

2013

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

MARKO TRPIN

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

ZAKLJUČNA PROJEKTNA NALOGA

MARKO TRPIN

KOPER, 2013

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Zaključna projektna naloga

RETORIKA IN GESTIKA NA RAZGOVORU ZA
ZAJEMLJENJE

Marko Trpin

Koper, 2013

Mentor: izr. prof. dr. Tonči A. Kuzmanić

POVZETEK

Iskalci zaposlitve pripravi na zaposlitveni razgovor dostikrat ne posvečajo dovolj pozornosti. Iskanje zaposlitve danes zahteva veliko energije za načrtovanje in preučevanje podjetij, predvsem pa za pripravo samega sebe. Delodajalce na razgovorih zanimajo predvsem kako bodo veščine, znanja in izkušnje novih zaposlenih pripomogle k uspehu podjetja. Zanima jih njihova primernost za vključitev v že obstoječi tim. Čim več sposobnosti morajo iskalci zaposlitve znati pokazati v čim krajšem času in na najboljši način. V nalogi je opisano, kako se pripraviti in opraviti zmagoviti zaposlitveni razgovor. Podarek je na gestiki oz. neverbalni komunikaciji, retoriki in primerih iz prakse. Poleg tega so opisani še postopki, ki jih moramo poznati in opraviti pred in po razgovoru. V empiričnem delu je z vprašalnikom raziskana informiranost in pripravljenost na zaposlitveni razgovor pri 25 študentih in študentkah, ki prav tako obiskujejo fakulteto za management na primorski univerzi.

Ključne besede: neverbalna komunikacija, retorika, zaposlitveni razgovor, delodajalci, tim

SUMMARY

People seeking jobs often do not give enough attention when they are preparing themselves for a job interview. Presently, searching for jobs demands tremendous energy when planning and researching companies and especially to prepare for the interview. When interviewing a job applicant, the employer is mostly interested how applicants' skills, knowledge and experience can contribute to the success of the company. Further, the employer is concerned about the fit of the applicant with the team. Therefore, it is imperative that the applicants present their skills during the interview effectively. In research is described how to prepare and carry out a successful interview. The emphasis was on gestures or non-verbal communication, rhetorics and examples from work. In addition, it is described processes one needs to know and complete before and after the interview. In the empirical part of work It is used a survey to research how informed and prepared for a job interview are 25 students of Primoska university, Faculty of Management.

Key words: Non-verbal communication, rhetorics, job interview, employer, team.

UDK: 316.772.2(043.2)

VSEBINA

1	Uvod – opredelitev pojmov	1
1.1	Retorika	1
2	Zaposlitveni razgovor	6
2.1	Predpriprava na razgovor	6
2.2	Neverbalna komunikacija	9
2.2.1	Gestika in drža telesa	11
2.2.2	Stik z očmi in izrazi obraza	14
2.3	Zunanji videz	15
2.4	Zvok in čas	17
2.5	Proksemika	18
2.6	Napake in ovire na razgovoru	19
2.7	Zaključek zaposlitvenega razgovora	21
3	Empirična analiza	23
3.1	Zbiranje podatkov	23
3.2	Ciljna skupina	23
3.3	Hipoteze	23
3.4	Obdelava podatkov	24
3.5	Interpretacija rezultatov	24
4	Sklep	28
	Viri in literatura	29
	Priloge	30

1 UVOD - OPREDELITEV POJMOV

1.1 Retorika

Za retoriko običajno rečemo, da je to znanost ali pa umetnost govorništva. Grabnar (1991, 119) pravi, da je še najboljša definicija retorike Aristotelova definicija. Aristotel pravi: »Retorika je veščina odkrivanja in uporabljanja vseh dosegljivih sredstev prepričevanja pri katerikoli zadevi.«

Aristotel ni želel iz retorike delati znanosti, saj bi s tem zrušil njeno pravo naravo in zašel na področje drugih znanosti, ki imajo točno definirano snov.

Retorik mora biti zelo dobro poučen in informiran o vsem, o čemer govori. V srednjem veku so retoriko razumeli kot umetnost sestavljanja pisem, kar pomeni, da se je avtor izražal tudi preko svojih posrednikov in ne samo kot samostojna oseba. V dobi tiskarstva in založništva so retoriko enačili z umetnostjo pisanja člankov, esejev in komentarjev. Poleg tega je postala tudi del literature (prav tam).

Danes je retorika del moderne znanosti – komunikologije, ki se ukvarja z množičnim komuniciranjem preko vseh medijev.

Grabnar (1991, 124) retoriko deli na pet veščin. Prva veščina, invencija, pomeni, da se mora govornik stalno učiti, si nabirati novo znanje in ugotoviti, na kakšen način bo kaj komu povedal.

Naslednja veščina je dispozicija, to je ustvarjanje reda v časovnem zaporedju pri govorjenju, saj vsega ni mogoče povedati naenkrat. Sledi zgovornost ali stil, tu je pomembno preučevanje metafor, prispodob, ritmov, rim, ki jih uporabimo. Za vse to je potrebno pomnjenje. Peta veščina pa je akcija oz. nastop, glas, telesno obnašanje pri govoru (prav tam).

Obstajajo različne teorije, kako uporabiti retoriko, vendar se bom glede na naslov svoje projektne naloge osredotočil na retoriko kot sredstvo prepričevanja. Grabnar (1991, 138) pravi, da je univerzalna značilnost človeške komunikacije prepričevanje o tem, kaj je res in kaj je prav. V tem procesu si vsi ljudje vselej stojimo drug proti drugemu. Med prvimi, ki se je ukvarjal z retoriko kot sredstvom prepričevanja, je bil Aristotel. Ugotovil je, da je to sestavljeno. Na prvem mestu je etos – ugled govornika, ki je najmočnejše sredstvo prepričevanja, saj je najlažje prepričati poslušalce o tistem, za kar že vnaprej verjamejo, da je moralno in etično. Sledijo logos oz. logični dokazi, ki so izraženi s tezo, antitezo in sintezo, ter patos oz. vnaprejšnje čustvovanje poslušalcev.

Kdor želi v svoji karieri doseči uspeh, si mora torej pridobiti ugled. Vendar pa je ugled vedno dvorezen meč. Iz zgodovine lahko ugotovimo, da to ni nikoli trajna vrednota in da včasih zelo hitro splahni.

Kdor hoče v svoji karieri doseči uspeh, si mora pridobiti ugled. To lahko preprosto dosežemo že s tem, če ljudem vedno govorimo tisto, kar jim je všeč oz. kar pričakujejo. Zdi se mi, da bi v našem šolskem sistemu nujno morali imeti predmete s področja retorike. Če bi znali dobro govoriti, bi si znali tudi dobro nasprotovati in s tem bi se kvaliteta govorništva dvignila, posledično bi se sprejemale tudi pametnejše odločitve (prav tam).

Če pogledamo zaposlitveni razgovor, je ugled zelo močna prednost, saj že vnaprej prepričamo delodajalca in vzbudimo pri njem vero v nas. V vlogi prvih iskalcev zaposlitve posebnega ugleda še nimamo dovolj, zato nam, po Aristotelu, preostaneta bolj razumsko dokazovanje naših sposobnosti in vzbujanje pozitivnih čustev.

Grabnar (1991, 140) pravi, da je razumsko dokazovanje oz. argumentacija najtežje področje retorične veščine. Res je, da je argumentacija narava našega umovanja, a to ne pomeni, da se je ni treba učiti. Treba jo je trenirati prav tako kot kak šport ali borilno veščino. To pravzaprav tudi je bojna veščina pri prepričevanju in govorjenju. Človeški um se giblje med dvema skrajnostma, ki ju prinašajo zunanji vtisi in jih čutimo s čutili.

Na zaposlitvenem razgovoru moramo biti posebno pozorni na stvari, ki jih vidimo, in stvari, ki jih slišimo in govorimo. Tretji element pa je spodbujanje pozitivnih čustev. Ta je zlasti pomemben, kadar gre za govor pred množico. Izkoriščajo ga predvsem politiki, na zaposlitvenem razgovoru pa je ta element pomemben v tolikšni meri, da poskušamo pridobiti delodajalca na svojo stran (prav tam). Kavčič (2011, 84) pravi, da s čustvi uporabimo motivacijo delodajalca za to, da dosežemo spremembo v njegovem mišljenju. Najprej pa je seveda treba odkriti, na katera čustva bo reagiral.

Dobri prepričevalci uporabljajo čustva na dva načina. Prvi je, da pokažejo zainteresiranost za podjetje, drugi pa, da imamo jasno predstavo o tem, kakšno je čustveno stanje tistih, ki jih je treba prepričati. Brez uporabe čustev lahko izpraševalec začne dvomiti o nas.

Enkelmann (1996, 49) pravi, da je sila, ki vse omogoča, navdušenje. To velja tudi pri zaposlitvenem razgovoru. Navdušenje je vera v prepričanje, daje moč in je nalezljivo. Če tega ni, postane vse naporno in težavno. S tem smo opravili že veliko nalogo, moramo pa seveda še odgovarjati na vprašanja.

Delodajalci se odzivajo različno, nikoli ne moremo vedeti, kaj nas bodo vprašali, vendar obstaja večja verjetnost določenih vprašanj. Veruki (1998, 47) svetuje, da vadimo odgovore na vprašanja. S tem bomo izboljšali svoj položaj tudi pri odgovarjanju na tista vprašanja, ki jih nismo predvideli. Pomembno je, da so naši odgovori specifični, da jih podpremo s primeri

ter da se nanašajo na določen položaj v podjetju, za katero kandidiramo. Če izpolnjujemo preizkusne teste, si nikakor ne smemo privoščiti neopredeljenega odgovora. Zavedati se moramo, da smo v procesu selekcije kandidatov (prav tam).

V vlogi prepričevalca pa je najpomembnejše, da si pridobimo verodostojnost. Kavčič (2011, 82) je izpostavil strokovnost. Če pa smo študenti brez izkušenj, je najmanj, kar lahko naredimo, da pred razgovorom dobro preučimo podjetje, se pozanimamo o njihovih izdelkih in uslugah, s katerimi izzivi se bomo morali spoprijeti. Powers (2005, 71) pravi, da je očitna prednost v tem, da več ko vemo o organizaciji, lažje se tržimo in usklajujemo svoje sposobnosti z njihovimi potrebami. To omogoča lažjo komunikacijo in izkazuje našo pripravljenost na delo.

Drugi dejavnik je tudi resnicoljubnost in zanesljivost. Ta se gradi skozi daljši čas, kot študent pa lahko izpostavimo reference, ki smo jih dobili z delom preko študentskega servisa oz. med študijem. Zavedati se moramo tudi, da bolj verjamemo tistim, ki imajo podoben način razmišljanja, podobne vrednote itd. (prav tam).

