez papierovania

GENEROVANIE ZMLÚV

Namiesto mnohých šablón vo Wordu postačí nastaviť automatické formuláre. Pripraví vstupné dotazníky, zmluvy aj dodatky, na mieru aj hromadne, bez chýb a na pár kliknutí.

ELEKTRONICKÝ PODPIS A DORUČOVANIE

Pracovné zmluvy, mzdové výmery, dodatky, účasť na školeniach, BOZP... Až 100 % HR dokumentov teraz môžete s vašimi zamestnancami podpisovať a doručovať elektronickou formou.

EVIDENCIA ĽUDÍ A UKLADANIE DOKUMENTOV

Niektoré HR dokumenty je potrebné archivovať až 50 rokov od ukončenia pracovného pomeru. Vďaka digitalizácii osobných spisov už nie je potrebné skladovať šanóny. Všetko podstatné môžete mať bezpečne na jednom mieste v digitálnom archíve.

HR management: riadenie a plánovanie

PLÁNOVANIE A EVIDENCIA DOCHÁDZKY

Práca na zmeny, nočné, dovolenky aj služobky. S digitálnym pomocníkom všetko naplánujete a záznamy dochádzky využijete ako podklad pre mzdy.

ANALÝZA DÁT, RIADENIE A PLÁNOVANIE

Nástroje Business Intelligence analyzujú dáta, prevedú ich do reportov a zrozumiteľných obrázkov podľa vašich potrieb a navedú vás k najlepším riešeniam a stratégiám.

VEDENIE ONLINE A HYBRIDNÝCH TÍMOV

Moderné aplikácie sprehľadnia spoluprácu vnútri firmy v režime práce na diaľku. Váš tím môže pracovať odkiaľkoľvek a budete vedieť, kde kto je a aké má úlohy.

Starostlivosť o zamestnancov

ZAMESTNANECKÉ PRIESKUMY

Smart technológie postrážia spokojnosť vo firme. Napríklad náš digitálny parták Arnold ponúka 35 tém na konverzáciu. Pomáha získať spätnú väzbu a ľudia sa mu zveria aj s tým, čo by napriamo nepovedali.

VZDELÁVANIE

E-learning či online školenia umožnia študovať odkiaľkoľvek bez náročnej organizácie, dochádzania a nudných hodín v zasadačke. Napríklad na Seduo je možné vybrať si z 380 videokurzov, určiť si tempo, vrátiť sa k lekciam a navyše získať certifikát.

WHISTLEBLOWING

Elektronické moduly umožnia bezpečné zasielanie a prijímanie anonymných podnetov, pridelia oznámenie určenému pracovníkovi a postrážia predpísané lehoty a povinnosti.



HR agenda

EVIDENCIA VYBAVENIA

Digitálna správa zaistí perfektný prehľad o všetkom vybavení medzi zamestnancami a jeho stave. Postráži termín servisu, pripomenie vrátenie požičanej vŕtačky a vie, kto má aké kľúče či vstupné karty.

STRÁŽENIE LEHÔT

Nemusíte sa o nič starať a aj tak nič neprešvihnete. Technológie pre HR dokážu postrážiť koniec skúšobnej doby, školenia BOZP aj narodky šéfa.

SPRACOVANIE DOCHÁDZOK A MIEZD

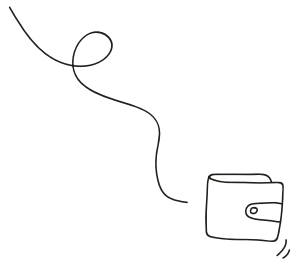
HR systémy dokážu prepojiť evidenciu pracovnej doby, time tracking aj absencie so mzdovými podkladmi. Zvládnu zariadiť aj komunikáciu so zdravotnými poisťovňami a sociálnou poisťovňou.

Západ dobíhame, ale brzdia nás nízke mzdy

Znížiť mzdové rozdiely medzi regiónmi. To je jeden z cieľov novej európskej smernice o transparentnom odmeňovaní. Či to bude prvý krok k vyrovnaní platov nielen medzi Bratislavou a Prešovom, ale aj medzi Bratislavou a Viedňou, sme sa spýtali Tomáša Ervína Dombrovského. Dátový analytik Almy Career dlhodobo zbiera a analyzuje unikátne dáta o slovenskom pracovnom trhu.



NA SLOVENSKU JE PRI
RELATÍVNE VYSOKEJ
HODNOTE PRODUKCIE
VEĽMI NÍZKA MZDOVÁ
HLADINA, VÝRAZNE
NÍŽŠIA AKO V POĽSKU
ALEBO ČESKU.



Jednou z veľkých výziev nielen pre Slovensko bude v ďalších dvoch rokoch európska smernica o transparentnom odmeňovaní. Na aké problémy pracovného trhu smernica reaguje?

Je to kombinácia transparentného a rovného odmeňovania. To transparentné tu do istej miery funguje. To, čo Slovensko trápí, sú mzdové rozdiely na porovnateľných pozíciách. Ako medzi mužmi a ženami, tak aj medzi regiónmi alebo rôznymi vekovými skupinami s podobnými profesionálnymi skúsenosťami. Časť ľudí je na pracovnom trhu v slabšom postavení. Nemôžu si toľko vyberať a nemajú také možnosti tlačiť na adekvátne zvyšovanie alebo dorovnávanie miezd. Ideálom, ku ktorému sa nás snaží európska smernica priblížiť, je, aby za porovnateľnú prácu ľuďom prináležala porovnateľná odmena. Rozdiely v odmeňovaní podľa úrovne seniority na danej pozícii, samozrejme, zostanú aj po transpozícii smernice naďalej možné.

Je možné takýto ideál dosiahnuť?

Len veľmi ťažko. A je potrebné pripomenúť, že európska smernica je rámec pre danú problematiku, nie text na preklad.

Záleží na spôsobe, akým ju slovenská vláda počas vymedzených dvoch rokov transponuje do svojej legislatívy. Pri podobných smerniciach často dochádza k ich výraznému tlmeniu.

Čo konkrétne smernica obsahuje?

Okrem na Slovensku už zavedeného zverejňovania nástupných miezd v inzerátoch je to napríklad nárok zamestnanca na poskytnutie informácie zo strany zamestnávateľa, koľko priemerne berú ľudia na porovnateľných pozíciách v danej firme. Človek to nebude musieť vodzovať z rečí v kuchynke. A čo sa týka rovného odmeňovania, cieľom je, aby napríklad účtovníčka v bratislavskej centrále mala porovnateľnú mzdu s účtovníčkou na rovnakej pozícii v prešovskej pobočke. Rozdiel, napríklad s ohľadom na odlišné životné náklady v oboch mestách, by nemal presiahnuť 5 až 10 percent. Dnes je to aj 30 percent.

To hovoríme o regiónoch v rámci štátov. Ale čo cezhraničné rozdiely?

To je jedno z veľkých úskalí, ktoré premýšľanie o rovnom odmeňovaní prináša. Pretože keď sa budete chcieť tomu ideálu priblížiť na národnej úrovni, budete

musieť začať riešiť aj tú medzinárodnú. Na Slovensku je pri relatívne vysokej hodnote produkcie veľmi nízka mzdová hladina, výrazne nižšia ako v Poľsku alebo Česku, o Rakúsku či Nemecku ani nehovoriac. A vy sa logicky začnete pýtať: Prečo má niekto, kto pracuje v pobočke nadnárodnej firmy v Bratislave, brať päťtinovú mzdu oproti kolegovi na rovnakej pozícii vo Viedni?

Dorovnať to skokovo ale asi nejde.

To by bolo pre firmy neúnosné. Dorovnávať sa to môže len postupne. Lenže keď nejde trvať na ideáli teraz a tu na nadnárodnej úrovni, nedá sa veľmi chcieť, aby na tom štát trval striktné na úrovni národnej.

Takže aj znižovanie regionálnych rozdielov v odmeňovaní bude pravdepodobne aj po transpozícii smernice prebiehať oveľa pozvoľnejšie. A to isté bude asi platiť aj pre iné vážne rozdiely – napríklad medzi mužmi a ženami na porovnateľných pozíciách.

Sú aj nejaké širšie dôvody, prečo sú slovenské mzdy také nízke?

Zisky firiem zo Slovenska aj z Česka vo veľkom odchádzajú do zahraničia

k investorom, materskej spoločnosti, kde potom majú záujem si tieto zisky udržať a zachovať mzdovú hladinu v tej pre nich vzdialenej krajine na východe čo najnižšie. Obvykle tu zisky v potrebnej miere nereinvestujú do rozvoja ľudí, tieto investície si nechávajú na doma – alebo na nové akvizície v ďalších krajinách. Výsledkom je, že dochádza len k pomalému rozvoju slovenskej ekonomiky a ešte pomalšiemu dobiehaniu vyspelých krajín. Navyše, každá kríza na Slovensko dopadne ešte viac, pretože ľudia už nemajú z čoho míňať, spotreba a služby tým pádom chradnú a naštartovať sa naspäť k rastu trvá dlho. Videli sme to na nedávnom prepade reálnych miezd, ktorý na Slovensku trval o dosť dlhšie a bol hlbší ako na západe. Slovenská ekonomika je dnes v parite kúpnej sily v HDP na hlavu na 80 až 85 % výkonu španielskej alebo talianskej ekonomiky. Mzdy sú ale tretinové až polovičné, a to aj napriek rýchlo sa vyrovnávajúcim životným nákladov.

