

Mēs pie jums, jūs pie mums

Baltijas SPA centri konkurē gan par vietējo, gan ārvalstu klientu piesaisti, nozīmīga ir cena un pakalpojuma pieejamība.

12.-13. lpp. →



Labi koptais – darba tirgū veiksmīgāks

Skaistuma un veselības kulta diktē toni darba tirgū, ārējie dotumi tiek ņemti vērā arī personāla atlasē, īpaši, ja darbs saistīts ar klientu apkalpošanu.

10. lpp. →



Tieši veselības stāvoklim būs izšķirošā nozīme veiksmīgas karjeras veidošanā, nevis ārējiem dotumiem, uzsver Pedersen & Partners partnere Evīta Lune.

10. lpp. →

dienas business

db.lv

Otrdiena

2015. gada 10. novembris.
Nr. 197 (5057)

OMXBBGI 638.99



EUR/USD 1.0734



EURIBOR -0.073



Nafta 48.52 USD/bbl



Ministrijas birst



FOTO - WWW.PHAGEN.COM

Latvijā izveidojies paradokss – iedzīvotāju kļūst arvien mazāk, bet ministrijās nodarbināto skaits ievērojami pieaug. Papildus tam palielinājies arī valsts aparātā strādājošo atalgojums.

4. lpp. →

AVIĀCIJA

Baltijas aviācija pārmaiņu vējos

Baltijas aviācijas sektors turpmāk izskatīsies savādāk – AirBaltic kooperēsies ar jaunu investoru, vietējo konkurentu skaits rūk.

5. lpp. →

PĀRTIKA

Ražotāji un tirgotāji bažīgi

Jaunais enerģijas dzērienu likumprojekts varētu radīt papildu slogu un izdevumus, jo īpaši mazajiem tirgotājiem.

7. lpp. →

METĀLAPSTRĀDE

Cietīs arī mūsējie

Eiropas tērauda ražotāju rosinātā antidempinga procedūra pret Krievijas ražotājiem var mainīt Latvijas metālapstrādi.

6. lpp. →

APMĀCĪBAS

Meistarība paša rokās

Pieprasījums pēc labiem SPA speciālistiem darba tirgū aug, piedāvāto apmācību klāsts ar katru gadu paplašinās.

15. lpp. →

Uz deflācijas laikmeta robežas



1.25 eiro

Labi koptais – darba tirgū veiksmīgāks

Skaistuma un veselības kults diktē toni arī darba tirgū, ārējie dotumi tiek ņemti vērā arī personāla atlasē, īpaši, ja darbs saistīts ar klientu apkalpošanu

Skaistuma kults ir bijis visos laikos, taču mūsdienās plašsaziņas līdzekļi, izklaides un skaistumkopšanas industrija ir kultivējuši pārliecību, ka tie, kas labi izskatās, ir tie veiksmīgākie. Piemēram, *Kolonnas* moto kopš uzņēmuma pirmsākumiem, ir bijis: «Tu labi izskaties, Tev veicas!»

Smags darbs

«Taču veiksmē nenāk tāpat vien. Lai sasniegtu panākumus, labi justos un izskatītos, ir smagi jāstrādā un jāiegulda sevī,» uzsvēr *Taka Spa* vadītāja Lolita Millersone. Pēc viņas teiktā, ikviens cilvēks, kas novērtējis savu atpūtu un atguvis veselību caur ūdeni (*Sanus per Aquam*), jau ir veiksminieks. Pieaugot internetā un mobilo tālrunu lietošanai sadzīvē un darbā, cilvēks aizvien vairāk tiek pakļauts spriedzī, ko rada informācijas apstrādes ātruma diktāts. Tāpēc arvien svarīgāka loma ir līdzsvarotam dzīvesveidam un relaksā-

Pirmais iespaids

Nav tāda skaistuma ar lielo burtu, taču sabiedrībā un darba tirgū pastāv noteiktas gaidas attiecībā uz darbinieku ārējo izskatu, atzīst sociālantropologs Klāvs Sedlenieks. Viņš atgādina sen zināmo patiesību, ka pirmo iespaidu var atstāt tikai vienu reizi, kas bieži vien var būt izšķirīgs faktors darba pārunā. Tieši darba intervijās ārējam izskatam ir liela nozīme, bet tas nebūt nenozīmē, ka arī cita zināmā patiesība – neskatī vīru no cepures – vairs nebūtu vērā ņemama. Pastāv liela iespēja kļūdoties, vērtējot cilvēkus tikai pēc ārienes, ir pārliecināts K. Sedlenieks, uzsvērot, ka ir jomas, piemēram, apkalpojošā sfēra, kurās ārējam izskatam ir jāatbilst noteiktiem kritērijiem, proti, t.s. tunelī ausis nav pieņemami, taču silikona krūtis var lieti noderēt. Darba devējs, pieņemot darbiniekus, pirmām kārtām domā par to, vai viņi patiks klientiem. «Savā ziņā to varētu vē-

