



# **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Životopis grafického typu a jeho využití při výběru zaměstnanců.

Applicability of graphic CV in employee selection.

## **STUDIJNÍ PROGRAM**

Ekonomika a management

## **STUDIJNÍ OBOR**

Personální management v průmyslových podnicích

## **VEDOUCÍ PRÁCE**

PhDr. Michaela Tureckiová, CSc.

HEŘMÁNEK

JAN

**2017**

## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: Heřmánek Jméno: Jan Osobní číslo: 437501  
Fakulta/ústav: Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)  
Zadávající katedra/ústav: MÚVS ČVUT v Praze, oddělení pedagogických a psychologických studií  
Studijní program: Ekonomika a management  
Studijní obor: Personální management v průmyslových podnicích

## II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:  
Životopis grafického typu a jeho využití při výběru zaměstnanců

Název bakalářské práce anglicky:  
Applicability of graphic CV in employee selection

Pokyny pro vypracování:

Cíl: Určení obchodních sektorů, pro které je při náboru zaměstnanců nejvíce využitelný životopis grafického typu.  
Přínos: Popis životopisu grafického typu a doporučení vhodných obchodních sektorů, které jsou vhodné pro jeho využití.  
Stručná osnova:

1. Teoretická část s popisem podstaty životopisu grafického typu a vymezení jeho aplikovatelnosti.
2. Praktická část s šetřením mezi personalisty českých firem, která povede ke zjištění míry využitelnosti tohoto druhu životopisu.
3. Vyhodnocení a doporučení obchodního sektoru, pro který je vhodné využít životopisu grafického typu.

Seznam doporučené literatury:

ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy  
BĚLOHLÁVEK, František. Jak vybrat správného člověka na správné místo: úspěšný personální výběr.  
H. BRISK, Paul. Creating your CV as a self marketing tool [online].  
ZAMAZALOVÁ, Marcela. Marketing obchodní firmy.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:  
PhDr. Michaela Tureckiová, CSc., MÚVS ČVUT v Praze, oddělení pedagogických a psychologických studií

Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: 5. 12. 2016 Termín odevzdání bakalářské práce: 5. 5. 2017  
Platnost zadání bakalářské práce: 31. 8. 2018

[Signature] Podpis vedoucí(ho) práce      [Signature] Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry      [Signature] Podpis děkana(ky)

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

23-08-2017 Datum převzetí zadání      [Signature] Podpis studenta(ky)

Heřmánek, Jan. *Životopis grafického typu a jeho využití při výběru zaměstnanců..*  
Praha: ČVUT 2017. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův  
ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v přiloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 23. 08. 2017

Podpis:

## **Poděkování**

Na tomto místě bych chtěl poděkovat paní PhDr. Michaele Tureckiové, CSc. za její ochotu, cenné rady a odbornou pomoc při zpracování této práce.

Dále bych chtěl poděkovat své kolegyni, která mi poskytovala cenné podněty a inspiraci při tvorbě zadání a při zpracování průzkumu.

Můj dík patří v neposlední řadě i respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření a pomohli sesbírat tak cenná data.

# Abstrakt

Tato práce se věnuje problematice využití životopisu grafického typu při výběru zaměstnanců.

V první části práce jsou uvedena teoretická východiska týkající se získávání a výběru zaměstnanců. Jsou zde uvedeny postupy a metody využívané při výběru zaměstnanců. Součástí jsou druhy životopisů s důrazem na životopis grafického typu a teoretická východiska z oborů, které ovlivňují jeho podobu.

V druhé části práce je popsán průzkum, který byl zaměřen na hledání ekonomického sektoru, ve kterém bude životopis grafického typu nejvíce využitelný. Průzkum měl kvantitativní charakter a jako metoda bylo použito dotazníkové šetření.

Výsledkem je doporučení oblasti, ve které je tento druh životopisu využitelný.

## Klíčová slova

výběr zaměstnanců, zkoumání životopisů, lidské zdroje, životopis grafického typu, zaměstnavatel, zaměstnanec

# Abstract

This study is concerned with the effects of a graphic CV on the employee selection process.

The first part of the study includes theoretical bases applied during the process of employee recruiting selection. The methods and procedures of the selection processes are introduced. This part also includes the types of CVs with an emphasis on those featuring the graphic aspect; and theoretical bases of branches influencing their form. The second part describes a survey based on the search for an economic sector in which a graphic CV would be best exploitable. The survey was of a quantitative character and the method of questionnaire was used.

As a result, the study implies the most suitable area for the utilization of a graphic CV.

## Key words

Employee selection, CV researching, human resources, graphic CV, employer, employee

# Obsah

<b>Úvod.....</b>	<b>5</b>
<b>1 Získávání zaměstnanců .....</b>	<b>6</b>
1.1 Definování požadavků.....	6
<b>2 Výběr zaměstnanců .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kritéria výběru zaměstnanců.....	7
2.2 Metody výběru zaměstnanců .....	8
2.2.1 Zkoumání životopisů.....	8
2.2.2 Osobní pohovor.....	9
2.2.3 Testy pracovní způsobilosti.....	10
2.2.4 Assesment centra.....	10
<b>3 Dokumenty požadované od uchazečů o zaměstnání.....</b>	<b>11</b>
<b>4 Strukturovaný životopis .....</b>	<b>12</b>
4.1 Chronologicky uspořádaný životopis .....	12
4.2 Životopis funkcionálního typu.....	12
4.3 Životopis grafického typu.....	12
<b>5 Údaje v životopisu .....</b>	<b>14</b>
5.1 Osobní údaje .....	14
<b>6 Vliv formy životopisu na vnímání hodnotitele .....</b>	<b>15</b>
6.1 Grafický design.....	15
6.1.1 Psychologie barev .....	15
6.2 Vnímání barev.....	16
6.3 Barevné sady a jejich působení na psychiku.....	17
6.3.1 Monochromatické barvy .....	17
6.3.2 Analogické barvy.....	17
6.3.3 Doplnkové barvy .....	17
6.3.4 Triáda.....	17
6.3.5 Tetráda.....	18
<b>7 Rozdělení obchodních sektorů .....</b>	<b>18</b>
<b>8 Účel a cíl výzkumu.....</b>	<b>21</b>
<b>9 Definování výzkumných otázek .....</b>	<b>22</b>



<b>10 Výzkum .....</b>	<b>23</b>
10.1 Výběr respondentů.....	23
<b>11 Dotazník a vyhodnocení otázek .....</b>	<b>24</b>
11.1 Úvod dotazníku .....	24
11.2 Životopis grafického typu.....	24
11.3 Identifikační otázky.....	25
11.4 Otázky k první výzkumné otázce.....	29
11.5 Otázky k druhé výzkumné otázce .....	32
11.6 Otázky k třetí výzkumné otázce.....	34
11.7 Otázky ke čtvrté výzkumné otázce.....	37
11.8 Otázky k páté výzkumné otázce.....	40
11.9 Sumarizace výsledků výzkumu.....	43
<b>Závěr .....</b>	<b>45</b>
<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>46</b>
<b>Seznam obrázků .....</b>	<b>48</b>
<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>48</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>49</b>

# Úvod

Trh práce je v současnosti velmi rychle se měnícím a pružným prostředím. Na jedné straně vystupují společnosti v rolích zaměstnavatele, na straně druhé jsou to jednotlivci, kteří právě těmto potenciálním zaměstnavatelům nabízí svůj lidský a sociální kapitál. Aby bylo toto spárování úspěšné a spokojenost byla na obou stranách, vstupuje do tohoto prostředí proces obsazování volných pracovních míst. Jeho podsložkami jsou získávání a výběr zaměstnanců, které patří mezi velice významné a používané disciplíny řízení lidských zdrojů.

Jako téma své bakalářské práce jsem si vybral životopis grafického typu a jeho využití při výběru zaměstnanců. Jedná se o téma, které protíná několik oborů a několik zaměření, nicméně oborem, pro který toto téma vzniklo, je řízení lidských zdrojů. Vlivem neustálého působení konstantně se vyvíjejících technologií se celý proces získávání a výběru zaměstnanců zrychluje, což s sebou přináší další změny v podobě nároků na prezentaci informací a celkovou komunikaci mezi uchazečem a zaměstnavatelem. Součástí prvotní komunikace při obsazování volných pracovních míst je stále ve většině případů životopis; dokument, kterým uchazeč prezentuje svou osobu. I tento dokument zaznamenal v průběhu jeho využívání několik zásadních změn a stejně jako prostředí, ve kterém se využívá, i tento dokument se stále mění. Otázkou je, jak na změny tohoto dokumentu reaguje okolí. Cílem práce je tedy určení obchodních sektorů, pro které je při náboru zaměstnanců nejvíce využitelný životopis grafického typu.

První část práce se věnuje hned několika tématům, nicméně tím stěžejním je životopis grafického typu. Abychom mohli tomuto tématu porozumět, je potřeba nejprve poznat prostředí, ve kterém se používá, tedy prostředí získávání a výběru zaměstnanců. Toto prostředí je v práci popsáno včetně dalších metod výběru zaměstnanců. Dalším tématem je samotný životopis, kde jsou popsány jeho typy a náležitosti, které jsou pro výběr zaměstnanců zásadní. Poslední části se věnují oboru historie psychologie a vnímání barev, který neodlučitelně patří ke stěžejnímu tématu.

V druhé části se práce věnuje průzkumu. Nový grafický formát životopisu je poměrně nové téma a jeho využití je v současnosti velice mizivé. Průzkum se tedy věnuje využitelnosti životopisu grafického typu v jednotlivých ekonomických sektorech a má za úkol zjistit, zda a případně kde je takový životopis využitelný, a zda lidem zodpovědným za výběr zaměstnanců poskytuje nějakou přidanou hodnotu.

Pokud je potřeba definovat životopis grafického typu a snažit se zjistit, jaká je jeho využitelnost v jednotlivých ekonomických odvětvích, je potřeba se nejprve seznámit s problematikou životopisu jako takového. Životopis je nedílnou součástí personálních procesů získávání a výběru zaměstnanců.

# 1 Získávání zaměstnanců

Získávání zaměstnanců je jednou z prvních činností v procesu obsazování volných pracovních míst. Zaměstnavatelé se snaží v určitém čase a za určitých nákladů navázat komunikaci s potenciálními zaměstnanci, kteří se následně budou ucházet o danou pracovní pozici. (Koubek 2010, s. 126) Podstatou je tedy navázání komunikace mezi zaměstnavatelem, který poptává práci, a uchazečem, který práci nabízí. Pokud by se nabídka a poptávka týkala pracovního místa, potom je v pozici poptávajícího uchazeč. Komunikace tedy musí být účelná a co možná nejvíce efektivní. (Šikýř 2012, s. 72)

## 1.1 Definování požadavků

Proces získávání zaměstnanců se dá rozdělit do několika fází, z nichž první je samotné definování požadavků. (Armstrong 2015, s. 273)

„Při získávání pracovníků organizace zahajuje akci tím, že vyšle signál o tom, že potřebuje obsadit pracovní místo. Očekává přitom odezvu od uchazečů o zaměstnání, kterými mohou být jak volné pracovní zdroje na trhu práce a zaměstnanci jiných organizací, tak i současní pracovníci organizace“ (Koubek 1996, s. 68)

Výše zmiňovaný signál může mít různou formu a velice často se ukazuje ve formě inzerátu. Tento inzerát by měl mít určité parametry a měl by mimo jiné poskytovat informaci, jaké pracovní místo je obsazováno a jaké vlastnosti, schopnosti a dovednosti by měl mít ideální uchazeč. Definice požadavků na dané pracovní místo by tedy měla sloužit jako podklad k sestavení inzerátu, jasná informace pro potenciální kandidáty a v neposlední řadě jako jedna ze vstupních informací pro hodnocení uchazečů. (Armstrong 2007, s. 348-353)

Specifikace požadavků na uchazeče může být dle Armstronga rozdělena do několika kategorií:

- Odborné kompetence
- Požadavky na chování
- Odborná příprava a výcvik
- Zkušenosti z praxe
- Zvláštní požadavky
- Vhodnost pro organizaci
- Další požadavky
- Možnost splnit očekávání uživatele

Požadavky na uchazeče se zpravidla nezaměřují pouze na jednu zmíněnou oblast, ale často to bývá kombinace několika, ne-li všech těchto oblastí. Armstrong se zmiňuje o

problematice správného definování těchto požadavků. Je přirozené, že zaměstnavatel požaduje od svých zaměstnanců to nejlepší, ale při přílišném nadhodnocení úrovně a množství jednotlivých požadovaných kompetencí může nastat problém s přilákáním malého množství uchazečů. Podobně tomu může být při podhodnocení těchto požadavků. Sestavení požadavků z hlediska kritérií pro hodnocení uchazeče se bude věnovat jedna z dalších kapitol. (Armstrong 2015, s. 273-275)

## 2 Výběr zaměstnanců

Po procesu získávání zaměstnanců má firma určitý počet uchazečů na dané pracovní místo. Úspěšná náborová kampaň zpravidla přiláká více uchazečů, než je firma schopná a ochotná pozvat na pohovor nebo je zakomponovat do jiné výběrové metody. (Kociánová 2010, s. 95)

Účelem výběru zaměstnanců je rozhodnout, který z těchto uchazečů o zaměstnání pravděpodobně nejlépe splňuje požadavky pro výkon práce na volné pracovní pozici. Výsledkem by tedy měl být vybraný uchazeč, který pravděpodobně nejlépe splňuje všechny požadavky, které jsou žádoucí pro výkon práce na volném pracovním místě. Takový uchazeč postupuje k další fázi, kterou je přijímání zaměstnanců. (Šikýř 2012, s. 83)

### 2.1 Kritéria výběru zaměstnanců

Kritéria výběru zaměstnanců zahrnují nezbytné, žádoucí, vítané a okrajové požadavky pro výkon práce na daném pracovním místě. Požadované kompetence jsou tedy předem definovány a jsou rozlišeny podle zásadnosti pro danou pracovní pozici a pro kulturu dané firmy. Zmiňovaná kritéria mohou být definována na základě vnitřních předpisů, které taxativně vymezují potřebné kompetence pro danou pozici. Další možností může být určování podle vlastních potřeb, nebo dle legislativy, která postihuje danou pracovní pozici. Jako příklad oblastí, které často podléhají kritériím, může být stupeň vzdělání, odborná praxe, specifické znalosti a dovednosti a další. Legislativa určuje kritéria, jako je například řidičský průkaz pro profesi řidiče, svářečský průkaz pro svářeče a mnoho dalších. (Šikýř 2012, s. 84)

V podnicích, které se tolik nevěnují personálnímu řízení, je zvykem, že je zaměstnanec vybírán pouze na základě vyhovění požadavků na dané pracovní místo. S vyspělejšími a většími organizacemi se ale důraz klade i na ostatní kritéria. Lewis (podle Koubek, 2005) rozeznává tři kategorie těchto požadavků:

- *Celopodniková kritéria* – Jsou to kritéria, která se týkají vlastností zaměstnanců v kontextu firemní kultury. Jako příklad může posloužit schopnost přijetí a sdílení firemních hodnot a kultury
- *Útvarová/týmová kritéria* – Zde záleží na tom, aby nový zaměstnanec dobře zapadl do pracovního týmu, byl schopný s ostatními spolupracovat a mohl v týmu přispět svými odbornými schopnostmi a přístupem. (Aby nebyl tzv. černou ovci)

- *Kritéria pracovního místa* – tato kritéria odpovídají požadovaným schopnostem, vlastnostem a dovednostem, které vyžaduje dané pracovní místo.