Pri komunikaciji se moramo zavedati tudi prednosti in pomanjkljivosti, ki jih ima ta tehnika. Kot prvo je Kavčič (2011, 141) navedel hitrost poslovnega komuniciranja. To je najhitrejša oblika sporazumevanja in sekunde odločajo o tem, kakšen vtis bomo naredili na delodajalca. Pripravljeni moramo biti tudi na hitro reagiranje na protiinformacijo. Delodajalec lahko včasih narobe razume naše sporočilo, pri neposrednem stiku pa lahko preverimo, kako je razumel sporočilo, in ga ustrezno popravimo. Ustno sporočanje ima hkrati največjo stopnjo zasebnosti. Hitrost sporočanja ima tudi pomanjkljivost, saj lahko kaj hitro izrečemo kaj nepremišljenega in neprimernega.

Govorni nastop ima tri stopnje. Pri začetni stopnji je pomembna vzpostavitev odnosa med delojemalcem in delodajalcem. Osrednja stopnja je namenjena glavni aktivnosti oz. razgovoru za zaposlitev, končna stopnja pa je prekinitev razgovora, ki ga običajno zaključi delodajalec oz. izpraševalec (prav tam).

Med pogovorom imamo vrsto možnosti za ohranitev oz. vzpostavitev ugleda. Kavčič (2011, 146) našteva npr. obtoževanje in kritiziranje prejšnjega delodajalca, skakanje v besedo, vsiljevanje svojega mnenja, razpravljanje o zadevah na neprijeten način, ustvarjanje neprijaznega vzdušja. Nakazovati moramo, da imamo s poslušalcem skupne cilje, kažemo simpatije v naših in njegovih potrebah, uporabljamo prijateljski jezik, izkazujemo spoštovanje delodajalca pred morebitno grajo. Praviloma imajo v pogovorih vsi udeleženci enako pravico govoriti, na zaposlitvenem pogovoru pa smo glede tega v nekoliko podrejenem položaju, zato ne smemo predolgo govoriti in tratiti časa. Tok informacij mora biti prilagojen sposobnosti sprejemanja informacij pri sogovorniku. Zavedati se moramo, da nas delodajalec vidi prvič in je zato proces sprejemanja počasnejši.

Poslušalci si vsebine povezane s humorjem, bolje zapomnijo s tem pa ohranjamo tudi prijetno ozračje. Lahko ga uporabimo za poudarek neke vsebine in za zmanjšanje stresa. Seveda se moramo zavedati mej humorja. Dovoljene so šale na svoj račun, nikakor pa se ne smemo šaliti na račun sogovornika. Šale, ki se jim sogovornik ne smeji, so lahko pogubne za nas, prav tako se moramo izogibati črnemu humorju in dolgim šalam. Če smo iskreno dobro razpoloženi, se bodo tega našli tudi sogovorniki. S tem je podobno kot z navdušenjem (prav tam).

Vsakdo mora sam pri sebi ugotoviti, ali komunicira bolj pasivno ali agresivno. Powers (2005, 64) pravi da preveč pasivnosti na zaposlitvenem razgovoru škoduje, saj noben delodajalec ne bo poskušal vleči informacij iz nas. S tem mu mogoče lahko damo občutek, da nas delovno mesto ne zanima, da smo preveč sramežljivi, nesamozavestni ... Tudi če smo preveč agresivni, ni dobro, ker bomo videti kot nekdo, s katerim je težko delati v skupini. Nobeden delodajalec nas ne bo priporočil za zaposlitev, če bomo dajali videz jeznega in trmastega sodelavca. Rešitev za spremembo naših stališč je lahko udeležba na kakšni od delavnic za razvoj komunikacijskih veščin, ali pa sami na internetu poiščemo in uporabimo kaj s področja retorike.

Na razgovoru gremo skozi različne faze. V prvi fazi nas ocenjujejo, ker se morajo prepričati, da smo mi in drugi kandidati sposobni opravljati delo, za katero iščejo kandidata. V tej fazi preverijo naše sposobnosti za delo, veščine, izkušnje ... Ali pridemo v naslednjo fazo, je odvisno od naših odgovorov na zastavljena vprašanja. Če se začnejo osredotočati na našo osebnost, smo napredovali. Večina izpraševalcev se intervjuja loti po nekem redu. Bolj ko se posvečajo osebnim vprašanjem, bolj k zaključku intervjuja gremo (prav tam). Tako se lahko že vmes preverimo, kako nam gre, lahko pa tudi razberemo, kaj iščejo.

Powers (2005, 89) je vprašanja na zaposlitvenem razgovoru razdelil v štiri kategorije. Prva zadeva nas osebno oz. našo bodočo kariero. Izpraševalce bodo zanimale naše pretekle delovne izkušnje, naše ambicije, cilji, naša osebnost itd. Za nas je najbolje, da si že prej pripravimo seznam z našimi najboljšimi lastnostmi. Če se izpraševalci izognejo tej temi, pa moramo najti način, da te podatke vpletemo v odgovore, ki so nam bili zastavljeni.

Naslednja kategorija je ponujena zaposlitev. Zanimalo jih bo, zakaj si želimo prav to zaposlitev. To je osnovno vprašanje, na katero moramo nujno imeti jasen in prepričljiv odgovor. Naš odgovor bo zagotovo ostal v spominu izpraševalca. Pametno je tudi pred razgovorom pridobiti informacije iz okolja o tem delovnem mestu. Zakaj je prosto, kdo je prej tu delal, kakšne priložnosti prinaša? ...

Tretja kategorija govori o podjetju. Ko pridemo na razgovor, je pomembno, da pokažemo zanimanje za celotno podjetje. S tem izpraševalcu pokažemo, da smo seznanjeni z nekaterimi dejstvi in da se dejansko zanimamo za delo. Informacije o podjetju z lahko najdemo na internetu.

Zadnja kategorija je panoga. Vsako podjetje deluje v neki panogi. Dobro je, da si nabereмо čim več informacij o panogi, v kateri podjetje deluje. Lahko uporabimo različne medije. Tako se bomo znali pogovarjati tudi o položaju panoge, strateških usmeritvah, trenutnih trendih, vodilnih v panogi itd. (prav tam).

Powers (2005, 94) je podal še nekaj nasvetov, ki se mi jih zdi zelo koristno vključiti v nalogo. Vsako vprašanje moramo poslušati aktivno. Popolnoma normalno je, da prosimo za ponovitev ali pojasnitev vprašanja, če česa med razgovorom nismo razumeli. Preden odgovorimo na vprašanje, si vedno vzemimo trenutek, da razmislimo, preden odgovorimo. Nikoli ne uporabljajmo negativnih besed, temveč poskušajmo odgovarjati pozitivno. To zelo pripomore k vzdušju. Nikoli ne drdrajmo brez konca in kraja. Minuta ali dve sta povsem dovolj za odgovor (prav tam).

Zavedati se moramo, da je pri zaposlitvenem razgovoru kot pri skoku iz letala. Če ga polomimo, nikoli ne moremo dobiti še ene priložnosti za prvi vtis.

2 ZAPOSLOVNI RAZGOVOR

2.1 Predpriprava na razgovor

Kot vsaka aktivnost, ki zahteva naše prizadevanje, je tudi priprava na iskanje zaposlitve ena od najtežjih nalog. Veruki (1998, 12) pravi, da moramo najprej razčistiti, kaj sploh želimo. Ena od začetnih napak je, da iskalci zaposlitve začnejo iskati zaposlitev, še preden se na to pripravijo in si postavijo cilj.

Oprelitev ciljev je ena temeljnih nalog. Vprašati se moramo, ali je res to delo, ki ga želimo opravljati vsak dan. Nikakor ne smemo vsega podrediti višini plače. Dobro moramo premisliti, kakšno kariero si želimo, da nas bo ob delu osrečevala.

Delodajalci imajo najraje tiste kandidate, ki imajo resnično interes za delo in jasno zastavljene cilje. Ne bomo uspeli, če jim bomo rekli, da »nismo izbirčni in bi poprijeli za vsako delo, ki nam ga bodo ponudili«.

Pri iskanju dela se moramo tudi zavedati, da smo z delodajalcem v razgovoru enakopravni v tem smislu, da on išče delavca, mi pa delo (prav tam).

Naslednji korak je razvijanje lastne strategije iskanja zaposlitve. Veruki (1998, 15) na prvo mesto postavlja neposreden stik. Tu je glavno pravilo, da najprej poskusimo stopiti v stik z vodjo oddelka oz. z osebo, ki sprejema končne odločitve. Prednost v osebem stiku je takojšnja seznanitev s podjetjem in puščanje največjega vtisa – potrudimo se, da je ta kar najboljši. Naslednji način iskanja zaposlitve je preko zvez in poznanstev. To je tudi v naši državi najučinkovitejše sredstvo za lov na delo. Temu se sodobno reče mreženje. Pomembno je, da v začetni fazi vključimo najprej tiste ljudi, ki jih najbolj poznamo. Naša mreža je lahko bogat vir možnosti, ki se jih niti ne zavedamo. Vsakič, ko pokličemo kakega znanca, ga moramo vprašati še za nekaj imen, za katera misli, da bi nam lahko pomagala. To je bistveno pri mreženju.

Lahko si pomagamo tudi s ciljnim pošiljanjem ponudb za delo. Po spletni podatkovni bazi poiščemo podjetja v naši okolici, za katera mislimo, da bi potrebovala naša znanja in izkušnje. Poizvemo, kdo je vodja kadrovske oz. direktor, in mu pošljemo ponudbo za delo z življenjepisom. Po določenem času v podjetje pokličemo in preverimo, ali so prejeli našo ponudbo. Sodobna podjetja imajo že na spletni strani možnost oddaje življenjepisa v elektronski obliki. Potem poznamo še tradicionalne metode objavljenih oglasov za delo, Zavoda za zaposlovanje in zaposlitvenih agencij. Študenti, ki pravkar zaključujejo študij, imajo včasih možnost pridobitve zaposlitve preko fakultete. Nekatera podjetja pošiljajo na fakultete svoje predstavnike, kjer opravljajo razgovore z bodočimi diplomanti. Študentje imajo tako možnost predstaviti podjetjem svoje izkušnje in načrte. Kaj pa je teden ali mesec brezplačnega dela v zameno za izkušnje in možnost nadaljnje zaposlitve (prav tam)?

Sedaj, ko imamo določene cilje in strategijo iskanja zaposlitve, potrebujemo še načrt igre. Powers (2005, 52) mu pravi kar zaposlitvena kampanja, saj je vsaka naša aktivnost povezana z zelenim končnim rezultatom.

