

# HORIZONTÁLNÍ PROFESNÍ TRANZICE KLIENTŮ A JEJICH VAZBA NA PROMĚNY PRÁCE KARIÉROVÝCH PORADCŮ V ČESKÉ REPUBLICE

PhDr. Petra Drahoňovská (Career Designer, Czech Republic)

## Abstrakt

Změny na trhu práce ovlivňují jak chování firem z hlediska náboru, ale také chování jednotlivců: jak kariéru plánovat a řídit (self career management) a jak se na trhu práce prezentovat (osobní marketing a práce s osobní značkou). S proměnou fungování na trhu ze strany jednotlivců se logicky mění také náplň práce kariérových poradců a nároky na tuto profesi. A to ve všech segmentech, kde pracují.

Nová témata sebou přinesla také nové pracovní příležitosti a dala prostor pro rozvoj působení kariérových poradců / kariérových koučů v soukromé sféře. Ti v tuto chvíli hledají nové vlastní příležitosti z hlediska tematických okruhů, které mohou svým klientům nabídnout. Jedním z nich jsou právě profesní horizontální / laterální tranzice, které kladou na poradenskou práci nové nároky, a to zejména z hlediska znalosti trendů ve specifických oborech.

Vývoj poradenské profese je tedy vhodné sledovat nejen v segmentu veřejném a neziskovém, ale i zatím okrajovém, ale rozvíjejícím se, segmentu soukromém. Protože každý z nich přináší klientům své benefity.

## Abstract

Changes in the labor market affect both: the recruitment behavior of companies, but also the behavior of individuals: how to plan and manage a career (self career management) and how to present oneself in the labor market (personal marketing and personal branding). With the change in the functioning of the market by individuals, the scope of work of career counselors and the demands on this profession also logically change. And in all segments where they work.

The new topics also brought new job opportunities and gave space for the development of career counselors / career coaches in the private sector. At the moment, they are looking for new opportunities in terms of thematic areas that they can offer to their clients. One of them is professional horizontal / lateral shift, which cause new demands on counseling work, especially in terms of knowledge of trends in specific fields.

It is therefore appropriate to monitor the development of the consulting profession not only in the public and non-profit segment, but also in the marginal, but still developing, private segment because all of them bring their own benefits to clients.

## Kontext proměn trhu práce

Práci každého z nás dnes ovlivňují globální megatrendy: změny v rozložení ekonomické moci a nerovnoměrně rozdělené bohatství, nedostatek zdrojů na planetě a degradace životního prostředí, technologický boom a digitální transformace, sociální změny vč. změn demografických, rostoucí urbanizace, globální propojení a rostoucí spotřeba. [1] Podle studie McKinsey bude muset kvůli automatizaci do roku 2030 (z)měnit práci 400-800 milionů lidí. [2]

Ruku v ruce s těmito změnami ve světě se mění také trh práce. Firmy, zejména s nástupem technologií, nejen mění své strategie prodeje a komunikaci s klienty [3], ale práci se zaměstnanci: od jejich náboru, typu kontrahování, onboardingu, jejich profesního rozvoje, až po ukončování spoluprací a outplacementu.

To logicky znamená, že své fungování ve světě práce mění (či budou donuceni měnit) i jednotlivci. Nejde jen o způsoby sebeprezentace profesních profilů (vliv sociálních sítí, vliv dostupnosti grafických programů, videa), ale také strategií hledání práce. A celkově uvažování o profesním směřování a aktivnímu přístupu v řízení svých kariérových rozhodnutí (self career management). Toto vše je již několik let také předzvěstí změn práce kariérových poradců. Nejen z hlediska metod a forem práce, ale také z hlediska toho, kdo je cílovou skupinou kariérového poradce a kde a jak se jeho služby nabízejí.

## Budování nového trhu pro komerční kariérové poradenství v ČR

Komerční poskytování kariérového poradenství má jistě svou tradici zejm. na anglo-americkém trhu, ale v postkomunistických zemích, ČR nevyjímaje, byla tato služba kariérového poradenství do sametové revoluce v r.1989 pouze doménou školského sektoru. Po revoluci se pak přidalo, opět pod hlavičkou státu, kariérové poradenství v rámci úřadů práce. Od cca druhé poloviny 90. let se pak toto téma začalo objevovat i v nabídce neziskových organizací, či jako dílčí součást nabídky služeb jiných blízkých profesí (psychologů, recruiterů, ...).

