

Anita Vončina

KARIERNI HITRI ZMENKI

»Metoda kariernih hitrih zmenkov se mi zdi zelo uporabna, saj imajo posamezniki na ta način možnost, da spoznajo potencialne delodajalce. Prav tako so hitri zmenki odličen trening razgovora, hkrati pa lahko tudi priložnost za nadaljnje sodelovanje v obliki študentskega dela, prakse, pripravništva ali zaposlitve. S kariernimi hitrimi zmenki v zelo kratkem času spoznamo veliko število ljudi, zaradi česar je metoda tudi časovno ekonomična. Metoda poleg tega omogoča delodajalcem vpogled v to, kakšni so danes iskalci zaposlitve ter kakšne so njihove želje in potrebe.«

Karierni hitri zmenki (angl. *career speed dating*) so metoda, pri kateri je cilj posameznika ta, da v čim krajšem času spozna čim več potencialnih delodajalcev in se jim predstavi. Prav tako je želja delodajalcev, da lahko v kratkem času spoznajo čim več kandidatov, ki so lahko ustrezni za opravljanje določenega delovnega mesta v njihovi organizaciji. Za metodo je značilno, da je zelo časovno ekonomična in učinkovita pri zagotavljanju povezovanja različnih posameznikov (The guide to business speed dating, 2015). Trajanje kariernih hitrih zmenkov je različno – navadno trajajo od dveh do približno deset minut.

Karierni hitri zmenki najpogosteje potekajo tako, da se kandidat v začetku sam predstavi. Šele po predstavitvi mu delodajalci začnejo postavljati vprašanja, lahko pa tudi kandidat zastavi vprašanja delodajalcu. Pri tej metodi je bistvenega pomena priprava, saj morajo kandidati na postavljena vprašanja odgovarjati zelo hitro, po drugi strani pa morajo delodajalci postavljati takšna vprašanja, da od kandidatov pridobijo najkoristnejše informacije (Fidermuc, 2018). Kandidati morajo pred srečanjem preveriti pomembne informacije o

delodajalcih – kdo sploh je delodajalec, kakšno dejavnost opravlja, kakšni sta vizija in poslanstvo organizacije, kakšen poslovni uspeh ima organizacija in če je možno, kakšen kader delodajalec sploh išče. Za kandidate je dobro, da preverijo tudi, koliko se njihova znanja, izkušnje in osebnostne lastnosti ujemajo s potrebami delodajalca. Priporočljivo je, da na hitri zmenek kandidati pridejo urejeni. Pred začetkom hitrih zmenkov je dobro, da kandidati pripravijo kratko, enominutno predstavitev. Na takšni predstavitvi se osredotočijo na svoje veščine in dosežke ter delovne izkušnje, ki so bistvene za konkretnega delodajalca. Dobro je, da razmislijo tudi o dodani vrednosti, ki jo lahko doprinesejo v organizacijo in izrazijo motivacijo za delo v organizaciji. Priporočljivo je, da si kandidat v naprej pripravi vprašanja za delodajalca, saj mu v času srečanja zaradi časovnega pritiska in treme morda nobeno vprašanje ne bo prišlo na misel. Ob koncu hitrih zmenkov je dobro, da se kandidat delodajalcu zahvali za ponujeno priložnost in mu izroči svoj življenjepis, po možnosti s fotografijo. Delodajalec na hitrih zmenkih namreč sreča veliko kandidatov in si jih bo s pomočjo fotografij lažje zapomnil (Hanžurej, 2018).

V Sloveniji se lahko posamezniki pred dogodkom kariernih hitrih zmenkov udeležijo tudi pripravljalne delavnice na Zavodu Republike Slovenije za zaposlovanje. Tam izvejo, kako hitri zmenki potekajo, kako napisati dober CV, katera vprašanja lahko pričakujejo od delodajalcev, kaj sporočajo s telesno govorico itd. (Fidermuc, 2018).