Modelů pro rozdělení kritérií při výběru zaměstnanců je více. Jedním z dalších je Rodgerův sedmibodový model, který vychází ze specifikace pracovního místa. Dělí osobní charakteristiky požadované od uchazeče do sedmi skupin: (Bláha, Mateicius a Kaňáková 2005, s. 115)

- *Fyzické vlastnosti* – týká se tělesných dispozic a způsobu vyjadřování
- *Vědomosti a dovednosti* – úroveň vzdělání, další kvalifikace a zkušenosti
- *Všeobecná inteligence* – analytické myšlení, logické myšlení
- *Zvláštní schopnosti* – mechanická a manuální zručnost, obratnost v používání slov nebo čísel
- *Zájmy* – způsob trávení volného času, charakteristika zálib
- *Dispozice* – přizpůsobivost, vytrvalost, samostatnost
- *Okolnosti* – jsou chápány jako zázemí, ve kterém se uchazeč nachází

Na charakteristiku pracovního místa zaměřený model je také Munrouvův a Fraserův. Charakteristiky uchazeče rozděluje do pěti částí: (Bláha, Mateicius a Kaňáková 2005, s. 115)

- *Vliv na ostatní* – Tělesné dispozice, styl projevu
- *Získaná kvalifikace* – úroveň vzdělání, další kvalifikace a zkušenosti
- *Vrozené schopnosti* – Přirozená rychlost chápání, schopnost se učit
- *Motivace* – odhodlání, osobní cíle, úspěšnost v jejich dosahování
- *Emocionální vybavení* – citová stabilita, schopnost překonávat stres, emoční inteligence

## **2.2 Metody výběru zaměstnanců**

Při výběru zaměstnanců má podnik na výběr několik metod a technik, které by mu měly pomoci vybrat toho správného a nejkompetentnějšího člověka na obsazované pracovní místo. Autoři uvádějí hned několik metod výběru zaměstnanců, jejichž dělení se s rozdílnými autory často liší. Velice sporná je metoda zkoumání životopisu. Někteří autoři vnímají zkoumání životopisu jako metodu předvýběru zaměstnanců a někteří z nich řadí tuto metodu mezi ostatní výběrové techniky. (Foot, Hook 2002, s. 83-84) (Kociánová 2010, s. 95)

### **2.2.1 Zkoumání životopisů**

Zkoumání životopisů se dá považovat za základní a hojně využívanou techniku. Většinou se jedná o získání prvních informací o uchazeči a hodnotitel porovnává uvedené kompetence s kompetencemi požadovanými. Jedná se o velice univerzální techniku, která je většinou doplněna o další metodu výběru. V tomto případě by se jednalo opravdu o předvýběr zaměstnanců, kdy výsledkem zkoumání životopisů je rozdělení uchazečů na vhodné, méně vhodné a zcela nevhodné. Ti uchazeči, kteří byli dle výběru

klasifikování jako vhodní zpravidla postupují do dalších částí výběrového řízení. (Kociánová 2010, s. 95)

V některých případech se ale stává, že zkoumání životopisu je jediným krokem při výběru zaměstnanců a vybraní kandidáti se stávají na základně podpisu pracovní smlouvy interními zaměstnanci. Jedná se většinou o kandidáty, kteří se ucházejí o pracovní pozice, kde není potřeba vyššího vzdělání a dalších odbornějších schopností. (Foot, Hook 2002, s. 83-84)

Zkoumání životopisů by se měly účastnit minimálně dvě na sobě nezávislé osoby. Účelem je co nejvíce eliminovat subjektivitu a zvyšovat objektivitu. Vše by mělo probíhat tak, že obě osoby provedou nezávisle na sobě prvotní výběr a poté porovnávají a zdůvodňují výsledky. (Foot, Hook 2002, s. 85-86)

### **2.2.2 Osobní pohovor**

Osobní pohovor je všeobecně používaným nástrojem pro výběr zaměstnanců. Je základní metodou pro systematický sběr údajů o kandidátovi a k osobnímu setkání. Dle Kolmana je druhý účel často opomíjený, nicméně z pohledu personalistiky velice významný. Rozhovor ověřuje slučitelnost charakterových vlastností kandidáta s prostředím, kde bude případně vykonávat práci. (Kolman 2010, s. 84)

Robbins a Coulter uvádějí několik silných a slabých stránek této metody. Mezi ty silné patří možnost získání detailních informací o kandidátovi a při dobrém organizování pohovoru posuzovatel získává dobrý odhad. Jako slabé stránky mohou být považovány nároky na některé z pokládaných otázek. Je zde také riziko vzniku určitého zkreslení názoru na kandidáta vlivem subjektivního vnímání a nemožnosti posouzení jeho práce při praktické zkoušce. (Robbins, Coulter 2004, s. 293-294)

Armstrong uvádí tři druhy pohovorů: (Armstrong 2009, s. 531)

1. *Individuální pohovor* – jedná se o pohovor vedený mezi jedním tazatelem a jedním uchazečem. Při této diskusi tak má vedoucí pohovoru šanci navázat úzký kontakt s uchazečem. Nebezpečím může být povrchní hodnocení vedoucího pohovoru pramenící z absence názorů ostatních hodnotitelů.
2. *Pohovorové panely* – lze takto označit skupinu lidí, kteří se shromáždili za účelem pohovoru s jedním uchazečem. Často to bývá personalista a různí manažeři, kteří jsou zodpovědní za činnost útvaru, ve kterém se nachází obsazovaná pozice. Velikou výhodou je následná diskuse o pohovoru, kdy hodnotitelé mohou sdílet své názory na uchazečovo chování a celkový projev během rozhovoru. Jejich posudek je tak více objektivní.
3. *Výběrová komise* – Jedná se o pohovor, kde je přítomný větší počet tazatelů v panelu. Vyšší počet tazatelů je nutný kvůli existenci více stran, které mají zájem se podílet na výběru nového zaměstnance. Nevýhodou může být psychická převaha více lidí nad uchazečem a jejich možné nahodilé otázky. Takto uspořádaný pohovor je náročný na organizování a je složitější se držet předem stanovené struktury. Jeho nespornou výhodou je opět více názorů na uchazeče od více hodnotitelů. Výběrové komise se často přiklání sebejistým kandidátům, kteří vynikají dobrou rétorikou.

### 2.2.3 Testy pracovní způsobilosti

Další metodou výběru zaměstnanců jsou testy pracovní způsobilosti. Zkoumají uchazečovy reálné odborné schopnosti, osobnostní předpoklady a další faktory, jako schopnost udržování stabilní úrovně pracovního výkonu, schopnost adekvátně reagovat a schopnost práce v týmu. Výsledky těchto testů poskytují zaměstnavateli jiný druh informací, než které má uchazeč uvedené v životopisu. Testy často slouží právě jako nástroj pro ověření informací, které uchazeč uvádí. (Hodgson 2007, s. 17)

Dle Matějky se testy dělí do dvou kategorií; na výkonnostní a vědomostní. Mezi výkonnostní testy se řadí testy schopností, inteligence, pozornosti, psychomotoriky a další. (Matějka 2007, s. 9)

Personalisté využívají širokou škálu testů, které jsou voleny ve vztahu k náplni práce na daném pracovním místě. Jako příklady jednotlivých testů lze zmínit Learyho test interpersonální diagnostiky, který se zaměřuje na dominanci a submissi. Porovnávání dvou faktorů se věnuje také test MBTI, který se zaměřuje na osobnostní charakteristiku kandidáta. Mezi osobnostní testy také spadá Cattelův osobní dotazník. Mezi další využívané patří například Torranceho figurální test nebo IHAVEZ a SPIDO, test zabývající se diagnostikou psychické osobnosti.

### 2.2.4 Assessment centra

Assesment center je metoda výběru zaměstnanců, která může kombinovat hned několik výběrových technik, a je u ní přítomných více uchazečů. Jako nástroj testování kandidáta se zde mohou použít psychologické testy, pohovory, pracovní testy, zkoušky odbornosti a další. Zpravidla se jedná o setkání, kde jsou uchazeči hodnoceni nejen za jejich individuální výkony, ale i za týmovou spolupráci, kterou využijí při řešení simulovaných případových studií, nebo dalších týmových úkolů. (Horník 2006, s. 63)

Tato výběrová metoda je díky účasti více lidí a pestřejšímu programu časově náročnější, proto není výjimkou, že takovýto výběr může v některých případech trvat i několik dní. Systém hodnocení je tak velice náročný a žádá si kvalitní hodnotitele. Jejich zkušenosti a celková kvalita má zásadní vliv na kvalitu celého programu. Stejně jako u selekce životopisů se hledí na jasně stanovená kritéria, která se musí dodržovat a při hodnocení na ně vždy brát ohled.

Existuje pět oblastí činností, které můžou být v assesment centru vytvořeny: (Foot, Hook 2002, s. 118-119)

- Pracovní simulace
- Skupinová cvičení a diskuse
- Psychologické testy
- Rozhovory
- Sebehodnocení a hodnocení kolegů

## **3 Dokumenty požadované od uchazečů o zaměstnání**

Podle Šikýře by dokumenty, které požaduje zaměstnanec po uchazečích, měly obsahovat důležité osobní údaje o způsobilosti uchazečů o zaměstnání, které jsou potřebné k výkonu požadované práce. Přehled těchto údajů slouží jako podklad pro předvýběr uchazečů, které následně čeká samotný výběr zaměstnanců a další kola výběrového řízení. Životopis jako takový je pouze jedním z případných dokumentů. (Šikýř 2012, s. 77-78)

Kociánová taktéž uvádí, že volba dokumentů požadovaných při získávání zaměstnanců závisí na povaze obsazovaného pracovního místa. Její výčet dokumentů je ale o něco specifitější. Zpravidla je od uchazečů požadován životopis, motivační dopis, firemní dotazník pro uchazeče o zaměstnání, doklady certifikátů a doklady o kvalifikaci uchazeče. Případně jsou požadovány reference a v některých případech i návrh koncepce činností a ukázky vlastní práce. (Kociánová 2010, s. 80)

Autoři se ale shodují, že nejčastěji požadovaným dokumentem je právě životopis. Existuje několik přístupů k tomuto dokumentu a několik forem, které tento dokument může mít. Co ale zůstává společné, jsou oblasti, které by měly být v životopisu obsaženy. Jedná se o přehled osobních údajů, dosavadní pracovní zkušenosti, schopnosti a dovednosti, vzdělání a zájmy. (Armstrong 2015, s. 284)

Dnes hojně využívaná zkratka CV vychází z latinského Curriculum Vitae, což v překladu znamená cestu člověka životem. (Brisk 2011, s. 6) Dříve používaný nestrukturovaný životopis se dá označit za souvisle psaný text, ve kterém byly shrnuty výše uvedené body. Mezi výhody tohoto formátu by se daly zařadit souvislosti, které mohly být v textu uvedeny. Může se jednat o důvody změny zaměstnání, nebo stručné okomentování spokojenosti s předešlou zkušeností. Možná nepřehlednost a ztížená orientace v dokumentu mohou být značnou nevýhodou tohoto formátu.