Ako sme sa do tejto pozície dostali?

Po páde železnej opony bohatšie západné ekonomiky do tých chudobnejších východných významne investovali.

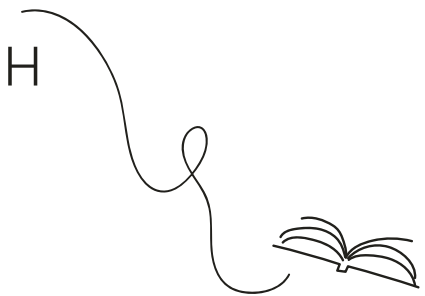
Postkomunistické krajiny z toho dlho ťažili. Ale za cenu toho, že sa náklady práce držali čo najnižšie. A to je dnes už neudržateľné. Hlavne so starnutím populácie a nedostatkom kvalifikovaných ľudí potrebujeme zachovať čo najviac peňazí v domácej ekonomike. Veď investície z deväťdesiatych rokov sa západným firmám už dávno niekoľkonásobne vrátili. Cieľom európskej smernice, o ktorej sa rozprávame, je aj s týmto niečo robiť v dlhšom horizonte, povedzme dvadsať rokov. Pretože ono je to neudržateľné nielen ekonomicky, ale aj politicky.

Ako to myslíte?

Nízka mzdová hladina vedie k ohromnému odlivu ľudí do zahraničia, hlavne tých kvalifikovanejších a vzdelanejších. Kvôli životnej úrovni aj kariérnym možnostiam. A s tým súvisia spoločenské a politické tlaky, vrátane preferencie populistických alebo dokonca extrémistických riešení. To je niečo, čo si Európska únia na svojom území nemôže dovoliť. Preto má tá smernica slúžiť ako nejaký výkop riešenia problému. Dlhodobu by bolo extrémne žiaduce, aby sa viac slovenských firiem dokázalo dostať do polohy investorov, ktorí rozvíjajú svoje kapacity. Že nebudú



ĽUDIA NEMAJÚ DOSTATOK INFORMÁCIÍ, AKO DOSIAHNUŤ LEPŠÍ PRÍJEM. PRETO ČASTO ZOSTÁVAJÚ AJ NA NEPERSPEKTÍVNYCH POZÍCIÁCH.



predovšetkým subdodávateľmi pre zahraničie, ale budú vyrábať koncové výrobky, poskytovať koncové služby a hlavne mať sebavedomie ich adekvátne naceňovať. To by bol výrazný impulz.

Ako je na tom Slovensko v odmeňovaní mužov a žien?

Rozdiel je stále veľký, zhruba 18 %. Z veľkej časti je to dané tým, že ženy sa príliš netlačia na vyššie pozície, pretože ich v kariérach brzdí starostlivosť o deti či starších príbuzných. Túto príčinu vyplývajúcu z pretrvávajúceho tradičného vnímania a rozdelenia rol tá smernica nijako nerieši. A aj keď vedľa seba postavíme mzdu muža a ženy na porovnateľnej pozícii, rozdiel tu stále je. Ženy sa kvôli rôznym obmedzeniam a predsudkom cítia pri dohadovaní mzdy v slabšom postavení a povedia si o menej peňazí. Ak by vedeli, koľko sa na danej pozícii v danej firme priemerne berie, ich vyjednávacía pozícia by sa zlepšila.

Ako sa v tejto perspektíve pozerať na takzvané dodatky o mlčanlivosti, ktoré zamestnancom zakazujú rozprávať sa s kolegami o svojej mzde?

Takýto dodatok je, samozrejme, právne nevymáhateľný a je minimálne proti duchu súčasnej legislatívy. Napriek tomu ľudí zväzuje. Dá sa povedať, že dnes je stále spoločenské tabu preberať verejne svoj príjem. Dodatky o mlčanlivosti sú od firiem trik, ako držať mzdy čo najnižšie.

Čo sa týka transparentnej časti európskej smernice, má Slovensko aspoň v spomínanom zverejňovaní nástupných miezd v inzerátoch náskok?

Áno, aj keď to má v praxi svoje problémy. Časť firiem sa snaží pravidlá obchádzať. Napríklad preto, že nechcú naštvať

súčasných zamestnancov, ktorí si ľahko môžu zistiť, že viac ako lojálnych pracovníkov ich firma oceňuje nováčikov, ktorých sa snaží pretiahnuť odinakadiaľ. Preto niektoré podniky uvádzajú do inzerátov len základnú úroveň mzdy, nevyčísľujú bonusy a podobne. Občas sa tak ponúkaná a reálna mzda zásadne líšia.

V čom by transparentné odmeňovanie mohlo byť výhodné pre firmy samotné?

Po prvé: domnienky z kuchynky narobia často viac škody ako realita. Keď ľudia vôbec netušia, koľko berie kolega, špekulujú, že má viac, že dostal bonusy len vďaka poklonkovaniu šéfovi a podobne. Z toho plynú tlaky, od ktorých by firmám transparentné odmeňovanie mohlo pomôcť. A po druhé: ľudia dnes nemajú dostatok informácií o tom, ako dosiahnuť lepší príjem a podmienky. Preto často zostávajú aj v neperspektívnych firmách na neperspektívnych pozíciách, lebo nevidia, že by si zmenou polepšili. A práve preto firmy nemôžu obsadiť náročnejšie a špecializovanejšie pozície, pretože tí ľudia sedia niekde inde na stoličkách bez budúcnosti.

Ako teda podľa vás dopadne transpozícia smernice do slovenskej legislatívy?

Myslím, že v krajinách, kde sú dnes rozdiely medzi mužmi a ženami aj medzi regiónmi veľké, budú chcieť ísť vlády minimalistickou cestou. Budú firmy regulovať a obmedzovať čo najmenej. A do toho ideálu, ku ktorému sa opakovane vraciame, to bude mať ďaleko.

Pred akými ďalšími výzvami Slovensko a jeho pracovný trh momentálne stojí?

Podobne veľkou výzvou, ako urobiť niečo s nízkymi mzdami, bude adaptácia na

rôzne spoločenské, technologické alebo environmentálne zmeny. Zoberte si starnutie populácie, ktoré so sebou nesie oveľa väčšie nároky na zamestnávanie ľudí v sociálnych službách a v zdravotníctve. Alebo dopad technologických zmien, digitalizácie a automatizácie na oblasť výroby a služieb.

Ako kľúčové sa ukazuje, aby Slovensko aj na vládnej úrovni významne viac podporovalo priebežné vzdelávanie, doplňovanie kvalifikácie aj úplné rekvalifikácie, aby s výraznými zmenami ekonomiky ľudia nestrácali uplatniteľnosť. Už teraz je jasné, že počas najbližších 10 rokov prejde profesijnou zmenou až tretina ľudí. Tri štvrtiny si budú musieť doplniť digitálne kompetencie. Pred 30 rokmi bol sústružník precízny manuálny rutinér, dnes je to v podstate programátor, obsluha sofistikovaných robotov. Práca účtovníka bude kvôli automatizácii vyzeráť už za pár rokov úplne inak ako teraz. Ak do efektívneho priebežného vzdelávania nebude viac investovať štát ani samotné firmy, ľahko môže skokovo narásť podiel ľudí, ktorí nie sú vôbec uplatniteľní na pracovnom trhu, a tiež počet pozícií, ktoré budú neobsaditeľné, pretože na ne nebude dosť kvalifikovaných ľudí. Ponuka a dopyt sa môžu začať rozchádzať ešte výraznejšie.

Aký je v tejto oblasti aktuálny stav?

Podpora štátu a aj priemerná úroveň vzdelávania vo firmách je na Slovensku, bohužiaľ, veľmi nízka. 80 % školení je v podnikoch povinných zo zákona alebo kvôli bezpečnosti prevádzky. Bývajú raz ročne a pre všetkých zamestnancov naraz. Len pätina vzdelávacích aktivít vedie ku skutočnému posunu konkrétnych zamestnancov. S tým je nutné rýchlo niečo robiť.

Odpoveď na budúce zemetrasenia? Vzdelávanie

Ak chcú byť firmy pripravené na výzvy budúcich rokov, je pre ne zásadné prehĺbiť vzdelávanie vlastných zamestnancov. Ako ho ale nastaviť, aby pre firmu bolo skutočne prínosom? A potom ho ešte vyhodnotiť a obhájiť pred vedením? Základ tvoria kvalitné vzdelávacie stratégie.



Keď sme v našom prieskume JobsIndex na jar 2024 zisťovali, čo robí zamestnancov spokojnými, a tým pádom výkonnými, dospeli sme k dvom hlavným oblastiam. V prvom rade je to odmeňovanie. Porovnateľne dôležitý je však osobný rozvoj. Stagnácia ľudí frustruje a vedie nakoniec k odchodom z firiem, hlavne pri náročnejších a kvalifikovanejších profesiách. Inými slovami, vzdelávanie je v neposlednom rade spôsob, ako si aj v prípadných krízach udržať tých najschopnejších zamestnancov. Navyše, schopnosť vzdelávať sa patrí k tým vôbec najdôležitejším zručnostiam u zamestnancov vzhľadom na digitalizáciu a rýchlosť, akou sa pracovné prostredie mení. A dá sa očakávať, že jej význam ešte vzrastie.

