

Noul val de absolvenți complică și mai mult piața muncii, în loc să o calmeze

Autor: Viorica Ana Chișu

Publicat: 1 Octombrie 2008

Vizionari: 2658;

Avem o toamnă bogată. În recolte, dar mai ales în candidați pe piața muncii. Angajatorii se bucură, pentru că nu mai vor să crească salariile. Criza de personal a dat apă la moară absolvenților, care au învățat să negocieze dur un contract de muncă.

Daniela Necefor, de la Total Business Solutions (TBS) ne avertizează: „Să nu ne îmbătăm cu apă rece că dubla promoție de absolvenți cu studii superioare din această toamnă va rezolva criza de personal de pe piața muncii. Se scot absolvenți de facultate pe bandă rulantă, care nu numai că nu știu nimic practic în cadrul specializării alese, dar nu știu nici la ce tip de companii trebuie să aplice după absolvire, deoarece nu le este clar obiectivul meseriei pentru care s-au format în facultate.“ Directoarea firmei de recrutare TBS este îngrozită de faptul că foarte mulți dintre acești tineri, care trimit CV-uri cu greșeli gramaticale inadmisibile, vor face un masterat și vor reveni pe piața muncii cu pretenții salariale și mai mari. Ba, mai mult: vor conduce viitoarele afaceri!

Consultanții în resurse umane încearcă să găsească soluții care să mai tempereze problemele care au aruncat piața muncii din România într-o competiție fără precedent a salariilor și a plecărilor spre alte țări pentru obținerea unor câștiguri mai mari. Oana Datki de la ConsulTeam România remarcă totuși o reducere a fluctuației voluntare în cadrul companiilor mari, de la 21%, în 2007, la 17% în acest an. „Din păcate, se continuă fluctuația la nivelul personalului de specialitate. După ce au obținut oarecare experiență în companie, așa-zișii specialiști pleacă, pentru că sunt multe cereri pe piață.“

Desigur, urcă și pretențiile salariale. Ana Ber, de la Dr. Pendl & Dr. Piswanger România, consideră că sunt îndreptățite creșterile salariale, atâta timp cât diferențele dintre nivelurile înregistrate în România și cele din țările dezvoltate sunt încă foarte mari.

Fluctuația mare din vânzări, asociată dinamismului specific acestui sector de activitate, a dus la apariția unor salarii care îi sperie pe recrutori. Nu atât prin dimensiune, cât prin faptul că sunt obținute după o experiență foarte mică în activitate (unu-trei ani, maximum). „Sunt mercenari, explică Oana Datki. Un om de vânzări va ști să se vândă la fel de bine pe piața muncii ca și produsele pe care le comercializează.“

Asul din mâneca angajatorilor

Drama este că absolvenții multor facultăți tehnice abandonează domeniul de pregătire și se orientează, imediat după terminarea studiilor, către vânzări. Cercul devine vicios. Întreprinderile de producție nu-și pot realiza planurile de afaceri pentru că nu pot acoperi necesarul de personal nici măcar la nivelul muncitorilor necalificați.

Ana Ber consideră că soluțiile sunt în manșeta angajatorilor. „Criteriile de alegere a unui job s-au modificat: nu contează doar pentru cine lucrezi și cu cât ești plătit, ci și unde lucrezi, cu cine, ce oportunități de dezvoltare ai în interiorul companiei, la nivel local și, de ce nu, regional.“ Brandul angajatorului nu mai este valoros în sine, ci prin ceea ce îl definește în mod real. Într-o lume a informaticii, candidații află totul despre companii, fără prea mult efort. Asta înseamnă că firmele care vor să supraviețuiască pe o piață în plină recesiune trebuie să investească în strategiile de conducere a resurselor umane și în crearea unei culturi organizaționale adecvate așteptărilor. Oana Datki spune că ar mai fi o soluție. Cea pe care încearcă să o aplice companiile din alte țări europene,

care se confruntă cu aceleași probleme: atragerea unor categorii care tradițional nu sunt alcătuite din lucrători full-time: femei după concediul de maternitate, vârstnici, lucrători temporari și part-time.

Noua abordare implică însă aducerea managerilor pe băncile școlii, pentru a învăța să conducă afacerile după alte principii de organizare și coordonare a oamenilor și planurilor de dezvoltare.

Loialitatea nu se recompenseaza

Ana Ber, director general,
Dr. Pendl & Dr. Piswanger România

Dacă în urmă cu puțin timp Moldova era „Cenușăreasa“ țării din punctul de vedere al recrutării, deoarece oportunitățile de angajare erau foarte limitate în zonă, iată că în ultimul an și această regiune a devenit atractivă. Este adevărat că încă există diferențe față de restul țării, la nivel de pachet salarial, dar acestea nu se mai situează la 30%-50% cum erau înainte, ci sunt mult mai mici. Zona Ardealului, dar și cea a Banatului nu se mai deosebesc cu nimic de București, care se situa în topul salariilor în anii trecuți. La nivel de comportament al candidaților, se observă totuși diferențe. În zonele Ardeal, Banat și Moldova, angajații sunt mai puțin dispuși să migreze cu ușurință de la o companie la alta, sunt mai stabili. Disponibilitatea lor de a călători sau de a se reloca în interes de serviciu este mult mai mică, fiind mult mai legați de casă, față de cei din sud și din București.