## 4 Strukturovaný životopis

V dnešní době se nejvíce používají strukturované životopisy, které se liší od nestrukturovaných právě rozdělením sdělovaných informací do jednotlivých tematických bloků. Informace bývají uváděny stručně a v samostatných bodech či odrážkách. Jednotlivé tematické bloky dokumentu bývají rozlišeny podle výše uvedených kategorií. Tento životopis usnadňuje zpracování a posuzování údajů o uchazeči o zaměstnání. (Šikýř 2012, s. 77)

Kromě tematických bloků se dají definovat tři základní aspekty každého životopisu. Prvním aspektem je obsah. Jedná se o objektivní informace, které má životopis sdělovat. Druhým aspektem je forma, kde se jedná o způsob prezentace informací. Třetí a poslední částí je vzhled, který ulehčuje orientaci v životopisu a vypovídá o samotném autorovi. (Tošovská 2005, s. 18-19)

### 4.1 Chronologicky uspořádaný životopis

Strukturovaný životopis často dodržuje určitou časovou posloupnost informací. Brisk tento styl strukturovaného životopisu nazývá jako „The reverse chronological CV“, tedy chronologický životopis. V případě takto uspořádaných předešlých pracovních zkušeností, se ve výčtu postupuje od současné pozice zpět do minulosti. Výhody tohoto typu životopisu je dobrá přehlednost a celkově úplný přehled o kariéře uchazeče o zaměstnání. Mezi nevýhody patří nízká míra personalizace ve smyslu nemožnosti zdůraznění pro uživatele zásadní zkušenosti, vlastnosti, dovednosti, nebo schopnosti. (Brisk 2011, s. 9-10)

### 4.2 Životopis funkcionálního typu

Mezi styly tvorby životopisů ale patří i funkcionální přístup. Tyto životopisy začínají být velice populární a mohou být použity v případě, kdy se uchazeč ve svém životě věnoval jednomu odvětví na více pozicích, které jsou si svou náplní práce podobné. Tento přístup může být užitečný i v případě, kdy uchazeč zásadně mění průmyslový sektor. Dá se říci, že tento přístup k tvorbě životopisu více cílí na určitou pracovní pozici, které se snaží co nejvíce přizpůsobit. Jedná se tedy o větší využití self-marketingového přístupu. (Tošovská 2005, s. 44-45)

Životopis tohoto typu bývá kratší než typu předešlého. To může být v některých případech považováno za výhodu, stejně jako možnost vyzdvihnout pro uchazeče zásadní informace. V případě, že zaměstnavatel požaduje standardizovanou formu životopisu, stává se funkcionální životopis pouze doplňkem. (Brisk 2011, s. 10-11)

### 4.3 Životopis grafického typu

V poslední době se začíná objevovat zcela nový styl životopisu. Jako předchozí životopisy, tak i tento se drží jednoho základu, tedy uvedení popisu všech pěti základních

bodů podle Armstronga. Na rozdíl od ostatních je tento dokument na první pohled výrazně odlišný. Dalo by se říci, že způsobem podání informací se jedná o strukturovaný životopis. Přístupem k prezentování informací je velice blízký životopisu funkcionálnímu, ale stupeň personalizace a self-marketingu je zde ještě o něco vyšší. Jedná se o styl životopisu, který je velice obtížné přesně definovat. Informace jsou v něm opět děleny do již zmíněných kategorií. Od běžně psaných životopisů je ale rychle rozpoznatelný, protože zde nezáleží pouze na obsahu sdělení, ale i na formě. Objevují se v něm složitější grafické prvky a je barevně pestřejší. K jeho tvorbě je z pravidla nutné využít složitějších programů, než běžných textových editorů. Životopis grafického typu kombinuje běžnou formulaci sdělovaných informací s oborem psychologie barev a tvarů, kde se díky těmto projekčním technikám můžou do životopisu vnášet osobnostní rysy uchazeče. Stejně je tomu tak u používaných psychologických testů, které využívají projekční techniku. Tyto testy jsou využívány při výběru zaměstnanců a patří do kategorie testů, kdy jsou zkoumány osobnostní rysy jedince. Grafický životopis by tedy měl kromě objektivních informací o uchazeči poskytovat také přidanou hodnotu ve formě informací o jeho vnímání a stylu vyjadřování skrze projektivní techniky.

Existuje mnoho služeb, které jsou dostupné na různých internetových stránkách, kde je možnost do formuláře vyplnit údaje, které chce uchazeč ve svém životopisu uvést a tato služba mu vygeneruje daný životopis na základě předvoleného vzoru. Nejedná se ale o kreativní práci samotného uchazeče, který tak do své vizitky nepřináší žádnou přidanou hodnotu ve formě další informace. Nemusí přemýšlet, co chce životopisem říci a jakým způsobem to sdělí. Z tohoto důvodu se tedy mezi životopisy grafického typu neřadí.

Životopis grafického typu se zatím objevuje jenom zřídka a jeho definice ještě není jasně uchopitelná. V současnosti už ho ale někteří uchazeči o zaměstnání využívají. Jak je jeho užití účelné bude zjišťovat praktická část této práce.

Jak už bylo nastíněno, rozdílný přístup k této problematice se může projevit nejen na struktuře životopisu, ale na celkovém přístupu k tomuto dokumentu. Šikýř a Koubek se zmiňují o tom, že životopis je strukturovaný a velice universální dokument, a mnohdy se údaje uvedené v životopisu vypisují do standardizovaných osobních dotazníků určených zaměstnavatelem. To přináší výhody snadnějšího a rychlejšího zpracování většího počtu životopisů uchazečů pro určitou pozici. Údaje uchazečů jsou tak zobrazeny ve stejném formátu a mohou být posuzovány zcela objektivně.

Další autoři se přiklánějí k trendu, kdy se životopisy více personalizují a snaží se více odrazit silné stránky uchazeče v kontextu požadavků na danou pracovní pozici. Jako příkladem je dříve zmiňovaný funkcionální životopis, kde se kandidát snaží zdůraznit jeho schopnosti, vlastnosti a dovednosti, které by využil pro výkon práce na pozici, o kterou se uchází. (Tošovská 2005)

# 5 Údaje v životopisu

## 5.1 Osobní údaje

Účelem požadování výše zmiňovaných dokumentů je získání informací o uchazeči, které tak pomohou při rozhodování, zda je kandidát vhodný pro obsazované pracovní místo, nebo zda požadavkům neodpovídá. Do těchto informací spadají i citlivější informace, jakými jsou osobní údaje. Ty jsou po uchazečích vyžadovány v takové šíři, aby mohlo dojít k: (Šikýř 2012, s. 78)

- *Identifikaci a kontaktování uchazeče zaměstnavatelem* – Jedná se tedy hlavně o jméno, příjmení a kontakt v podobě emailové adresy, adresy bydliště a telefonního čísla.
- *Posouzení způsobilosti kandidátů vykonávat požadovanou práci* – pokud je vyžadováno, tak uchazeč uvádí dosažené vzdělání, praxi, odborné schopnosti apod.)
- *Plnění povinností stanovenými legislativou* – jedná se o uvedení občanské příslušnosti kvůli regulacím dle zákona o zaměstnanosti. Je potřeba vědět, zda se jedná o zaměstnávání cizinců.

Jiné osobní údaje by neměly být po uchazečích vyžadovány, neměly by být zpracovávány a využívány. Údaje, které by neměly být vyžadovány upravuje mimo jiné antidiskriminační zákon, který se snaží zamezit diskriminaci při výběru zaměstnanců. Jedná se hlavně o diskriminaci, která se týká rasy, etnického původu, národnosti, pohlaví, sexuální orientace, věku, zdravotního postižení, náboženského vyznání, víry či světového názoru. Diskriminace z důvodu pohlaví je zde ukotvena hlavně kvůli aspektům, jako je těhotenství, mateřství, otcovství a pohlavní identifikace. (§2 odst. 3 a 4 antidiskriminačního zákona).

Po shromáždění všech potřebných dokumentů od všech uchazečů a následném výběrovém řízení, by se měly všechny dokumenty buďto vrátit, nebo zničit. Pro archivaci v elektronické databázi, nebo papírové podobě je nutné, aby uchazeč o zaměstnání s touto archivací souhlasil. (zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů)

## 6 Vliv formy životopisu na vnímání hodnotitele

Jak už bylo zmíněno, do prezentace uchazeče svému potenciálnímu zaměstnavateli začaly v určité míře vstupovat prvky marketingu, a dokumenty, které uchazeči odevzdávají, jsou více personalizovány a upravovány na míru daného pracovního místa. Tato snaha je pochopitelná, protože proces výběru a přijetí nového zaměstnance se zrychluje a doba, kterou personalisté, či hodnotitelé stráví zkoumáním životopisu se zkracuje. Průměrná doba působení životopisu na hodnotitele se pohybuje okolo 40 sekund, proto je zaujetí hodnotitele klíčové. Existuje mnoho organizací, které tvrdí, že pomocí svých nástrojů dokážou uchazeči vytvořit výborné CV v časovém horizontu jedné hodiny. Tato představa je ale milná a pokud se chce uchazeč prezentovat na lepší úrovni, potom se stává proces tvorby životopisu komplexní a časově náročný. (Brisk 2011, s. 8)

Hlavní složkou je samozřejmě obsah životopisu, kde jsou popsány všechny oblasti, které už byly zmíněny. Forma životopisu je ale také velice důležitá a pokud se uchazeč o práci rozhodne zvolit životopis grafického typu, dá se právě tato forma rozdělit do dvou oblastí, které spolu souvisí. Jedná se o strukturu informací, která je téměř totožná se strukturou funkcionálního životopisu, a o grafický design.

### 6.1 Grafický design

Grafická stránka životopisu jistě hraje svou důležitou roli ve vnímání životopisu jako celku. Vlastník tohoto dokumentu ale nesmí zapomínat na to, že stěžejní informaci by neměla podávat grafika, ale objektivní shrnutí jeho schopností, vlastností a dovedností. Vizuální stránka CV může hodnotitele zaujmout, může ukázat vysoký stupeň kreativity a pokud je design řešen koncepčně, vytvářen tak, aby opravdu vystihoval charakter uchazeče a je vytvářen s využitím znalostí z psychologie barev a tvarů, může hodnotiteli odhalit i základní osobnostní rysy uchazeče. Toto je jeden z důvodů, proč kreativní životopisy, které nejsou tvořeny s ohledem na osobnost uchazeče, mohou zkreslovat dojem hodnotitele. Tento dojem by měl být tvořen hlavně na základně poskytnutých objektivních informací, ale určité procento z toho je tvořeno právě prezentovanou formou. (Tošovská 2005, s. 47-51)

#### 6.1.1 Psychologie barev

Jedna z prvních publikací, která se zabývá vlivem barev na lidské vnímání vyšla už roku 1942. Jedná se o práci s názvem *Some experimental observations concerning the influence of colours on the function of the organism*, kterou publikoval Kurt Goldstein. Jeho teorie o vnímání barev jsou v dnešní době už překonané, nicméně se o jeho závěry opírá velký počet vědeckých prací na téma vlivu barev na vnímání člověka. Goldstein je kritizován zejména pro pouhé symbolické interpretace výsledků, ale byl to on,

který stál na počátku tohoto odvětví psychologie. Tento obor se s časem vyvíjí, ale stejně jako v obecné psychologii je na něj vyvíjen tlak v podobě kritiky validity a generalizace výsledků. (Goldstein 1942)

Velkého posunu se tento obor dočkal s prací švýcarského psychoterapeuta Maxe Lüschera, která se dočkala velkého uznání. Vyvinul první test, který se zabýval posuzováním lidské osobnosti na základě volby barevných odstínů. Tento test se dodnes používá a je součástí testů, které se využívají při výběru zaměstnanců. Poukazuje na to, že volba barvy subjektu poukazuje na jeho psychosomatický a emocionální stav. Lüscher přišel s tvrzením o existenci objektivní všeobecné platnosti psychologie barev, a sice že každá barva vyvolá u člověka stejný vjem a stejný pocit. To přidává barvám universální a objektivní počítkovou kvalitu. Výzkum se soustředil na 3 aspekty, kterými je tvořena každá barva a sice na odstín, sytost a světlost. Tyto tři aspekty se dnes používají v tiskařském průmyslu pro kvantifikovaný popis barevného prostoru. (Lüscher, 1970)

Nejvíce titulů, článků a prací na téma vlivu barev na psychiku publikoval americký psycholog Faber Birren, který kladl veliký důraz na barevné systémy a názvosloví. Sám se zabýval vlivem barev na pracovišti. Roku 1934 představil svůj vlastní systém barev, který se zabýval rozdělením barev na teplé a studené tóny a jejich vlivem na psychiku. (nytimes.com)

V současné době je publikováno mnoho výzkumů, které odhalují souvislosti barevných podnětů a jejich vliv na jednání a působení člověka. Andrew Eliot a Daniel Niesta se v současné době zabývají především působením barev na lidské vnímání ve smyslu schopnosti barvy regulovat intelektuální výkonnost, stimulovat motivační procesy a zvýšit fyzickou aktivitu, to vše probíhající na nevědomé úrovni. Funkce barev dnes už tedy není vnímána pouze pro svou estetickou stránku, ale i pro své další významy, jako je přenos určité informace, kterou člověk vnímá podvědomě a stejně tak na ní podvědomě reaguje. Barva může ovlivnit chuť člověka k jídlu, úroveň jeho motivace, ale i způsob vnímání a emoci, která se mu pojí s získáním určité informace. (Eliot, 2007)

Mnoho současných výzkumů na toto téma je poháněno nutností objevit souvislosti mezi jevy a nevěnuje se tolik pochopení problému jako takového. Některé z těchto výzkumů trpí na nedostatky, jako je nedodržení základních experimentálních postupů.

## **6.2 Vnímání barev**

Existuje mnoho výzkumů, které se snaží popsat, jak na nás jednotlivé barvy a jejich odstíny působí a jakými barvami se prezentují jednotlivé osobnostní typy. Některé z těchto výzkumů se soustředí na vliv základních barev, některé na změny vnímání se změnou odstínu barvy, další výzkumy se zabývají rozdílným vnímáním skupin barev (jako jsou teplé a studené barvy) a některé výzkumy se zabývají vnímáním barevných schémat. (Eliot, 2007)

Publikací zabývajících se vlivem základních barev, jako je modrá, žlutá, zelená, červená, černá a bílá, je opravdu hodně a jejich výsledky bývají dobře známy. Méně pozornosti se ale věnuje působení barevných schémat, která jsou pro prezentování se vizuální formou zásadní, protože málokdy se používá pouze jedna barva.