Fungování kariérových poradců (nebo někdy také: kariérových koučů) na komerční bázi, jako samostatné profese, je nyní další novou variantou, již můžeme sledovat posledních zhruba 10 let. Svá témata a klienty si tyto, komerčně fungující kariéroví poradci / kariéroví koučové, nyní hledají - a horizontální profesní tranzice klientů mění dobровolně svá profesní zaměření jsou jednou z těchto příležitostí. Jde na trhu o určitou "niku" tj. příležitost pokrývat témata, které jsou pro jiné kariérové instituce profesně vzdálenější.

V tuto chvíli v ČR pracuje mnoho soukromých kariérových poradců právě s klienty, kteří by z různých důvodů pravděpodobně nikdy nečerpali služby kariérových poradců na školách, ani na úřadech práce, ani v neziskových organizacích. Nejčastější kontext poptání soukromé služby je trojí:

- 1) Prvním důvodem bývá, že mnoho z těchto klientů nechce mít negativní nálepkou člověka, který čerpá služby státní či neziskové organizace. A to přesto, že jsou tyto služby od státu zdarma, nebo dotované v rámci různých projektů EU.
- 2) Druhým, a to poměrně velkým důvodem, proč jsou někteří klienti ochotni platit komerční službu poradenství je, že poradci na školách/úřadech/v neziskových organizacích sami neznají fungování soukromých firem, mnoho z nich nikdy samo neprošlo komerčním nábohem, neznají principy AC, neví, jak fungují pohovory online, neznají další možnosti profesního růstu firem, a/nebo neznají terminologii specifických business pozic. A to jsou situace, které velmi často chtějí soukromí klienti konzultovat.
- 3) Třetí důvod bývá velmi pragmatický, a to, že většinová populace stále o široké škále dostupných služeb kariérových poradců ve veřejné a neziskové sféře neví. Zejména veřejná sféra klade jen minimální důraz na kvalitní marketing a zpravidla v něm nesleduje trendy. Např. to, že posuzování většiny služeb dnes klienti vnímají skrze obsahový (content) marketing. Tj. od institucí či jednotlivců prodávající služby se dnes očekává, že poskytnou velké množství kvalitních informací zdarma. Ale oproti minulosti navíc prezentováno podle aktuálních trendů - ať jde o moderně udělané informační weby a infografiky [4], videa anebo sociální sítě, které jsou dnes jedním z hlavních zdrojů čerpání informací a kontaktů.

V každém segmentu trhu samozřejmě existují výjimky: ať mezi soukromými poradci, kteří nezvládají marketing, či naopak mezi jednotlivými úřady či neziskovými organizacemi, které ho zvládají velmi dobře. Tento článek čerpá z praxe v různých segmentech kariérového poradenství od roku 2009 a ze zpětných vazeb klientů (7000+ osob). Nicméně šířeji a objektivně doposud nebyl trh kariérového poradenství (kariérového koučování) detailněji a kompletně zmonitorován. Jedním z prvních pokusů je [mapa Národního poradenského fóra](#), dále navázaly aktivity: [členské základny Sdružení kariérových poradců](#), [členské základny České asociace kariérového poradenství](#), dále předčasně ukončená tvorba [interaktivní databáze v rámci projektu Katalogu poradců portálu Job Hub](#). Pokud monitoring služeb poradců v minulosti probíhal, pak zpravidla mezi školními poradci (v gesci MŠMT), či mezi poradci na úřadech práce (v gesci MPSV). Tím, že soukromí kariéroví poradci / kariéroví koučové nikam oficiálně nespádají, je obtížnější je pro monitoring kontaktovat. Jedním ze zdrojů kontaktů na odbornou komunitu vč. soukromých poradců, alespoň mezi poradci mezi sebou, je uzavřená Facebook skupina [Kariéroví poradci, koučové, lektori a další nadšenci CZ & SK](#).