Začnemo lahko kar z razvijanjem naših osebnih tem za razgovor. Veruki (1998, 27) pravi, da delodajalce običajno zanima dvanajst različnih vrst podatkov. Boljši vtis bomo naredili, če jih bomo znali pojasniti. V nadaljevanju so predstavljeni, vsak posameznik pa mora razviti svojevrsten pristop, da jih bo obvladal na jasn in jedrnat način.

Prvo je nagnjenje do dela. Tu navedemo posamezne primere za stvari, ki so nam všeč. Ponudimo svoje izkušnje in pokažemo naše ambicije v zvezi s podjetjem. Delodajalec nas bo zagotovo vprašal, zakaj si želimo delati za njegovo podjetje. Odgovor na to vprašanje lahko dobimo pri izdelkih podjetja, strankah ali konkurenci. Predstaviti bomo morali tudi sposobnosti in izkušnje. Imeti moramo konkreten odgovor in jasne dokaze. Opisati se moramo na najbolj objektivni način. Ne smemo zveneti preveč domišljavo in morda defenzivno. Svoj značaj moramo opisati z natančnostjo, zanesljivostjo in prizadevnostjo. Pokažimo, kako se spopadamo z ovirami in obvladujemo stres.

Opišimo pozitivne in negativne plati naših zaposlitev, na koncu seveda, kaj od zaposlitve pričakujemo. Opredelimo tudi, kako sodelujemo s sodelavci, poslovnimi partnerji in strankami. Delodajalcu pokažimo naše sposobnosti za medčloveške odnose, sposobnosti za reševanje težav. Ne smemo pozabiti na lastne dosežke in sposobnosti, ki jih želimo razviti. Na koncu lahko omenimo še osebne interese in hobije (prav tam).

Powers (2005, 57) omenja še eno pogosto napako pri iskanju zaposlitve. Lahko se nam zgodi, da se začnemo preveč navduševati nad določeno priložnostjo, zlasti če se zanjo dolgo trudimo. Obstaja veliko možnosti, da te zaposlitve ne dobimo. Powers poudarja, da je najpomembnejše dejstvo, da ne smemo nikoli nehati začenjati. Vedno moramo imeti v igri še druge ponudbe.

Preden začnemo z razgovori za zaposlitev je dobro imeti tudi reference. Veruki (1998, 35) priporoča, da jih imamo tri do pet. Če smo pravkar diplomirali, nam prav pridejo tudi priporočila profesorjev ali delodajalcev, kjer smo delali preko študentskega servisa. Za reference je najbolje uporabiti jasne, pozitivne ljudi, ki so nam pripravljene pomagati in lahko verodostojno pričajo o našem znanju, delovnih navadah in veščinah medosebnega komuniciranja. Ko pripravimo seznam referenc, jih začnemo klicati.

Powers (2005, 113) pravi, da je najboljši način za pridobivanje pozitivnih referenc osebno srečanje na štiri oči. Referenc ne smemo iskati po liniji najmanjšega odpora pri osebah, ki živijo v naši bližini. Če hočemo biti boljši kot konkurenti, si moramo zagotoviti najbolj pozitivne reference. Zavedati se moramo, da bo bodoči delodajalec našo referenco skoraj zagotovo vprašal, zakaj smo zapustili delovno mesto. Zato se je pomembno z referenco

pogovoriti o naših prednostih in slabostih. Razlog za pogovor je tudi to, da podamo naši referenci čim več informacij, tako da bo o nas lahko povedala kaj več kot le nekaj splošnih fraz.

Pri iskanju referenc pa lahko naletimo tudi na težave. Pomembno je, da nas ne zagrabi panika in da ostanemo mirni. Powers (2005, 117) omenja politiko »nedajanja referenc«. Nekatera podjetja nudijo le datum začetka in konca zaposlitve, naziv delovnega mesta in višino plače. Če naletimo na tako prakso, lahko prosimo nekoga iz podjetja, da bi osebno jamčil za nas. Vredno je prositi za pomoč ljudi, ki imajo o nas dobro mnenje. Preveriti pa moramo tudi, kje in na kakšen način lahko naš potencialni delodajalec stopi z njim v stik. Sprejemljivo je tudi, da našega izpraševalca obvestimo, da naši referenci ni dovoljeno dajati ocen, zato smo jo prosili za osebno mnenje. Tako damo delodajalcu vedeti, da ne sme biti preveč agresiven pri iskanju informacij.

Naslednja težava, ki jo omenja Powers, so negativne reference. Obstajata dve vrsti negativnih referenc. Prva možnost je, da ljudje, s katerimi smo se dogovorili in so nam dali vedeti, da nam bodo pomagali, naredijo ravno obratno. Tukaj je predvsem na nas, da ugotovimo, ali je oseba za referenco primerna ali ne. Zato moramo imeti več referenc, da delodajalcu lahko takoj ponudimo še druge. To je sicer popraviljanje škode, vendar je to največ, kar lahko v danem trenutku storimo.

Druga vrsta negativne reference je nekdo, npr. naš bivši nadrejeni, ki je dobro poznan in ni eden naših privržencev. Lahko ga pokličejo in povprašajo o nas brez naše vednosti. V tem primeru najbolje storimo, če to osebo prosimo, da poda vsaj objektivno mnenje o tem, kaj smo naredili v času, ko smo delali z njim.

Poleg osebnih referenc obstajajo tudi priporočilna pisma, ki pa se v dobi mobilnikov in elektronske pošte uporabljajo čedalje manj. Nekatero organizacije jih vseeno zahtevajo, prav tako pa je pogosto tudi preverjanje financ s strani bodočega delodajalca. Te metode se poslužujejo zlasti, če kandidiramo za delovno mesto na visokem položaju. To se zdi nekoliko vsiljivo, vendar v današnjem času o tem, kar je nekoč veljalo za samoumevno, ljudje vedno bolj dvomijo. Na to moramo računati, posebej če kandidiramo za mesto v kakršnikoli finančni instituciji ali za kakršenkoli finančni položaj v podjetju (prav tam).

Profesionalno iskanje zaposlitve zahteva veliko veščin, sposobnosti in spretnosti. Powers (2005, 125) pravi, da je najpomembnejša veščina prodajanja. V primeru iskanja zaposlitve je opredelil nekaj skrivnosti supertrgovca, ki nam bodo zagotovo v pomoč.

Obstaja veliko napačnih predstav o profesionalnem trženju. Ena izmed njih je, da je prodaja tekmovanje želja, v katerem trgovec govori in prepričuje upornega kupca, dokler se oba ne izmučita in skleneta kupčijo. V resnici vsaka profesionalna prodaja nastane na podlagi

soglasja, kjer trgovec razišče potrebe kupca, kupec pa ugotovi, kako mu ta izdelek lahko koristi.

Naslednji mit je, da obstaja le ena vrsta osebnosti, ki so uspešne v prodaji. To je stereotipna podoba lepo oblečenega, hitro govorečega ekstravertiranega človeka. Obstaja veliko ljudi, ki so neformalni, introvertirani in nevpadljivi, a odlični trgovci.

Zadnja faza pri prodaji je zaključevanje. V tej fazi si prizadevamo, da bi odkrili vse pomisleke, ki jih ima kupec oz. v našem primeru delodajalec. Pomagati mu moramo, da bo sprejel odločitev, ki bo ustrezna za nas. Powers poudarja besedo pomagati in ne siliti, strašiti ali groziti, saj se bo temu uprl in nas ne bo sprejel, četudi se je potencialno že odločil nam v prid. Zaključevanje je uspešno, če nam uspe odkriti pomislek, zaradi katerega ima delodajalec zadržke. V tem primeru moramo prikrojiti predstavitev in bolj natančno razložiti predmet pogovora.

Pri poskusu zaključevanja moramo imeti pripravljeno vprašanje ali dve, saj bi v nasprotnem primeru delodajalec pomislil, da nas delo ne zanima preveč. Pozorni moramo biti na še nekaj elementov, kot so npr. vljudnost, zanimanje, potrebe za to delovno mesto.

Pripravljene moramo biti tudi na delodajalčeve pomisleke. Vsem pomislekom moramo posvetiti pozornost in spoštovanje, nato pa se odločimo, ali jih lahko izpodbijamo ali pa se z njimi soočimo.

Ko smo se prisiljeni s pomislekom soočiti, si najprej vzamemo trenutek časa in nanj pogledamo z izpraševalčevega vidika. Tako bomo lažje odgovorili, na koncu pa zaključimo vedno tako, da poudarimo eno izmed naših dobrih lastnosti. Zavedati se moramo, da ko odkrijemo pomislek, delodajalec ne ugovarja nam kot osebi, ampak le izraža svoje strahove in skrbi, ki jih ima o tem, kako se bomo uveljavili na novem delovnem mestu. Naša naloga je, da jih odkrijemo in se o njih pogovorimo. V nasprotnem primeru bodo delovali nam v škodo, po koncu razgovora pa ne bomo imeli priložnosti, da se nanje odzovemo.

Če lahko premagamo delodajalčeve strahove, izpodbijamo njegove pomisleke in se pogovarjamo o njegovih skrbih, bomo ugotovili, da nam odkrivanje pomislekov da veliko priložnosti za trženje samega sebe. Takih priložnosti, kakršnih drugi kandidati morda ne bodo nikoli imeli (prav tam).

2.2 Neverbalna komunikacija

Komunikacija nikoli ne poteka samo z uporabo jezika v ustni ali pisni obliki. Ljudje pri sporočanju uporabljamo še celo vrsto drugih sredstev za sporočanje. Vsa ta sredstva imenujemo neverbalna komunikacija. Neverbalno komuniciranje je navzoče v vseh kulturah po vsem svetu.

Kavčič (2011, 198) pravi, da so raziskave pokazale, da se pri komuniciranju večina pomena posreduje na neverbalen način.

Približno 7 % vsebin komunikacije izrazimo z besedami, 38 % z glasom in 55 % z govoricco telesa.

Verbalno komuniciranje ponavadi uporablja le en kanal, medtem ko neverbalno komuniciranje uporablja več kanalov. Sem spadajo položaj telesa, izraz obraza, gibi rok in modulacija glasu. Včasih lahko pride do neskladnosti med verbalno in neverbalno komunikacijo. Za neverbalno komunikacijo je značilno tudi, da jo je mogoče manj zavestno kontrolirati.

