

Tinerii nu se mai lasă seduși de mirajul multinaționalelor

Autor: **Viorica Ana Chișu**

Publicat: 22 Iunie 2009

Trăgând linie la jumătatea anului, despre 2009 se poate spune deja că este mai mult anul concedierilor, decât al angajărilor. Paradoxal, în plină recesiune, numărul solicitărilor de angajare din partea tinerilor a scăzut alarmant.

Cei mai afectați de situația economică actuală sunt tinerii. Dovadă, creșterea șomajului în rândul celor care nu au împlinit încă 25 de ani, la nivelul întregii Europe, la 17%. Adică mai mult decât dublul ratei totale. Specialiștii estimează că până la sfârșitul anului va depăși 30% în unele țări din UE. Alarmați, oficialii Comisiei Europene au lansat către mediul de afaceri îndemnul de a primi mai mulți ucenici și stagiaari, pentru a-i ajuta pe tineri să se integreze pe piața muncii.

În România însă, companiile sunt mult mai puțin interesate să angajeze tineri, față de anii anteriori. „În această perioadă, cele mai multe companii vor să angajeze persoane care au experiență și care pot genera rapid rezultate. Un tânăr fără prea multă experiență are nevoie de o perioadă de învățare. Puține companii își mai permit luxul de a aștepta cel puțin șase luni – un an, până când tânărul absolvent asimilează cunoștințele necesare pentru a genera rezultate pentru companie“, comentează Mihaela Perianu, director general la AIMS Human Capital.

Pe de altă parte, nici tinerii nu mai sunt... cum erau odată. Generația Y nu mai este dispusă să urmeze modelul aspirațional al părinților. Echilibrul dintre viața personală și cea profesională este principiul invocat frecvent în cadrul interviurilor de angajare. „Stau până la ora opt, nouă seara la serviciu, iar în weekend tot mai am vreo patru ore de lucru acasă“, aflăm de la un tânăr recent angajat la o firmă internațională de consultanță. O altă tânără, de 22 de ani, pe care am cunoscut-o la un târg de joburi, consideră că merită să lucrezi într-o multinațională, dar numai pe termen scurt. „Atmosfera de lucru este plăcută, este curățenie, iar relațiile cu șefii sunt de la egal la egal. Salariile însă nu cresc, nu ai prime de sărbători și, deși se spune că bonusurile se dau în funcție de rezultate, în realitate le iau doar unii. Pe termen lung, nu prea ai șanse de reușită.“

Generația Y vrea bani și recunoaștere

În mod paradoxal, în plină recesiune economică, numărul cererilor de angajări înregistrate de firmele de recrutare este în scădere. Tinerii nu mai pot fi ademeniți doar de numele sonore ale companiilor. „Nu merită să muncești într-o multinațională, indiferent cât de pompos îi este numele. Majoritatea celor ajunși în conducerea multinaționalelor se comportă execrabil. În raportările periodice trimise la sediile centrale din afară, situația este prezentată în culori pastelate, ca și cum oamenii sunt extrem de multumiți, lucru total neadevărat.“ Comentariul este făcut de un proaspăt absolvent care s-a angajat încă din primul an la o companie de telecomunicații. Recunoaște totuși că a fost o școală foarte bună pentru o persoană aflată la început de carieră. A învățat să fie deschis, receptiv la nou, mai autonom și competitiv la locul lui de muncă. Dar n-a avut parte de evoluția așteptată în carieră. „Dacă o iei de jos și speri că vei ajunge cineva, trebuie să-ți iei gândul. Relațiile funcționează și într-o multinațională ca peste tot.“



Tinerii sunt nemulțumiți acum și de pregătirea oferită de companii. „Mi-am plătit singură cursul de resurse umane, ne spune o cursantă de la IRECSO. Altfel, nu puteam să fac față cerințelor pentru

postul pe care am fost angajată. Ca să-mi păstrez locul de muncă, a trebuit să mă pregătesc singură.“

Nicio companie nu declară oficial că a redus dramatic pregătirea angajaților. Firmele de instruire spun însă că afacerile s-au redus la jumătate în acest an. Daniela Necefor, director general la Total Business Solutions, îi sfătuiește pe tineri ca, în această perioadă de criză, să caute companiile care oferă internshipuri. „Evident că pachetul va fi mult mai mic decât se așteaptă ei, dar trebuie să țină cont că aceste companii investesc în ei încă din prima clipă. În plus, într-un an în care oameni cu experiență rămân fără job, nu cred că pot supralicita. Oferta salarială pentru angajări a scăzut cu aproximativ 30%.“

A scăzut însă și numărul firmelor care oferă programe de internship. Bogdan Iordache, directorul programului „Stagii pe bune“, apreciază că, anul acesta, „avântul companiilor a fost puternic temperat. Există companii multinaționale foarte mari care au renunțat complet la programele de stagiatură. Majoritatea a dorit să le recalibreze în acest an.“

Un exemplu de conviețuire profitabilă între tineri și companiile multinaționale ni-l prezintă Teddy Lebrun, directorul școlii de afaceri CEFORA. Sistemul de învățământ postliceal creat în România după modelul francez oferă tinerilor posibilitatea de a urma stagii de formare de doi ani, centrate pe practică. „Fiecare cursant este însoțit de un tutore care are misiunea de a-i asigura inserția profesională.“

Succesul se datorează însă parteneriatelor speciale pe care CEFORA le are cu organizațiile din România. Cursurile sunt gratuite pentru tinerii admiși, costurile fiind de fapt suportate de companiile în care se face practica și la care se vor face, ulterior, angajările.

526.803 este numărul total al șomerilor care figurau în registrele ANOFM în luna mai

12,3% din totalul șomerilor înregistrați la nivel național în luna aprilie sunt tineri cu vârsta sub 25 ani

4.378 din șomerii înregistrați în luna aprilie au studii superioare și vârsta sub 25 de ani

3.098 de femei cu studii superioare, cu vârsta sub 25 de ani figurau la oficiile forței de muncă din toată țara

Internetul a schimbat piața muncii



Mihaela Perianu, director general, AIMS Human Capital

Noua generație a fost crescută cu mai multă atenție și tratată în familie cu mai multă deschidere. Crescând în era internetului cu acces rapid la informația și comunicarea instantanee, vor același lucru și la locul de muncă. Generația Y este motivată mai mult de bani și de recunoaștere.

Studiile legate de Generația Y arată că tinerii sunt motivați, în ordine, de:

Locul 1 și 2: pachetul salarial și beneficiile

Locul 3: dorința de a avea un impact (de a face diferența)

Locul 4: un mediu de lucru în care comunicarea să fie deschisă și prietenoasă.

Dorința lor este să învețe, să inoveze, să fie creativi și să fie lăsați să-și manifeste caracteristica antreprenorială.