NASTANEK IN RAZVOJ METODE

Ideje hitrih zmenkov se je domislil rabin Yaacov Deyo leta 1998, saj si je želel, da bi se lahko mladi spoznavali in postali življenjski partnerji. Sam potek je izgledal tako, da je na srečanje prišlo enako število moških in žensk, imeli pa so največ deset minut časa za pogovor drug z drugim. Vsak udeleženec se je na koncu odločil, koga od tistih, ki jih je spoznal, bi rad videl še enkrat. Če sta posameznika izbrala drug drugega, sta si lahko izmenjala kontaktne podatke, sicer pa ne (The history of speed dating, 2014). Iz tega je izhajal tudi Tom Jaffe, ki je leta 2000 vpeljal to metodo v svet podjetij in organizacij (Speed networking, b.d.).

ZNANSTVENA SPOZNANJA O UPORABNOSTI METODE

Berk (2010) se v svojem članku osredotoča predvsem na možnost uporabe hitrih zmenkov v mentorskem odnosu. Mentor igra zelo pomembno vlogo v odnosu s svojim mentorirancem, saj je to navadno izkušena oseba z veliko znanja, ki svojega mentoriranca pogosto vpraša po mnenju, izkušnjah ter ga skuša na različne načine in čim bolj vključiti v svoje delo. Mentorjeva vloga je med drugim tudi, da uravnava njun odnos, pogostost in način komunikacije ter število srečanj. Poleg znanj, izkušenj, veščin in modrosti mentorja k uspešnemu mentorskemu odnosu prispeva tudi edinstvena povezanost med mentorjem in mentorirancem (Berk, Berg, Mortimer, Walton-Moss in Yeo, 2005).

Hitri zmenki so tudi ena od strategij, s katero lahko ugotavljamo potencialno povezanost med mentorjem in mentorirancem – govorimo o t. i. hitrem mentoriranju (Berk, 2010). To naj bi potekalo v naslednjih korakih:

1. Mentorji sedijo pri mizah, po v naprej določenem vrstnem redu. Vsi imajo seznam mentorirancev in njihove osnovne informacije.
2. Mentoriranci imajo seznam mentorjev, ob tem pa so navedena tudi njihova strokovna znanja, objavljene raziskave in članki, metode, ki jih uporabljajo za predajanje znanja itd.
3. Mentoriranci pripravijo nekaj vprašanj, ki jih zastavijo mentorjem.
4. Vsak hitri zmenek traja deset minut.
5. Ob koncu zmenka zazvoni zvonec, za tem pa imata oba še eno minuto, da si zapišeta svoje vtise o pogovoru in čas, ki je bil potreben za odločitev o tem, ali bi lahko sodelovala ali ne. Poleg tega ocenjujeta tudi medsebojno ujemanje z ocenjevalno lestvico od 0 do 4 (0 = zagotovo ni ujemanja, 1 = majhno ujemanje, 2 = ustrezno ujemanje, 3 = dobro ujemanje, 4 = odlično ujemanje).
6. Po eni minuti ponovno zazvoni zvonec in takrat gre mentoriranec k naslednjemu mentorju.
7. Ko so hitri zmenki opravljeni, vsak od njih odda svoje ocene.

8. Organizatorji nato zapise pregledajo. Kriteriji o tem, kateri mentorji in mentoriranci bi lahko sodelovali, vključujejo:
 - Ocene od 0 do 4, pri tem so ocene 3 in 4 najpomembnejši dejavnik, ki kaže na ujemanje mentorja in mentoriranca. Ocene mentorirancev imajo višjo težo od ocen mentorja.
 - Področja raziskovanja in strokovnega znanja.
 - Spol, etnično pripadnost in druge demografske značilnosti mentorja in mentoriranca.
9. Vsa ujemanja mentorjem in mentorirancem sporočijo v dveh dneh. Vsak mentoriranec bi moral imeti mentorja, lahko pa imajo nekateri mentorji več kot enega mentoriranca.
10. Ocenjevanje mentorskega odnosa naj bi potekalo vsakih šest mesecev (Berk, 2010).