## Mění se nároky trhu práce z hlediska profesních tranzic

- **co jsou profesní tranzice > proč nyní mluvit o tranzicích laterálních/horizontálních**

Career Designer čerpá pro tento článek příklady z velkého množství case studies (7000+) od klientů, se kterými pracuje již od roku 2009. Na základě tohoto vzorku lze pozorovat potvrzení trendů, o kterých mluví i kvantitativní studie popisující fungování na trhu práce (v ČR např. kvalitní pravidelné interpretace dat ze zdrojů LMC). Z těchto trendů (mezi které patří také

častější změny práce, menší stabilita trhu, úbytek smluv na dobu neurčitou, přibývání dílčích úvazků, zavádění flexibilních forem práce, zvyšující se tlak na celoživotní učení se a práci s transferable skills, stírání ostré hranice mezi zaměstnanci a freelancery, ad.) je pro tento příspěvek vybráno téma laterálních (horizontálních) profesních tranzic jako jednoho ze specifických aktuálních témat a zároveň také jako jedna z výrazných nových příležitostí pro soukromé kariérové poradce.

Další část článku si dává za cíl nejen přiblížit varianty pěti nejtypičtějším laterálních tranzic, ale také to, co to znamená pro práci poradců a jaké kompetence poradce pracující s takovými klienty musí v ideálním případě mít.

#### o **zaměstnavatelé, změny na trhu a nároky na další profesní vzdělávání lidí**

Zaměstnavatelé, kteří dnes nestaví svůj rozvoj na technologiích, jsou již nyní v menšině. Automotive, telco, výroba čehokoliv, marketing ad. - toto vše je dnes v podstatě IT. Požadavky na digitální gramotnost jsou již dnes standardem napříč trhem práce, a to i na nižších pozicích. Nicméně na rychlost, kterou se technologie rozvíjejí, nemá šanci adekvátně reagovat formální vzdělávání, ani často systém státem resp. úřady práce nabízených rekvalifikací, které jsou zatíženy byrokratickými procesy.

Nejvíce flexibilně reagují na poptávku vzdělávání v technologiích soukromé, ale i neziskové subjekty (př. Czechitas), které operativně upravují nabídku vzdělávání nejen v ICT, ale celkově v celé šíři zaměstnavateli požadovanými future skills [5]. Nabízeny jsou nejen prezenční kurzy, ale také neustále aktualizované online vzdělávání a odborný mentoring pro danou, nejčastěji technickou, oblast.

Také firmy samy zajišťují, formou dalšího vzdělávání, rozvoj svých zaměstnanců, a to také v některých případech vč. rekvalifikací [6]. V dílčích případech rekvalifikací, které platí zaměstnavatel svému zaměstnanci lze hovořit o určitém kariéřním rozhodování o horizontálních / laterálních profesních tranzicích uvnitř firmy.

Ve firmách je další profesní rozvoj poměrně formalizovanou a stabilní součástí agendy HR, v některých případech spadá pod kompetence jednotlivých manažerů. Nicméně podpora v kariérovém rozhodování, strategické uvažování v rovině self career managementu jednotlivých zaměstnanců, zpravidla ve firmách formalizovaná není. Pokud jde například o firemní rekvalifikace, pak tím firma sleduje primárně reakce na poptávku trhu (a př. nutnost s výrobou něčeho jiného či na jiném stroji). Nejde tedy o moment, kdy firma cíleně pracuje s profesními změnami jednotlivců uvnitř firmy s ohledem na jejich motivace, přání. Což je, do jisté míry, logické.

Kariérové poradenství do práce mírně HR prolíná, ale není, a asi nikdy nebude, jeho stěžejní součástí (nejblíže se potkává práce HR a soukromého kariérového poradce/kouče v oblasti firemního outplacementu). V tuto chvíli je tedy na jednotlivcích, aby si s profesními změnami a rozhodováním kolem tohoto momentu, poradili sami, a/nebo za pomoci externího kariérového poradce/kouče.

### o jednotlivci a změny na trhu práce

Skupina zaměstnanců je samozřejmě velmi heterogenní. Lze ale říci, na základě výsledků opakovaných průzkumů (ať za rezort školství či práce), že, v porovnání se skupinami nezaměstnaných a ekonomicky neaktivních, se zaměstnanci vzdělávají výrazně častěji [7]. Častěji se také vzdělávají (nad rámec oficiálního firemního vzdělávání) lidé s vyšším dosaženým formálním vzděláním. Ti také do toho investují více času a peněz oproti lidem s nižším stupněm vzdělání.