## 6.3 Barevné sady a jejich působení na psychiku

Nejprve je potřeba definovat, co je to barevná sada. Je to soubor barev, které jsou vyjmuty z barevného prostoru a použity současně. Grafici a designéři mají cit pro barvy a jejich správné kombinování. Jejich cit při používání těchto sad může být pouhou intuicí, může to být naučené na základě předchozích zkušeností a je možné, že zvolené barevné sady kombinují tak, jak můžeme barvy vidět v přírodě. Vnímání těchto kombinací má ale základ v psychologii barev a dá se předem popsat. (Wolfrom 1992, s. 30-36)

Všechny druhy barevných sad vycházejí ze základního barevného prostoru, který obsahuje kompletní barevné spektrum. Je několik metod, jak tento prostor popsat, ale nejpřesnější a nejpoužívanější metodou je barevný model HSV. Zkratka znamená Hue, Saturation, Value. Vychází z už zmíněné základní charakteristiky každé jednotlivé barvy, která má určitý odstín (Hue), sytost (Saturation) a hodnotu světla (Value). Tento model se často zobrazuje jako trojrozměrný graf, který má tvar kuželu a na svislé ose má hodnotu V, od středu k obvodu podstavy je uvedena sytost a po obvodu se mění hodnota H, tedy odstín. Tímto schématem lze díky souřadnicovému zápisu jasně určit jakoukoliv barvu. Barevné sady jsou tedy kombinace barev, u kterých se mění proměnné HSV. (Wooton 1995, s. 44-45)

### 6.3.1 Monochromatické barvy

Barvy v této sadě vycházejí z jediného odstínu a liší se tedy pouze souřadnice S a V. Může se tedy jednat například o sestavu různě světlého odstínu žluté barvy. Takto sestavená sada barev působí velice klidně a harmonicky. Pokud se zaměříme na percepci, tak toto schéma není spojováno s emocemi, které by podněcovaly ke zvýšené aktivitě, ani silným emocím, jako je strach, nebo radost.

### 6.3.2 Analogické barvy

Jedná se o barvy, které spolu sousedí. Hodnoty úhlů souřadnic odstínu jsou tedy vzhledem ke svislé ose velice malé. (obvykle do  $30^\circ$ ) Takto sestavené barvy bývají vnímány jako elegantní, seriózní, bez napětí a jsou spojovány s pocitem jistoty.

### 6.3.3 Doplnkové barvy

Základní barva v této sadě se doplňuje o barvu, která je umístěna přesně o  $180^\circ$  po kružnici vzhledem ke svislé ose. Vznikne tak vždy kombinace studeného a teplého odstínu, což je velice kontrastní. Reakce na tuto sadu bývá spojena se strachem, agresí, obranou a nestálostí.

### 6.3.4 Triáda

Triáda bývá také označovaná jako měkký kontrast a jedná se o kombinaci minimálně tří barev, jejíž hodnota H je vždy posunutá o  $120^\circ$  po kružnici. Vzniká tak kombinace

barev, která je velice pestrá a poutavá. Takto sestavené schéma je vnímáno jako energické, stabilní, příjemné a některé studie tvrdí, že vzbuzuje důvěru.

### 6.3.5 Tetráda

Tato sada je tvořena dvěma barvami a jejich doplňky. Původní tetráda se skládala ze čtyř barev, které byly rozestavěny rovnoměrně po kruhu. Jejich hodnota H se tedy měnila vždy po 90°. Jedná se o velmi agresivní schéma, které působí nestále až výbušně a vzbuzuje odpor a pocity nekonzistence.

(Wolfrom 1992, s. 30-36)

<http://colorschemedesigner.com/previous/colorscheme1/help.html>

## 7 Rozdělení obchodních sektorů

Jak už vyplývá z cíle této práce, je potřeba definovat sektory, v nichž má práce hledat uplatnitelnost životopisu grafického typu. V ekonomice je možné zkoumat nejen celkový objem produkce, ale i jeho odvětvovou strukturu. Rozdělení do jednotlivých sektorů může být různě detailní, ale obecně zastřešuje druhy činnosti subjektů, které jsou stejné, nebo alespoň podobné.

Základní dělení rozeznává čtyři tržní sektory:

- *Primární sektor* – obsahuje průmysl zabývající se získáváním produktů a surovin z přírody a obděláváním půdy. Jedná se tedy o oblast, která se zabývá přeměnou přírodních zdrojů do základních produktů a řadí se do ní zemědělství, lesnictví, rybářství, těžbu a dobývání
- *Sekundární sektor* – obsahuje průmysl, který se zabývá procesem přeměny surovin do výrobků nebo zboží. Patří sem veškerý zpracovatelský průmysl, výroba a distribuce elektrické energie, vody a plynu, navíc i stavebnictví.
- *Terciární sektor* – sektor služeb obsahuje všechna odvětví, která se soustředí na poskytování služeb ostatním subjektům. Patří sem obchod, peněžnictví a pojišťovnictví, doprava, skladování a spoje, školství, zdravotnictví, sociální činnost a další služby.
- *Kvartérní sektor* – Tento sektor byl přidán až dodatečně. Obsahuje veškeré oblasti lidské činnosti, jejichž podstatou je věda, vývoj a výzkum. Původně byly tyto oblasti spojovány s terciálním sektorem.

(Vávra 2015)

Vlivem technického pokroku a silného rozvoje průmyslu bylo dělení do sektorů několikrát revidováno. Z původních tří kategorií se postupovalo přes čtyři, deset a jedena-  
dvacet odvětví. Poslední dělení ekonomických činností se nazývá CZ-NACE, které bylo  
zavedeno 18. září 2007 Českým statistickým úřadem. Jedná se o následné rozdělení do  
kategorií:

- A – Zemědělství, lesnictví, rybářství
- B – Těžba a dobývání
- C – Zpracovatelský průmysl
- D – Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
- E – Zásobování vodou; činnosti související s odpady a sanacemi
- F – Stavebnictví
- G – Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel
- H – Doprava a skladování
- I – Ubytování, stravování a pohostinství
- J – Informační a komunikační činnost
- K – Peněžnictví a pojišťovnictví
- L – Činnosti v oblastech nemovitostí
- M – Profesionální, vědecké a technické činnosti
- N – Administrativní a podpůrné činnosti
- O – Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
- P – Vzdělávání
- Q – Zdravotní a sociální péče
- R – Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
- S – Ostatní činnosti
- T – Činnosti domácností
- U – Činnosti exterritoriálních organizací a orgánů

(Rojíček 2016, s.55)



# **PRŮZKUM VYUŽITEL- NOSTI GRAFICKÉHO ŽIVOTOPISU**

## 8 Účel a cíl průzkumu

Životopis je velice často využívaným nástrojem při výběru zaměstnanců. Jak se vyvíjí vše kolem nás, vyvíjí se právě i tento druh dokumentu. Dříve používané rukou psané nestrukturované životopisy byly nahrazeny těmi, které byly psány na psacím stroji/počítači a informace v nich uváděné byly rozděleny do určitých částí. Tehdy se začalo mluvit o strukturovaných životopisech. Vlivem výše popsaných přístupů se tyto dokumenty začaly více přizpůsobovat konkrétním pracovním pozicím, nebo vlastnostem samotného uchazeče. Lidem se postupně dostávají do rukou nástroje pro vizuální editaci dokumentů, a proto se v oběhu začínají pohybovat životopisy, které v sobě obsahují kreativní grafické prvky. Životopisy s těmito prvky mohou přenášet další informaci o uchazeči, nebo alespoň nějakým způsobem zapůsobit na hodnotitele a odlišit se od možných ostatních uchazečů o práci.

Otázkou ale zůstává, jestli životopis grafického typu opravdu má potenciál stát se hojně využívaným, nebo se stane pouze formou, kterou se prezentuje malá část uchazečů. Pokud tento potenciál má, je využitelný ve všech oblastech, nebo ho přijme jenom určitá část trhu s volnými pracovními místy? Účelem tohoto průzkumu je zjistit, jaký názor na životopis grafického typu mají personalisté českých firem, zda ho přijmou a uvidí v něm přidanou hodnotu, nebo zda jim tato forma nic nového nepřinese. A pokud přinese, tak v jakém ekonomickém sektoru pro tento druh životopisu vidí nejlepší uplatnění. *Cílem průzkumu je tedy zjistit využitelnost životopisu grafického v jednotlivých ekonomických sektorech.*

Provedený průzkum má kvantitativní charakter. Byl sestaven dotazník, který byl distribuován online formou a byl rozeslán do českých firem, převážně do personálních oddělení, kde je předpoklad, že je největší zastoupení hodnotitelů životopisů.

## 9 Definování výzkumných otázek

Vzhledem k novosti tohoto tématu by nebylo vhodné stanovovat hypotézy, které by poté samotný průzkum vyvracel nebo potvrzoval. Bylo tedy nutné stanovit výzkumné otázky, na které bude hledat samotný průzkum odpovědi. Díky povaze a rozsahu práce bylo zvoleno pět výzkumných otázek, podle kterých byla volena metoda průzkumu a další postup.

### 9.1 Výzkumná otázka č. 1

První část průzkumu je věnovaná otázce aktuálnosti a využívání životopisu při výběru zaměstnanců. Využití životopisu jako samostatného dokumentu by se v budoucnu mohlo a v současnosti může měnit díky aplikacím určeným pro pomoc při výběru zaměstnanců. Jako příklad těchto aplikací lze uvést LinkedIn a Teamio... Proto byla položena tato otázka, která má odhalit, zda je životopis v současnosti ještě stále využitelný.

Otázka: *Jak vnímají personalisté aktuálnost životopisu při výběru zaměstnanců?*

### 9.2 Výzkumná otázka č. 2

Další výzkumná otázka se věnuje subjektivnímu vnímání při posuzování životopisu. Snaží se zjistit, zda existuje nějaký znak, nebo vlastnost životopisu, která hodnotícího zaujme a vzbudí jeho pozornost.

Otázka: *Co personalisty na životopisu na první pohled nejvíce upoutá?*

### 9.3 Výzkumná otázka č.3

Tato otázka má zjistit, zda je obvyklé, že si hodnotící zaměstnanci utváří názor na uchazečovy povahové vlastnosti už ze samotného životopisu, a na základě jakých skutečností tak činí.

Otázka: *Jak vnímají personalisté životopis v kontextu povahových vlastností uchazeče?*

### 9.4 Výzkumná otázka č. 4

V této části se snaží průzkum zjistit, zda je životopis grafického typu vnímaný jako odlišný od běžných dokumentů tohoto typu. Cílem je zjistit potenciál tohoto typu životopisu v porovnání běžně využívaných forem těchto dokumentů.

Otázka: *Jaký je potenciál životopisu grafického typu ve smyslu samostatného druhu životopisu?*

## 9.5 Výzkumná otázka č. 5

Poslední část průzkumu se snaží zjistit, zda je životopis grafického typu dle názoru respondentů využitelný univerzálně, tedy pro všechny typy pracovních pozic napříč podniky, nebo pokud je jeho využití dle respondentů vhodné pouze pro nějaké skupiny pracovních pozic.

Otázka: *Jak personalisté vnímají univerzální použití životopisu grafického typu?*

## 10 Průzkum

Jak už bylo zmíněno, byl zvolen kvantitativní průzkum, který vychází z předem definovaných, v tomto případě pěti výzkumných otázek. Díky tomu, že cílem práce je zjistit, zda vůbec, a v jakých ekonomických sektorech je životopis grafického typu využitelný, bylo nutné získat na toto téma názor lidí, kteří s dokumenty, jako je životopis pracují. Metodou průzkumu bylo tedy zvoleno dotazníkové šetření, při kterém je možné oslovit velký počet respondentů.

Byl vytvořen dotazník, který je rozdělen do několika logických celků. Jedná se o osm částí, z nichž se každá věnuje jednomu ucelenému tématu. Dalo by se říci, že hlavních pět celků dotazníku svou strukturou a zaměřením vycházejí z výzkumných otázek. Každá z výzkumných otázek má tedy jednu část, ve které se jednotlivé otázky věnují jednomu tematickému okruhu. Zbývající tři celky jsou informativního charakteru, nebo zjišťují informace o respondentovi a charakteru jeho pracovního prostředí. Toto dělení by mělo pomoci při orientaci respondenta v dotazníku a díky tematickým blokům by mělo předejít špatnému vyložení otázky.

Téma životopisu grafického typu je nové a je možné, že někteří z respondentů se s ním ještě nesetkali. Bylo tedy nutné v úvodu dotazníku vysvětlit, čím se tento životopis vyznačuje, jak se dá poznat a k čemu slouží. Aby nebyl text špatně vyložen, byly vytvořeny příklady takových životopisů, čistě za účelem demonstrace. Tyto příklady životopisů byly nově vytvořeny pro účely této práce, nebo byly se svolením vlastníka životopisu použity už dříve vytvořené. V druhém případě byly zkráceny informace o majiteli životopisu, aby zde nedošlo k porušení zákona o ochraně osobních údajů. (Zákon č. 100/2000 Sb.)

### 10.1 Výběr respondentů

Jako průzkumný vzorek byli použiti zaměstnanci českých firem, kteří jsou přímo zaměstnáni v personálních odděleních, v personálních agenturách nebo pracují na vedoucích pozicích. Všichni respondenti mají společné, že se v rámci své práce aktivně účastní výběru zaměstnanců.

Vzhledem k povaze cíle průzkumu, jehož část se snaží zjistit využitelnost životopisu v jednotlivých ekonomických sektorech, bylo použito kvótního výběru. Jednotlivé kvóty byly nastaveny tak, aby byl počet respondentů v jednotlivých ekonomických sek-

torech stejný. Průzkum bude porovnávat odpovědi z jednotlivých sektorů, proto je žádoucí, aby byl počet odpovědí za každou skupinu stejný. Konečný počet respondentů je 120, nicméně celkový počet respondentů se zastavil na čísle 136. Zmiňovaných 120 odpovědí bylo vytříděno na základě kvótního výběru. Dotazník byl rozeslán tak, aby z každého ze čtyř sektorů odpovědělo nejlépe 30 respondentů. Zároveň byl dotazník rozeslán cíleně do jednotlivých sektorů, proto byl počet respondentů, kteří nebyli zařazeni do průzkumu, tak nízký. (16 respondentů)

## **11 Dotazník a vyhodnocení otázek**

V této části práce jsou uvedeny všechny části dotazníku, na které respondenti v rámci průzkumu odpovídali. Je zde vysvětlen účel každé z otázek a následně je zde uveden souhrn odpovědí všech respondentů.