riju par to, kas ir skaists, konstatē sociālantropologs. Skaistuma kults ir bijis visos laikos, cilvēki vienmēr ir tiekušies pēc skaistuma, un nevar noliegt, ka skaistais un labi koptais darbinieks ir veiksmīgāks par neglīto un ārēji nekopto, secina K. Sedlenieks.

Kopts un vesels

Darba tirgū noteikti veiksmīgāks ir labi kopts cilvēks nevis nevišķs skaistulis, norāda *Pedersen & Partners* partnere Evita Lune. «Kandidātu atlasē izskats atsevišķi vērtēts netiek, bet, nenoliedzami, tam ir liela nozīme vispārējā iespaida radīšanā. Dažādi pētījumi liecina, ka ar neverbāliem signāliem mēs saņemam 75–90% informācijas, tādat bieži svarīgāks ir veids, kādā informācija tiek pasniegta, nevis pati informācija,» stāsta E. Lune. Personāla atlasē bieži vien nākas sastapties ar kandidātiem, kuriem ir izcili ārējie dotumi, bet viņi ir ne-

Tieši veselības stāvoklim būs izšķirošā nozīme veiksmīgas karjeras veidošanā, nevis ārējiem dotumiem,

Evita Lune, *Pedersen & Partners* partnere.

cijai – pēc iespējas tuvāk darba un dzīves vietai, pievērsoties regulārai ķermeņa kopšanai, kuras laikā atpūšas ne tikai miesa, bet arī gars, norāda *Kolonna Day SPA* mārketinga direktore Guna Mijusa, atgādinot teicienu – veselā miesā mājō vesels gars. «Sakopts ķermenis nodrošina mūsdienās tik svarīgo – domu skaidrību un dvēse-

tēt kā diskrimināciju, taču tā diskriminācija, par kuru vajadzētu uztraukties, attiecas uz cilvēkiem, kuru ārējais izskats ir ārpus viņu pašu kontroles, piemēram, kādi iedzimti vai dzīves laikā iegūti redzami sejas defekti,» rezumē K. Sedlenieks. Skaistums ir atbilstība noteiktiem etaloniem, kurus rada un kultivē plašsaziņas I-

PIEREDZE

Attieksmi nosaka stereotipi

Evita Mackeviča, *SIA Eiro Personāls* valdes locekle:

Sastopot jaunu cilvēku, katram rodas savs pirmais iespaids par viņu. Tas veidojas gan no mūsu individuālās pieredzes, gan no otra cilvēka ķermeņa valodas, balsis, izskata u.c. Nedomāju, ka skaistums un tas, cik cilvēks labi kopts, ir vienīgie kritēriji, lai runātu par veiksmi. Noteikti svarīgi ir tas, ko un kā cilvēks saka, kādas ir viņa darbības, cik uzticams ir šīs sadarbības partneris. Tomēr, ja pamatojamies pētījumu atziņās, ir diezgan skaidri pierādīts, ka mums labāk patīk kopti, vizuāli pievilcīgi cilvēki. Bieži viņi arī sasniedz vairāk, un tam, ko viņi dara, no apkārtējo cilvēku puses drīzāk tiks piedēvēta lielāka nozīme salīdzinājumā ar līdzvērtīgu darbu, ko padara nekopts, ne tik pievilcīgs cilvēks. Tāda ir mūsu daba, un ar to jārēķinās – mainīt automātiskās reakcijas varam tad, ja tās apzināties un piefiksējam. Atceros, ka reiz pie manis uz interviju bija atnākusi sievietē, kuras apģērbs un *make up* (kosmētika) bija neatbilstoša pozīcijai, uz kuru viņa kandidēja – tas bija vadītāja amats. Svarīgākais šajā situācijā ir distancēties no saviem iekšējiem stereotipiem par to, kā vajadzētu izskatīties kādas profesijas pārstāvim, un saklausīt sarunā, kādas ir kandidāta – profesionāļa spēcīgas puses. Viņai bija lieliska pieredze un pēc visa atbilda klienta vēlmēm attiecībā uz šo pozīciju. Ārējā izskata jautājumus tika pieklājīgi un ar cieņu izrunāts ar kandidāti, un šī sievietē veiksmīgi jau vairākus gadus veic amatu, uz kuru kandidēja.