Na základě případových studií Career Designer převažuje také tato skupina (člověk s VŠ, zvyklý investovat sám za sebe do dalšího vzdělávání) také mezi klienty ochotnými investovat do soukromého kariérového poradenství. V 90% případech jde o lidi s VŠ titulem, 8% jsou to klienti s maturitou a ve 2% lidé s výučním listem. Ze 2/3 jde o ženy a z 1/3 o muže. Věkový rozptyl nejčastěji 25 - 55 let. Většinou má jejich úspěch korelaci právě s proaktivním přístupem ke vzdělávání a ke spolupráci s různými experti v profesní rovině vč. kariérových poradců a koučů.

Pokud se podíváme na trh práce optikou dichotomie [8] specialista vs. generalista, pak jako klienti soukromého kariérového poradenství převažují spíše (a to v době konjunktury i krize) generalisté. Někteří specialisté přichází v období krize (př. seznámit se po mnoha letech s aktuálními formami nábory a psaní CV). Ale logicky mezi klienty dominují generalisté, kteří s profesními změnami a laterálními / horizontálními tranzicemi přicházejí do styku častěji. Zároveň je pro ně, z důvodu větší rozmanitosti profesí praxe, náročnější toto na trhu práce srozumitelně prezentovat.

Příklad člověka typu "specialista" může být např. účetní se školou, kde účetnictví studoval/a, měnící jednou za čas "pouze" zaměstnavatele. Na základě praxe s klienty Career Designer tento typ "specialisty" vyhledává kariérového kouče/poradce méně často než generalista, pro kterého je jednak obtížnější definovat svoji pozici na trhu, ale také obtížnější vybrat si z široké škály možností, kam dále na profesních křižovatkách směřovat a jak své, nejčastěji horizontální profesní změny, na trhu práce jasně prezentovat.

### Vybrané typické příklady laterálních/horizontálních tranzic klientů

Profesní změna / tranzice vertikální, anebo i trochu více pejorativní popisy téhož (př. "dělat kariéru", "šplhat na kariéřním žebříčku", ad.), jsou nejčastěji spojovány právě s povyšováním, s profesním růstem ve hierarchické struktuře firmy. Takové pojetí kariéry bylo, zejména do doby současného technologického boomu, typické.

Naopak horizontální (či laterální) tranzice, pohyby po trhu práce, jsou nejčastěji v práci kariérových poradců Career Designer spojovány s tématy klientů:

- kompletní změna oboru/profese zaměstnance
  - změna formou rekvalifikace přirozené, postupné (př. cestou learning by doing)
  - změna formou rekvalifikace jednorázové (př. cestou absolvování intenzivního rekvalifikačního kurzu)

- dílčí změna oboru/profese zaměstnance
  - změna segmentu působení při zachování pozice
  - geografická změna trhu práce
  - změna typu ekonomické aktivity vč. přechodu do podnikání / na volnou nohu
- dílčí odborná změna oboru/profese zaměstnance, kdy k původní profesi nabalujeme dalšího know-how
  - cíleně
  - volně

Tyto horizontální změny probíhají u klientů Career Designer všemi směry. Profesní tranzice mohou být dílčí i komplexní, mohou probíhat rychle jednorázově, či postupně. Mohou být ovlivněny vnějšími okolnostmi (př. propouštění, zánik oboru, ...), ale i vnitřní motivací klienta ke změně.

#### o **náhledy do case studies klientů Career Designer**

- kompletní změna oboru/profese zaměstnance vč. změny typu ekonomické činnosti: přechodu do podnikání / na volnou nohu:
  - **Anna** vystudovala andragogiku, na začátku kariéry se věnovala HR. Postupně se díky tlaku na koncept "HR marketingu a employer branding" u aktuálního zaměstnavatele začala vzdělávat více v oblasti aktuálních marketingových trendů. Nakonec časem HR upozadila a přesunula se pouze do oblasti content marketingu. Po několika letech praxe v marketingu se pak rozhodla v této sféře zůstat, ale pracovat sama na sebe, na volné noze. V kariéře Anny tedy došlo k plynulé, přirozené tranzici, která finálně vyústila ke změně celého oboru. A následně i ke změně působení na trhu (přesun od zaměstnance do podnikání).
  - **Bernad** vystudoval strojírenství, kterým se také živil několik let. V regionu došlo k úbytku pracovních pozic v tomto segmentu a zároveň se přidali zdravotní problémy. Bernad se tedy requalifikoval na účetního. Navštívil během jednoho roku několik komerčních kurzů a zároveň využil formální requalifikace nabízené úřadem práce. Následně nastartoval novou kariéru ve zcela novém oboru. V kariéře Bernarda se sešlo několik faktorů, které ho donutili realizovat v kratším časovém horizontu velkou profesní změnu z oboru do oboru.
- dílčí změna oboru/profese zaměstnance
  - **Clara** vystudovala pedagogiku. Několik let se živila jako učitelka na střední škole. Z finančních důvodů se rozhodla přejít do komerční sféry. Protože učení ji vždy bavilo, rozhodla se hledat práci jako interní školitel v bankách, které v danou dobu nabíraly ve velkém. Clara také navázala na praxi při škole, kdy několik týdnů pracovala jako brigádník v call centru banky a tento sektor jí byl blízký. V kariéře Clary tedy nezůstala pozice jako celek, ale Clara využila většinu kompetencí (vyučování) v naprosto novém segmentu trhu (v bankovníctví).

