

Junior už nemusí být nutně čerstvý absolvent školy

19.6.2025 - | PROTEXT

Vzdělávání je jedním z klíčových nástrojů pro posílení konkurenční výhody firem. Podle analytika pracovního trhu z Alma Career Czechia Tomáše Ervína Dombrovského až polovina firem investuje do vzdělávání a řeší upskilling.

Pozice, o které se mi nesnilo

Nicméně jen jedna čtvrtina tvrdí, že je schopná nabízet vzdělávání, které umožní zaměstnancům adaptovat se na nové technologie. Ti na rozdíl od předešlých let očekávají, že pokud se v práci něco učí, bude to souviset s jejich profesním růstem.

Vzdělávání a s ním související přidaná hodnota servisu. To byl strategický nástroj, kterým v Delirest reagovali na nepříznivou změnu na trhu a agresivnější konkurenci, která šla cestou krátkodobého snížení marží. Řešení našlo vedení v čele s generálním ředitelem Michalem Debrecénim v podobě role play tréninků obchodníků s avatary Skilldriver. Na nich Pavel Fáček ilustroval, kam se díky umělé inteligenci posouvají možnosti firemního vzdělávání.

Kontinuální vzdělávání je podle analytika trhu zásadní nástroj, jak čelit dopadům demografického vývoje rámovaného stárnoucí populací: „Junior už nemusí být nutně čerstvý absolvent školy, ale člověk, který se rozhodl udat změnu ve své profesní dráze a začít kariéru v novém oboru,“ uvedl.

Prostředí pro podobný posun je charakteristické pro inovativní rodinnou firmu podnikající v oblasti slévárenství, Beneš a Lát, ve které, pokud o to lidé projeví zájem, mohou vyrůst a realizovat se v naprosto odlišné pozici, než na kterou do firmy nastoupili. Příkladem je generální ředitel, Svatopluk Runčík, který se do vedení firmy dostal po šesti letech z pozice mistra ve výrobě.

A co když vaše společnost slaví už 200 let a vy se bojíte, že pro svoje klienty nebudete relevantní? Česká spořitelna se s touto výzvou popasovala projektem, který původně inicioval marketing a nakonec se zásadně propsal do struktur celé firmy. Šest mladých lidí tento rok stínuje členy Boardu a pracuje na strategických tématech pro udržení relevantnosti a konkurenceschopnosti na trhu, jako je např. oblast investic. O své cestě do nejužší šestky a zkušenosti ze stínování promluvil účastník projektu David Jokeš. Co projekt přinesl z pohledu HR (např. v oblasti náboru) přiblížila Barbora Holečková.

Kolik z vás si říká o zpětnou vazbu?

Spolupráci HR a týmu Security přiblížili Jitka Adámková a Zdeněk Grmela z T-Mobile a Slovak Telekom. T-Mobile není jen operátor, ale stále více technologická firma s B2B klienty, se kterými řeší otázky související s bezpečností. „Bezpečnost je o důvěře a zákazník vnímá, jak tým funguje a potřebuje vědět, že jste připraveni mu pomoci. Incident se totiž zpravidla stane v pátek nebo v sobotu, proto musíte mít dostatečně motivovaný tým, který je ochotný s vámi prožít víkend při jeho řešení.“ Zaznělo od Zdeňka, který kvitoval projekt SamiSebou reagující na potřeby každého jednotlivce ve firmě.

Transparentnost jako jeden z nástrojů posílení důvěry ve vedení může být související evropská legislativa o transparentnosti v odměňování, o které promluvil a adresoval související výzvy Jakub Morávek z advokátní kanceláře Felix a spol.

Důvěra je základ kvalitní zpětné vazby. „Kolik z vás si říká o zpětnou vazbu od podřízených?“ S touto otázkou se do publika obrátila Jana Dostálová z DoDo Services, podle které jde o nástroj, který se zatím v českém prostředí nedaří správně používat. Právě zpětná vazba je podle Ivo Hrdiny z JuiceUp jedním z nástrojů posílení engagementu ve firmě: „Když se mnou lídr dělá zpětnou vazbu na mou práci, zajímám se o ni. Pokud ji nedělá, nezajímá mě.“ Rychlou verzi pochvaly v digitálním prostředí umožňuje platforma Verso spojující i další nástroje jako spolujízda nebo bazar, jak představili Petra Prchlíková a Petr Mikoláš z Up benefity.

Nová perspektiva

Novou perspektivu společnostem, které se potřebují posunout s deeptech inovacemi nabízí Vojtěch Nosek z Unico.analytics. Ta propojuje svět byznysu a univerzitní prostředí. Inovační mindset firmy by měl být podle Vojtěcha založen na tom nebát se chybovat. Co se týká inovativního potenciálu v České republice, budoucnost vidí pozitivně – a to s ohledem na špičky v oborech, které působí na tuzemských univerzitách a také na to, že se téma vědy posouvá stále více do popředí.

Závěrečná panelová diskuze nabídla díky Janě Dostálové z Dodo, Šárce Moučkové ze Škoda Group, Kristýně Potůčkové z Plzeňského Prazdroje, Petru Zajíčkovi z 2N Telekomunikace a Ondřeji Rakovi z GZ Media zkušenosti z různých odvětví a o to v oblasti implementace inovací, umělé inteligence nebo podpoře středního managementu.

Konferenci přinesla společnost Blue Events. Informace o dalších odborných setkání z produkce Blue Events najdete na: www.blueevents.eu/konference

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/junior-uz-nemusi-byt-nutne-cerstvy-absolvent-skoly/2688597>