Razlikovati je mogoče:

1. spontano neverbalno komuniciranje, ki je biološko izzvano, npr. boriti se ali umakniti se, služi za sporočanje čustev in temeljno izražanje vljudnosti;

2. simbolno dogovorjeno komuniciranje, zajema odnos med znakom in referentom, ki ga osvojimo v teku življenja. Večjega dela neverbalnega komuniciranja se naučimo s socializacijo. Kavčič (2011, 200) pravi, da je najpomembnejša funkcija pri neverbalni komunikaciji upravljanje komunikacijske situacije. Z držo telesa pokažemo, ali smo za pogovor ali ne. Prav tako z očmi, izrazom obraza, nasmehom itd. Molcho (1997, 11) pravi, da si gibe telesa lahko razlagamo kot vsako drugo vrsto informacij. Kadar se ukvarjamo z govoricco telesa, se ne smemo podrežati težnjam današnjega časa po vsesplošnem objektiviranju. Govorica telesa je vedno subjektivna. V njej se skriva stalni vir konfliktov in široka paleta možnih razlag. Čim več informacij pridobimo, tem bolje in natančneje jo bomo znali razbrati in razumeti. To nam kasneje pomaga ugotoviti, kakšen vtis smo naredili. Najprej se moramo vprašati, ali smo s svojimi kretnjami dosegli, kar smo želeli. Nekateri signali so bili morda premalo jasni, da bi jih sogovornik razpoznal. Če pa na sogovornika naredimo vtis, se mora pri njem nekaj spremeniti, npr. v kretnji, na obrazu ...

Clayton (2004, 11) pravi, da imamo manj možnosti za uspeh v poslovnem svetu, če ostanemo nepoučeni o tem, kaj sporoča govoricca telesa. Ena največjih prednosti je, da nam govoricca telesa pomaga nadzorovati lasten nastop in oceniti svojo učinkovitost. Zavedati se začnemo lastnega ravnanja in ravnanja soljudi. Sčasoma postanejo naši stiki zanimivejši in bolj koristni.

Pri opazovanju sočloveka največkrat naredimo napako, kadar skušamo razbrati govoricco telesa na osnovi posameznosti in naredimo prehitro zaključek. Bolje je opazovati govoricco telesa v okviru prizorov, ki se razvijajo v določenih okoliščinah. Druga pogosta napaka, ki jo omenja Clayton, je, da si ne znamo natančno tolmačiti govoricce telesa v širšem časovnem

razponu. Prepoznati, da nek telesni signal izraža jezo, je koristno, vendar brez pomena, če ne znamo hkrati določiti, do kod se je razmahnila in v kaj je usmerjena.

2.2.1 Gestika in drža telesa

Pri razgovoru so najpomembnejše začetne minute. Iskalci primernih kandidatov za zaposlitev začnejo opazovati naše sposobnosti v tistem trenutku, ko vstopimo v prostor. Če že takoj na začetku napravimo slab vtis, nas bodo zagotovo izločili, pa tudi na naš kasnejši nastop ne bodo preveč pozorni.

Veruki (1998, 42) pravi, da moramo biti v prvih minutah pozorni na kar nekaj stvari: ali se nasmehnemo, ko se srečamo z izpraševalcem, vzpostavimo očesni stik ali vstopimo v prostor samozavestni, naše rokovanje, videz ...

Poleg odgovarjanja na težka vprašanja moramo obračunati tudi z naravnim in neizbežnim občutkom živčnosti. Večine delodajalcev trema pri kandidatih ne moti, vendar pa bodo pozorni na naše reakcije pod pritiskom. Dober način za premagovanje živčnosti je, da se prisilimo misliti na pozitivne stvari. Dobro je, da si pred razgovorom zamislimo, kako bo potekal, kaj bomo govorili, kako bomo odgovarjali na vprašanja. Predstavljati si moramo, da bomo nastopali umirjeno in učinkovito. Taka vaja bo prispevala k bolj samozavestnemu nastopu (prav tam).

Kavčič (2011, 204) pravi, da drža telesa, ki jo zavzamemo v pogovoru, odseva naša stališča do sogovornika. Trda, rigidna drža telesa izraža napetost in nezaželenost sogovornika. Sproščena drža pa lahko izraža višji status nad drugimi. Poze se tudi med različnimi kulturami različno tolmačijo.

Če se osredotočimo na zaposlitveni razgovor, se odprtost do drugih izraža v pokončni drži, nezaščitenem prsnem košu, dvignjeno glavo in pogledom naravnost. Torbo oz. dokumentacijo nosimo v roki ali pod roko, ki je stegnjena ob bokih.

Zaprto do drugih se kaže v sključeni drži, z rokami zavarovan prsni koš in pogled, usmerjen navzdol.

V zvezi z držo nog in hojo Kavčič (2011, 205) ločuje tri osnovne položaje:

- noge v razširjenem položaju nakazujejo uravnovešen, sproščen položaj, ki ga ponavadi uporabljajo dominantne osebe;
- noge skupaj, ta položaj pri stanju ali sedenju izkazuje podrejen položaj ali pa nevtralno stališče do okolja;

- položaj prekrižanih nog pa kaže na pripravljenost ali nepripravljenost zapustiti položaj. Ta položaj se uporablja pri sedenju, ponavadi imamo eno nogo čez drugo, kar izraža obrambni položaj ali vznemirjenost. Prekrižane noge v obliki številke 4 izražajo prepirljivost ali tekmovalnost, spodvite noge nakazujejo, da je oseba v mislih zapustila okolje, zbrano poslušanje pa nakazujejo noge, če so stopala na tleh in kolena malo razprta.

Pri hoji naj bo pogled usmerjen naprej, saj s tem nakazujemo našo odprtost. Hoja, pri kateri so kolena najbolj spredaj, izraža negotovost oz. previdnost. Če pa imamo stopala najbolj spredaj in z njimi v celoti stopamo na tla, izražamo moč in gotovost vase. Prav tako velja za hitrost hoje. Hitra hoja pomeni samozavest ali domišljavost, izraža osebnost, ki hiti k svojemu cilju. Počasna hoja in majhni koraki pa izražajo negotovost in osebo, ki nerada sprejema odgovornost. Hoja z rokami v pasu lahko ponavadi izraža gospodovalnost.

Tudi za sedenje Kavčič (2011, 205) loči tri položaje:

- za bežeči položaj je značilno, da oseba sedi bolj na koncu sedeža, je nagnjena naprej, stopala pa ima postavljena v korak. Takšna drža odraža stanje, ko smo pripravljeni na odhod. Če bomo v takem položaju, bomo izpraševalcu dali vedeti, da ga ne poslušamo;
- položaj pozornosti in sprejemljivosti. V tem položaju oseba sedi na sedežu z vzravnanim hrbtom, pogled ima usmerjen naprej. Ta drža omogoča sprejemanje signalov iz okolja ter izraža pričakovanje in pozornost;
- udobna drža. Pri tej drži je oseba nagnjena nazaj, noge pa so stegnjene ali prekrižane. V tem primeru opazimo, da je oseba sproščena, lahko pa izraža tudi ošabnost.

Pri vseh položajih je seveda treba opazovati še druge znake, saj se govorica telesa bere kot skupki. To pomeni, da se odraža na več delih telesa hkrati. Za roke velja podobno kot za noge.

Kavčič (2011, 206) pravi, da so pri rokah posebno pomembni ramena in dlani. Gre za povezavo med notranjo in zunanjo držo. Široke kretnje kažejo odprtost in samozavest, ozke kretnje pa negotovost. Za poslušalce s prekrižanimi rokami na prsih poleg obrambnega položaja velja tudi, da manj pozorno poslušajo sogovornika. Roke v žepih izražajo sproščenost, vendar je to neprimerna poteza na zaposlitvenem razgovoru. Roke, sklenjene za vratom, pa izražajo dominantnost, česar si kot iskanci zaposlitve ne moremo privoščiti.

Velike in počasne kretnje izražajo mirnost. Ponavadi jih uporabljajo nadrejeni, ko svojim zaposlenim dajejo kakšna navodila. Velike in hitre kretnje pa lahko pomenijo veselo razpoloženje ali pa besno osebo. Majhne kretnje uporabljajo osebe, ki ne želijo vzbujati pozornosti. To so ponavadi skromni in zadržani ljudje, lahko pa so tudi zvijačni in preračunljivi.

Odpрте dlani pomenijo pripravljenost na pogovor, samozavest in sprejemanje informacij, zaprte dlani pa pomenijo isto kot zaprta drža, negotovost, nesamozavest, strah ...

Tudi roke, sklenjene v trikotnik, pomenijo samozavest. S to gesto tudi premagujemo notranji nemir. Roke za hrbtom pomenijo ošabnost, s prstom v ustih pa izražamo stisko. Na zaposlitvenem razgovoru se tako nikakor ne smemo odzivati.

Pri ramenih je najbolj primerna drža. Če so ramena spuščena malo navzdol in pomaknjena nazaj, s tem izražamo sproščenost, prav tako pa so znak, da ne nosimo kakšnega hudega bremena. Ramena, ki so dvignjena navzgor in nagnjena naprej, pa so znak zaskrbljenosti in nemira. Med ramena potegnjena glava je znak preplašenosti pred vprašanji. Omeniti velja še skomiganje z rameni. S tem izražamo nemoč, negotovost in neznanje. Tudi trepljanje po ramenih sogovornika velja za pokroviteljsko in neprimerno, razen med prijatelji, ki se dobro poznajo (prav tam).

Geste so kretnje, s katerimi sogovorniku pošiljamo signale. Lahko so naučene, naključne ali pa podzavestne. So zelo različne in tudi pomen imajo v različnih kulturah različen. V nalogi se bom osredotočil le na slovensko okolje. Če želimo iskati zaposlitev v Ameriki ali na Daljnem vzhodu, si moramo najprej pridobiti informacije o njihovi kulturi in običajih.

Kavčič (2011, 207) je geste razdelil v nekaj skupin. Kot znake oz. označitve opredelimo geste, ki so po moči enake besedam. Najbolj pogosto so uporabljene, kadar je uporaba besed otežena. Ponavadi gre za komuniciranje med posebnimi skupinami.

Ponazoritvene geste so neposredno povezane z govorom. Njihov namen je ponazoriti ali poudariti že povedano. Med regulatorje sodijo geste, ki usmerjajo pogovor. Sem spada mahanje, kimanje, premikanje obrvi. Pogosto so namerne in jih uporabljamo kot navodila sogovorniku.

Razkrivalci čustev so geste, ki prikazujejo jezo, žalost, strah, veselje itd. Velikokrat se nenamerno kažejo na telesu, kot na primer zardelost obraza ali potenje.

Podzavestne geste so gibi telesa, ki izražajo naše notranje misli ali čustva in se pojavljajo, kljub temu da jih hočemo prikriti. Najbolj pogosto se jih zavemo, ko se nenadzorovano dotikamo obraza ali las (prav tam). Govorica telesa je zelo pomembna, saj geste besede podpirajo, lahko pa jih tudi razvrednotijo.