- **Daniel** vystudoval ekonomickú školu. Vždy ho to táhlo do oblasti obchodu, tak se rozhodl se profilovat jako sales manager. Získal 8 let praxe na pozicích v ČR, nicméně se pak rozhodl zkusit práci v zahraničí. Přestěhoval se do Velké Británie, kde se ovšem musel, zejména v prvních letech, doučit specifika obchodu v anglosaském světě a časem také specifika obchodu online, což bylo požadováno jeho novým britským zaměstnavatelem. V kariéře Daniela tedy nedošlo k zásadní změně profese, ani pozice, ale bylo nutné se adaptovat na zcela nové podmínky jiného trhu.
- dílčí odborná změna oboru/profese zaměstnance, kdy k původní profesi nabalujeme další know-how
  - **Em**a vystudovala chemii. Několik pracovala v různých laboratořích, praxi získala jak ve vědecké výzkumu během nedokončeného doktorského studia, tak v aplikovaném výzkumu se zaměřením na chemické složení laků na letadla. Vždy ji zajímaly všechny technické obory. Po několika letech v praxi se však rozhodla využít potenciálu rostoucího trhu IT pozic. Sama se naučila formou online i prezenčních kurzů programovat. Její následná cesta po té vedla od junior backend programátora k seniornímu full stack vývojáři aplikací. Šlo o cílené rozhodnutí komplexně změnit obor, ale zároveň změnu stavět na přenositelných kompetencích technicko-analytického charakteru.
  - **Filip** vystudoval sociologii. Pracoval několik let v oblasti komerčního monitoringu trhu, se zaměřením na interpretaci kvantitativních výzkumů. Protože ho vždy zajímal svět IT, rozhodl se využít svých dovedností práce s daty v oblasti datové analytiky a oblasti data warehouse problematiky. Ke stávajícím dovednostem v oblasti statistiky doplnil znalosti v oblasti nových aplikací ke stahování, čištění, vizualizaci dat a zároveň formou IT mentoringu, který si sám zaplatil, pronikl do znalostí problematiky datových skladů. V kariéře Filipa tedy došlo k volné tranzici, kdy na původní hard skills nabaloval další podobné, ze souvisejících oborů.

#### o společné charakteristiky těchto klientů

Co charakterizuje klienty Career Designer v horizontální / laterální tranzici? I přes to, co již bylo zmíněno, že lidi v tranzicích odlišuje (směr, rychlost, intenzita, důvod pro změnu, ...), najdeme, oproti "jednodušší" změně, kdy měníme "pouze" zaměstnavatele, určité společné charakteristiky:

Větší profesní změny jsou většinou u klientů Career Designer provázeny:

- o větší mírou stresu, obav, zda klient změnu zvládne
- o větší mírou nejistoty, zda je změna realizovatelná
- o nutností investovat do tranzice delší čas
- o větším počtem otázek, zda bude změna trhem práce akceptovaná
- o větší mírou nutnosti pracovat na doplnění vzdělání v novém oboru (nejčastěji hard skills)

- potrebou pracovať viac s osobnou značkou (online i osobne)
- potrebou pracovať viac s profesným networkingem (online i osobne)
- hľadáním viac cest pri hľadání práce
- nutností väčších aktivít (ne len pasívnej reakcie na vyvešené inzeráty)

Roli samozrejme hrajú také ďalšie faktory, jako jsou kombinace více kariérních cest popsané Emily Wapnick v knize pro multipotenciály [9]: zda kombinují paralelně více pracovních zaměření, či zda je měním postupně v čase, či některé z pracovních aktivit slouží jako podklad pro jiné atp.