Dobrá správa je, že ľudia sa vzdelávať chcú. Podľa JobsIndexu má možnosť

sa vo svojej firme rozvíjať polovica z nich. A 83 % týchto zamestnancov vzdelávanie využíva. Pritom sa mení aj ich motivácia. Už sa tak neboja, že im utečie vlak, najsilnejšie ich motivuje práve posun k zaujímavejšej práci a lepšia perspektíva do budúcnosti.

AKO VZDELANIE NASMEROVAŤ

Dokonca aj vo firmách síce pomaly, ale predsa len postupne klesá podiel školení, ktoré sú zamerané len na prevádzkové bezpečie, aby sa veci robili správne podľa legislatívy alebo procesov materskej centrality. Naopak, rastie počet vzdelávacích aktivít smerujúcich k skutočnému rozvoju zamestnancov a spolu s ním aj objem prostriedkov, ktoré firmy do vzdelávania investujú. Zároveň s nimi ale narastá aj dôležitosť otázky, ako a kam tieť peniaze nasmerovať, aby to prinieslo

výsledky. A tie sa len ťažko preukazujú bez správne nastavenej vzdelávacej stratégie.

Na čo taká stratégia môže slúžiť? Predovšetkým je to spôsob, ako dať vo firmách často neorganizovanému vzdelávaniu poriadok, a tým pádom zvýšiť jeho efektivitu a merateľnosť. Ideálna vzdelávacia stratégia pritom vychádza z aktuálnych i dlhodobých potrieb firmy. Každá firma ju bude mať inú, ciele vzdelávania by vždy mali zodpovedať biznisovým plánom. Nie je to teda vec, ktorú by si HR dokázalo nastaviť samo. Ak chce byť v nastavení smeru vzdelávania efektívne, je potrebné diskutovať o ňom s vedením alebo byť minimálne zladení v strategických a biznisových cieľoch v rámci celej organizácie. A zároveň do neho zapojiť tímových manažérov. Tí totiž vedia najlepšie, v čom sa ich ľudia potrebujú posunúť.

47%

vzdelávacích aktivít
prebieha online (prieskum
Seduo z jesene 2022)



FIREMNÉ VZDELÁVANIE

Firemné vzdelávanie: efektívny
rozvoj zamestnancov

Brano Frk

★ 87 %

1:05 hod 12 lekcí

Ako začať s tvorbou vzdelávacej stratégie?

DEFINUJTE SI BIZNISOVÉ POTREBY

Na začiatok by ste mali mať jasno v tom, kam vaša firma smeruje. Budete v budúcom roku expandovať alebo naopak niektoré biznisy utlmovať? Potrebujete zvýšiť predaj? Prechádzate na nový systém výroby? Či už riešite tieto, alebo iné problémy, vzdelávanie môže byť jednou z ciest, ktorá pomôže dosiahnuť stanovené ciele.

ZISTITE, AKO MÔŽU ĽUDIA POMÔČŤ NAPLNIAŤ CIELE

Ak napríklad vaša firma potrebuje zvyšovať predaje a väčšina príjmov vám prichádza cez obchodníkov, môžete chcieť zainvestovať do mäkkých zručností obchodníkov. Aby skrátka dokázali klientov ľahšie presvedčiť, že vy ste pre nich tí praví. Dá sa ale robiť veľa vecí – naučiť vývojárov pracovať s iným softvérom pre efektívnejšiu prácu, prehodnotiť procesy, doplniť kľúčovým ľuďom komunikujúcim s centrálnou jazykové zručnosti. Univerzálne pravidlo tu neexistuje a vždy by malo vychádzať z vašich potrieb.

URČITE SI, AKÚ ÚROVEŇ ZNALOSTÍ POTREBUJETE

Na dosiahnutie vašich cieľov sa napríklad môže hodiť, aby sa vaši ľudia aktívne dorozumeli s kolegami zo zahraničia, niektorým však bude stačiť len schopnosť pracovať s ich výstupmi a adaptovať ich na Slovensku. Pri každej pozícii

môže byť odlišná potreba. Pre akékoľvek plánovanie je preto kľúčové vedieť, aké kompetencie chcete dosiahnuť. Bez nich jednoducho nejde vybrať správnu formu a druh vzdelávania.

ZISTITE VAŠE MOŽNOSTI A PRIORITY

Máte nastavené všeobecné vzdelávacie ciele aj konkrétny plán pre každú pozíciu? Až v tejto chvíli by mali prísť na rad peniaze. Je jasné, že každý rozpočet má nejaký limit, a tak je nutné určiť priority. Čo je teraz pre vašu firmu dôležitejšie? Naučiť „pisákov“ robiť s ChatGPT alebo zdokonaľiť líniových manažérov v spätnej väzbe k podriadeným? Myslite na to, že nie každý potrebuje nutne ísť na zahraničnú konferenciu do päťhviezdičkového hotela. Aj s malým budgetom sa toho dá veľa vykúziť. Možnosťou môžu byť interné školenia, kedy zamestnancov zasväť poučenejší kolega. Nebojte sa pýtať ani samotných zamestnancov, často dokážu lepšie ako ktokoľvek iný pomenovať svoje slabiny a aktívnejší z nich možno vedie, ako ich zlepšiť. Pomôcť vám môže aj online vzdelávanie. Naše Seduo napríklad disponuje vzdelávacími programami pre vybrané pozície a vie ľudí preškoliť v jazykových, manažérskych aj tzv. mäkkých zručnostiach. Nebojte sa rôzne formy – online aj offline – kombinovať. Vo svete vzdelávania sa tomu hovorí blended learning a ide o trend posledných rokov.

VYBERTE SI TIE PRAVÉ ŠKOLENIA. A VYHODNOCUJTE ICH

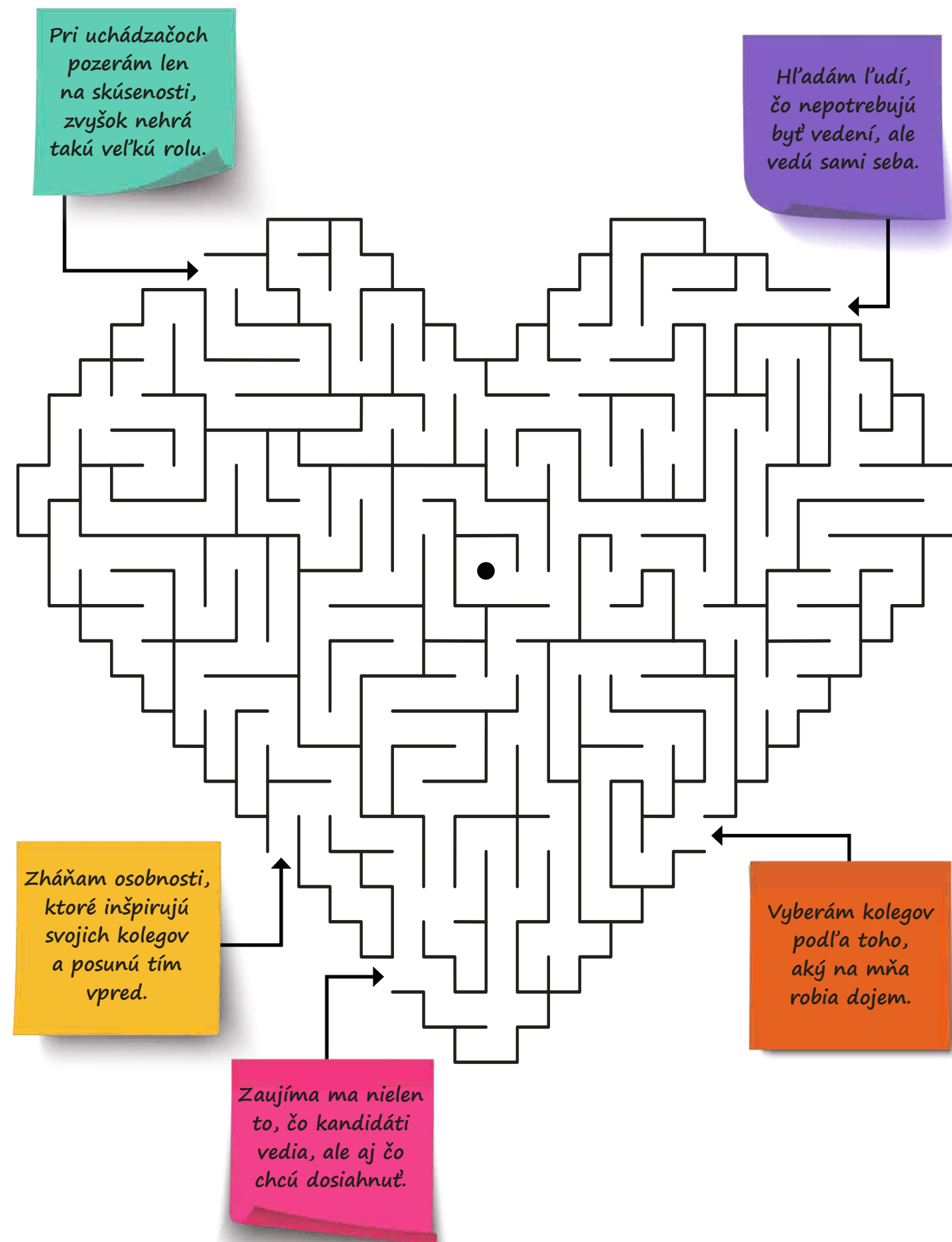
A tu sa vraciame na začiatok. Ak nemôžete vzdelávať všetkých, prioritizujte pozície, ktoré môžu mať najväčší podiel na plnení vašich biznisových cieľov. Len tak totiž obhájite zmysel vzdelávania napríklad aj pred vedením spoločnosti, ktoré primárne zaujímajú výsledky. S tým potom súvisí aj potreba merania a vyhodnocovania. Zamerali ste sa napríklad na výkon svojich obchodákov? Sledujte niekoľko mesiacov po absolvovaní školenia, ako sa zvýšil počet predajných schôdzok. Chceli ste zlepšiť angličtinu zamestnancov? Zadať im následne certifikované testy. Nech už ste sa rozhodli školiť kohokoľvek, nájdite jasné a merateľné údaje, ktoré vám pomôžu efektívitu vzdelávania doložiť. Bude to často chcieť spoluprácu s ďalšími oddeleniami, ale bez tejto investovanej energie skrátka výsledky nikdy nepreukázate.