Recomandarea mea este ca pachetele salariale să nu fie folosite ca soluție-minune pentru rezolvarea problemelor de personal, deoarece această tactică se poate întoarce ca un bumerang asupra pieței muncii. Un beneficiu prost administrat poate fi un motiv de plecare în loc să rețină angajații în companie. O tendință care, din păcate, se păstrează, este lipsa de compensare a loialității. Angajații au constatat că este mult mai simplu să obțină o creștere salarială plecând într-o altă companie, chiar și pe aceeași poziție, decât rămânând în compania în care lucrează. Este evidentă diferența de salarizare între angajații vechi și cei noi ai unei companii. Acest aspect trebuie dramatic și foarte urgent modificat, deoarece are doar efecte adverse: creșterea costurilor de adaptare a noilor angajați în cadrul companiei, diminuarea productivității etc.

Principiul „80% potrivire de caracter“

Oana Datki, director general,
ConsulTeam România

Toate schimbările de comportament, nedorite, din partea candidaților, nu se întâlnesc doar în România. Le-am regăsit în toată Europa, dar și în Statele Unite. Procesul de recrutare este din ce în ce mai dificil peste tot în lume. Toate companiile se confruntă cu aproximativ aceleași probleme, desigur dacă nu vorbim de China sau India.

Una dintre soluțiile posibile pentru a depăși criza de candidați ar fi acceptarea de către companiile angajatoare a principiului „80% match“. Încercăm să explicăm companiilor care ne sunt clienți că este destul de rară recrutarea candidatului ideal, care se va potrivi 100% cu cerințele postului, mai ales în condițiile în care managementul dorește ocuparea acestuia într-un termen foarte scurt. În această situație, soluția este să accepte că anumite detalii se pot învăța „on the job“ și că trebuie să fie realizați în setarea obiectivelor. Desigur că această soluție nu se aplică în cazul specialiștilor de nișă, pentru care este esențial să aibă exact calificările necesare.

Problemele cele mai mari legate de recrutarea candidaților și reținerea acestora în companii se întâlnesc în cazul posturilor din vânzări, a celor pentru specialiști din domeniul financiar și în cazul inginerilor.

Această criză de personal calificat duce la creșterea nejustificată a salariilor și accentuarea inechității interne, scăderea competitivității prin reducerea calității serviciilor, scăderea cifrei de afaceri și, nu în ultimul rând, la o fluctuație și mai mare de personal.

Candidați plini de „talente“

Daniela Necefor, director general,
Total Business Solutions

În acest an ne-am confruntat cu un comportament din ce în ce mai dificil atât din partea unor candidați tineri, aflați în căutarea unui post la nivel de intrare în companii, cât și din categoria celor care ocupă poziții de management la nivel intermediar. Singurii care și-au păstrat „coloana verticală“ au fost candidații din zona top-managementului.

Surprinzător este faptul că problemele s-au extins la toate domeniile de activitate și pe toate pozițiile, manifestându-se prin cele mai diverse reacții din partea candidaților:

- Nu se prezintă la interviu la agenția de recrutare la ora fixată.
- Nu dau un telefon prin care să anunțe dacă mai ajung la interviu sau nu, dacă mai sunt interesați sau nu de ofertă.
- Nu răspund la telefon pentru a confirma întâlnirea.
- Transmit agenției acordul de a merge mai departe în proiectul de recrutare, dar nu mai ajung la interviul cu angajatorul.
- Acceptă oferta clientului, semnează contractul de angajare, dar nu mai ajung la lucru.
- Încearcă să contacteze direct pe directorul general al companiei „bănuit“ ca fiind angajatorul, pentru a-și face intrarea direct, crezând că obțin mai mult decât prin intermediul firmei de recrutare.
- Solicită alt pachet salarial la interviul de angajare față de cel discutat cu agenția de recrutare.
- Se răzgândesc să mai accepte oferta și, în loc să anuleze politicos interviul stabilit cu angajatorul, fac tot posibilul să saboteze tot ceea ce s-a convenit anterior.

Dacă mai amintesc și situațiile în care oferta nu este acceptată pentru o diferență de 100 de euro, chiar dacă mărirea a fost de 40%, sau de situațiile în care oferta pică deoarece tipul de mașină nu este pe placul candidatului, cred că ofer imaginea reală cu care ne confruntăm pe piața de recrutare.

Salarii care dau piata peste cap

Criza de personal în vânzările din domeniul bunurilor de larg consum a determinat creșterea aberantă a salariilor, în comparație cu experiența pe care o au angajații de pe posturile respective.

Manager marketing marca produs (3 ani experiență): 5.000 euro net/lună + mașină, bonuri de masă, asigurări medicale.

Financial Controller (2 ani experiență): 3.000 euro net/lună + bonuri de masă, asigurări medicale.

Manager de vânzări clienți mari (1-2 ani experiență): 3.000 euro net/lună + comision, mașină, bonuri de masă, asigurări medicale.

Manager de produs (2 ani experiență): 2.500 euro net/lună + bonus trimestrial sau anual, bonuri de masă, asigurări medicale.

Analist financiar (1 an experiență): 1.500 euro net/lună + bonuri de masă, asigurări medicale.

Asistent manager (4 ani experiență): peste 1.500 euro net/lună + bonuri de masă, asigurări medicale.

Sursa: Capital