Nutno říci, že společnou charakteristikou klientů komerčního poradenství bývá "proaktivita" a "preventivní řešení profesní změny": lidé většinou přichází s prosbou o profesionální podporu ještě před vlastní změnou - nejčastěji je motivací možnost si promluvit o své profesní změně s někým neutrálním, kdo jim dokáže dodat kontext, reálná data o trhu (aby bylo možné rozhodnutí racionalizovat), případně doplnit konkrétní tipy, informace, znalosti, které jim chybí (od správného nastavení si profilu LinkedIn, přes tipy na další profesní vzdělávání či po tipy v začátních podnikání). Pokud klienti přichází již v průběhu samotné tranzice, je to většinou proto, že cítí, že se se neposunují podle svých představ.

### **Co to znamená pro nás, pro poradce - měnící se nároky na práci kariérových poradců a koučů**

Kariérní témata, se kterými klienti postupně přicházejí se samozřejmě logicky proměňuje v delším časovém horizontu u všech kariérových poradců/koučů. Zejména v posledních deseti letech, ruku v ruce s rozvojem digitálních technologií, už nejde pouze o klasické poradenství k volbě školy, rekvalifikace, formální opravy CV ad. Ale přidávají se i nová témata, která např. s kolegy popisujeme v publikaci Kariérové poradenství na každý pád [10] - jako např. kombinace více oborů, digitální nomádství, práce na dálku, práce s osobní značkou online atp.

Lze tedy nějak zobecnit, jak tedy pracovat s klienty v profesní tranzici horizontálním? Co to pro nás poradce znamená? Nároky na práci kariérového poradce v této oblasti horizontálních tranzic v Career Designer členíme do základních 3 kategorií, které reflektují také kompetence poradce podle Národní soustavy povolání [11]. Poradce pracující s touto cílovou skupinou komerčního kariérového poradenství by měl mít tyto kompetence.

- diagnostická část kariérového poradenství - s čím klient přichází
  - dovednost práce s tvrdými diagnostickými metodami (testy nejen osobnostní, ale např. úrovně IT znalostí)
  - dovednost práce s měkkými diagnostickými metodami (zejména forma koučovacího rozhovoru ad.)
- informační část kariérového poradenství - které informace o trhu klientovi dodáváme
  - dovednost předávání informací o aktuální situaci na trhu práce (zdroje, jejich relevance, predikce,...)
  - dovednost předávání informací o specifikách v daném segmentu, ze kterého a kam klient směřuje



- dovednost předávání informací o aktuálních formách náboru
- dovednost konzultační podpory pro CV, LinkedIn a další sebe prezentaci na trhu adekvátně oboru, kam klient směřuje
- dovednost konzultační podpory pro práci s osobní značkou, networking, osobní marketing - opět adekvátně danému klientovi a jeho oboru
- aktivizační část kariérového poradenství - jaké kroky bude klient realizovat v procesu změny
  - dovednost zapojení zejména koučovacích technik, kterými pomáhá klientovi definovat konkrétní kroky, které bude muset realizovat (př. použití SMART cílů, Lean Canvas atp.)
  - dovednost aktivizace ve formách samotné profesní změny (tipy pro osobní profesní marketing online i osobně, tipy na funkční networking funkční ve specifickém oboru, kam klient směřuje)
- o **specifika komerčně poskytovaného poradenství vzhledem k horizontálním tranzicím**

Poradci na volné noze resp. realizující poradenství jako hlavní předmět svého podnikání se také mohou do jisté míry dělit na "specialisty" a "generalisty". Soukromí kariéroví poradci - specialisté mohou fungovat konkrétně pro určitý segment. V ČR se například takto profilují kariéroví poradci spolupracující externě s organizací Czechitas (česká nezisková organizace), která pomáhá zejména ženám právě při horizontálních tranzicích do IT.

Konkrétně na českém trhu již nyní ale můžeme najít i soukromé kariérové poradce rozkročené mezi více obory (převaha zaměření: "generalista"), jichž výhodou je právě v šíři znalosti různých částí trhu práce. Zatím jde určitě o jednotky lidí, kde většinu z nich právě zastřešuje Career Designer. Poradce s tímto zaměřením pak nejčastěji logicky vyhledávají klienti s podobným profilem generalisty, kteří ocení znalost poradce napříč více obory, kterými oni sami, jako klienti, prošli nebo se chystají procházet.