VYHRAĎTE ĽUĎOM NA VZDELÁVANIE ČAS

Aj tá najlepšia vzdelávacia stratégia nakoniec zlyhá, ak ľuďom čas na učenie nevyhradíte. Skrátka, ak sa majú posúvať profesne a zručnosťami o niečo ďalej, musia mať kedy sa vzdelávaniu venovať. Online vzdelávanie má veľkú výhodu, že sa mu ľudia môžu venovať, kedy sa im to hodí. A to napríklad aj cestou do práce alebo keď majú viac času.



Čo počúvate pri dôležitých rozhodnutiach, ako je hľadanie talentov do firmy? Svoj rozum alebo srdce? Vyberte si vetu, ktorá je vám najbližšia, a zistíte, či vás tento prístup privedie k vytúženému zamestnancovi.



Hviezdou festivalu pracovných príležitostí

V apríli zažila bratislavská Stará tržnica ďalší ročník najväčšieho pracovného veľtrhu na Slovensku Profesia days 2024. A ten opäť priniesol bohatý program nielen pre tých, ktorí si hľadajú nové zamestnanie, ale aj pre tých, čo sa chcú dozvedieť niečo o aktuálnych trendoch v personalistike alebo sa len stretnúť s HR profesionálmi. Ak rozmyšľate nad vašou účasťou na ďalšom ročníku, tu je niekoľko tipov na prípravu.

3 TIPY PODĽA PETRA KRUTÉHO, nášho šéfa eventov v Alma Career Slovakia

1. Vyberte tých správnych ľudí

„Na živom podujatí je to vlastne podobné ako pri príprave textu pracovnej ponuky. Čím je atraktívnejší, čím viac informácií obsahuje, tým viac odpovedí získate. To isté platí aj o stánku na festivale, len tam je to hlavne o ľuďoch. Mali by byť predovšetkým otvorení, pozitívne naladení a najmä by mali chcieť komunikovať s ľuďmi. Uchádzači tu totižto chcú s firmou zažiť osobný kontakt, ktorý inde nezískajú.“

2. Majte plán, koho chcete osloviť

„Na akciu chodia ľudia bez ohľadu na to, či si hľadajú prácu. Hlavne chcú získať nejaké informácie. Sú to tí, ktorí majú v pláne kariérnu zmenu a väčšina je vo veku 25 až 35 rokov, stredoškolsky alebo vysokoškolsky vzdelaní. Spektrum návštevníkov je však oveľa širšie, časť sú študenti a absolventi, prichádzajú aj niektorí špecialisti, zameriavame sa napríklad aj na zdravotne znevýhodnených. Firmy často zozbierajú aj viac ako 100 kontaktov. Vďaka dlhoročnej tradícii máme skúsenosť, že sa nám ľudia na eventy pravidelne vracajú.“

3. Vytvorte zaujímavý program

„Dôležité je zaujať ľudí nejakými aktivitami. Môže to byť súťaž alebo iná špeciálna aktivita či ukážka vecí, s ktorými sa ľudia vo firme reálne stretnú. My radi zamestnávateľa podporíme v jeho programe z organizačného hľadiska. Rôzne takéto zaujímavé informácie nielen zhromažďujeme, ale tiež ich aj propagujeme, aby o nich návštevníci na mieste vedeli.“



3 TIPY PODĽA KAMILY KLUČKOVEJ, employer branding, Lidl Slovenská republika

1. Rozdeľte si úlohy v tíme

„U nás je za organizáciu pracovných veľtrhov zodpovedné oddelenie Employer branding. Máme určenú projektovú koordinátorku, ktorá intenzívne komunikuje s ostatnými členmi tímu, oddelením Recruiting a eventovou agentúrou. Jeden člen tímu zodpovedá za kreatívny koncept, iný kolega sa stará o plánovanie komunikácie, ďalší sa zaoberá konkrétnymi pracovnými pozíciami, ktoré chceme propagovať. Máme pravidelné stretnutia, počas ktorých si sledujeme status priprav a projektový plán.“

2. Pripravte zážitok, na ktorý nezabudnú

V minulých rokoch si mohli návštevníci Profesia days zasúťažiť s naším Kolesom šťastia alebo hádať, aký Lidl produkt je ukrytý v mystery boxe. Tento rok sme mali veľmi pozitívne reakcie na pokladnicu, na ktorej si mohli vyskúšať, koľko produktov zvládnu nablokovať za určený čas. Pri plánovaní aktivít sa zameriavame na to, aby boli lákavé pre čo najširšie spektrum ľudí, ale tiež na to, aby boli späť s nami a poukazovali na to, že sme atraktívnym zamestnávateľom v oblasti maloobchodu.“

3. Sprostredkujte priateľskú atmosféru

„Pripravte všetko tak, aby sa návštevníkom stále niekto venoval, oslovil ich a vedel relevantne zodpovedať ich otázky a mali možnosť o nich podiskutovať. Častokrát ani nejde o to, ako vyzerá stánok, ale o to, aký zážitok vytvorí zástupcovia danej spoločnosti v stánku. Ľudia oceňujú aj to, keď sa môžu zabaviť a dozvedieť sa pritom niečo nové.“



PROFESIA DAYS NAVŠTÍVILO ZA ROK VIAC AKO 16-TISÍC ĽUDÍ

Aj keď tradičným miestom našej vlajkovej lode medzi eventami, Profesia days, je Bratislava, tento najväčší pracovný veľtrh láka záujemcov o prácu aj v Žiline či Košiciach. Na tohtoročný 14. ročník v hlavnom meste zavítalo 6 700 návštevníkov, ktorí sa mohli stretnúť s viac ako 80 vystavovateľmi. Na žilinské podujatie prišlo 3 400 návštevníkov a takmer 50 vystavovateľov. A s veľkým záujmom sa stretla aj košická akcia, kde na posledné pokračovanie Profesia days so 70 vystavovateľmi zavítalo cez 6 000 návštevníkov.



Pracovný trh je zamrznutý. Prečo je to problém?

Slováci sa zdráhajú meniť zamestnanie. Hlavne preto, že si nemôžu dovoliť zostať bez príjmu. Údaje spoločnosti Alma Career ukazujú, prečo je nízka fluktuácia problémom pre firmy aj ekonomiku.

14%

zamestnancov zmenilo prácu počas posledných 12 mesiacov



* JOBSINDEX, JAR 2024

PRÍEMERNÁ ROČNÁ MIERA FLUKTUÁCIE V KRAJINÁCH OECD V ROKOCH 2017 - 2019



21,7%

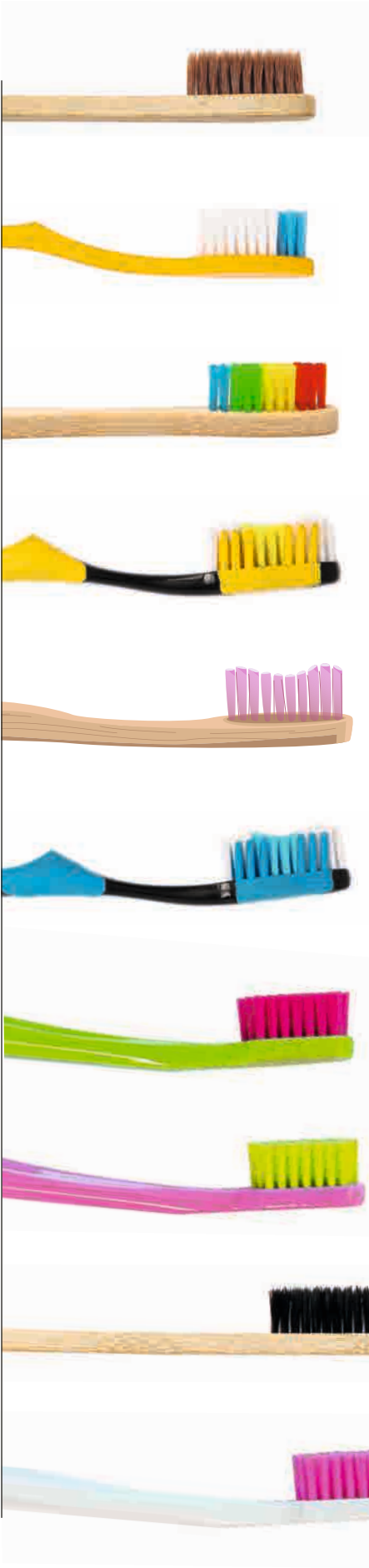
priemer OECD

V priebehu jedného roka zmení na Slovensku prácu iba 14 % ľudí. Ukázal to najnovší prieskum medzi zamestnancami Jobsindex. Obvyklá ročná miera fluktuácie vo väčšine európskych krajín sa však pohybuje okolo úrovne 20 %. A najkonkurencieschopnejšie ekonomiky, ako je napríklad Dánsko, majú mieru fluktuácie dokonca 28 %. Nízka miera fluktuácie, ktorá je u nás navyše dlhodobým javom, má negatívny vplyv na celý pracovný trh. Zamestnanci a zamestnankyne sa plynule nepresúvajú na pozície, kde sú potrební a kde môžu najlepšie využiť svoj potenciál.