Omenim naj še rokovanje, ki je tudi zelo pomemben obred v zahodnem poslovnem svetu. Clayton (2004, 36) pravi, da stisk roke izhaja že iz prazgodovine in pomeni, da smo prišli neoboroženi in z miroljubnimi nameni. Danes je stisk roke preveč odvisen od mnogih dejavnikov in le stežka določimo karakter osebe. Stiski rok se celo med narodi znotraj EU razlikujejo.

Ob najbolj klasičnem stisku roke stojimo vzravnano, roko imamo iztegnjeno in je ne držimo preveč visoko. Stisk naj bo srednje močan, sogovorniku pa sezimo v roko s polno dlanjo. Če se nam potijo roke, nujno poskrbimo, da so v tistem trenutku suhe.

Neprimeren je prečvrst stisk roke, ki se bo marsikomu zdel kot znak napadalnosti, ali pa bo mislil, da hočemo zbujati vtis moči, ki je v resnici nimamo. Prav tako ohlapen stisk roke velja kot znak nesamozavesti in negotovosti.

2.2.2 Stik z očmi in izrazi obraza

Pri obrazu se najbolj izrazi neverbalno komuniciranje, saj kaže navzven naš notranji pogled na svet. Ljudje ga tudi lažje kontrolirajo kot na primer geste, ki jih delamo podzavestno.

Kavčič(2011, 208) pravi, da lahko sporočevalec in prejemnik z obraznimi gibi posredujejo ogromno čustev in stališč.

Čeprav je pri obraznih gibih zelo pomembno, v kateri kulturi se nahajamo, je mogoče razločevati šest čustev, ki so univerzalna za ves svet. To so jeza, žalost, strah, gnus, sreča in presenečenje. Nekatere izraze je zelo lahko hliniti npr. nasmeh, gubanje čela itd. Ni pa mogoče igrati z gibi ustnic ali delovanjem mišic okrog oči. Poleg tega odprta usta ponazarjajo znak začudenja, dvigovanje enega kota ust pa cinizem. Poleg tega je mogoče razbrati tudi zaničevanje, odločnost, zanimanje itd.

Vse to prepoznavanje pa je močno odvisno od okoliščin, kjer se nahajamo, naših izkušenj iz preteklosti in našega znanja, če ga pridobimo. Če tega znanja nimamo, je prepoznavanje zelo težavno. Na razgovoru za zaposlitev imamo lahko opravka tudi z ljudmi, ki imajo t. i. »poker face«. To je izraz obraza, ki ne kaže nobenih čustev, preko katerih bi lahko prepoznali razpoloženje izpraševalca. Ta izraz uporabljajo igralci pokra, ki so igralcem nočejo razkriti kart (prav tam).

Kavčič(2011, 209) deli obraz na tri predele:

- čelno območje z obrvmi je pomembno zaradi čelnih gub. Te lahko postanejo tudi stalne, če jih oseba ponavlja. Čelne gube so lahko vodoravne ali navpične. Vodoravne gube si razlagamo kot posvečanje pozornosti neki stvari. Pozornost lahko izkazujemo z presenečenjem, začudenostjo, premišljeno, itd. navpične gube pa so znak, da smo močno skoncentrirani na neko stvar;
- srednji obraz zajema oči, nos in lica. Tu imajo glavno vlogo oči, o katerih bo tekla beseda v nadaljevanju;
- usta in čeljust, kot spodnji del, izražajo pripravljenost na sprejemanje novih informacij, če so odprta, in nesprijemanje informacij, če so zaprta. Pomembno je tudi opazovati položaj

ust. Če so povešena, gre za ljudi, ki so razočarani, neodprti in pesimistični. Navzgor potegnjeni kotički ust izražajo veselje, nasmeh in optimizem. Zahodni svet nasmeh tolmači kot pozitivno komunikacijo.

Oči sodijo med najpogosteje uporabljen organ neverbalnega komuniciranja. Ker so zelo opazne in izrazite, lahko z njimi izražamo zanimanje, zaupanje, dominantnost, agresivnost itd.

Kavčič (2011, 210) jim je pripisal tri vloge:

- čustvena vloga oči je pomembna, saj z njo izražamo svoja čustva. Mehiški pregovor pravi, da so oči zrcalo duše. Pogled v oči je po drugi strani tudi način za pridobivanje informacij o čustvenem stanju sogovornika. Odprt pogled v oči drugega se šteje tudi kot znak poštenosti in samozavesti. Stik z očmi se zmanjša, če oseba, ki komunicira, nekaj prikriva. To je znak neverbalne komunikacije, ki se zgodi podzavestno;
- regulativna vloga oči je takrat, ko s pogledom nakažemo, da se zavedamo komunikacijske situacije. Če nekoga pogledamo, mu s tem damo vedeti, da bi radi z njim komunicirali, če ga ne pogledamo, izražamo nepripravljenost na pogovor;
- nadzorovalna vloga pove, kdaj in kakšen pogled namenimo sogovorniku. To pa je odvisno od odnosov med nami in njim. Pogled traja manj časa, če se srečamo z osebo, ki ima višji status, in dalj časa, če srečamo osebo z nižjim statusom.

Clayton (2004, 90) omenja, da se lahko nekemu, ki zviška meri z očmi na nas, postavimo po robu tako, da ga gledamo v trikotnik med obema očesoma in sredino čela. Pri tem ne smemo spustiti pogleda pod raven njegovih oči. S tem bomo sogovornika opozorili na našo moč in ohranili določeno mero nadzora. Če nimamo opravka s gospodovalno ali težavno osebo, je priporočljivo gledati v spodnji del obraza (prav tam).

2.3 Zunanji videz

Čeprav se redko zgodi, da se pri končnem izboru delodajalec odloči za kandidata na podlagi njegove obleke, so v prvem krogu že večkrat izločili prav kandidate, ki niso bili primerno oblečeni. Če moramo garderobo posodobiti, moramo na to gledati kot na poslovni strošek.

In kako se pravilno oblečemo za zaposlitveni razgovor?

Delovnemu mestu primerno.

Torej, počutiti se moramo udobno, privlačno in profesionalno. S temi tremi lastnostmi moramo nastopiti na zaposlitvenem razgovoru. To velja tudi za čevlje, frizuro, brado, očala, torbico in vse drugo, kar se da opaziti na prvi pogled.

Powers (2005, 80) opozarja, da ima delodajalec samo približno pol ure ali uro časa, da se odloči, ali bo z nami preživel nekaj mesecev ali let. Zato opazuje vsako podrobnost na nas in si želi takoj ustvariti vtis.

K sproščenosti pomaga tudi, če si bomo že vnaprej načrtali pot do podjetja, preverili na zemljevidu kje je, koliko časa bomo potrebovali do tja itd. Tako bomo tja prispeli pravočasno in sproščeno.

Za obleke na razgovorih Powers (2005, 82) predlaga dva ali tri komplete. Nekoga od bližnjih, ki zna oceniti objektivno, prosimo za mnenje. Danes je moderen bolj sproščen videz na delovnem mestu, vendar pa to velja le za ljudi, ki so že na delovnem mestu. Mi še nismo, zato moramo priti oblečeni profesionalno, četudi v tistem podjetju vsi nosijo majice s kratkimi rokavi. S tem potencialnemu delodajalcu povemo, kako pomemben je za nas zaposlitveni sestanek in da želimo narediti vse za dober vtis.

Po opravljenem razgovoru je dobro odnesti obleko takoj v čistilnico in jo doma shraniti ločeno od ostalih oblek. Naj bo na posebnem mestu, pripravljena, da jo oblečemo takoj, ko nas pokličejo na naslednji razgovor.

Pri osebni negi Powers (2005, 83) poudarja, naj bodo nohti urejeni, tako pri moških kot pri ženskah. Pričeska naj bo primerna obrazu in v barvi, ki jo ponavadi imajo ljudje okrog nas.

Ne eksperimentirajmo z različnimi modnimi smernicami.

Powers tudi priporoča, da si prekrijemo ali odstranimo razne tetovaže, pirsinge itd., saj nam na razgovoru lahko prav ti zelo škodujejo. Na nekaterih delovnih mestih omenjene oblike telesne umetnosti ne predstavljajo nobene težave, v podjetjih, kjer dnevno delajo s strankami in z drugimi poslovnimi partnerji, pa ne bodo zaposlili nekoga, ki mu iz ust ali iz obrvi štrlijo žebli. Lahko se upremo in zagovarjamo svojo filozofijo, vendar se moramo zavedati, da zaradi uhana na ustnicah na kocko postavljamo zaposlitev in plačo (prav tam).

Kavčič (2011, 203) omenja tudi debelost kot neugodno lastnost pri iskanju zaposlitve. Debelost naj bi bila pogostejši diskriminacijski faktor kot kateri koli drug.

Powers (2005, 84) ne priporoča, da na razgovor hodimo z vsemi mogočimi modnimi dodatki. Ena poslovna aktovka je povsem dovolj. Za ženske velja večja poslovna torba, da vanjo spravijo vse stvari iz torbice. S seboj moramo imeti vsekakor beležko in nekaj pisal, da si zapišemo pomembnosti iz razgovora. Poleg tega imejmo tudi dve mapi, eno s kopijo našega življenjepisa, v drugi pa naj bo seznam naših referenc in spričeval opravljenih tečajev, npr. iz tujega jezika. Če kandidiramo kot umetnik ali grafični oblikovalec, je dobro imeti s seboj tudi nekaj svojih izdelkov.

Nakit naj bo minimalen in naj ne žvenketa, zapestna ura naj bo profesionalna, vodice po britju ali parfuma naj bo malo, ker je veliko ljudi nanje alergičnih. Bomboni za boljši dah so zelo priporočljivi, poleg umitih zob seveda. Ženske naj bodo zmerne pri uporabi ličil. Očala naj bodo očiščena, mobilnik pa za tisti čas izklopljen (prav tam).

Na koncu je pomemben tudi naš nasmeh. Zavedati se moramo, da se, ko globoko razmišljamo, ne smejemo, temveč se mrščimo. Nasmeh je eden prvih korakov pri gradnji medosebnega odnosa. Prav to pa mora biti eden od naših ciljev na razgovoru.

Delodajalcu želimo pokazati, da smo komunikativni in da imamo pozitiven odnos do njega in do podjetja. Če se bomo skrbno pripravili, bomo na samem razgovoru tudi pod manjšim stresom. Če stres težje obvladujemo, nam je lahko v veliko pomoč lažja fizična aktivnost, meditacija ali branje.

2.4 Zvok in čas

Pri razgovoru so zelo pomembni tudi trenutki tišine.