U těchto profesionálů je asi největší tlak na vzdělávání téměř na denní bázi a sledování dat o trhu práce, dat z náboru atp. Nicméně výhodou je, že již skrz samotnou práci s klienty z různých oblastí se poradci mohou průběžně vzdělávat a učit se o jednotlivých specifikách trhu práce. I tak se nicméně může stát, že poradce narazí na hranice svých znalostí - pak je nutné intenzivně pracovat s profesní sebereflexí a networkingem a být schopen včas klienta poslat k jinému expertovi tam, kde znalosti končí (pracovat kvalitně se sítí návazných služeb).

Na kariérové poradce na školách, na úřadech práce, a nebo v neziskovém sektoru nelze klást stejné požadavky jako na práci soukromých poradců. A platí to i naopak. Ač je jádro poradenské práce stejné (pracujeme s klienty řešící určité téma související s kariérou, které chtějí probrat s neutrálním odborníkem), většinou k určitému typu poradců (do určitých institucí) přichází také určitý typ klienta s určitými požadavky. Nikdy asi nelze udělat jasnou hranici, ale lze sledovat převažující tendence [12]: u školních poradců může např. převažovat volba školy, u poradců na úřadech práce může převažovat př. volba rekvalifikace, kterou úřad nabízí, u

neziskovek je to často špecifikum jejích cílové skupiny př. kariérové poradenství pro neslyšící poskytované v neziskové organizaci Tichý svět ad.

## Shrnutí

Protože ale dělicí linie požadavků a témat našich klientů není nikdy striktní, je podstatné pracovat minimálně s tím, že současná kariérová témata se proměňují, rozšiřují. To klade nároky na většinu poradců sledovat minimálně rozsah a proměnlivost těch témat a tvořit si aktivně síť návazných služeb na služby vlastní.

Není reálné, aby každý poradce dokázal sledovat všechny detaily všech pracovních pozic stávajících a nově vznikajících. V ČR je v tuto chvíli popsáno v Národní soustavě cca 2400+ povolání. A je logické, že zejména nově vznikající technologické pozice, či pozice míchající více profesí dohromady, tato soustava nikdy nebude stíhat zachycovat v reálném čase.

Co by nicméně mělo být u poradců standardem obecně je určitě znalost kvalitních informačních zdrojů (např. tyto oficiální nástroje spadající pod MPSV, MŠMT, ...), sledovat alespoň obecně data z trhu práce či minimálně ty, co je kvalitně interpretují. Dále znát své hranice znalostí a znát ty, kteří jsou je schopni rozšířit. I když jsou mimo náš rezort, naši instituci, náš obor. Tento nárok na znalost návazných služeb s sebou nese také tlak na efektivní odborný networking a více spolupráce než vymezování se vzájemně.

Soukromé kariérové poradenství je v současné době v ČR, popsáno marketing slangem, stále ještě "blue sea" tj. oblast s velkými příležitostmi, ale také zároveň s velkou neznalostí nabízené služby mezi širokou veřejností. Marketing této sféry tedy není klasickým "bojem" o klienta s konkurencí, ale je spíše založen na edukaci a tvorbě trhu. Kariéroví poradci poskytující služby na soukromé bázi tak musí investovat mnoho času do toho, aby klienti pochopili, jaké služby od nich mohou očekávat a jak se tyto služby liší právě třeba od služeb kariérových poradců ve veřejném a neziskovém sektoru. Tato "edukace" trhu se zpravidla realizuje již zmíněným, dlouhodobě a na kvalitu orientovaným, obsahovým marketingem. Nejčastěji formou: popularizačních i odborných článků, podcastů, prezentací na odborných akcích, ochutnávek služeb (krátké ukázky práce zdarma), práce na tvorbě vlastních produktů, materiálů, které jsou široce veřejnosti dostupné, zapojením se v komunitách a obecně networkingem mezi odbornou i laickou veřejností.

Teprve ve chvíli, kdy klient chápe, co moderní kariérové poradenství nabízí (v jaké šíři a v jakých formách), může docházet k růstu využívání těchto služeb soukromého poradenství a také k rozvoji oboru jako celku.