Pre firmy je síce vždy jednoduchšie udržať si doterajších zamestnancov, no nie sú to len tí dobrí, ktorí u vás zostávajú, ale aj tí frustrovaní, ktorí vás výkonnostne ťahajú nadol. A keď potom hľadáte pracovníkov na perspektívne pozície s vyššou pridanou hodnotou, zistíte, že tí, ktorí by sa na ne hodili, sedia pripútaní na stoličkách v iných spoločnostiach bez budúcnosti a čakajú na to, kedy dostanú výpoveď a odstúpné.

ĽUDIA NECHCÚ ÍŠŤ DO RIZIKA

Pomer medzi dobrovoľnými a nedobrovoľnými odchodmi sa ustálil na približne 60 ku 40. Počet prevažne dobrovoľných odchodov je však v medzinárodnom



15%
Česko

17%
Slovensko
(14 % v roku 2024)

18%
Nemecko

18%
Belgicko

19%
Maďarsko

23%
Rakúsko

23%
Holandsko

24%
Francúzsko

25%
Španielsko

28%
Dánsko

* ZDROJE: OECD (2017–2019)

AKÁ RÝCHLA JE ZMENA ZAMESTNANIA?



porovnaní naozaj nízky. Ľudia sa snažia vyhnúť riziku, že budú nejaký čas nezamestnaní, predovšetkým z finančných dôvodov: 39 % nemá finančné rezervy na viac ako mesiac, 71 % na maximálne tri mesiace. Zodpovedajúco k tomu každý štvrtý zamestnanec uvádza, že by si mohol dovoliť hľadať novú prácu najviac jeden mesiac. Alebo povedané inak, tí, ktorí sa už rozhodli opustiť svoje súčasné zamestnanie, si chcú nájsť to nové ešte pred podaním výpovede. A 29 % z nich skutočne nastúpi do novej práce takmer okamžite po odchode z predchádzajúceho pracovného pomeru.

Problém takejto hry na istotu však je, že intenzita hľadania nového miesta je tým pádom vo všeobecnosti nízka. Aktívne si novú prácu hľadá iba približne každý desiaty zamestnaný, pričom otvorený zmene zamestnania je takmer každý tretí. Človek to vyskúša raz, dvakrát do roka, keď zareaguje na nejakú „ideálnu“ pozíciu, a keď to nevyjde, k ďalšiemu pokusu sa odhodlá až o niekoľko mesiacov. A takto otáľa aj dva, tri roky, a to napriek tomu, že sa mu už v súčasnej práci nepáči.

VÄČŠINA SI ZMENOU POLEPŠÍ

Jedným z dôsledkov nízkej fluktuácie je následne pomalý rast miezd. Keď sa ľudia zdráhajú zmeniť pracovné miesto, nielenže nezískajú od nového zamestnávateľa viac peňazí, ale zároveň tým oslabujú aj svoju vyjednávaciu pozíciu u toho súčasného. Až 46 % ľudí potom tvrdí, že majú nižšiu mzdu, než by zodpovedala ich kvalifikácii alebo úrovni danej pozície. Z toho následne rastie ich frustrácia. Pritom 60 % ľudí, ktorí za posledný rok prácu zmenili, si výrazne polepšilo a len 9 % si pohoršilo. A dokonca aj medzi tými, čo dostali výpoveď, je viac tých, ktorí si následne našli lepšie platenú prácu.

Zároveň platí, že akonáhle človek raz zmení prácu a zistí, že si tým polepšil, jeho obavy z ďalších zmien sa výrazne znížia. A to aj v jeho sociálnej bubline. Aj preto sú k zmenám oveľa náchylnejšie mladšie ročníky. Ľudia nad 55 rokov prácu takmer nemenia. Nie preto, že by nechceli, ale často sa stretávajú s odmietaním, čo ich tiež odrádza od ďalších pokusov a ovplyvňuje to aj ich okolie. Mladšie generácie s tým majú oveľa lepšie skúsenosti.

PENIAZE SÚ MOTIVÁCIA, ALE RAST MUSÍ BYŤ VÝRAZNÝ

To, že ľudia neradi menia prácu, potom sťažuje aj možnosť získať ich pre vašu spoločnosť. V rámci prieskumu JobsIndex sme sa tiež pýtali na to, o koľko by musela byť finančná ponuka vyššia ako ich súčasný plat, aby ľudia považovali zmenu zamestnania za atraktívnu aj napriek potenciálnym rizikám. A začína to až na 20 %. Pritom platí, že na získanie špecializovanejších vysokopříjmových zamestnancov potrebujete aj percentuálne viac finančných prostriedkov. Okrem toho je pre nich zmena zamestnávateľa často kombináciou viacerých motívov, počnúc atraktívnou náplňou práce cez potenciál odborného alebo kariérneho rastu až po rozšírenie flexibility a autonómie.

SVOJU ÚLOHU HRÁ AJ STIGMATIZÁCIA

Keď človek príde o prácu, nezriedka ho zachváti panika. Celkovo 28 % ľudí tvrdí, že by v prípade straty zamestnania prijala aj horšiu prácu, len aby sa zamestnala dostatočne rýchlo. Z týchto ľudí by to 76 % urobilo z finančných dôvodov.

A zároveň 24 % z nich neverí, že by si v prípade dlhšieho hľadania našli lepšiu prácu. Napokon len 13 % všetkých zamestnancov tvrdí, že má dostatok adekvátnych príležitostí na zmenu. Čo je paradox v čase, keď firmy nemajú kde brať ľudí.

Svoju úlohu tu zohráva aj stigmatizácia. Pätina tých, ktorí by prijali aj horšiu prácu, nechce byť v evidencii úradu práce a 14 % sa obáva, že by dlhšia

prestávka v ich životopise vyzerala zle. Mimochodom, služby úradov práce využila len štvrtina Slovákov, ktorí v uplynulom roku zmenili prácu. A len 16 % z tých, ktorí menili zamestnanie, využilo podporu v nezamestnanosti.

Pritom sú ale ľudia stále viac a viac ochotní si zvyšovať kvalifikáciu alebo zmeniť odbor, ak to povedie k zaujímavejšej a lepšej práci. Pred covidom to uvádzalo cca 20 % z nich, vlni 32 %

a tento rok už 34 %. Keď si však po strate zamestnania nemôžu dovoliť obetovať čas na preškolenie alebo zvýšenie kvalifikácie a nevidia okolo seba dostatok príležitostí, aby tak urobili, je pre nich ťažké posunúť sa ďalej. A vy ako zamestnávateľia potom máte problém obsadiť náročnejšie a pre spoločnosť hodnotnejšie pozície.

AKO DLHO BY SI ĽUDIA HĽADALI NOVÚ PRÁCU?



Z AKÉHO DÔVODU BY ZOBRALI AJ HORŠIU PRÁCU?



* JOBSINDEX, JAR 2024

Ako AI uľahčuje prácu

Ked' sa povie umelá inteligencia, veľa ľudí si predstaví hľadanie informácií cez ChatGPT. Zďaleka už však nejde len o to. Firmy už dnes AI využívajú na celú paletu činností. Aké konkrétne to sú a kde všade sa dá práca pomocou umelej inteligencie uľahčiť?



DM DROGERIE: BEZPEČNÁ TVORBA INTERNÝCH MATERIÁLOV

Jiří Peroutka, manažér komunikácie

Máme k dispozícii vlastného chatbota s názvom dmGPT, ktorý je prínosný predovšetkým pri práci s textami a ich

úpravami, pri hľadaní inšpirácie, podnetov a návrhov pri tvorbe obsahu. K dispozícii máme asistentov na vytváranie interných dokumentov, prekladov a na generovanie grafiky. Umelú inteligencia využíваме aj v oblasti marketingových kampaní a komunikácie. Verejnú verziu ChatGPT a obdobné nástroje umelej inteligencie

nevyužívame z dôvodu ochrany firemných dát. Náš chatbot ponúka podobný rozsah funkcií ako originál, ale je to uzatvorený systém. Umožňuje nám tak pracovať s citlivými firemnými údajmi, zadávať a spracovávať interné dáta a v promptoch využívať interné strategické informácie bez toho, aby hrozil ich únik mimo organizáciu.