Tišina je eno močnejših neverbalnih sporočil. Powers (2005, 97) pravi, da se nam trenutek tišine zdi daljši, kadar smo pod stresom. Gre za tišino, kadar oblikujemo odgovor ali pa kadar čakamo izpraševalca, da nam postavi novo vprašanje. Psihoterapevti že dolgo poznajo moč, ki jo ima tišina, in prav lahko se zgodi, da bodo nekateri izpraševalci uporabili prav to metodo. Ni se nam treba vznemirjati in začeti mencati ali si popravljati obleko. Če smo končali z odgovorom na zadnje vprašanje, smo preprosto tiho. Lahko se zgodi tudi, da se izpraševalec ne bo takoj domislil novega vprašanja. Če tišina traja več kot petnajst sekund, lahko omenimo, da imamo sami nekaj vprašanj. Videli bomo, ali je primeren čas zanje in ali se izpraševalec muči z razgovorom. Če jih bo sprejel z veseljem, je odgovor da (prav tam).

Lahko pa tišina pomeni tudi kaj drugega. Kavčič (2011, 215) omenja nekaj različnih možnosti:

- izpraševalec pove kandidatu nekaj po njegovi oceni pomembnega in želi, da kandidat o tem dobro premisli;
- lahko gre za potlačevanje čustev, izpraševalec ali pa kandidat potrebujeta nekaj trenutkov tišine, da obvladata svoja čustva;
- lahko, da izpraševalec potrebuje več časa, da oblikuje neko sporočilo ali da preide na novo temo;
- tišina kot pomembno povratno sporočilo lahko sporoča, da se sogovornik s povedanim strinja, da ga ta tema sploh ne zanima, ali pa so prizadeta njegova čustva.

Za pravilno razlago tišine je nujno treba upoštevati tudi druge okoliščine. V vlogi kandidata se lahko znajdemo v situaciji, ko ne znamo odgovoriti ali pa samo premišljujemo o odgovoru. Tak vzrok v naši kulturi opravičuje tišino, če pa poznamo odgovor in smo tiho, s tem pokažemo prezir do izpraševalca.

Pomen tišine se od kulture do kulture zelo razlikuje. Na splošno je govorjenje bolj cenjeno v Zahodni Evropi ter Severni in Južni Ameriki. Tišino pa bolj cenijo na Daljnem vzhodu (prav tam).

Ena od večjih neprijetnosti se nam zgodi, kadar na razgovor zamudimo. Lahko se nam je zgodilo zares kaj nepričakovanega ali pa smo slabo ocenili čas, ki smo ga potrebovali za pot. Kakorkoli, taka napaka nas lahko stane bodoče zaposlitve.

Veruki (1998, 41) predlaga, da smo v podjetju že deset minut pred razgovorom. Pogosto se zgodi, da se izpraševalci zadržijo dalj časa pri posameznem kandidatu. V tem primeru se ne vznemirjajmo in se rajši v miru pripravimo na sprejem. Točnost se v naši kulturi šteje kot znak zanesljivosti. Prav tako to velja za Zahodno Evropo in Severno Ameriko.

Kavčič (2011, 214) omenja, da je tudi poraba časa marsikdaj zgovorna. Osebe z višjim statusom vstopajo v sobo hitreje kot osebe z nižjim. Prav tako si osebe z višjim statusom vzamejo več časa za odgovor. Nekatere osebe želijo poudariti svoj formalni status in nas bodo namenoma pustile čakati pred pisarno.

2.5 Proksemika

Proksemika je uporaba prostora v komunikacijske namene. Kavčič (2011, 212) pravi, da ljudje povsod označujemo prostor, ki ga imamo za svojega, npr. ograja okrog hiše itd. V organizacijah je uporaba prostora tudi statusni znak, npr. uporaba parkirnega prostora ali stranišča. Tudi menedžer ne sme v določen prostor, ne da bi izpadel kot vohun.

Tudi tu obstajajo razlike med zahodnim in vzhodnim svetom. Ljudje na Zahodu in severu si želijo več prostora zase kot ljudje v Sredozemlju in v Aziji.

Glede na komuniciranje je Kavčič (2011, 213) prostor razdelil na tri vrste:

- fiksni prostor je razpored stavb in prostorov v njih. Zaposleni teh prostorov kratkoročno ne morejo spreminjati. Prostori, ki so bolj povezani, omogočajo več srečevanja in komuniciranja. Velikost posameznega prostora označuje tudi status osebe. Osebe na višjih položajih imajo ponavadi večje delovne prostore, večjo mizo, pred njihovo pisarno je tajnica itd.;

- polfiksni prostor zajema razporejanje opreme v prostoru. Opremo si ljudje ponavadi razporedijo sami, to pa tudi kasneje vpliva na njihovo komunikacijo. Razpored pohištva lahko ustvari prijetno ali pa odbijajoče vzdušje;
- medosebni prostor se nanaša na fizično razdaljo, ki jo želimo imeti pri komuniciranju z drugimi. Osebe, ki jim vdiramo v njihov osebni prostor, se lahko neprijetno počutijo, lahko pa postanejo tudi agresivne.

Človeški ozemeljski odzivi so globoko zakoreninjeni in prvinski. Čeprav jih nekateri posamezniki premagajo, jih ljudje nikoli v celoti ne opustimo. Še posebej jih moramo upoštevati ob prvem srečanju z neznano osebo, saj ne moremo vedeti, v kolikšni meri ga bo vznemiril vdor v njegov družbeni prostor.

Clayton (2004, 18) je družbeni prostor ponazoril z mehurčkom. Predstavljajmo si, da vsak hodi po svetu obdan z mehurčkom, ki ima tri plasti. Zunanja plast s premerom dva metra označuje zunanjo mejo oz. poslovno cono. Srednja plast je na razdalji 30 do 125 cm. To je t. i. osebna cona in je namenjena ljudem, ki jih poznamo in jim zaupamo. Tretja plast je na razdalji 30 do 60 cm ali še bliže. To je intimna cona, namenjena družinskim članom in ljubljenim osebam (prav tam).

2.6 Napake in ovire na razgovoru

Powers (2005, 136) omenja kar nekaj ovir, na katere lahko naletimo na zaposlitvenem razgovoru.

Kot prvo, lahko naletimo na izpraševalca, ki je popolnoma nepripravljen na razgovor. Na začetku se nam bo to zdelo dobra novica, vendar se bo kasneje izkazalo, da to ni. Lažje namreč oblikujemo svoje odgovore in ponudbo, če vemo, kaj izpraševalec išče. Takšni izpraševalci ponavadi intervjuvajo množico oseb, dokler se jim naenkrat ne zazdi, da bi ta ali oni lahko opravljal delo. Ker ne vedo, kaj pravzaprav iščejo, tudi ne opazijo, v katerih točkah kateri izmed vprašanih dejansko ustreza njihovim zahtevam.

Nekateri neizkušeni izpraševalci nam ne bodo pustili do besede in do poskusa zaključevanja, ker želijo imeti vse pod nadzorom. V tem primeru moramo pustiti, da izpraševalec vodi razgovor do konca, in šele potem, ko se odnos nekoliko sprosti, poskusimo s kakšnim vprašanjem. Ponavadi imajo takšni izpraševalci že vnaprej pripravljen seznam vprašanj, njihovega plana jim nikakor ne smemo podreti in vanj vpletati svojih vprašanj.

Zavedati se moramo tudi, da profesionalne prodajne tehnike nikoli ne delujejo, če kritike in negativne povratne informacije jemljemo preveč osebno. Pomagamo si tako, da si zamišljamo, da smo ljudem, ki nas kritizirajo ali izražajo nezadovoljstvo, le njihov neznanec.

Njihove pomisleke vsekakor moramo upoštevati in jih sprejeti kot priložnost za naše nove izzive. Ne smemo dovoliti, da nam omajejo našo samozavest.

Tako kot vse tudi prodajne tehnike v danem trenutku ne bodo učinkovale, če jih ne bomo pred tem pogosto vadili. Vaja za zaposlitveni razgovor prav tako vključuje pripravo na razgovor, pregled in odgovore na pogosto zastavljena vprašanja in priprava na morebitno kritiko (prav tam).

Danes obstajajo, poleg razgovora na štiri oči, tudi drugi načini izpraševanja. Eden takšnih, a redkejših, je lahko razgovor po telefonu. Powers (2005, 170) pravi, da moramo biti nanj prav tako dobro pripravljeni kot za osebni razgovor. Obstajata dva ključna faktorja, da obvladamo tudi takšen razgovor. To sta priprava in lokacija.

Pred pogovorom nujno preglejmo svoje zapiske, življenjepis ter kratek seznam vprašanj, ki jih želimo postaviti. Pri roki moramo imeti tudi prazen list, kamor si bomo zapisovali pomembne podatke. Tudi pri telefonskem pogovoru uporabljajmo pozitivno govorico telesa, čeprav nas nihče ne gleda. Pozornost usmerimo na obrazne mišice, saj, če se smehljamo, spremenijo barvo glasu na boljše. Pomembno je tudi, da smo v sobi sami.

Obstajajo tudi razgovori, kjer sodeluje več izpraševalcev. V tem primeru se je dobro že pred razgovorom pozanimati, kdo bo prisoten, kdo ima glavno besedo in kakšne so njegove želje. Lahko se zgodi tudi, da bodo imeli izpraševalci med seboj zelo nasprotujoča si mnenja. Vseeno moramo biti prijazni z vsemi in čim bolj vsestranski. Lahko tudi vsakega izmed njih povprašamo v kakšnem razmerju je njihov oddelek z osebo, ki jo iščejo.

Na razgovoru nas lahko preverijo tudi, kako se odzovemo v situaciji, kjer moramo pokazati vse svoje veščine in praktično znanje. Npr. moramo opraviti telefonski klic, odgovoriti na e-mail jezne stranke ali se pogovarjati v tujem jeziku. V takem primeru po preizkusu pokažimo zanimanje in vprašajmo izpraševalce, kako smo opravili.

Na razgovorih se nam lahko pripetijo tudi nezgode, pri čemer je najbolj pomembno, da ob tem ostanemo mirni.

Lahko naredimo napako v življenjepisu, s katero lahko povzročimo dvom o celotnem življenjepisu. Če gre le za tipkarsko napako, ni tako hudo, če pa smo navedli naziv, ki ga v resnici nimamo, je najbolje, da čim prej odidemo. Prej ali slej nas bodo odkrili. Če se kasneje spomnimo, da smo izjavili kaj neprimernega, lahko to popravimo z zahvalnim pismom, ki ga pošljemo po razgovoru (prav tam).

2.7 Zaključek zaposlitvenega razgovora

Ko smo se pogovorili o zaposlitveni ponudbi, delovnem mestu, najpomembnejših vprašanjih, odgovornostih in dolžnostih, pride čas tudi za finančne zadeve. Tu se zahteva nekoliko spretnosti. Powers (2005, 159) predlaga, da povzamemo vse točke, o katerih smo se pogovarjali, izrazimo zadovoljstvo nad delovnim mestom, nato pa nadaljujemo z vprašanjem o plačilo. Najprej omenimo, ali se da plačilo morda še kaj prilagoditi. Tak pristop je odličen, ker ga lahko uporabimo pred sprejetjem ponudbe. Ponavadi delodajalec vedno pusti nekaj finančne rezerve, ker pričakuje, da jo bomo našli sami.