Jendou z částí dotazníku byl oddíl věnující se identifikačním otázkám, které měly získat informace o uchazeči. Tato část byla v dotazníku uvedena na samém konci, nicméně pro lepší orientaci ve výsledcích je v této práci uvedena jako první. Kompletní sestavení dotazníku je v příloze této práce.

### **11.1 Úvod dotazníku**

Začátek dotazníku byl uveden krátkým textem, kde se respondent dozvěděl, proč dotazník vznikl, k čemu slouží, jakého průzkumu se zúčastní a v neposlední řadě, kdo a pro jaké účely průzkum provádí.

### **11.2 Životopis grafického typu**

Díky charakteru zkoumaných otázek a celkovému zaměření průzkumu bylo nutné respondentům přiblížit, co je životopis grafického typu, jaké jsou jeho vlastnosti a čím je odlišný od strukturovaného, nebo funkčního životopisu. Čas respondentů je jistě cenný, proto byl slovní popis velice stručný a byly zde uvedeny dva příklady životopisu grafického typu.

## 11.3 Identifikační otázky

Jak už bylo uvedeno, v tomto oddílu byly zjišťovány informace o respondentovi ve smyslu jeho pracovního zařazení, věku, pohlaví a ekonomickém sektoru, ve kterém pracuje. Výsledky této části jsou využitelné hlavně kvůli povaze cíle výzkumu, který se snaží zjistit, v jakém ekonomickém sektoru je životopis grafického typu využitelný

### 11.3.1 V jakém ekonomickém sektoru vaše firma podniká?

Respondenti zde měli odpovědět, v jakém ekonomickém sektoru se nachází hlavní předmět podnikání firmy, ve které pracují. Tato otázka je fatální ve vztahu k cíli průzkumu. Díky odpovědím bylo umožněno třídění a porovnávání výsledků jednotlivých otázek v kontextu hospodářských sektorů. Rozdělení počtu odpovědí v prospěch jednotlivých sektorů je ovlivněno kvótním výběrem, který byl zvolen již při přípravě dotazníku.

Celkový počet respondentů je 120 a díky kritériím stanoveným kvótním výběrem je jejich rozdělení dle působení v ekonomických sektorech rovnoměrné.

Tabulka 1 - otázka č. 22

Odpověď	Počet
Primární sektor	30
Sekundární sektor	30
Terciární sektor	30
Kvartérní sektor	30
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.3.2 V jaké kategorii dle CZ-NACE vaše firma působí?

Pro bližší rozdělení a určení využitelnosti byly použity kategorie Českého statistického úřadu, CZ-NACE. Toto třídění bylo použito pro vyšší přesnost rozdělení.

Odpovědi respondentů z primárního, sekundárního a kvartérního sektoru zde nejsou příliš rozmanité. Oslovené firmy z primárního sektoru tvoří zejména podniky zabývající se zemědělstvím. Podařilo se ale získat několik odpovědí z těžebních a důlních společností. V sekundárním sektoru se jednalo hlavně o firmy, které se soustředí na zpracování surovin a výrobu produktů, nebo polotovarů. Jsou zde zastoupeny firmy, které se věnují automobilovému průmyslu, potravinářství a dalším odvětvím. Odpovědi z terciárního sektoru jsou rozmanitější, jelikož dělení dle CZ-NACE obsahuje větší počet kategorií spadajících do terciárního sektoru.

Tabulka 2 - otázka č. 23

Odpověď	Počet
A – Zemědělství, lesnictví, rybářství	17
B – Těžba a dobývání	13
C – Zpracovatelský průmysl	30
H – Doprava a skladování	2
I – Ubytování, stravování a pohostinství	4
J – Informační a komunikační činnost	6
K – Peněžnictví a pojišťovnictví	4
L – Činnosti v oblastech nemovitostí	2
M – Profesní, vědecké a technické činnosti	6
N – Administrativní a podpůrné činnosti	4
P – Vzdělávání	30
S – Ostatní činnosti	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.3.3 Kolik zaměstnanců má vaše firma?

Údaj o velikosti firmy, ve které respondent působí, byl vyžadován kvůli zjištění, zda velikost podniku ovlivňuje názor na životopis grafického typu a zda ovlivňuje postupy při výběru zaměstnanců. Intervaly počtů zaměstnanců byly určeny podle statusu SME, v němž jsou podniky, které mají méně než 10 zaměstnanců klasifikovány jako mikro-podniky, firmy s méně než 50 zaměstnanci jako malé podniky a firmy s méně než 250 zaměstnanci jsou klasifikované jako střední podniky. Pro klasifikaci SME je potřeba zohlednit ještě roční obrát, nebo roční bilanční sumu. Tato práce nemá za úkol firmy klasifikovat dle velikosti, proto byly použity pouze intervaly počtu zaměstnanců.

Nejvíce respondentů je zaměstnaných ve firmách, které mají do 250 zaměstnanců. Druhý nejobsazovanější interval byl 10-49 zaměstnanců. Po rozdělení odpovědí dle jednotlivých sektorů bylo zjištěno, že tuto skupinu nejvíce obsazovali respondenti z kvartérního sektoru. To je způsobeno zastoupením vzdělávacích institutů, které se s počtem zaměstnanců mohou jen těžko porovnávat s výrobními podniky.

Tabulka 3 - otázka č. 24

Odpověď	Počet
10–49	22
50–249	56
250–499	16
500–999	10
1 000–1 999	10
2 000 a více	6
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.3.4 Jaké je vaše pracovní zařazení?

Tato otázka byla položena kvůli zjištění, zda je rozdíl ve vnímání životopisů personalisty a zaměstnanci na vedoucích pozicích, kteří také provádí výběr zaměstnanců. Bylo vycházeno z předpokladu, že menší firmy nemusí mít samostatné personální oddělení. Toto tvrzení se potvrdilo, protože v kvartérním sektoru se objevovaly téměř pouze odpovědi od vedoucích pracovníků. V tomto sektoru bylo také největší zastoupení podniků s nejméně zaměstnanci. Vedoucí zaměstnanci odpovídali i v ostatních sektorech a převážně se tak stávalo ve firmách, které mají do 250 zaměstnanců.

Díky těmto faktům je poměr personalistů a vedoucích pracovníků velice nevyrovnaný. V dotazníku byla uvedena také možnost odpovědi „Zaměstnanec personální agentury“. Důvodem uvedení této odpovědi bylo zjištění rozdílu ve vnímání životopisů zaměstnance personálních agentur, které se specializují na výběr zaměstnanců. Z oslovených agentur nebyla bohužel obdržena žádná odpověď, proto je srovnání tvořeno pouze vedoucími pracovníky a personalisty.

Tabulka 4 - otázka č. 25

Odpověď	Počet
Vedoucí pracovník ve firmě	78
Zaměstnanec personálního oddělení ve firmě	42
<b>Celkem</b>	<b>120</b>



### 11.3.5 Provádíte na své pozici výběr zaměstnanců?

Tato otázka má zjistit, v jaké míře se respondent přímo účastní výběru zaměstnanců. Někteří zaměstnanci, zejména větších personálních oddělení, se věnují i jiným činnostem, jako je třeba personální marketing, systémy hodnocení zaměstnanců a další. Dotazník byl cílen na respondenty, kteří mají zkušenosti s výběrem zaměstnanců. Z toho důvodu nebyly dotazníky, ve kterých respondenti uvedli, že výběr zaměstnanců neprovádí, do výzkumu zakomponovány.

Většina respondentů uvedla, že se výběru zaměstnanců věnuje občas. Tento stav vyplývá z poměru respondentů, kteří se věnují čistě personalistice a respondentů, kteří jsou ve vedoucích pozicích a personální činnosti jsou pouze částí jejich pracovní náplně.

Tabulka 5 - otázka č. 26

Odpověď	Počet
Ano, ale jenom velmi zřídka	38
Ano, občas výběr zaměstnanců provádím	62
Ano, věnuji se převážně této oblasti	20
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.3.6 Jaké je vaše pohlaví?

Cílem této otázky je zjistit, jaký je poměr zastoupení mužů a žen na pozicích, které se věnují výběru zaměstnanců, a zda se vnímání životopisu grafického typu mění v závislosti na pohlaví.

Je zajímavé, že obecné rozdělení je naprosto rovnoměrné. Pokud je ale poměr vztažen na jednotlivé sektory, zastoupení už tak rovnovážné není.

Zajímavý je také poměr zastoupení mužů a žen v závislosti na tom, zda je respondent zaměstnán přímo na personálním oddělení, nebo pokud je na vedoucí pozici ve firmě, kde také provádí výběr zaměstnanců.

Tabulka 6 - otázka č. 27

Odpověď	Primární sektor	Sekundární sektor	Terciární sektor	Kvartérní sektor	Personální oddělení	Vedoucí pracovník	Celkový počet
Muž	24	14	8	14	14	46	60
Žena	6	16	22	16	28	32	60
<b>Celkem</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>78</b>	<b>120</b>

### 11.3.7 Jaký je váš věk?

Tato otázka byla položena z důvodu zjištění rozdílu vnímání grafického životopisu v závislosti na věku osoby, která provádí jeho hodnocení. Byly zvoleny intervaly, které většinou obsahovaly 10 let.

Nejvíce respondentů se věkem pohybovalo v rozmezí 45-54 let. Je zajímavé, že v primárním sektoru se 17 z celkových 30 respondentů pohybovalo v rozmezí 55-64 let. Naopak v terciárním sektoru se 18 respondentů pohybovalo v intervalu 35-45 let.

Tabulka 7 - otázka č. 28

Odpověď	Celkový Počet	Primární sektor	Sekundární sektor	Terciární sektor	Kvartérní sektor
25–34	12	0	4	8	0
35–44	36	2	10	18	6
45–54	41	11	8	4	18
55–64	31	17	8	0	6
<b>Celkem</b>	<b>120</b>				

### 11.4 Otázky k první výzkumné otázce

V této části práce budou podobně jako v té předchozí uvedeny výsledky otázek z dotazníku. Tyto otázky jsou propojeny s první výzkumnou otázkou, která zní: „Jak vnímají personalisté životopis v kontextu aktuálnosti pro výběr zaměstnanců?“ Tato část dotazníku zjišťovala, zda je životopis jako nástroj stále využívaný, a jak si respondenti představují jeho budoucnost. Navazuje to tak na cíl výzkumu.

#### 11.4.1 Jak často je životopis součástí dokumentů, které jsou ve vaší firmě požadovány při získávání zaměstnanců?

Cílem této otázky bylo zjistit, zda je životopis ustálenou formou sdělování základních informací o uchazeči, a v jaké míře ho respondenti v současné době využívají.

Dá se říci, že většina respondentů požaduje po kandidátovi životopis ve všech případech. Dalších 50 respondentů odpovědělo, že životopis požadují ve většině případů, tedy ne vždy. Pouze dva respondenti odpověděli, že životopis po uchazečích nevyžadují.

Tabulka 8 - otázka č. 1

Odpověď	Počet
Vždy	62
Ve většině případů	50
Někdy požadujeme i jiné dokumenty	6
Životopis po kandidátech nepožadujeme	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

## 11.4.2 Využíváte kromě životopisu i jiné způsoby pro získání prvních informací o uchazeči?

Tato část se snažila odpovědět na to, zda první potřebné informace o uchazeči hodnotící získávají pouze z životopisu, nebo jestli využívají i jiné zdroje, jako mohou být různé sociální sítě, ať už neprofesního nebo profesního charakteru. Tato otázka měla možnost vlastní odpovědi, proto někteří z respondentů odpovídali svými vlastními slovy. Nejvíce respondentů odpovědělo, že pro získání prvních informací využívají pouze životopis. Pouze o 8 respondentů méně využívá při získávání informací různé sociální sítě, včetně těch profesně zaměřených, jako je třeba LinkedIn. Pouze 14 respondentů přiznalo, že pro tyto účely využívají sociálních sítí, které nejsou profesně orientované. Možnost vlastní odpovědi využili pouze 4 respondenti a obecně se jednalo o získání referencí z třetích stran.

Tabulka 9 - otázka č. 2

Odpověď	Počet
Ne, životopis je pro nás dostačující zdroj prvních informací	55
Ano, využíváme i sociálních sítí včetně těch profesních (LinkedIn)	47
Ano, využíváme i neprofesních sociálních sítí	14
Ano, využíváme reference od přátel	1
Doporučení blízkých	1
Doporučení	1
Reference od bývalých zaměstnavatelů	1
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.4.3 Který zdroj vám poskytuje nejcennější informace o uchazeči?

V této části respondenti určovali nejcennější zdroj prvních informací při výběru zaměstnanců. Otázka byla opět polootevřená, takže se mohli respondenti vyjádřit vlastními slovy.

Většina respondentů odpověděla, že takovým zdrojem zůstává životopis. Tuto variantu volili téměř  $\frac{3}{4}$  respondentů. Vlastní odpověď zde zvolilo 8 respondentů a opět se jedná o reference z třetích stran.

Tabulka 10 - otázka č. 3

Odpověď	Počet
Životopis	87
Profesní sociální síť	12
Žádná z možností neposkytuje relevantní informace o uchazeči	11
Doporučení	4
Neprofesní sociální síť	2
Reference od přátel	1
Doporučení od blízkých	1
Reference od bývalých zaměstnavatelů	1
Předchozí reference	1
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.4.4 Jak vidíte budoucnost životopisu jako dokumentu používaného při výběru zaměstnanců?

Poslední otázka z první části se věnuje budoucnosti životopisu jako nástroje využívaného při výběru zaměstnanců. Cílem otázky bylo zjistit, jak silně vnímají respondenti životopis v kontextu nových technologií a jestli vidí potenciál v jeho dalším využívání. Téměř polovina respondentů odpověděla, že význam životopisu bude částečně potlačen, ale stále se bude při výběru zaměstnanců používat. Jako druhou nejvíce volenou odpovědí je tvrzení, že životopis bude stále nedílnou součástí výběru zaměstnanců. O silném potlačení významu, nebo o úplném nahrazení životopisu jinými technologiemi se zmiňuje pouze 20 respondentů.