Metodo hitrih zmenkov za ugotavljanje možnosti sodelovanja mentorjev in mentorirancev predlagajo tudi Cook, Bahn in Menaker (2010). V njihovi raziskavi je sodelovalo sedem mentorirancev, vsak od njih pa je imel deset minut za pogovor z različnimi mentorji. Tudi v tej raziskavi so mentoriranci dobili osnovne informacije glede mentorjev, sami pa so si morali zamisliti vprašanja, ki jih bodo zastavili mentorjem. Po vsakem hitrem zmenku so morali mentoriranci oceniti, kako dobro so mentorji odgovarjali na vprašanja, po koncu vseh zmenkov pa so izpolnili še končni ocenjevalni vprašalnik. Rezultati so pokazali, da so mentoriranci izkušnjo dojeli kot pozitivno, zdelo se jim je, da so mentorji odgovorili na njihova vprašanja, hkrati pa so pridobili mrežo poznanstev. Tudi mentorji so bili mnenja, da so svoj čas porabili kakovostno.

Hitre zmenke se lahko prav tako uporablja med študijem, in sicer v novo oblikovanih skupinah, ko se študentje med seboj ne poznajo zelo dobro. Ti hitri zmenki naj bi potekali tako, da študentje oblikujejo zunanji in notranji krog. Vsak študent iz notranjega kroga je v paru z drugim študentom iz zunanjega kroga. Na tabli so napisane izbrane teme, o katerih se študentje lahko pogovarjajo. To so npr. ime, smer študija, domači kraj, hobiji in številne druge tematike. Po približno treh minutah se študentje, ki so v zunanjem krogu, premaknejo v levo. Na ta način se med seboj spoznajo, hkrati pa aktivnost hitrih zmenkov omogoča

sproščeno in prijateljsko vzdušje (Murphy, 2005). Hitri zmenki so prav tako metoda za prebijanje ledu v začetku semestra, saj se študentje lahko hitreje in na lažji način spoznajo. Študentje ob tem pridobivajo tudi določene mehke veščine (Collins in Goyder, 2008).

Karierni hitri zmenki se v sklopu različnih dogodkov odvijajo tudi v Sloveniji. Eden od njih so karierni sejmi, na katerih se številna podjetja predstavijo obiskovalcem, slednji pa imajo možnost kariernega hitrega zmenka. Na stojnicah so navadno prisotni tudi posamezniki, ki lahko izvajajo hitre zmenke (običajno kadroviki iz organizacij, ki se na stojnicah predstavljajo) in posledično pridobijo kontakt morebitnih kandidatov. Na kariernih sejmih navadno struktura ni tako izrazita, saj ni organizatorjev, ki bi z zvoncem naznanili zaključek hitrih zmenkov. Dolžina pogovora je odvisna od vsakega kandidata, vendar kljub temu ni zaželeno, da hitri zmenki trajajo predolgo (več kot deset minut). Delovne organizacije organizirajo tudi dneve odprtih vrat, na katerih izvajajo karierne hitre zmenke. V tem primeru je struktura jasna, kandidati pa imajo največkrat na voljo dve do tri minute, da se predstavijo, nato pa je z zvoncem ali s piščalko naznanjen konec zmenka. Karierni hitri zmenki se izvajajo tudi v sklopu kariernih dni na različnih slovenskih fakultetah (npr. FKKT, FFA, FRI). Tudi v tem primeru je struktura jasna, saj imajo študentje na voljo tri minute, da se predstavijo, nato jim čas poteče.

PREDSTAVITEV METODE

KDAJ METODO UPORABIMO?

Namen hitrih zmenkov za kandidate je predvsem možnost spoznavanja delodajalcev in različnih možnosti zaposlitve. Po drugi strani je namen delodajalcev, da spoznajo čim večje število kandidatov, ki bi lahko pri njih opravljali določeno delovno mesto.

ZA KOGA JE METODA PRIMERNA?

Med ciljno populacijo spadajo brezposelni posamezniki, ki iščejo službo. Ciljno populacijo predstavljajo tudi zaposleni ljudje, ki si morda želijo zamenjati službo zaradi najrazličnejših razlogov (npr. nizka plača, slabi

odnosi, monotonost dela). Poleg tega so ciljna populacija tudi delodajalci, ki iščejo dobre zaposlene in jim želijo predstaviti svojo organizacijo.