Tomēr jāatceras, ka darba intervija ir iespēja sevi prezentēt darba tirgū un konkrētajam uzņēmumam, tādēļ tiek rekomendēts izvērtēt savu tēlu, dodoties uz to. Lieliski, ja potenciālais darbinieks iepriekš nedaudz iepazīties ar uzņēmuma pieņemtajām normām saistībā ar ārējo izskatu un uz interviju ierodas, tām atbilstoši. Atlasē vienmēr tiek ņemts vērā tas, kas darba devējam ir svarīgi. Ir jomas, kurās vairāk dominē kaut kādi priekšstati par amata pārstāviem, un tur stingrāk tiek ņemtas vērā prasības darbinieku izskatam. Jomās, kurās valda stingri priekšstati par pārstāvju izskatu, izvērtēts, vai jauniešis ar drediem, tetovējumiem un pīrsingiem redzamās vietās veidos to priekšstatu par uzņēmumu un pakalpojumu, kādu darba devējs vēlas par sevi radīt. Ja darba devējs uzskata, ka izskats var ietekmēt darba sniegumu, tad, protams, tas ietekmēs to, vai jauniešis sāks vai nesāks darba attiecības šajā uzņēmumā. Ir uzņēmumi, kuru iekšējās standartos ir atrunāti ārējā izskata un ģērbšanās stila jautājumi.

Nav tāda skaistuma ar lielo burtu, taču sabiedrībā un darba tirgū pastāv noteiktas gaidas attiecībā uz darbinieku ārējo izskatu,

Klāvs Sedlenieks, antropologs.

draudz pārcēlušies savu talantu uzsveršanā. «Mēdzu gadīties dāmas, kuras aizrāvušās ar pārāk garu matu audzēšanu, kosmētikas lietošanu vai sekošanu modes tendencēm. Tāpēc svarīgi ir izprast lietiskās etiķetes noteiktās robežas savu dotumu izcelšanā, lai skaistums nekļūtu par traucēkli,» secina personāla atlasē speciāliste. Starptautiskās korp-

rācijās ir ļoti strikti lietiskās etiķetes noteikumi – ieskaitot svārku garumu dāmām un žaketes un krekla krāsu kungiem. Pat ja uzņēmumā tas nav īpaši aprakstīts, tiek sagaidīts, ka darbinieki ievēro sabiedrībā pieņemtas lietiskās etiķetes normas – tēls nedrīkst traucēt profesionālai sadarbībai un nedrīkst novērt domas no darba, darbiniekam jābūt patīkamam, labi koptam un gaumīgi apģērtam. Jo augstāka ranga vadītājs, jo lielāka iespēja, ka apģērbs darināts tieši

viņam vai arī iegādāts luksusa zīmola veikalā. Atsevišķās jomās, piemēram, *fintech* (uz tehnoloģiju inovācijām balstīti finanšu pakalpojumi) apģērba stils ir brīvāks. Atsevišķās valstīs (piemēram, Saūda Arābijā) ir stingri konservatīvs, pat reliģiski noteikts ģērbšanās stils gan dāmām, gan kungiem. Bieži vien mūsdienu jauniešiem ir pīrsings, dredi, tetovējumi u.c. Šādi ķermeņa izskaistinājumi biznesa vidē nav akceptējami. «Tas, kurš stingri pieturas pie šādiem sava ārējā tēla elementiem, riskē vienmēr palikt *back office* vai sniegt tādas atbalsta funkcijas, kurām nav nepieciešama saskare ar klientiem. Protams, ir inovatīvas un specifiskas



Pīrsings, dredi un tetovējumi biznesa vidē nav akceptējami. Tie, kuri stingri pieturas pie šādiem sava ārējā tēla elementiem, riskē sniegt tādas atbalsta funkcijas, kurām nav nepieciešama

jomas, piemēram, IT pakalpojumi, tehnoloģiju inovācijas, reklāma un citas radošās jomas, kur lietiskā etiķete netiek ievērota,» rezumē E. Lune. Tomēr darba devējs visaugstāk novērtēs kandidāta darba spējas, proti, tieši veselības stāvoklim būs izšķirošā nozīme veiksmīgas karjeras veidošanā, nevis ārējiem dotumiem.