Tabulka 11 - otázka č. 4

Odpověď	Počet
Význam životopisu bude částečně potlačen, ale stále se bude používat	57
Životopis bude stále nedílnou součástí výběru zaměstnanců	43
Životopis bude pouze doplňkovou záležitostí při výběru zaměstnanců	12
Životopis jako dokument bude zcela nahrazen službami nových technologií	8
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

## 11.5 Otázky k druhé výzkumné otázce

Další část dotazníku byla věnována druhé výzkumné otázce, která se snaží zjistit, zda existují životopisy, které si ihned získají pozornost hodnotitelů. V případě že ano, bylo potřeba zjistit, zda mají takové životopisy nějakou společnou vlastnost a jestli jsou pro hodnotitele tak zásadní, že si je uchová v paměti.

### 11.5.1 Dokáže vás při selekci životopisů nějaký dokument zaujmout hned na první pohled?

Bylo důležité zjistit, zda se vůbec objevují životopisy, které dokáží hodnotitele na první pohled zaujmout, a zda si to hodnotitel uvědomuje. Otázka byla položena tak, aby v ní byl zřetelný proces selekce životopisů, tedy vyhodnocování více takových dokumentů. Téměř všichni respondenti odpověděli, že existují životopisy, které jsou schopné okamžitě upoutat jejich pozornost.

Tabulka 12 - otázka č. 5

Odpověď	Počet
Určitě ano	46
Spíše ano	66
Nevím	2
Spíše ne	4
Určitě ne	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.5.2 Mají životopisy, které vás okamžitě zaujmou nějakou společnou vlastnost?

Dalším bodem bylo zjistit, zda životopisy, které hodnotitele zaujmou na první pohled, mají nějaké společné rysy, které by byly zobecnitelné. Tato otázka byla polouzavřená a respondenti měli možnost zvolit svou vlastní odpověď.

Většina respondentů uvedla, že opravdu existují rysy, které se objevují právě u zkoumané skupiny životopisů, a že jsou si tedy tyto životopisy podobné.

Tabulka 13 - otázka č. 6

Odpověď	Počet
Ano, životopisy, které mě ihned upoutají mají podobné rysy	24
Spíše ano, většina takových životopisů si je podobná	61
Ne, takové životopisy si nejsou v ničem podobné	33
Nesetkal/a jsem se s životopisem, který by mě okamžitě upoutal	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.5.3 Co přesně upoutá v životopisu vaši pozornost jako první?

Tato otázka vychází z otázky předcházející a zjišťuje, co by se dalo považovat za vlastnost, nebo komponentu tohoto dokumentu, která je tím hlavním poutačem hodnotitelovy pozornosti. Záměrně zde nebyla uvedena možnost odpovědi, která by poukázala na obsah textu. Cílem bylo zjistit podnět, který přiláká první pozornost hodnotitele. Obsah textu je samozřejmě hlavní komponentou životopisu, ale pro její zhodnocení je potřeba se na životopis už podrobněji zaměřit. U této otázky bylo možné zvolit vlastní odpověď.

Dle vyhodnocení odpovědí je právě použitá fotografie na životopisu tím, co upoutá pozornost jako první. Odpověď, která byla zvolena jako druhá v pořadí poukazuje na strukturování textu v dokumentu. Až jako další v pořadí byly voleny grafické prvky a použité barvy. Pouze dva respondenti odpověděli, že je jako první upoutá použité písmo.

Tabulka 14 - otázka č. 7

Odpověď	Počet
Fotografie	44
Struktura textu	40
Využití grafických prvků	22
Použité barvy	12
Použité písmo	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.5.4 Zapamatujete si při výběru zaměstnanců kandidáta podle jeho životopisu?

Tato otázka se zaměřuje na zapamatovatelnost životopisu při výběru zaměstnanců. Zkoumá, jestli může být životopis natolik zapamatovatelný, aby si ho hodnotící jasně spojil s příslušným kandidátem.

Většina kandidátů přiznává, že si zapamatovává kandidáty právě podle jejich životopisů.

Tabulka 15 - otázka č. 8

Odpověď	Počet
Ano, stává se to velice často	38
Ano, někdy se to stane	66
Stává se to jenom ojedinele	12
Ne, jeho životopis si dále nevybavuji	4
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

## 11.6 Otázky k třetí výzkumné otázce

Při posuzování a selekci životopisu se v hlavě hodnotitele může sejít velká spousta myšlenek. Úkolem této části dotazníku bylo zjistit, zda hodnotitelé při selekci životopisu přemýšlí nejen o kompetencích, schopnostech a dovednostech, které jsou uvedeny v textu životopisu, ale i o povahových rysech kandidáta. Zda životopis může nějakým způsobem přenést informace o těchto vlastnostech, zda si takového hodnotitelé připouští a zda existují v dokumentu prvky, kterými lze tuto komunikaci uskutečňovat.

### 11.6.1 Stává se vám, že si k uchazeči na základě jeho životopisu podvědomě přiřadíte nějakou povahovou vlastnost, aniž byste se s kandidátem jinak kontaktoval/a?

Tato otázka měla zjistit, zda personalisté při selekci životopisů uvažují o povahových vlastnostech uchazečů. Součástí grafického životopisu je přenos právě takových informací. Cílem tedy bylo zjistit, zda je takový přenos vůbec opodstatněný.

Celkově se dá tvrdit, že většina hodnotitelů na základě životopisu opravdu o povaze kandidáta uvažují a dokáží si jeho povahové vlastnosti na základě životopisu přiřadit. Pouze 17 respondentů tuto možnost úplně odmítlo. Z odpovědí zbylých respondentů se dá říci, že přemýšlí nad povahovými rysy uchazeče, ale nedochází k tomu ve všech případech hodnocení.

Tabulka 16 - otázka č. 9

Odpověď	Počet
Ano, stává se to často	4
Ano, někdy se to stane	53
Stává se to jenom velmi ojediněle	46
Ne, nestává se to	17
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

## 11.6.2 Myslíte si, že životopis může odrážet povahové vlastnosti uchazeče?

Tato otázka rozvíjí otázku předchozí, protože se táže přímo na schopnost životopisu přenést informaci o povahových vlastnostech uchazeče.

Z odpovědí vyplývá, že většina respondentů v tuto schopnost věří. Je tedy možné, že při vytváření životopisu do něj, ať už cíleně nebo nevědomě, může kandidát vložit informaci o své povaze.

Tabulka 17 - otázka č. 10

Odpověď	Počet
Určitě ano	14
Spíše ano	75
Nevím	9
Spíše ne	12
Určitě ne	10
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

## 11.6.3 Jakými znaky by se mohla v životopisu odrazit uchazečova povaha?

Pokud hodnotitelé přiřazují charakterové vlastnosti uchazečům na základě životopisu, je otázka, na základě jakých prvků tohoto dokumentu se tak děje. V odpovědích zde bylo vypsáno několik možností, které respondent mohl zvolit. Otázka je ale polouzavřená, takže měl respondent možnost zvolit vlastní odpověď. U této otázky byl nastaven limit pro maximální počet tří odpovědí.

Po zjištění četnosti výskytu jednotlivých odpovědí lze konstatovat, že personalisté nejvíce uvažují o povaze uchazeče na základě stylizace textu a na základě použitých grafických prvků. Méně v nich tyto myšlenky vzbuzuje struktura a zarovnání textu a použitá fotografie a nejméně potom použité barvy a písmo.

Tabulka 18 - otázka č. 11

Odpověď	Počet
Použitou strukturou a zarovnáním textu	47
Slohou stylizací textu	102
Použitým písmem	14
Použitou fotografií	42
Použitými barvami	8
Použitými grafickými prvky	56
<b>Celkem</b>	<b>269</b>



#### **11.6.4 Myslíte si, že jsou při výběru zaměstnanců kromě uvedených objektivních informací (vzdělání, pracovní zkušenosti...) důležité i osobnostní charakteristiky uchazeče?**

Položením této otázky by mělo být zjištěno, jak respondenti vnímají při výběru zaměstnanců důležitost osobnostních charakteristik uchazeče. Životopis grafického typu, který je stěžejním tématem této práce, by měl být přínosný právě v poskytování těchto informací o uchazeči. Je tedy důležité zjistit, zda jsou takové informace vůbec pro hodnotitele potřebné.

Po vyhodnocení odpovědí na tuto otázku lze konstatovat, že více než tři čtvrtiny dotázaných se přiklání k názoru, že povahové rysy uchazeče jsou při výběru zaměstnanců podstatným tématem.

*Tabulka 19 - otázka č. 12*

<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>
Určitě ano	48
Spíše ano	47
Spíše ne	21
Určitě ne	4
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

## 11.7 Otázky ke čtvrté výzkumné otázce

Tato část otázek dotazníku se věnovala tématice vnímání grafického životopisu jako možného samostatného druhu tohoto dokumentu. Respondenti zde měli za úkol určit, zda vnímají tento druh životopisu odlišně od ostatních a zda jim přináší nějakou přidanou hodnotu.

### 11.7.1 Jak vnímáte životopis, který je zpracován originálně a nevšedně?

Vnímání hodnotitelů se může zvláště v případě posuzování životopisu, který je zpracován méně formálně, velice lišit. Může to být ovlivněno mnoha faktory, z nichž některé se mohou týkat osobnosti hodnotitele a některé z nich mohou být ovlivňovány firemní kulturou, nebo prostředím, ve kterém se firma pohybuje. Otázka, na kterou respondenti odpovídali byla polouzavřená, takže respondenti mohli volit svou vlastní odpověď.

Po vyhodnocení odpovědí lze konstatovat, že téměř polovina respondentů vnímá kreativní zpracování životopisu pozitivně a oceňují úsilí při jeho tvorbě. Pro účel této práce je zásadní počet bodů u druhé odpovědi, ve které respondenti přiznávají, že vnímají kreativní životopisy jako zdroj dalších informací. Tuto odpověď zvolilo celkově 26 respondentů, tedy 31,2 % respondentů z celkového počtu.

Tabulka 20 - otázka č. 13

Odpověď	Počet
Pozitivně, vyžadovalo to více úsilí a kreativitu	57
Pozitivně, je to zdroj dalších informací	26
Je to zpestření, ale nepřikládám tomu žádný větší význam	25
Negativně, snižuje to vážnost dokumentu	12
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

## 11.7.2 Jak často se s takovým životopisem setkáváte?

Tato otázka navazuje na otázku předchozí a snaží se zjistit, jak často se respondenti setkávají s kreativně a originálně zpracovaným životopisem. Cílem bylo zjistit výskyt těchto životopisů v jednotlivých ekonomických sektorech.

Největší část respondentů ve všech sektorech odpověděla, že se s takovým životopisem ještě nesetkala. Odpověď, která byla volena jako druhá nejčastější poukazuje na to, že se kreativní a originální životopisy na trhu objevují, ale jejich výskyt je dle četnosti těchto odpovědí malý. Celkově se s takovým životopisem už někdy setkalo 32 z celkového počtu 120 dotazovaných respondentů. Největší výskyt těchto životopisů se dá dle odpovědí pozorovat v sekundárním a terciárním ekonomickém sektoru.

Tabulka 21 - otázka č. 14

Odpověď	Celkový Počet	Primární sektor	Sekundární sektor	Terciární sektor	Kvartérní sektor
Setkávám se s takovými životopisy často	0	0	0	0	0
Už jsem se s takovým životopisem setkal/a	32	8	10	10	4
Nevím, nepamatuji si	15	7	6	6	2
Nikdy jsem se s takovým životopisem nesetkal/a	73	15	14	14	24
<b>Celkem</b>	<b>120</b>				

## 11.7.3 Přináší vám takový životopis informace, které byste z jiného zpracování nezískal/a?

Tato otázka se opět věnuje dodatečným informacím, které může kreativně zpracovaný životopis přinášet. Cílem bylo zjistit konzistentnost v odpovědích respondentů týkající se vnímání kreativních životopisů a jejich přidané hodnoty.

Je zajímavé, že celkově 52 respondentů se přiklání k názoru, že jim kreativně zpracovaný životopis přináší informace nad rámec životopisu běžného. V jedné z předchozích otázek se respondenti mohli vyjádřit, zda kreativní životopis vnímají jako další zdroj informací, ale tuto variantu volilo pouze 26 respondentů.

Tabulka 22 - otázka č. 15

Odpověď	Počet
Určitě ano	10
Spíše ano	42
Nevím	19
Spíše ne	31
Určitě ne	18
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.7.4 Může se stát životopis grafického typu další využívanou formou zpracování takového dokumentu?

V této části bylo cílem zjistit postoj respondentů k životopisu grafického typu a jejich názor na jeho potenciál ve využití v praxi jako na další formu tohoto dokumentu. Díky stanovenému cíli výzkumu je potřeba se na odpovědi této otázky dívat v kontextu ekonomických sektorů, ve kterých byly jednotlivé odpovědi zvoleny.

Po analýze odpovědí lze konstatovat, že podle četnosti jednotlivých odpovědí je právě terciární sektor tím, kde je potenciál pro využití životopisu grafického typu největší. V kontextu všech odpovědí vyplynulo, že celkově je tento druh životopisu vnímán kladně. Tento postoj ale neplatí pro univerzální použití, ale pouze pro užší skupinu pracovních pozic.

Tabulka 23 - otázka č. 16

Odpověď	Celkový Počet	Primární sektor	Sekundární sektor	Terciární sektor	Kvartérní sektor
Určitě ano, je to užitečné	6	0	0	6	0
Spíše ano, ale pouze pro určitou skupinu pracovních míst	65	15	18	18	14
Nevím	4	0	0	2	2
Spíše ne, taková forma životopisu nemá potenciál pro širší využití	31	9	8	2	12
Určitě ne, je to zbytečné	14	6	4	2	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>				

## 11.8 Otázky k páté výzkumné otázce

Tato poslední sekce dotazníku je věnovaná tématu potenciálu obecného využití životopisu grafického typu při výběru zaměstnanců. Respondenti zde měli určit, zda by mělo význam využívat tento druh životopisu bez rozdílu zaměření a ekonomického sektoru.