Metoda je namenjena tudi študentom, saj na fakultete prihajajo predstavniki delovnih organizacij, ki izvajajo karijerne hitre zmenke. Med študentsko populacijo je metoda uporabna tudi za spoznavanje v novo oblikovanih skupinah oz. je metoda za ugotavljanje možnosti medsebojnega sodelovanja in zato lahko uporabna pri različnih posameznikih ter v različnih delovnih skupinah.

KAKO METODO IZVEDEMO?

Večina hitrih zmenkov se začne v prostoru, kjer se udeleženci lahko družijo. Tam se pri organizatorju tudi prijavijo k tistim delodajalcem, ki jih želijo podrobneje spoznati in se jim predstaviti.

Organizator nato pojasni strukturo in pravila dogodka, kjer da večji poudarek na to, koliko časa bodo hitri zmenki trajali. Načeloma trajajo od dve do deset minut.

Predstavniki delovnih organizacij sedijo v drugi sobi, vsak za svojo mizo. Mize so navadno precej blizu druga drugi. Kandidate postopoma spustijo v ta prostor in vsak od njih se usede k točno določenemu delodajalcu, h kateremu se je predhodno prijavil.

Kandidati v večini primerov s seboj prinesejo življenjepis in imajo na voljo nekaj minut, da se predstavijo, npr. povejo, kje so delali v preteklosti, kje delajo zdaj, kaj bi si želeli delati itd. Če ostane čas, lahko tudi delodajalci kandidatom postavijo nekaj vprašanj ali obratno. Koordinator med tem s štoparico spremlja trajanje hitrih zmenkov in po določenem številu minut naznani pretečeni čas. Kandidat se nato premakne k drugemu delodajalcu in to poteka toliko časa, dokler se kandidati ne predstavijo vsem želenim delodajalcem.

PRIMER UPORABE METODE

Na Fakulteti za kemijo in kemijsko tehnologijo (FKKT) že nekaj let organizirajo karierni dan, v okviru katerega se izvajajo tudi hitri zmenki. Na fakulteto pridejo delodajalci iz različnih podjetji in organizacij, kot so Lek, Krka, Helios, Pivovarna Union, Kemijski inštitut in številni drugi. Na

dogodku imajo študentje najprej eno uro časa za mreženje s predstavniki delovnih organizacij na stojnicah. Takrat jih lahko povprašajo najrazličnejše stvari, npr. kaj točno delajo, kakšne kadre iščejo, kakšno vizijo imajo itd. Zatem sledijo kratke predstavitve podjetij, kjer imajo organizacije na voljo deset minut, da se predstavijo vsem udeležencem. Nato so na vrsti hitri zmenki s predstavniki delovnih organizacij. Pred samim začetkom le-teh organizatorji študentom dodelijo številke terminov pri posameznih organizacijah. To je organizirano tako, da vsi udeleženci že prej izrazijo svoje želje glede tega, kateremu delodajalcu bi se želeli predstaviti. Študent se npr. prijavi pri treh organizacijah in na podlagi tega dobi točno določen termin hitrih zmenkov (primer: Maja dobi prvi zaporedni termin pri podjetju Lek, četrti termin pri Krki in deseti termin za hitri zmenek pri predstavnikih Kemijskega inštituta). Termini so razporejeni tako, da študentom ni treba čakati predolgo na naslednji hitri zmenek, hkrati pa jim omogoča, da se v nekaj minutah pripravijo na naslednjega. Vsak kandidat ima na hitrih zmenkih na voljo tri minute, da se predstavi – pove, kdo je, kakšne delovne izkušnje ima, za kaj se zanima, predstavi svoje prednosti in hobije. Če je na voljo dovolj časa, lahko delodajalec kandidatu postavi različna vprašanja, npr. na kateri smeri FKKT-ja študira, kako se je soočil z izzivi v času študija, ali je že sodeloval na kakšnem projektu itd. Na tej točki se čas najverjetneje izteče in takrat lahko študenti delodajalcu izročijo življenjepis ali svojo vizitko, če jo že imajo. Iztek časa naznani koordinator, ki zapiska na piščalko.