Zavedati se moramo, da je tudi v njegovem interesu, da dobi dober kader, in posledica tega je, da si lahko izborimo malo višjo plačo. Če tega ni in nam ponudijo plačo, ki je pod našimi pričakovanji, se pozanimajmo, ali izplačujejo še kakšne stimulacije za delovno uspešnost. Izračunajmo, koliko bi imeli plačo z dodatki ali drugimi bonitetami. Morda se bo izkazalo, da je višja, kot smo pričakovali. Lahko tudi vprašamo, ali se je npr. čez pol leta mogoče zopet dogovarjati o plači glede na naše rezultate, vsekakor pa ne smemo biti preveč agresivni. Če nas vprašajo, koliko bi bili pripravljeni sprejeti, se poskušajmo izogibati številkam in povejmo bolj na splošno: približno, okoli toliko. S tem delodajalec prepozna, da želimo višji znesek, hkrati pa mu ne postavljamo ultimata.

Če nismo veščji v pogajanjih, je dobro, da si pred razgovorom pripravimo nekaj fraz, ki jih najdemo v strokovnih knjigah, nato pa jih povadimo s kakšnim družinskim članom.

Ko se odločimo, ali bomo sprejeli ali zavrnilo ponudbo, moramo to izpraševalcu sporočiti.

Sprejemanje ponudbe je veliko enostavnejše kot zavrnitev. Sprejem ponudbe lahko sporočimo takoj ali pa kasneje po telefonu. Zraven moramo vedno pokazati navdušenje. Pri zavrnitvi se lahko odločamo na dveh točkah. Ali smo spoznali, da delovno mesto ni primerno za nas, ali pa smo bili pri pogajanju o delovnem mestu neuspešni. Pomembno je, da, kadar zavračamo ponudbo, vedno govorimo z izpraševalcem osebno. Povejmo svoje razloge in se mu zahvalimo za njegov čas in pozornost. Ne dolgovezimo o razlogih, razen če opazimo, da je izpraševalec pripravljen ponudbo izboljšati (prav tam).

Če smo v položaju, ko je kandidatov veliko in ne vemo, ali nas bodo sprejeli, je dobro po končanem razgovoru vedno poslati zahvalno pismo. Veruki (1998, 146) pravi, da si s takim pismom ne bomo zagotovili dela, če ga pa ne bomo poslali, se bodo možnosti za zaposlitev zagotovo zmanjšale. Pismo je najbolje napisati naslednji dan, naj bo kratko, jedrnato in čim bolj osebno. Vsebuje naj naslednje sestavine:

- izrazimo zadovoljstvo zaradi možnosti razgovora, zahvalo izpraševalcu za njegov čas in trud;
- še enkrat izrazimo navdušenje nad delovnim mestom in podjetjem;

- ponovimo in poudarimo naše znanje in veščine ter jih povežemo s pogoji, ki jih zahteva delovno mesto;
- zaprosimo za ponovno srečanje.

Zavedati se moramo, da je najpomembnejše, da nas izpraševalec obdrži v spominu.

Če odgovora na pismo po nekaj delovnih dneh ne dobimo, lahko izpraševalca tudi pokličemo po telefonu in vprašamo, ali so se že odločili glede kandidata.

Med tem pa stopimo v stik z drugimi podjetji in se dogovarjamo za nove razgovore. Tudi če nam že nekje obljubijo zaposlitev, je še vedno dobro iskati nove in nove ponudbe. Tako bomo imeli več izbire in tudi naš pogajalski položaj bo močnejši.

V primeru, da nas zavrnejo, kar se lahko zgodi mimogrede, tega ne smemo jemati preveč osebno. Vsekakor se osebi, ki nas je zavrnila, zahvalimo za pozornost in jo poskušamo zainteresirati, da bi nas morda upoštevala tudi v prihodnje. Izpraševalca nikoli ne sprašujemo, zakaj nas niso izbrali, ker ga s tem postavimo v neugoden položaj in lahko naletimo na negativno reakcijo (prav tam).

Zavedati se moramo, da z vsakim zavrnjenim razgovorom pridobimo dragocene izkušnje. Na vsakem naslednjem razgovoru bomo vedno bolj sproščeni, bolj bomo nadzorovali govorico telesa, izboljšali retoriko in pogajalske tehnike. Seveda pa moramo čim več vaditi in se hkrati izpopolnjevati iz literature s tega področja.

3 EMPIRIČNA ANALIZA

3.1 Zbiranje podatkov

Raziskava o pripravljenosti, vedenju in informiranosti študentk in študentov za iskanje prve zaposlitve je bila izvedena s pomočjo anketnega vprašalnika, ki je v prilogi naloge.

Vprašalnik je vseboval petnajst trditev, anketiranci so označevali svoje mnenje z ocenami od 1 do 5.

Ocena 1 je pomenila, da se anketiranec-ka z navedeno trditvijo nikakor ne strinja, ocena 2 je pomenila oceno, da se ne strinja, ocena 3 je bila vmesna možnost, ko se anketiranec-ka ni mogel-a odločiti niti za trditev niti proti njej, ocena 4 je omogočala strinjanje s trditvijo, medtem ko je ocena 5 pomenila, da se s postavljeno trditvijo v celoti strinja.

Anketa je bila izvedena aprila 2013, v predavalnici Fakultete za management v Škofji Loki, nenapovedano in naključno pred predavanji. Vprašalnike je dobilo 25 študentk in študentov, vsi vprašalniki so bili vrnjeni in izpolnjeni. Celotna generacija študentov 3. letnika šteje 37 rednih študentov. Vprašalnik jih je izpolnilo 25, to je 67,6 % vseh.

Namen empiričnega dela moje naloge je bil ugotoviti pripravljenost študentov pri iskanju prve redne zaposlitve.

3.2 Ciljna skupina

Cilj empiričnega dela naloge je bil ugotoviti seznanjenost mladih diplomantov z retoriko in neverbalno komunikacijo in ostalimi potrebnimi informacijami, ki so na zaposlitvenem razgovoru zelo pomembne. Vprašalnik je bil razdeljen naključno študentkam in študentom 3. letnika Fakultete za management v Škofji Loki.

Izvedeni pristop se mi je zdel najboljša rešitev, saj sem v kratkem času dobil odgovore, ki naj bi razjasnili vprašanja zastavljena v nalogi. Sodelovalo je 25 oseb od 37, kar pomeni 67,5 odstotno udeležbo.

3.3 Hipoteze

H1: Ali imajo študentje zadnjega letnika dovolj informacij za predstavitev samega sebe na zaposlitvenem razgovoru?

H2: Ali je potrebno pred zaposlitvenim razgovorom razmišljati o potrebah bodočega delodajalca?

H3: Ali imajo študentje informacije o retoriki in neverbalni komunikaciji.

H4: V kolikšni meri se je treba na zaposlitvenem razgovoru prilagajati?

H5: Zaposlitveni razgovor se ne konča samo na razgovoru, temveč je potrebno delodajalcu poslati zahvalno pismo.

H6: Na zaposlitvenem razgovoru ni potrebno izpostavljati naših socialnih in drugih težav.

H7: Na zaposlitveni razgovor se je potrebno pripraviti, prav tako tudi na morebitna neprijetna vprašanja.

H8: Na zaposlitvenem razgovoru sta delodajalec in delojemalec v enakopravnem položaju, delodajalec išče delavca, delojemalec mu ponuja svoje znanje in veščine.

H9: Vsak zaposlitveni razgovor je enkratni, neponovljiv.

3.4 Obdelava podatkov

Na dan raziskave je bilo v razredu prisotnih 25 študentov 3. letnika Fakultete za management v Škofji Loki.

Posamezni študent je ocenjeval 15 trditev. Trditve so bile zaprtega tipa in tematsko, naključno pomešane med seboj. Študentke in študentje so lahko ocenjevali posamezno trditev z ocenami od 1 do 5, in sicer:

- ocena 1 pomeni, da se s trditvijo nikakor ne strinjajo,
- ocena 2 pomeni, da se ne strinjajo,
- ocena 3 pomeni, da so neodločeni,
- ocena 4 pomeni, da se strinjajo,
- ocena 5 pomeni, da se popolnoma strinjajo.

Izpolnjene vprašalniki so obdelani po posameznih ocenah in primerjani s hipotezami, zastavljenimi na začetku izdelave naloge.

3.5 Interpretacija rezultatov

Iz obdelave anketnih listov se je pokazalo, da so imeli študenje-ke naslednja mnenja:

Trditev, da je na zaposlitvenem razgovoru pomembna naša obleka, vonj in rokovanje, jih je devet (ali 36 %) obkrožilo, da se strinjajo, šestnajst (ali 64 %) pa se jih je popolnoma strinjalo.

To pomeni, da so bili vsi seznanjeni z dejstvom, kako pomemben je naš videz na zaposlitvenem razgovoru.

Pri trditvi, da največji vtis na delodajalca naredimo v prvih 10 sekundah, so bili odgovori nekoliko mešani. Trije (ali 12 %) se niso strinjali s tem, šest (ali 24 %) jih je bilo neodločenih, sedem (ali 28 %) se jih je strinjalo in devet (ali 36 %) se jih je popolnoma strinjalo. Torej, šestnajst oseb (ali 64 %) je bilo seznanjenih, da je prvi vtis zelo pomemben in se zgodi v hipu, takoj, ko se srečamo z izpraševalcem.

Pri trditvi, da moramo biti na razgovoru prijazni, pozitivni in naravni, jih je sedem (ali 28 %) odgovorilo, da se strinjajo, sedemnajst (ali 68 %) pa se jih je popolnoma strinjalo. Iz tega lahko sklepamo, da se prav vsi anketiranci razen enega zelo dobro zavedajo, kako pomemben je prispevek iskalca k pozitivnemu vzdušju na zaposlitvenem razgovoru.

Pri trditvi, da je dobro svoje pretekle uspehe čim bolj potencirati in olepšati, jih je bilo največ neodločenih, kar štirinajst oseb (ali 56 %). Študentje in študentke so bili morda neodločeni zato, ker je to odvisno od narave zaposlitvenega razgovora in pričakovanega dela ali pa je bilo vprašanje zastavljeno preširoko. S trditvijo se niso strinjali štirje (ali 16 %), štiri osebe ali (16 %) so se s trditvijo strinjale, trije (ali 12 %) pa so se s trditvijo popolnoma strinjali.