## ZDROJE

- [1] MIT Sloan Management Review. (2019) The World in 2030: Nine Megatrends to Watch. Retrieved 2020 April 26. <https://sloanreview.mit.edu/article/the-world-in-2030-nine-megatrends-to-watch/>
- [2] McKinsey. (2017) Jobs lost, jobs gained: What the future of work will mean for jobs, skills, and wages. Retrieved 2020 April 26.  
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>
- [3] Nordström, K.A., Ridderstråle, J. (2007). *Funky business forever : how to enjoy capitalism*. Stockholm: Bookhouse.
- [4] Career Designer. (2015). The Best CV. Chceš nejlepší životopis? Retrieved 2020 April 26. [http://media.wix.com/ugd/d9e16c\\_b52a1cb61ee54ab9b6bf1f2ede0c2e05.pdf](http://media.wix.com/ugd/d9e16c_b52a1cb61ee54ab9b6bf1f2ede0c2e05.pdf)
- [5] Harvard Extension School. (2019). Future-Proof Job Skills: What Employees Need to Know. Retrieved 2020 April 26.  
<https://www.extension.harvard.edu/inside-extension/future-proof-job-skills-what-employees-need-know>
- [6] Kolomazník, T. (2015). Output analytical research report of the project KOOOPERACE (Koordínace profesního vzdělávání jako nástroje služeb zaměstnanosti; reg. č. projektu: CZ.1.04/2.2.00/11.00017). Praha. Fond dalšího vzdělávání.
- [7] Kolomazník, T. (2015). Output analytical research report of the project KOOOPERACE (Koordínace profesního vzdělávání jako nástroje služeb zaměstnanosti; reg. č. projektu: CZ.1.04/2.2.00/11.00017). Praha. Fond dalšího vzdělávání.
- [8] Harvard Business Review. (2016). Retrieved 2020 April 26. <https://hbr.org/2016/06/generalists-get-better-job-offers-than-specialists>
- [9] Wapnick, E. (2017). *How to be everything*. Praha: Portál.
- [10] Pýchová, S., Košťálová, H., Madziová, D., Drahoňovská, P. (2020). *Career Guidance In Any Case*. Praha: Wolters Kluwer.
- [11] Ministry of Social Affairs. National System of Professions. Retrieved 2020 April 26. <https://www.nsp.cz/>
- [12] Career Designer. (2015). The Best CV. Chceš nejlepší životopis? Retrieved 2020 April 26. [http://media.wix.com/ugd/d9e16c\\_b52a1cb61ee54ab9b6bf1f2ede0c2e05.pdf](http://media.wix.com/ugd/d9e16c_b52a1cb61ee54ab9b6bf1f2ede0c2e05.pdf)

**PhDr. Petra Drahoňovská**

([www.CareerDesigner.cz](http://www.CareerDesigner.cz))

V rozvoji lidí se pohybuje od roku 2004, od roku 2009 pak konkrétně v oblasti kariérového poradenství a kariérového koučování.

Prošla si trhem práce jak segmenty veřejné správy, nezisku i soukromé sféry, a to jak v pozici zaměstnance, tak v pozici freelancera. Přehled o celkovém trhu práce bere pro práci kariérového poradce jako velkou devízu.

Devátým rokem na volné noze se, pod značkou CareerDesigner, v poskytování kariérového poradenství a koučinku zaměřuje na práci s osobní značkou a osobní marketing zejména v oblasti profesních horizontálních tranzic a na témata outplacementu. V poradenství pracuje často také s expaty, začínajícími podnikateli, či novými kariérovými poradci

poradci startujícími kariéru. Část roku pravidelně koučuje a školí online ze Střední Ameriky, kde také organizuje kariérové retreaty.

Podílela se na prvním definování pozice kariérový poradce pro Národní soustavu povolání, je předsedou zkušební komise autorizovaného zástupce pro kvalifikaci kariérového poradce, podílela se na vývoji systémových projektů a nástrojů pro MŠMT a MPSV. Byla několikrát oceněna Národní cenou pro kariérové poradenství, a to zejména za tvorbu vlastních nástrojů a metodik ([www.KarierovyDiJAr.cz](http://www.KarierovyDiJAr.cz), [www.KarieroveKarTY.cz](http://www.KarieroveKarTY.cz), ad.).

Citujte ako:

Drahoňovská, P. (2020). Horizontální profesní tranzice klientů a jejich vazba na proměny práce kariérových poradců v České republice. In: *Kariérové poradenstvo v teórii a praxi* [online], 2020 (17), str. 59-70. Dostupné na internete: <https://www.euroguidance.sk/>. ISSN 1338-8231