VLOGA PSIHologa

Hitre zmenke lahko izvajajo posamezniki različnih strokovnih profilov. Kljub temu pa ima psiholog pri izvajanju hitrih zmenkov določeno dodano vrednost. Psiholog lahko v večji meri vzpostavi zaupen odnos s kandidatom in je sposoben višje stopnje empatičnega vživljanja. Tako se kandidat lažje odpre in nam poda bolj realne informacije o sebi. Psiholog ima prav tako znanje o pomembnosti predpriprave na hitre zmenke, saj mu to omogoča postavljanje točno določenih, že prej pripravljenih vprašanj.

Med samim hitrim zmenkom upošteva možnost prisotnosti halo učinka – to je napaka ocenjevanja, kjer podzavestno prenesemo sodbo z enega področja ali iz ene izkušnje na drugo. Če npr. kandidat doživlja

nelagodje in je na razgovoru pod stresom, psiholog ne bo sklepal, da je takšen v vsaki situaciji, ampak bo predpostavljal, da je slednje povezano s trenutnim dogodkom.

Psiholog se zaveda, da lahko naredi številne druge napake pri ocenjevanju in je posledično bolj nepristranski. Uporabi lahko tudi znanje o telesni govorici in zato razlikuje, kaj pomenijo določen položaj, kretnje in obrazna mimika kandidata. Na podlagi prepoznavanja le-teh kandidatu lahko pomaga tako, da se pošali ali poskuša kako drugače zmanjšati napetost situacije. Na ta način kandidata razbremeni in mu s tem omogoči boljšo predstavitev.

PREVIDNOST IN OMEJITVE PRI UPORABI METODE

Omejitve metode kariernih hitrih zmenkov lahko razdelimo v tri skupine. Omejitve z vidika kandidatov in delodajalcev so naslednje:

- Pomanjkanje časa: Udeleženci imajo lahko premalo časa, da se predstavijo. Do tega lahko pride, ker imajo že mnogo delovnih izkušenj in znanj, ki jih v tako kratkem času ne zmorejo strniti. Težave se lahko pojavijo tudi pri prepoznavanju tega, katere informacije so bistvenega pomena za delodajalca – ni nujno, da jim v teh nekaj minutah predstavijo vse svoje delovne izkušnje, ampak le tiste, ki so ustrezne za konkretnega delodajalca. Tudi delodajalci imajo v tako kratkem času zelo malo možnosti za postavljanje vprašanj. To vodi do tega, da ne pridobijo realne slike o kandidatu, saj v nekaj minutah zelo težko ugotovijo, ali je on res ustrezen za opravljanje določenega dela.
- Utrujenost kandidatov in predstavnikov delovnih organizacij: V primeru velikega števila delodajalcev ter kandidatov na kariernih hitrih zmenkih lahko pride do zelo velike utrujenosti, saj morajo vsi ohranjati zbranost dalj časa. Kandidati se namreč delodajalcem želijo čim bolje predstaviti in odgovarjati na njihova vprašanja, kar od njih pogosto terja veliko energije in navora. Enako velja tudi za delodajalce, ki želijo kandidatom postaviti čim boljša vprašanja in vsem zagotoviti enako kakovosten karierni hitri zmenek

Poleg omenjenih so omejitve z vidika kandidatov še:

- Zelo veliko dogajanja: Kandidati se ob velikem številu ljudi in zaradi samega dogodka lahko počutijo izgubljene ter imajo težave s pozornostjo in koncentracijo. To lahko povzroči, da se predstavijo slabše, kot bi se sicer.
- Trema in živčnost kandidatov: Kandidati so lahko napeti in imajo tremo zaradi različnih razlogov. Nekateri imajo predvsem težave z védenjem, da bodo imeli na voljo le nekaj minut. Drugi kandidati imajo lahko tremo zato, ker niso vajeni lastnih predstavitev in posledično »zmrznej«, čeprav bi lahko bili sicer zelo ustrezni za določeno delovno mesto. K tremi lahko prispeva tudi neuspešnost kandidata na prejšnjih opravljenih razgovorih.
- Upad motivacije kandidatov: Po določenem številu hitrih zmenkov lahko kandidati postanejo manj motivirani. Do tega najpogosteje pride zato, ker se vprašanja delodajalcev ponavljajo. Večina od njih se nanaša predvsem na stvari, ki za kandidate niso posebej motivirajoče oz. ob katerih ne morejo predstaviti svojih močnih lastnosti in svojega doprinosu organizaciji. Primeri takšnih vprašanj so: »Ali imate kakšne zdravstvene omejitve?«, »Kakšno plačo pričakujete za to delovno mesto?«, »Ali imate lasten prevoz za prihod na delovno mesto?«.
- Osebnostne značilnosti kandidatov: Nekateri kandidati imajo zaradi svojih osebnostnih značilnosti lahko več težav kot drugi. Mednje spadajo npr. introvertirani posamezniki, ki težje vzpostavljajo stike in so bolj zadržani v primerjavi z ekstravertiranimi osebami. Prav tako imajo pri hitrih zmenkih lahko nekoliko več težav čustveno labilne osebe, ki imajo pogosto slabšo samopodobo od čustveno stabilnih posameznikov in hitro spreminjajo razpoloženje.

Omejitev metode, ki se nanaša predvsem na delodajalce, pa je postavljanje neustreznih vprašanj. Če predstavniki delovnih organizacij niso dovolj izurjeni pri postavljanju vprašanj, se lahko zgodi, da od kandidatov ne pridobijo tistih informacij, ki bi sicer bile za opravljanje določenega delovnega mesta zelo pomembne.

LITERATURA

- Berk, R. A. (2010). Where's the chemistry in mentor-mentee academic relationships? Try speed mentoring! *The International Journal of Mentoring and Coaching*, 3(1).
- Berk, R. A., Berg J., Mortimer, R., Walton-Moss, B. in Yeo, T. (2005). Measuring the effectiveness of faculty mentoring relationship, *Academic Medicine* 80(1), 66–71.
- Collins, N. in Goyder, J. (2008). Speed dating: a process of forming undergraduate student groups. *Eculture*, 1.
- Cook, D. A., Bahn, R. S. in Menaker, R. (2010). Speed mentoring: An innovative method to facilitate mentoring relationships. *Medical Teacher*, 32, 692–694.
- Fidermuc, K. (2018). Hitri zmenek je za študente vaja, za brezposelne iskanje službe. *Delo*. Dostopno na <https://www.delo.si/delove-podjetniske-zvezde/hitri-zmenki-so-lahko-prva-stopnica-do-sluzbe-105361.html>
- Hanžurej, M. (2018). Karierno vprašanje: Kako naj se učinkovito predstavim na hitrem zmenku? *Delo*. Dostopno na <https://www.delo.si/gospodarstvo/kariera/karierno-vprasanje-kako-naj-se-ucinkovito-predstavim-na-hitrem-zmenku-105363.html>
- Murphy, B. (2005). Need to get your students talking? Try speed dating! *The Teaching Professor*, (19)7, 1–4.
- Speed networking. (b.d.) Dostopno na https://www.mixerseater.com/speed_networking
- The guide to business speed dating. (2015). Dostopno na <https://advancednetworking.me/2015/05/14/business-speed-dating/>
- The history of speed dating. (2014). Dostopno na <https://www.originaldating.com/blog/2014/6/24/the-history-of-speed-dating/>

CAREER SPEED DATING

Career speed dating is a method, where the goal of a job seeker is to meet as many potential employers as possible, in a short period of time. On the other hand, the goal of employer is to meet as many job seekers as possible. This method is time-efficient and effective because many people can network with each other at one event. A career speed date can last from two to ten minutes. Initially the candidate introduces themselves and afterwards the employer can ask them different questions, or vice versa. It's important that a candidate is prepared for a career speed date – for example, they gather information about the employer, what kind of service they perform as a company, what the vision and mission of the company are. Candidates can practice for a career speed date at home, where they prepare a

short presentation of themselves. In this they focus on their skills, achievements and work experience. Candidates can also prepare some questions they want to ask the employer. At the end of the career speed date it is desirable for candidate to give the potential employer their CV with their photograph. The latter is because an employer could meet a lot of people at a career speed dating event and might not remember everyone, so a picture could be very helpful.