ELV.AI: OBRANA PRED NEŽIADUCIM OBSAHOM

Jakub Šuster, CEO

Kedže virtuálny priestor v posledných rokoch zahltili konšpirácie, hoaxy, urážky a iné nežiaduce javy, zvyšuje sa potreba efektívneho moderovania obsahu. Elv.ai prináša službu, ktorá kombinuje umelú inteligencia, ktorá denne dokáže spracovať tisíce komentárov, a ľudský faktor vo forme moderátorov, ktorí vedia rozlišovať sociokultúrne nuansy. Vlastný AI model používame na sémantickú (obsahovú) analýzu komentárov. Model vyhodnocuje, či komentár obsahuje vulgarizmy, násilie, sexuálne narážky, dezinformácie alebo ofenzívny obsah. Na základe toho automaticky určujeme, na ktoré komentáre je vhodné odpovedať. Okrem toho analyzujeme emócie v komentároch, ako sú hnev, smútok, radosť a neistota. Klienti si môžu nastaviť rôzne automatizácie, napríklad odpovedať na všetky nahnevané komentáre. Manažérom sociálnych sietí vie Elv.ai ušetriť až 30 % času.



UMELÁ INTELEGENCIA MÔŽE POMÔŤ AJ TAM, KDE BY STE TO NEČAKALI

Zoberte si napríklad takú klasickú reštauráciu. Niektorí musia napláňovať zmeny, navrhnuť obedové menu, zariadiť zásoby, nastaviť ceny... Bežne by na tieto činnosti bolo potrebných viac osôb, prinajmenšom prevádzkar a kuchár. Keď prehodia niektoré povinnosti na umelú inteligencia, uvoľní sa im ruky na to, čo je pre nich kľúčové – varenie, riadenie reštaurácie, zaškolaťovanie a koordinácia zamestnancov alebo udržiavanie kontaktu s dodávateľmi a zákazníkmi. Umelá inteligencia za chvíľku vytvorí pekné menu v slovenčine aj v cudzom jazyku, všetko potrebné ohľadom surovín a práce naplánuje, pomôže s vybavovaním rezervácií alebo s príspevkami na sociálne siete, aby do reštaurácie prišli zákazníci.

IERP: JEDNODUCHŠIA A RÝCHLEJŠIA PRÁCA

Dušan Korčák, Co-founder & CEO

Náš nástroj Contentonic je pre firmy a ich zamestnancov platformou, vďaka ktorej môžu využívať výhody AI jednoduchšie a rýchlejšie, napríklad bez znalosti písania promptov. Je niečo ako ich asistent, pričom im pomáha vo viacerých oblastiach, generuje e-maily, marketingové materiály, články, ale aj podcasty a videá. Významnou pridanou hodnotou je fact-checking realizovaný prostredníctvom proprietárnych algoritmov, ktoré výrazne zvyšujú presnosť odpovedí. Predpripravené AI modely zase zabezpečujú bezpečné a rýchle získavanie informácií, čím robia proces užívateľsky prívitejším.

Zjednodušením tvorby obsahu umožňuje umelá inteligencia podnikom zamerať sa na rast, čo sa ukazuje ako neoceniteľné v dnešnom konkurenčnom prostredí. Signifikantná úloha a benefity umelej inteligencie pri zvyšovaní agility a inovácie podnikov sú plne viditeľné už dnes, čo ju robí základným kameňom moderných podnikových stratégií.

KOMERČNÍ BANKA: DIGITALIZÁCIA DOKUMENTOV

Martin Sládeček, chapter lead

Umelá inteligencia nám pomáha predovšetkým pri zlepšovaní služieb, zážitku klienta, efektivity alebo nám vylepšila prevenciu podvodov. AI nástroje už dnes čítajú z dokumentov a obrázkov texty, ktoré následne prevedú na štruktúrované dáta a uložia ich na ďalšie použitie. Aktuálne vyťažujeme napríklad účtovné výkazy a pripravujeme načítanie údajov z energetických štítkov budov alebo transakčných výpisov ostatných bánk. Spracovávame cez AI celý rad ďalších obrázkov, Komerční poisťovňa napríklad využíva AI model, ktorý na lekárske správy odovzdaných poisťovní klientami overuje pečiarke s podpismi lekárov.

Automaticky prepisujeme aj telefonáty, ktoré musíme nahrávať z dôvodu regulácie či legislatívy. A umelá inteligencia nám pomáha napríklad aj s tvorbou kreatívneho obsahu.

PRINÁŠAME VÁM AJ PÁR ĎALŠÍCH PRÍKLADOV, AKO BY TO MOHLO FUNGOVAŤ A ČASTO AJ FUNGUJE V PRAXI

- Advokáti ju môžu využiť na analýzu právnych dokumentov, rýchle vyhľadanie podobných prípadov a relevantných zákonov.
- Lekárnikom pomôže s kontrolou, či pacienti dostanú bezpečnú kombináciu liekov.
- V krajčírskych a svadobných salónoch na ňu môžeme nechať výber strihu alebo šiat s ohľadom na postavu zákazníčky.
- Komukoľvek s kancelárskym typom profesie pomôže napísať e-mail, naplánuje stretnutie, vyhľadá informácie alebo napríklad vytvorí prezentáciu snov.
- Pripraví zmluvy, ktoré následne len skontroluje právnik.
- Napíše inzeráty na hľadanie pracovníkov.
- Poľnohospodárom zanalyzuje dáta z dronov a satelitov alebo pomáha s bojom proti škodcom a chorobám plodín (už dnes sa tak deje).
- Dopravcom naplánuje trasy a dodávky.
- Obchodným refazcom riadi sklady, balenie a triedenie tovaru.

- Lekári s jej pomocou ľahšie vyhodnotia röntgeny a iné diagnostické snímky.
- Muzikanti vďaka AI môžu prísť na nové melódie a harmonické štruktúry.
- Spraví výber správ, ktoré si prečítame a hodia sa na mieru našim potrebám.
- Vášnivým čitateľom zase vyberie knižky na základe preferencií.
- Uľahčí plánovanie rodinného kalendára.
- Vymyslí recepty na večeru a skordinuje nákupy.
- Naplánuje dovolenku, pripraví itinerár a naučí nás základné frázy v danom jazyku.
- Upraví fotografie bez znalosti grafických programov.
- Modelárom a DIY majstrom ponúkne návody, pomôže vybrať dizajn, najlepšie materiály a nástroje na konkrétne projekty.
- Deťom vysvetlí učivo do školy alebo pre ne vymyslí rozprávku na dobrú noc.



Vychytávky do práce

Existuje veľa nástrojov pre lepší pracovný zážitok aj pre väčšie pohodlie. Prinášame tipy na niektoré z nich, aby sa vašim ľuďom lepšie pracovalo. Či už to bude z open-space, coworku, z domova alebo z ciest.



SMART SLÚCHADLÁ

Dnešné slúchadlá už disponujú smart funkciami, ako je filtrovanie okolitého hluku alebo automatický transparentný režim. Ten utlmí zvuk v slúchadlách, keď na ich používateľa niekto začne rozprávať. Človek tak má svoj pokoj a súčasne sa nezatvára pred okolím.

SMART HODINKY

Šikovné je nastaviť si do nich napríklad notifikácie, ktoré si inak kontrolujete na mobile. A tiež sledovanie aktivity nie je od vecí. Hlavne ak to zamestnanca donúti, aby sa občas pretiahol. A môže to mať až nečakaný vplyv aj na jeho celkovú produktivitu.



ABY SA ZAMESTNANCOM DOBRE PRACOVALO, POTREBUJÚ NIELEN VHODNÉ NÁSTROJE, ALE AJ DOBRÉ PROSTREDIE.



TABLET NAMIESTO POČÍTAČA

Klasické stolové počítače sa dnes v kanceláriách veľmi nenašiel, trendom sú notebooky a... tablety. Moderný tablet dokáže v mnohých prípadoch klasický notebook nahradiť a niektorí zamestnanci s ním môžu byť produktívnejší. Problém nie je ani písanie – dajú sa totiž dokúpiť až prekvapivo kvalitné klávesnice.

UMELÁ INTELEGENCIA

Nevenovať jej v práci pozornosť je chyba. AI nemá nahradiť pracovné miesta, má prácu spraviť efektívnejšou – a ako to docieľiť, na to často musia prísť sami zamestnanci. Nebude to určite hneď. Ale ak ju ľudia testovať nebudú, ich schopnosti s ňou pracovať sa tiež nikam neposunú.



POTREBNÉ PERIFÉRIE

Dvanásťpalcový displej môže radu ľudí stačiť, nie však všetkým. Takže externý monitor, dokovacia stanica či ďalšie periférie sú pre rad profesií nutnosťou. Nechajte ich vybrať si aj myš alebo klávesnicu podľa ich preferencií, nie podľa toho, akého dodávateľa firma uprednostňuje.



NIEČO OSOBNÉ

Niekedy stačia detaily, ktoré ponúkajú riešenie aj pre flexi-office prostredie. Stojanček na mobil s možnosťou bezdrôtového dobíjania umožní na mnohých mobiloch aktivovať režim fotorámčeka. Poteší napríklad aj možnosť niekam si bezpečne uložiť svoj vlastný hrnček na kávu či čaj.