Na vprašanje ali se nam zdi pomembno, da si pred razgovorom poiščemo informacije o podjetju, delovnem mestu in potrebah delodajalca, jih je kar dvaindvajset (ali 88 %) odgovorilo, da se popolnoma strinjajo, preostali trije (ali 12 %) pa se tudi strinjajo. Iz tega lahko zaključimo, da se prav vsi zavedajo, da si z informacijami o podjetju in poznavanjem njihovih pravil lahko v veliki meri izboljšamo svoj začetni položaj.

Pri vprašanju, ali je dobro, če se čim prej pozanimamo o višini plače, dopustu in drugih bonitetah, so bili študentje nekoliko razdeljeni. Štirje anketirani (ali 16 %) so se s trditvijo strinjali, šest anketiranih (ali 24 %) se je s trditvijo zelo strinjalo, kar skupaj pomeni kar 40 % vseh. Bonitete, plača in dopust so predmet pogovora in pogajanj, ki morajo biti dogovorjeni šele ob koncu zaposlitvenega razgovora, s čimer bi morali biti vsi iskalci zaposlitve dobro seznanjeni.

S trditvijo se jih ni strinjalo samo šest (ali 24 %), neodločenih je bilo šest (ali 36 %) oseb.

Na zaposlitvenem razgovoru se moramo delodajalcu predstaviti kot rešitelj njegovega problema. S tem se je strinjalo štirinajst (ali 56 %) študentov, enajst (ali 44 %) jih je bilo neodločenih. Pomeni, da je samo polovica od vseh anketiranih prepričana o tem, da se moramo v mislih postaviti v vlogo delodajalca in mu s svojim znanjem vzbuditi občutek, da smo pravi zanj.

Če je izpraševalcev več, obravnavamo vse enako, vendar ugotovimo, kdo je vodja in s posameznim izpraševalcem vzpostavimo očesni stik. Pri tej trditvi, se je osemnajst (ali

72 %) strinjalo s trditvijo, da je to nujno, sedem (ali 28 %) jih je bilo o tem neodločenih. Pomeni, da se študentje in študentke večinoma zavedajo, kako pomemben je očesni stik v razgovoru. Nekateri od njih bodo o tem verjetno več razmišljali ob lastnih razgovorih v praksi.

Pri trditvi, da se je na zaposlitvenem razgovoru treba prilagoditi govorici telesa našega izpraševalca, jih je kar dvajset (ali 80 %) odgovorilo, da se s tem strinjajo, trije (ali 12 %) so bili neodločeni, ena oseba je menila, da je to nepomembno. Študentje in študentke so torej zelo dobro informirani o tem, da se je potrebno prilagajati delodajalcu že na zaposlitvenem razgovoru. Menim, da so k temu stališču in rezultatu med drugim pripomogle tudi obvezne delavnice, ki smo jih na to temo obiskali.

Na trditev, da je po končanem intervjuju dobro delodajalcu poslati zahvalno pismo, v katerem še enkrat predstavimo svoje glavne prednosti, so bile ocene anketiranih precej razpršene. Največ oz. deset oseb (ali 40 %) je bilo neodločenih, sedem oseb (ali 28 %) se je strinjalo s predstavljenimi trditvijo, tri osebe ali (12 %) so se strinjale v celoti, pet ali (20 %) oseb je bilo proti. Menim, da je rezultat takšen predvsem zato, ker anketiranci verjetno še nimajo izkušenj z iskanjem redne zaposlitve, sicer pa o tem nismo imeli nobenih predavanj, ki bi nas poučila o pravilih s področja trga dela.

Tezi, da je na razgovoru dobro izpostaviti našo stisko, je pozitivno pritrnilo osem (ali 32 %) anketiranih, deset (ali 40 %) jih je bilo neodločenih, le sedem (ali 28 %) oz. tretjina jih je ocenilo, da to ni primerna tema na pogovoru z delodajalcem.

Izpostavljati naše osebne težave na zaposlitvenem razgovoru res ni primerno, saj lahko s tem prestrašimo delodajalca, sebi pa še naprej onemogočamo dejansko reševanje svojih težav. Vsekakor nam v takšnih primerih odločitev delodajalca ne bo v prid.

Pri trditvi, da moramo pred razgovorom razmisliti o neprijetnih vprašanjih, se je strinjalo kar dvaindvajset (ali 88 %) študentov, le trije (ali 12 %) so bili neodločeni. Na neprijetna vprašanja se je nujno treba pripraviti, da kasneje pri odgovarjanju ne izgublamo časa in ne vzbujamo nepotrebnih sumov pri izpraševalcu.

Če med intervjujem česa ne razumemo, tega ne pokažemo. S tem se petnajst (ali 60 %) študentov in študentk ni strinjalo, devet (ali 36 %) jih je bilo neodločenih, le eden pa se je strinjal. Če na razgovoru česa ne razumemo, lahko mirne vesti v primernem trenutku prosimo za dodatna pojasnila.

Z delodajalcem smo v procesu iskanja zaposlitve vedno enakopravni. To pomeni, da imamo mi interes najti zaposlitev in delo, delodajalec pa je zainteresiran najti novega delavca za izvajanje delovnega procesa. S tem se je strinjalo dvanajst anketiranih (ali kar 48 %) vseh, osem (ali 32 %) je bilo neodločenih, pet (ali 20 %) pa se jih s to trditvijo ni strinjalo. Na trgu

dela se je potrebno obnašati tako kot na kateremkoli drugem trgu, zato si moramo prizadevati, da med drugim nenehno izboljšujemo svoje retorične in pogajalske veščine ter spretnosti.

Trditvi, da se na zaposlitvenem razgovoru prilagodimo retoriki izpraševalca, ki je lahko v knjižnem jeziku, slengu ali poslovnem jeziku, je pritrnilo devetnajst (ali 76 %) vprašanih, šest (ali 24 %) je bilo neodločenih. Študentje in študentke so dobro poučeni o moči besede.

4 SKLEP

Pri izdelovanju zaključne projektne naloge sem pridobil veliko informacij s področja iskanja, nastopanja in predstavitve pri delodajalcih, ki so pomembne pri iskanju dela.

Mislim, da je v sedanjih, kriznih časih posvečanje pozornosti retoriki in gestiki izrednega pomena in celo nujno. Anketni rezultati so potrdili, da se tega zavedajo tudi študentke in študenti Fakultete za management. Po mojem mnenju bi bilo nujno potrebno, da bi v program naše fakultete, ki je tudi poslovne smeri, vključili predmet gestike in retorike, saj so tovrstna znanja osnova za kakršnokoli poslovno komuniciranje.

Ključna večšina posameznika v današnjem poslovnem in globalnem svetu je sposobnost nenehnega prilagajanja in sodelovanja z drugimi. V sodobnih podjetjih, zlasti v Sloveniji, kjer so večinoma manjša podjetja in učinkovitost dela temelji prav na timskem delu, pridejo večšine gestike in retorike še kako prav.

VIRI IN LITERATURA

- Enkelmann, Nikolaus B. 1997. *Moč retorike*. Kranj: Vernar Consulting.
- Clayton, Peter. 2004. *Poslovna govorica telesa*. Ljubljana: Prešernova družba.
- Grabnar, Boris. 1991. *Retorika za vsakogar*. Ljubljana: DZS.
- Kavčič, Bogdan. 2011. *Očrt poslovnega komuniciranja*. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
- Molcho, Samy. 1997. *Govorica telesa*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Powers, Paul. 2005. *Zmagovalni zaposlitveni razgovori*. Varaždin: Katarina Zrinski.
- Veruki, Peter. 1998. *Almanah razgovorov za zaposlitev*. Ljubljana: Primath.
- Zaletel, Aleš. 2008. *Kako uspešno iskati zaposlitev?* Ljubljana: Moje delo.

PRILOGA

Priloga 1: Anketni prašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

Sem Marko Trpin, študent 3. letnika Fakultete za Management v Škofji Loki.

V okviru zaključne projektne naloge z naslovom Retorika in gestika na zaposlitvenem razgovoru, želim ugotoviti informiranost bodočih diplomantov o pomembnih dejavnikih uspešnega zaposlitvenega razgovora. Prosim vas, da ovrednotite trditve z naslednjimi ocenami:

1-nikakor se ne strinjam, 2-se ne strinjam, 3-niti da niti ne, 4-se strinjam, 5-v celoti se strinjam

Anketa je anonimna, pridobljeni podatki pa bodo uporabljeni samo v zaključni nalogi.

1. Na zaposlitveni razgovor vpliva naša obleka, vonj, rokovanje.

1 2 3 4 5

2. Največji vtis na delodajalca naredimo v prvih 10 sekundah.

1 2 3 4 5

3. Na zaposlitvenem razgovoru smo prijazni, pozitivni, in naravni.

1 2 3 4 5

4. Na zaposlitvenem razgovoru je dobro, da svoje pretekle uspehe čim bolj potenciramo in olepšamo.

1 2 3 4 5

5. Se vam zdi pomembno, da si pred zaposlitvenim razgovorom poiščemo informacije o podjetju, delovnih mestih, trenutnih potrebah delodajalca in oblačilni kulturi?

1 2 3 4 5

6. Dobro je, da se med razgovorom čimprej pozanimamo o višini plače, dopustu in ostalih bonitetah.

1 2 3 4 5

7. Na zaposlitvenem razgovoru si prizadevamo, da se delodajalcu predstavimo kot rešitelj njegovega problema, da smo zanj prava oseba.

1 2 3 4 5

Priloga 1

8. Če je izpraševalcev več obravnavamo vse enako, vendar ugotovimo kdo je vodja in s posameznim izpraševalcem vspostavimo očesni stk.

1 2 3 4 5

9. Na zaposlitvenem razgovoru se je dobro nekoliko prilagoditi jeziku, tonu glasu, govorici telesa našega izpraševalca.

1 2 3 4 5

10. Po končanem intervjuju delodajalcu pošljemo zahvalno pismo, se mu zahvalimo in v njem v kratkem še enkrat predstavimo naše glavne argumente, da smo pravi kandidat za delo.

1 2 3 4 5

11. Na zaposlitvenem razgovoru izpostavimo tudi našo stisko, da nas bolje spoznajo ter našo nujnost zaposlitve.

1 2 3 4 5

12. Pred razgovorom moramo razmisliti tudi o neprijetnih vprašanjih, ki nam jih lahko zastavijo.

1 2 3 4 5

13. Če med intervjujem česa ne razumemo, tega ne pokažemo.

1 2 3 4 5

14. Delodajalcu smo v procesu iskanja zaposlitve vedno enakopravni.

1 2 3 4 5

15. Na zaposlitvenem razgovoru se prilagodim retoriki izpraševalca, ki je lahko v knjižnem, poslovnem jeziku ali slengu.

1 2 3 4 5

Hvala za vaše sodelovanje in vaš čas.