### 11.8.1 Liší se struktura a vizuální zpracování životopisů, které posuzujete, v závislosti na charakteru obsazovaného pracovního místa?

Jak už bylo výše uvedeno, jedním z charakteristických rysů životopisu grafického typu je personalizace, tedy přizpůsobení formy zpracování životopisu povaze pracovní pozice s ohledem na schopnosti a dovednosti uchazeče. Tato otázka měla za úkol zjistit, zda jsou v současné době životopisy personalizovány, nebo zda mají stále podobnou formu nezávislou na charakteru pracovní pozice.

Po analýze odpovědí lze konstatovat, že převažují personalizované životopisy, nicméně rozdíl v počtu personalizovaných a nepersonalizovaných životopisů není nijak výrazný.

Tabulka 24 - otázka č. 17

Odpověď	Počet
Určitě ano	18
Spíše ano	50
Nevím	0
Spíše ne	50
Určitě ne	2
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.8.2 Měl by být životopis personalizován? (Vytvářen s ohledem na pracovní místo a povahové vlastnosti uchazeče)?

Tato otázka navazuje na otázku předchozí a snaží se zjistit stav, který je v této oblasti respondenty žádaný. Zajímavé bude porovnat, jak se liší skutečný stav od situace, kterou hodnotitelé považují za žádoucí.

Po vyhodnocení výsledků lze tvrdit, že se více respondentů přiklání k personalizované formě životopisu. Oproti předchozí otázce, která zjišťovala současný stav, lze pozorovat větší polarizaci názorů.

Tabulka 25 - otázka č. 18

Odpověď	Počet
Určitě ano	20
Spíše ano	55
Nevím	6
Spíše ne	19
Určitě ne	20
<b>Celkem</b>	<b>120</b>

### 11.8.3 Dokážete si představit využití životopisu grafického typu pro všechny pracovní pozice?

Cílem této otázky bylo zjistit, jaký mají respondenti názor na využití grafického životopisu v případě všech pracovních pozic. Důležité je zde rozdělení odpovědí dle jednotlivých sektorů, jelikož cílem práce je zjistit využitelnost právě v těchto sektorech.

Více jak tři čtvrtiny respondentů se přiklání k názoru, že životopis grafického typu není využitelný pro všechny pracovní pozice. Nejpozitivněji se k takovému životopisu staví v terciárním sektoru, kde se objevilo v porovnání s ostatními sektory nejvíce odpovědí, které se k širokému využití staví pozitivně. Naopak největší odpor k takovému využití lze nalézt v primárním sektoru.

Tabulka 26 - otázka č. 19

Odpověď	Celkový Počet	Primární sektor	Sekundární sektor	Terciární sektor	Kvartérní sektor
Určitě ano	4	0	2	2	0
Spíše ano	16	0	6	8	2
Nevím	2	0	0	2	0
Spíše ne	62	14	16	14	18
Určitě ne	36	16	6	4	10
<b>Celkem</b>	<b>120</b>				

### 11.8.4 Ve kterých ekonomických sektorech je dle vás životopis grafického typu využitelný?

Otázka celkové využitelnosti v jednotlivých sektorech je pro tuto práci klíčová. Respondenti zde měli uvést všechny hospodářské sektory, pro které vidí životopis grafického typu jako využitelný. Otázka byla postavena tak, aby mohli respondenti zvolit jeden, ale i více sektorů. Nechyběla možnost pro celkové odmítnutí využití tohoto typu dokumentu.

Z odpovědí je vidět, že největší potenciál pro využití tohoto životopisu je v terciárním sektoru. Naopak nejmenší potenciál byl zaznamenán v primárním sektoru. Celkový počet hlasů pro nulový potenciál pro jakékoliv využití je 26, tedy 13,5 %.

Tabulka 27 - otázka č. 20

Odpověď	Počet
Primární sektor (Prvovýroba)	2
Sekundární sektor (Druhovýroba)	48
Terciální sektor (Služby)	92
Kvartérní sektor (Znalostní sektor)	24
Taková forma životopisu není využitelná	26
<b>Celkem</b>	<b>192</b>

### 11.8.5 Je životopis grafického typu využitelný ve vaší firmě?

Poslední otázka v dotazníku byla namířena na prostředí, v kterém se respondenti pohybují, a sice na společnost, v které jsou zaměstnáni a v které provádějí výběr zaměstnanců. U této otázky je opět důležité rozdělení odpovědí dle jednotlivých sektorů. Možnosti odpovědí byly zvoleny tak, aby měl respondent možnost volby obecného využití této formy životopisu v jeho působišti, nebo pouze omezeného využití pro některé pracovní pozice.

Po analýze výsledků lze konstatovat, že téměř polovina respondentů nevidí ve firmách, ve kterých pracují, grafickou formu životopisu jako využitelnou. Velká část ostatních respondentů tuto formu jako využitelnou vidí, ale pouze u některých z pozic, které jsou v jejich firmách obsazovány. Stejně jako u předchozí otázky se k využití těchto životopisů nejpozitivněji staví v terciárním sektoru, kde se objevily jediné 4 odpovědi, které souhlasily s plošným využitím. Naopak v primárním sektoru je dle respondentů využití těchto životopisů nejméně možné.

Tabulka 28 - otázka č. 21

Odpověď	Cel- kový Počet	Pri- mární sektor	Sekun- dární sek- tor	Terci- ární sek- tor	Kvar- terní sektor
Ano, je využitelný u všech pracovních pozic	4	0	0	4	0
Ano, ale pouze u některých pracovních pozic	54	6	18	20	10
Nevím	6	0	2	2	2
Ne, v naší firmě využití nenajde.	56	24	10	4	18
<b>Celkem</b>	<b>120</b>				

## 11.9 Sumarizace výsledků výzkumu a odpovědi na výzkumné otázky

Po vyhodnocení a analýze získaných odpovědí z dotazníku byla získána data, která je nutno interpretovat. Tato část práce se bude věnovat shrnutí dat z jednotlivých částí dotazníku a porovnání těchto dat s teorií.

První část dotazníku se věnovala první výzkumné otázce. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že životopis je stále nejvíce využívaným nástrojem pro získání prvních informací o uchazeči o zaměstnání v procesu výběru zaměstnanců. Jeho využití se zdá být napříč sektory stabilní, i když jsou zde určité tendence k odklonění se od životopisu a nahrazení této formy komunikace dostupnými technologiemi. Tyto tendence byly zaznamenány v terciárním sektoru, kde se objevuje největší zastoupení hodnotitelů působících přímo v personálních odděleních. Odpovědi na první výzkumnou otázku je tedy tvrzení: *Personalisté českých firem vnímají životopis jako stabilně využívaný nástroj používaný při výběru zaměstnanců, nicméně jsou si vědomi možným nahrazením této formy prezentace novými technologiemi.*

Druhá část dotazníku vychází z výzkumné otázky, která hledá něco, co v životopisech poutá pozornost a čeho si hodnotitelé všímají jako první. Po potřebných zjištěních se dá tvrdit, že životopis je zapamatovatelný a přiřaditelný ke kandidátovi. Dále se dají určit prvky, které zaujmou hodnotitelovu pozornost jako první. Tímto prvkem je kombinace použité fotografie a použité struktura textu. Odpovědi na druhou výzkumnou otázku je tedy tvrzení: *Použitá fotografie a struktura textu jsou prvky životopisu, díky kterým je tento dokument zapamatovatelný, rozeznatelný a snadno přiřaditelný k určitému uchazeči o pracovní pozici.*

Odpovědi na třetí výzkumnou otázku je tvrzení, že *personalisté vnímají životopis jako nástroj, který může přenášet informace o povahových vlastnostech uchazeče, které považují při výběru zaměstnanců za podstatné.* Je zřejmé, že hodnotitelé tento fakt vnímají a dokáží identifikovat prvky životopisu, které jim tyto informace poskytují. V kontextu životopisu grafického typu je to důležité zjištění, protože tento druh životopisu by měl pomoci při přenášení právě tohoto druhu informací.

Z analýzy odpovědí čtvrté části dotazníku vyplývá, že respondenti odlišují životopis grafického typu od běžně šířených životopisů. Kreativní životopis vnímají převážně



kladně, ovšem už menší část respondentů v tomto druhu dokumentu spatřuje přidanou hodnotu v podobě zdroje dalších potřebných informací. Odpovědí na čtvrtou výzkumnou otázku je tedy tvrzení: *Personalisté českých firem rozeznávají rozdíl mezi běžnou formou životopisu a životopisem grafického typu, nicméně jeho potenciál ve smyslu přisunu dodatečných informací je dle jejich hodnocení malý.*

Poslední část dotazníku vycházela z páté výzkumné otázky, která se týká oblasti obecného použití životopisu grafického typu. S ohledem na získaná data se dá konstatovat, že personalizované formy životopisů jsou obecně žádané. Dalším faktem, který z odpovědí vyplývá, je velmi nízký potenciál pro obecné využití životopisu grafického typu. Jeho využití je při výběru zaměstnanců podle odpovědí smysluplné pouze pro některé pracovní pozice. Posledním zjištěním je fakt, že nejpozitivněji se v otázce využití zmínované formy tohoto dokumentu staví v terciárním sektoru. Naopak největší odpor lze zaznamenat v primárním sektoru. Odpovědí na pátou výzkumnou otázku je tedy tvrzení: *Životopis grafického typu v současnosti není obecně využitelnou formou tohoto dokumentu.*

Cílem výzkumu bylo zjistit, jaká je využitelnost životopisu grafického typu v ekonomických sektorech. Po analýze všech dat se dá říci, že většina personalistů vnímají rozdíly mezi běžně šířeným životopisem a životopisem grafického typu a věří v přesun informací o uchazečových osobnostních rysech prostřednictvím tohoto životopisu. Kreativita životopisu je hodnocena kladně, nicméně obecný potenciál pro využití životopisu grafického typu je velmi malý.

Životopis grafického typu je nejméně využitelný v primárním sektoru, kde se nejvíce objevovaly konzervativnější názory na budoucnost životopisu a byl zde zaznamenán největší počet odpovědí spojených s odmítnutím kreativních forem životopisu a přenosu informací o osobnosti uchazeče. V tomto sektoru odpovídali nejvíce muži nad 55 let.

Nejvyšší využitelnost tohoto druhu životopisu byla zaznamenána v prostředí terciárního sektoru, kde se největší část hodnotitelů pohybuje ve věku 35-44 let a tvoří je převážně ženy. I v tomto sektoru ale není životopis grafického typu obecně využitelný. Jeho využití se omezuje na užší skupinu pracovních pozic. Pokud by se tedy životopis grafického typu měl více využívat, potom je jeho použití vhodné v terciárním sektoru.

## Závěr

Získávání a výběr zaměstnanců se dá považovat za velmi důležitou složku řízení lidských zdrojů. Firma se snaží v určitém čase a za určitých nákladů přilákat vhodné kandidáty, ze kterých poté vybírá ty nejvhodnější. S využitím nových technologií se jednotlivé činnosti zrychlují a tím se zvyšují nároky na flexibilitu a na prezentaci informací. Součástí výběru zaměstnanců je zkoumání životopisů, kterými se uchazeči prezentují. První část práce se věnovala uvedením tématu životopisu grafického typu do kontextu získávání a výběru zaměstnanců. Text kapitol vycházel z několika autorů, kteří se věnují problematice řízení lidských zdrojů. Stěžejním tématem byl samotný životopis a jeho formy, kde byly vysvětleny charakteristické znaky jednotlivých druhů a údaje, které jsou v životopisu obsaženy.

Celá jedna část byla věnována životopisu grafického typu, který byl poté i součástí předmětu výzkumu. Ukázalo se, že tento druh dokumentu protíná hned několik oborů a řídí se jejich teorií. Z největší části je to řízení lidských zdrojů, ale vychází také z psychologie barev a z grafického designu.

Velká část práce byla věnována průzkumu, který byl uskutečněn. Cílem bylo určit obchodní sektor, ve kterém bude životopis grafického typu nejvíce využitelný. Po vyhodnocení tohoto kvantitativního průzkumu se ale ukázalo, že potenciál pro obecné využití tohoto druhu životopisu je velice nízký. Pokud by se ale měl více využívat, je pro tento druh dokumentu nejvhodnějším prostředím terciární ekonomický sektor, kde by se dal využít u užší skupiny pracovních míst. Právě určení těchto skupin pracovních míst by mohl být cíl dalšího výzkumu.

Cílem této práce bylo určit obchodní sektory, pro které je při náboru zaměstnanců nejvíce využitelný životopis grafického typu. Jako autor této práce si myslím, že se povedlo tento cíl naplnit ve smyslu zjištění celkové a následně dílčí využitelnosti dle sektorů. V současnosti není životopis grafického typu obecně využitelný v žádném sektoru, nicméně jeho využití pro užší část pracovních pozic je nejvhodnější v sektoru terciárním.

# Seznam použité literatury

ARMSTRONG, M., 2015. *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy: 13. vydání.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5258-7

ARMSTRONG, M., 2010. *Řízení lidských zdrojů.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1407-3.

BĚLOHLÁVEK, František, 2016. *Jak vybrat správného člověka na správné místo: úspěšný personální výběr.* Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5768-1.

BLÁHA, Jiří, MATEICUIC, Aleš, KAŇÁKOVÁ, Zdeňka, 2005. *Personalistika pro malé a střední firmy.* Praha: Computer press. ISBN 978-80-251-0374-6.

BRISK, Paul, 2011. *Creating your CV as a self marketing tool.* Praha: Bookboon. ISBN 978-87-7681-945-3.

ELLIOT, A.J. & Maier, M. A., 2007. *Color and Psychological Functioning.* Current Directions in Psychological Science.

FOOT, M., HOOK, C., 2002. *Personalistika.* Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-515-6.

GOLDSTEIN K., 1942. *Some experimental observations concerning the influence of colors on the function of the organism.* Occup. Ther. Rehabil.