STRÁŽCOVIA ČASU

Bluetoothové zariadenia či aplikácie ušetria čas tým, že ho efektívne sledujú. Dokážu zmerať čas práce z domova aj z kancelárie, priradiť ju k jednotlivým úlohám a po-starajú sa aj o vyplňanie výkazov.

KVETINY

Špecializované e-shopy ponúkajú izbové rastliny vhodné do práce. Sú odolné voči klimatizácii a nedostatku svetla a zároveň nenáročné na starostlivosť. Hodia sa aj samozavlažovacie kvetináče, ktoré sú už dostupné aj v elegantnom dizajne.



TEKUTÁ ENERGIA

Na trh prichádza čoraz viac drinkov na podporu sústredenia a na doplnenie vitamínov a minerálov, napríklad horčička, železa alebo vitamínu C, ktoré prispievajú k zníženiu únavy.



→ späť na obsah

Ludskosť je u nás ako doma

Chceme našim kolegom z Alma Career v Česku a na Slovensku prinášať radosť a prekvapovať ich drobnosťami priebežne po celý rok. Aby vedeli, že na nich myslíme. Prácu im tým neľahčíme, ale s lepšou náladou sa všetko zvláda lepšie.



NAŠE BENEFITY SÚ AKO MENU V SKVELOM BISTRE. NIE JE ICH MOŽNO NEKONEČNE VEĽA, ALE SÚ LEN Z KVALITNÝCH INGREDIENCIÍ.

LÁSKA (K PRÁCI) PRECHÁDZA CEZ ŽALÚDOK

Okolo jedla sa môže vo firme točiť množstvo pekných komunitných aktivít. Dvakrát týždenne pripravujeme raňajky, aby mali zamestnanci príležitosť stretnúť sa a na chvíľu odreagovať. Niektoré z akcií sme zamerali na medzinárodné dni jedla a spoločne sme si tak užili napríklad Deň mojita, párku v rožku (zjedlo sa ich cez 100), vodného melónu, vanilkovej zmrzliny alebo vaflí. Najväčší benefit? Okrem skvelého jedla aj priestor stretnúť sa a porozprávať sa s kolegami.

100+
párkov v rožku

„Radi sa stretávame a jedlo je na to skvelý prostriedok. Stretnú sa tak ľudia, ktorí sa napríklad dlhšiu dobu nevideli, pretože do kancelárie chodia len občas.“

– Petra Smetáková,
people & culture Alma Career



90

kolegov absolvovalo
vyšetrenie u dermatológa



DNI ZDRAVIA

Keď nejde človek za prevenciou, treba priviesť prevenciu do kancelárií. Kým nás niečo nebolí, tak to často neriešime. Zamestnanci uvítali tému Prvej pomoci, keď si mohli vyskúšať rôzne techniky na záchranu života. Každého rodiča totiž desí predstava dusiacich alebo topiacich sa detí. Často ide dokonca o život zachraňujúci benefit. Podobne ako pri akcii s témou Zdravej kože. Kolegovia mohli využiť štvrťhodinku s dermatológom a nechať si vyšetriť znamienka a skonzultovať ťažkosti.



„Snažíme sa pre ľudí vytvárať pekné pracovné podmienky. Potom už je len na nich, či sú v nich šťastní, alebo nie.“

– Petra Smetáková,
people & culture Alma Career

MYSLÍME AJ NA RODINY

Do diania v Alma Career sa snažíme vtiahnuť aj príbuzných našich kolegov. Nechýbajú tak mikulášske akcie alebo oslavy Dňa detí. Tie majú tradíciu hlavne na Slovensku. Chápeme tiež, že je pre rodičov ťažké zžáňať cez prázdniny strážené. Nie je tak výnimkou, že sa nám po kanceláriách preháňa a v závesných košoch hojdá množstvo malých i veľkých potomkov.



POMOC MÁME V DNA

Sme úspešná firma a snažíme sa to vracať aj v charitatívnych veciach. Na Slovensku budujeme komunitu okolo Profesia Labu, kde firmám ukazujeme, ako zamestnávať ľudí so zdravotným znevýhodnením. Vyberali sme tiež drogériu pre deti s autizmom alebo si vzali happy days a sadili stromčeky. Individuálne potom pomáha aj množstvo z nás. Veľmi si tak vážime napríklad kolegov, ktorí z vlastnej iniciatívy trénujú pohovory s deťmi, spolupracujú so zdravotným klaunom či pomáhajú deťom z detských domovov. Aj vďaka nim totiž vytvárame lepší svet práce pre každého.

A OKREM TOHO PONÚKAME CELÝ RAD NETYPICKÝCH BENEFITOV:

- Neobmedzené happy days
- Voľný piatok, ak štátny sviatok vyjde na víkend
- Príspevok pri dlhodobej chorobe
- Jednorazovú čiastku rodine pri úmrtí zamestnanca
- Psychoterapiu pre zamestnancov a sprostredkovanie terapie aj pre príbuzných

Sledujte nás v online svete

Skúmame všetko, čo sa v HR ťučne. A chceme, aby ste aj vy boli v obraze. Pripojte sa k našim médiám a vyberte si, či náš obsah chcete čítať, alebo sledovať.



MAGAZÍN

Servírujeme ročne viac ako 130 článkov nadupaných informáciami. Našou doménou sú dáta z firiem aj od zamestnancov, tipy pre každodennú prácu HRistov, právna poradňa, rady od psychológov alebo príklady z praxe podnikov.

SOCIÁLNE SIETE

Ideme s dobou a tak nás nájdete aj na LinkedIn, Facebooku alebo YouTube.



príhláste sa

NEWSLETTRE

Nechajte si novinky posilať do e-mailovej schránky. Každý druhý pondelok k vám pristane NEWS Letter plný zaujímavostí z trhu práce na Slovensku aj vo svete. V stredu rozosiame ALMA Career newsletter s článkami z nášho magazínu.

DÁTOVÉ RAŇAJKY A ĎALŠIE PDF

Vieme, že dáta vládnu všetkému. Preto môžete Dátové raňajky s analytikom Tomášom Ervínom Dombrovským konzumovať nielen na osobných stretnutiach, ale aj vo forme obsahovej prezentácie s najdôležitejšími dátami o slovenskom pracovnom trhu. A okrem toho u nás na webe nájdete aj celý rad ďalších praktických PDF.

Práca za rohom prišla spoza hraníc. A nie je jediná

Naše produkty sa rozrastajú a úspech slávia nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Profesia Days či Platy.sk sa už v rámci skupiny Alma Career etablovali v Česku aj ďalších krajinách, u nás doteraz najväčšiu expanziu v absolútnych číslach zase zaznamenala pôvodne česká Práca za rohom. Jej slovenská verzia Práca za rohom si za prvý rok fungovania získala viac ako 130-tisíc používateľov.



Až do minulého roka sme na Slovensku prevádzkovali len portál Profesia.sk a okrem úzko zameraného Edujobs, ktorý sa špecializuje na prácu v školstve, išlo o jediný job board pre široké spektrum kandidátov. Keď sme teda vlni spustili Práca za rohom, bol to krok tak trochu do neznáma. Mobilná aplikácia zameraná na prepájanie firiem s kandidátmi v blízkosti ich bydliska na Slovensku ešte nebola a to napriek tomu, že by sa aj používateľom u nás hodila. Celkovo 9 z 10 Slovákov si totiž hľadá prácu tak, že zadajú miesto pracoviska a až potom si vyberajú z pracovných ponúk.

A už teraz vieme, že po necelom roku fungovania išlo o úspech. Na konci leta 2024 mala samotná aplikácia viac ako 130-tisíc stiahnutí a každý mesiac rastie zhruba o 18-tisíc používateľov. Aplikáciu a portál sme firmám ponúkali primárne ako doplnok k ich inzerciám na Profesia.sk a v januári podporili spustenie rozsiahlou TV kampaňou. Aj vďaka nej si svoje miesto na Slovensku našla Práca za rohom veľmi rýchlo. Od začiatku roka do konca augusta sme firmám doručili viac ako 100-tisíc odpovedí kandidátov. A vzhľadom na pripravované mediálne kampane očakávame, že porastie ešte rýchlejšie.

Takto rozširujeme celkovú ponuku našich produktov a služieb vo všetkých krajinách skupiny. Vďaka spojeniu do Alma Career a vytvoreniu medzinárodných tímov pracujeme na tom, aby zákazníci v rámci celej skupiny mali k dispozícii rovnaké nástroje. Mrknite sami, kde už sa nám podarilo preskočiť z jednej krajiny do druhej.



platy.sk

PLATY.SK

Koľko ľuďom platí konkurencia? To u nás na Slovensku už od roku 2007 zisťujú Platy.sk a tento pôvodom slovenský Platový nástroj už dlhší čas úspešne prevádzkujeme aj v Česku. Využíva ho viac ako 1 100 firiem a rozsiahle dátové podklady región aj prekračujú. Pod medzinárodnou značkou Paylab totižto funguje nielen v ďalších 15 európskych krajinách, ale napríklad aj v Saudskej Arábii alebo juhovýchodnej Ázii.

