



PROČ BYCHOM SE MĚLI ZABÝVAT TÉMATEM ŠTĚSTÍ V PRÁCI?



„Šťěstí v práci je pocit, který máte, když jste v práci, přemýšlíte o práci nebo mluvíte o pracovním prostředí.“

**ALEXANDER KJERULF,
MAJITEL WOOHOO INC.**

Annie McKee ve svém článku pro Harvard Business Review ze dne 14. 11. 2014 napsala: „Neurologie a náš výzkum ve skutečnosti vyvracejí staré teze. Emoce ovlivňují práci. Šťěstí je důležité. Aby se lidé mohli plně zapojit, potřebují vízi, význam, smysl a rezonanční vztahy.“

Já bych se dnes ráda ve svém článku k těmto bodům vrátila a rozebrala tři principy více do detailu. Jedná se o výsledky, vztahy a smysl, a hlavně to, co ve pojetí štěstí znamenají nejen pro hotelové zaměstnance.

VÝSLEDKY

Potřebujeme vytvářet výsledky a být za jejich dosažení pochváleni. Pokud děláme skvělou práci, ale nikdo si toho nevšimne, nejsme motivováni k dalším výkonům. Pokud na něčem tvrdě pracujete, ale nikdo to neocení, pak se ptáte sami sebe: Má vůbec smysl to dělat?

Jsem si jistá, že mnoho z vás, tak jako já, pracuje dlouho do noci. Například abyste udělali reporty, další tabulku pro tabulku (nebo jiný zdánlivě bezúčelný úkol). Přitom neustále přemýšlíte: Proč to dělám? Podívá se na to vůbec někdy někdo?

Vzpomínám si, že jednou jsem byla takovými úkoly tak demotivována, že jsem si připravila malou lest. Kolik zvláštních poznámek a nesmyslných komentářů mám do reportu vložit, než si toho vedení všimne? Jeden rok jsem byla už tak zoufalá, že to nikdo neznamenalo, že jsem změnila názvy zemí, měst i firmy za humornější. A myslela si, že toho si snad už konečně musí někdo všimnout. Bohužel ani tak se nikdo neozval. Bylo mi tedy jasné, že ten report nikdy nikdo nečetl.

Úkoly by měly být smysluplné a pro každého snadno vysvětlitelné: pro koho to dělám, proč

a za co. Klasické vysvětlení, že to chce centrálka ze všech hotelů, není příliš motivující ani povzbuzující. Čím jasněji zdůvodníme zadání, tím lepší bude výsledek.

VZTAHY

Lidé stráví v práci zhruba třetinu svého života. Pracovní doba tvoří většinu času z běžného dne.

Lidské vztahy jsou zásadní. Pro někoho mají menší, pro někoho zásadní vliv. Přesto je všichni potřebujeme. Kontakt s druhými nám přináší nové podněty a utváří naše myšlenky, vznikají tak nové a lepší nápady.

Interakcí s ostatními získáváme zpětnou vazbu, chválu či uznání za odvedenou práci a její výsledky. Nejdůležitější vztah, který máme, je ten s naším přímým nadřízeným. Začneme pracovat v nové firmě nejen kvůli zajímavé práci, ale chceme si padnout s budoucím nadřízeným, který nás může rozvíjet. Naopak z práce z nejčastějšího důvodu odcházíme kvůli špatnému šéfovi. I většina lidí, se kterými jsem měla možnost spolupracovat při psaní své knihy (asi sto lidí), opustila práci kvůli šéfovi.

SMYSL

Za 20 let zkušeností v oboru hotelnictví jsem nikdy nepracovala pod někým, kdo by dokázal říci: „To je ten důvod, proč vedeme tento hotel.“

Všichni zkrátka bereme jako samozřejmost, že pracujeme v hotelnictví nebo v pohostinství a že jsme služba. Vědět, proč děláme věci, které děláme, znát ten pravý důvod a smysl, nás dělá šťastnějšími. A to začíná otázkou: Co nás motivuje?

Často se můžete dočíst, jak rozvíjet svoji osobní motivaci. My se ale také musíme soustředit na to, jak si udržet kolektivní pracovní motivaci a co to pro nás jako za-

městnance znamená. Vaše osobní motivace nemusí být nutně pracovní, ale vaše práce může být prostředkem k dosažení vašeho cíle. A protože trávíte spoustu času v práci, má smysl propojit vaši osobní motivaci se záměrem vaší společnosti. Když se to podaří, zjistíte, že toto spojení dělá práci mnohem smysluplnější, zajímavější a zábavnější. Jasná a sdílená společná motivace je nezbytná pro úspěch každé firmy. Když všichni znají smysl, jsou více inspirováni a zapojeni. Jsou šťastnější – stejně tak jako jejich kolegové a i hosté. Smysl organizace by měl být hlubší než jen pouhé

vydělávání peněz. Jde nad rámec hodnoty akcionářů, hostů či zisků. Účel vytváří hodnotu pro všechny zúčastněné strany, stejně tak zlepšuje i svět. Stále více skutečných lídrů to začíná vnímat. A i výzkumy dokazují, že je velmi prospěšné se smyslem podrobně zabývat.

Nezapomeňte, že štěstí v práci přináší profitabilnější prostředí a záleží na těchto aspektech, na které byste se měli soustředit:

- Férový přístup
- Důvěra
- Výsledky
- Vztahy
- Smysl

Monika napsala knihu

**PUT
YOUR
PEOPLE
FIRST**

and the rest will follow

BY MONIKA HILM

Pokud se chcete dozvědět více informací, navštivte moje stránky www.monikahilm.com, kde si také můžete koupit anglicky psanou knihu PUT YOUR PEOPLE FIRST and the rest will follow.