HODGSON, S., 2007. *Psychologické a jiné výběrové testy.* 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1945-0.

HRONÍK, F., 2006. *Hodnocení pracovníků.* 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-247-1458-2.

KOCIÁNOVÁ, R., 2010 *Personální činnosti a metody personální práce.* Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2497-3.

KOLMAN, L., CHÝLOVÁ, H., MICHÁLEK, P., GLOSÍKOVÁ, Z., 2010. *Výběr zaměstnanců: metody a postupy.* 1.vyd. Praha: Linde. ISBN 978-80-7201-810-9.

KOUBEK, J., 2010. *Řízení lidských zdrojů – Základy moderní personalistiky.* Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-168-3.

KOUBEK, J., 1996. *Personální práce v malých podnicích.* Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3823-9.

LÜSCHER, M., 1991. *Test volby barev k hodnocení osobnosti,* Bratislava: Psychodiagnostika.

MATĚJKA, M., 2007. *Vše o přijímacím pohovoru.* 2. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1972-6.

NOVOTNÝ, J., Suchánek, P., 2004. *Nauka o podniku I. – Distanční studijní opora, 1. vydání*, Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. ISBN 80-210-3333-9.

ROBBINS, S. P., COULTER, M., 2004. *Management*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0495-1.

ROJÍČEK, Marek, SPĚVÁČEK, Vojtěch, VEJMĚLEK, Jan, ZAMRAZILOVÁ, Eva, ŽDÁREK, Václav, 2016. *Makroekonomická analýza: teorie a praxe*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5858-9.

SHARPE, Deborah T., 1974. *The psychology of color and design*. Chicago: Nelson-Hall Co. ISBN 0882291076.

ŠIKÝŘ, Martin, 2012. *Personalistika pro manažery a personalisty*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4151-2.

TOŠOVSKÁ, Denisa, 2005. *Atraktivní životopis v angličtině*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0625-3.

ULRICH, David, 2009. *Mistrovské řízení lidských zdrojů: překlad bestselleru Human resource champions*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3058-5.

VÁVRA, Jan, LAPKA, Miloslav, CUDLÍNOVÁ, Eva, 2015. *Ekonomika v souvislostech*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy. ISBN 978-80-7308-571-1.

WOLFROM, Joen. *The magical effects of color*. Lafayette, Calif.: C & T Pub. ISBN 978-0914881537.

WOOTTON, R., D. R. SPRINGALL a Julia M. POLAK. *Image analysis in histology: conventional and confocal microscopy*. New York: Published in association with the Royal Postgraduate Medical School, University of London by Cambridge University Press. ISBN 0521434823.

Zákon č. 198/2009 Sb., o rovném zacházení a o právních prostředcích ochrany před diskriminací a o změně některých zákonů (antidiskriminační zákon).

Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů.

Internetové zdroje:

<http://www.nytimes.com/1988/12/31/obituaries/faber-birren-88-expert-on-color.html>

<http://colorschemedesigner.com/previous/colorscheme1/help.html>

## Seznam obrázků

Obrázek 1.....	50
Obrázek 2.....	50

## Seznam tabulek

Tabulka 1 - otázka č. 22.....	25
Tabulka 2 - otázka č. 23.....	26
Tabulka 3 - otázka č. 24.....	27
Tabulka 4 - otázka č. 25.....	27
Tabulka 5 - otázka č. 26.....	28
Tabulka 6 - otázka č. 27.....	28
Tabulka 7 - otázka č. 28.....	29
Tabulka 8 - otázka č. 1.....	29
Tabulka 9 - otázka č. 2.....	30
Tabulka 10 - otázka č. 3.....	31
Tabulka 11 - otázka č. 4.....	31
Tabulka 12 - otázka č. 5.....	32
Tabulka 13 - otázka č. 6.....	32
Tabulka 14 - otázka č. 7.....	33
Tabulka 15 - otázka č. 8.....	33
Tabulka 16 - otázka č. 9.....	34
Tabulka 17 - otázka č. 10.....	35
Tabulka 18 - otázka č. 11.....	35
Tabulka 19 - otázka č. 12.....	36
Tabulka 20 - otázka č. 13.....	37
Tabulka 21 - otázka č. 14.....	38
Tabulka 22 - otázka č. 15.....	38
Tabulka 23 - otázka č. 16.....	39
Tabulka 24 - otázka č. 17.....	40
Tabulka 25 - otázka č. 18.....	41
Tabulka 26 - otázka č. 19.....	41
Tabulka 27 - otázka č. 20.....	42
Tabulka 28 - otázka č. 21.....	43

# Seznam příloh

Příloha č. 1 – Dotazník .....	50
-------------------------------	----

# Životopis grafického typu

Vážené respondentky, vážení respondenti,

jsem student bakalářského oboru Personální management v průmyslových podnicích na ČVUT v Praze a provádím výzkum, který je součástí mé bakalářské práce. Tato práce se zabývá problematikou životopisu grafického typu a jeho využitelnosti v jednotlivých ekonomických sektorech.

Chtěl bych Vás co nejdvořileji poprosit o pár minut času, které strávíte vyplňováním tohoto dotazníku. Celý dotazník je anonymní a data budou využita pouze pro účely této bakalářské práce.

V případě jakýchkoliv dotazů mě můžete kontaktovat na emailové adrese: hermaj@cvut.cz

Děkuji za váš čas a ochotu.

S přáním krásného dne

Jan Heřmánek

## O dotazníku

Tento dotazník se zabývá tématem životopisu grafického typu. Jelikož je to velice nové téma, jsou potřeba data k jeho bližšímu poznání. Jedná se o druh životopisu, který vychází z běžně používaných strukturovaných životopisů. Jeho odlišností je ale širší zařazení grafických prvků a celkově větší přizpůsobení tohoto formátu k povaze uchazeče a k povaze pracovního místa, o které uchazeč žádá. Vychází se zde z teorie psychologie barev, která tvrdí, že použitím barev je možné přenést emoci, nebo například informaci o osobnostních rysech. Pro představu, jak takový životopis může vypadat, jsou zde uvedeny dva příklady takového typu životopisu. Některé údaje jsou na těchto životopisech z důvodu ochrany osobních údajů rozmazány. Dotazník je rozdělen do několika logických bloků, z nichž se každý věnuje nějakému tématu. Postupujte prosím ve vyplňování po jednotlivých blocích, některé otázky na sebe navazují

Obrázek 1



Zdroj: autor práce

Obrázek 2



Zdroj: <http://bit.ly/2lrC5ZC>



## Sekce 1

Otázka č.1 - Jak často je životopis součástí dokumentů, které jsou ve vaší firmě požadovány při získávání zaměstnanců?

- Vždy
- Ve většině případů
- Někdy požadujeme i jiné dokumenty
- Životopis požadujeme jen výjimečně
- Životopis po kandidátech nepožadujeme

Otázka č.2 - Využíváte kromě životopisu i jiné způsoby pro získání prvních informací o uchazeči?

- Ne, životopis je pro nás dostačující zdroj prvních informací
- Ano, využíváme i neprofesních sociálních sítí
- Ano, využíváme i sociálních sítí včetně těch profesních (Linkedin)
- Jiná...

Otázka č.3 - Který zdroj vám poskytuje nejcennější informace o uchazeči?

- Životopis
- Neprofesní sociální síť
- Profesní sociální síť
- Žádná z možností neposkytuje relevantní informace o uchazeči
- Jiná...

Otázka č.4 - Jak vidíte budoucnost životopisu jako dokumentu používaného při výběru zaměstnanců?

- Životopis bude stále nedílnou součástí výběru zaměstnanců
- Význam životopisu bude částečně potlačen, ale stále se bude používat
- Životopis bude pouze doplňkovou záležitostí při výběru zaměstnanců
- Životopis jako dokument bude zcela nahrazen službami nových technologií
- Jiná...

## Sekce 2

Otázka č.5 - Dokáže vás při selekci životopisů nějaký dokument zaujmout hned na první pohled?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

Otázka č.6 - Mají životopisy, které vás okamžitě zaujmou nějakou společnou vlastnost?

- Ano, životopisy, které mě ihned upoutají mají podobné rysy
- Spíše ano, většina takových životopisů si je podobná
- Ne, takové životopisy si nejsou v ničem podobné
- Nesetkal/a jsem se s životopisem, který by mě okamžitě upoutal

Otázka č.7 - Co přesně upoutá v životopisu vaši pozornost jako první?

- Struktura textu
- Použité písmo
- Použité barvy
- Použitá Fotografie
- Využití grafických prvků
- Jiná...

Otázka č.8 - Zapamatujete si při výběru zaměstnanců kandidáta podle jeho životopisu?

- Ano, stává se to velice často
- Ano, někdy se to stane
- Stává se to jenom ojedinele
- Ne, jeho životopis si dále nevybavuji

### **Sekce 3**

Otázka č.9 - Stane se vám, že si k uchazeči na základě jeho životopisu podvědomě přiřadíte nějakou povahovou vlastnost, aniž byste se s kandidátem jinak kontaktoval/a?

- Ano, stává se to často
- Ano, někdy se to stane
- Stává se to velmi ojedinele
- Ne, nestává se to

Otázka č.10 - Myslíte si, že životopis může odrážet povahové vlastnosti uchazeče?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

Otázka č.11 - Jakými znaky by se mohla v životopisu odrazit uchazečova povaha?

(vyberte maximálně 3 odpovědi)

- Použitou strukturou a zarovnáním textu
- Slohovou stylizací textu
- Použitým písmem
- Použitou fotografií
- Použitými barvami
- Použitými grafickými prvky
- Jiná...

Otázka č.12 - Myslíte si, že jsou při výběru zaměstnanců kromě uvedených objektivních informací (vzdělání, pracovní zkušenosti...) důležité i osobnostní charakteristiky uchazeče?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

## **Sekce 4**

Otázka č.13 - Jak vnímáte životopis, který je zpracován originálně a nevšedně?

- Pozitivně, vyžadovalo to více úsilí a kreativitu
- Pozitivně, je to zdroj dalších informací
- Je to zpestření, ale nepřikládám tomu žádný větší význam
- Negativně, snižuje to vážnost dokumentu
- Jiná...

Otázka č.14 - Jak často jste se s takovým životopisem setkal/a?

- Setkávám se s takovými životopisy často
- Už jsem se s takovým životopisem setkal/a
- Nevím, nepamatuji si
- Nikdy jsem se s takovým životopisem nesetkal/a

Otázka č.15 - Přináší vám takový životopis informace, které byste z jiného zpracování nezískal/a?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

Otázka č.16 - Může se stát životopis grafického typu další využívanou formou zpracování takového dokumentu?

- Určitě ano, je to užitečné
- Spíše ano, ale pouze pro určitou skupinu pracovních míst
- Nevím
- Spíše ne, taková forma životopisu nemá potenciál pro širší využití
- Určitě ne, je to zbytečné

Otázka č.17 - Liší se struktura a vizuální zpracování životopisů, které posuzujete, v závislosti na charakteru obsazovaného pracovního místa?

(kreativní náplň práce x rutinní náplň práce, dělnické pozice x vedoucí pozice)

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

Otázka č.18 - Měl by být životopis personalizován?

(Vytvářen s ohledem na pracovní místo a povahové vlastnosti uchazeče)

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

Otázka č.19 - Dokážete si představit využití životopisu grafického typu pro všechny pracovní pozice?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

Otázka č.20 - Ve kterých ekonomických sektorech je dle vás životopis grafického typu využitelný?

(můžete vybrat více odpovědí)

- Primární sektor (prvovýroba)
- Sekundární sektor (druhovýroba)
- Terciární sektor (služby)
- Kvartérní sektor (znalostní sektor)
- Taková forma životopisu není využitelná

Otázka č.21 - Je životopis grafického typu využitelný ve vaší firmě?

- Ano, je využitelný u všech pracovních pozic
- Ano, ale pouze u některých pozic
- Nevím
- Ne, v naší firmě využití nenajde

## **Sekce 5**

Otázka č.22 - V jakém ekonomickém sektoru vaše firma podniká?

- Primární sektor (prvovýroba)
- Sekundární sektor (druhovýroba)
- Terciární sektor (služby)
- Kvartérní sektor (znalostní sektor)

Otázka č.23 - V jaké kategorii dle CZ-NACE vaše firma působí?

- A – Zemědělství, lesnictví, rybářství
- B – Těžba a dobývání
- C – Zpracovatelský průmysl
- D – Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
- E – Zásobování vodou; činnosti související s odpady a sanacemi
- F – Stavebnictví
- G – Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel
- H – Doprava a skladování
- I – Ubytování, stravování a pohostinství
- J – Informační a komunikační činnost
- K – Peněžnictví a pojišťovnictví
- L – Činnosti v oblastech nemovitostí
- M – Profesní, vědecké a technické činnosti
- N – Administrativní a podpůrné činnosti
- O – Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
- P – Vzdělávání
- Q – Zdravotní a sociální péče
- R – Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
- S – Ostatní činnosti
- T – Činnosti domácností
- U – Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Otázka č.24 – Kolik zaměstnanců má vaše firma?

- 1-9
- 10-49
- 50-245
- 250-499
- 500-999
- 1 000-1 999
- 2 000 a více

Otázka č.25 - Jaké je vaše pracovní zařazení?

- Zaměstnanec personálního oddělení ve firmě
- Zaměstnanec personální agentury
- Vedoucí pracovník ve firmě
- Jiná...

Otázka č.26 – Provádíte na své pozici výběr zaměstnanců?

- Ano, věnuji se převážně této oblasti
- Ano, občas výběr zaměstnanců provádím
- Ano, ale jenom velmi zřídka
- Ne, výběr zaměstnanců neprovádím

Otázka č.27 – Jaké je vaše pohlaví?

- Muž
- Žena

Otázka č.28 – Jaký je váš věk?

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 a více

# Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této bakalářské práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení: Jan Heřmánek

V Praze dne: 23. 08. 2017

Podpis:

Jméno	Oddělení/ Pracoviště	Datum	Podpis