ARNOLD

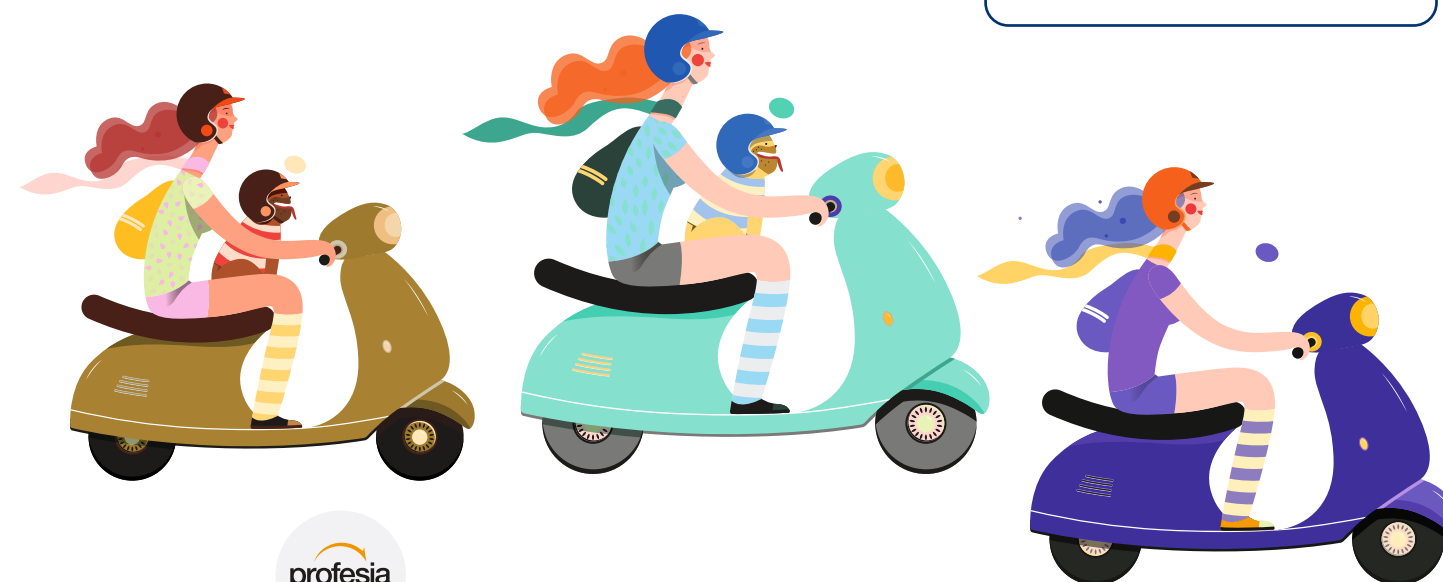
ARNOLD

Za jeden rok fungovania na Slovensku tento digitálny parták pomohol k spokojnejším zamestnancom už viac ako 10 firmám. Tie vďaka nemu môžu mapovať náladu zamestnancov od nástupu cez fungovanie vo firme až po offboarding.

teamio

TEAMIO

Moderné ATS prekročilo naše hranice v roku 2023 a aj keď stále usilovne pracujeme na jeho hladkom prepojení s Profesia.sk, už dnes pomáha viac ako 70 slovenským firmám k lepšej organizácii náborov a efektívnejšej práci s kandidátmi.



profesia

PROFESIA DAYS

Bohaté skúsenosti slovenských kolegov s organizovaním festivalu pracovných príležitostí Profesia Days skupina Alma Career v roku 2024 preniesla aj do Česka. Career Expo v priestoroch O₂ Universum sa tak stalo vôbec najväčšou akciou svojho druhu u našich susedov – navštívilo ho totiž viac ako 10-tisíc ľudí a mali príležitosť spoznať viac ako 90 firiem.

seduo.sk

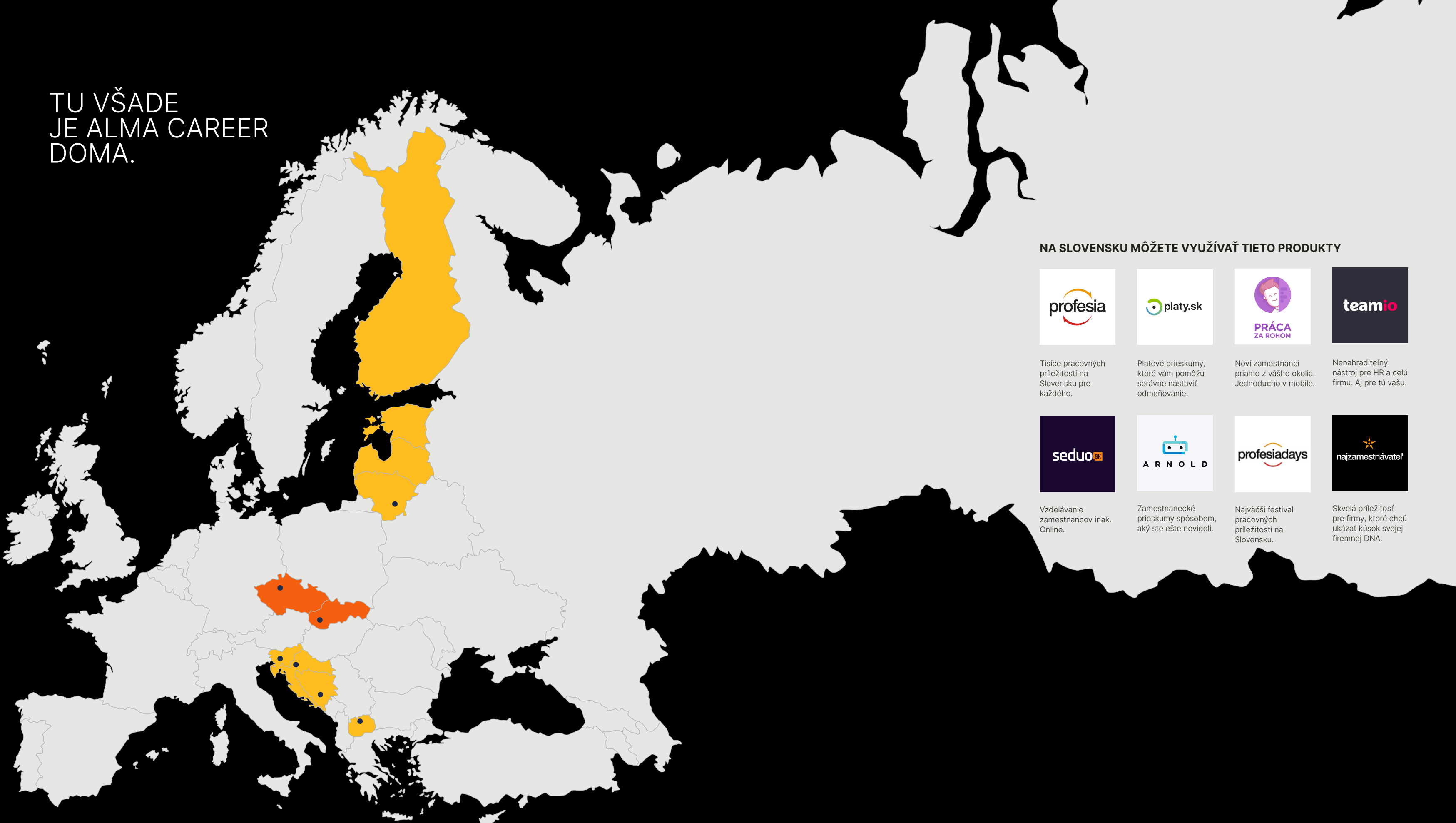
SEDUO.SK

Firemné vzdelávanie je na vzostupe a na Slovensku sme ho za 4 roky fungovania pomohli sprístupniť už viac ako 380 firmám a profesijne so Seduo rastie viac ako 15 500 zamestnancov. K dispozícii majú viac ako 390 kurzov na žiadané zručnosti a môžu sa učiť od tých najlepších vo svojom odbore.

A IDEME EŠTE ĎALEJ...

Hľadáte ajťáka vo Fínsku, barmana v Grécku alebo účtovníka v Slovinsku? Vďaka napojeniu na medzinárodnú sieť Alma Career už dnes dokážeme pomôcť s hľadaním kandidátov vo všetkých 11 krajinách, kde skupina pôsobí. Sami vlastníme 18 job boardov, kde prácu hľadajú milióny ľudí.

TU VŠADE
JE ALMA CAREER
DOMA.



NA SLOVENSKU MÔŽETE VYUŽÍVAŤ TIETO PRODUKTY



Tisíce pracovných príležitostí na Slovensku pre každého.



Platové prieskumy, ktoré vám pomôžu správne nastaviť odmeňovanie.



Noví zamestnanci priamo z vášho okolia. Jednoducho v mobile.



Nenahraditeľný nástroj pre HR a celú firmu. Aj pre tú vašu.



Vzdelávanie zamestnancov inak. Online.



Zamestnanecké prieskumy spôsobom, aký ste ešte nevideli.



Najväčší festival pracovných príležitostí na Slovensku.



Skvelá príležitosť pre firmy, ktoré chcú ukázať kúsok svojej firemnej DNA.



Alma Career.

Lepší svet práce pre každého.
Inšpirované ľuďmi. Poháňané technológiami.

