

http://www.mfor.hu/cikkek/A_dolgozok_tobbsege_folyamatosan_mas_ceg_fele_kacsintgat.html

A dolgozók többsége folyamatosan más cég felé kacsintgat

2008. november 19. szerda 17:49:50



[Toborzás, munkaerő-felvétel, Álláskeresés](#)

Egyáltalán nem olyan lojálisak a munkavállalók, mint azt sokan gondolnák. Egy felmérésből ugyanis az derült ki, hogy hetven százalékuk nyitott a váltásra. Ennek oka, hogy ma már nagy harc folyik a tehetségekért, emellett az alkalmazottak többsége nem bízik munkaadójában, hiszen tudja, bármikor megválhatnak tőle, ha érdekük úgy kívánja.



Mindenki keresi a lehetőséget (Mfor-montázs)

A dolgozók többsége egyáltalán nem olyan passzív, mint azt munkaadója feltételezné róla. Egy nemrégiben végzett felmérés szerint a munkavállalók 70 százaléka nyitott a váltásra. A mai munkaerő-piaci körülmények között ez egyáltalán nem meglepő, hiszen míg ötven évvel ezelőtt a legtöbben életre szóló álláshoz juthattak, ma ez egyáltalán nem jellemző – mondta Buda Szabolcs, a Jobpilot Magyarország Kft. ügyvezető igazgatója a Personal Hungary szakkonferencián.

Ráadásul a felvértezett álláskeresők, akik tisztában vannak az önéletrajzírás és a karriertervezés fortélyjaival, nem bíznak a munkaadójukban. Tudják, hogy egy válság során ők lennének az elsők, akiken a legtöbb cég a költségeit meg szeretné takarítani. Ezért az egy munkahelyen eltöltött idő jelentősen lecsökkent, és ma

már átlagosan négy évet tölt el egy munkavállaló az adott cégnél.

Felértékelődött a tehetség

Manapság a cégek versenyeznek a munkavállalókért, ezért a legjobb döntés, ha a vállalatok fogyasztóként tekintenek rájuk, a hr-esek meg marketingesként próbálják becsempészni őket. Látni kell, hogy a humántőke értéke jelentősen felerősödött köszönhetően annak, hogy számos körülmény megváltozott – gondoljunk a szabad tőkeáramlásra, a lemásolható termékekre vagy földrajzi előnyök eltűnésére.

Így tehát a tehetség maradt az egyetlen versenyelőny: a know-how, az ötletek, a szabadalmak és a márkák jelenthetik a cég erejét. Bizonyos elméletek szerint a vállalat értékének körülbelül a 80 százalékát kell, hogy adja a hr.

Tudatában kell lenni annak, hogy az új kor pályázója szkeptikus, mint a fogyasztó, és sokkal inkább igényli, hogy a munkáltatója küzdjön meg érte, korrekt juttatást kapjon, illetve folyamatosan értékeljék a tehetségét és a tudását.

Mit gondol a hr-es és mit a jelölt?

A hr-eseknek nagyon meg kell gondolniuk azt is, hogy mit írnak bele az álláshirdetésbe, hiszen nagyon sokszor eltér az attitűdjük a munkavállalókéétól. Íme néhány példa, mit gondolhat a toborzó és a leendő jelölt egy hirdetést olvasva:

Fiatalos csapatunkba keresünk... - Negyven felett ne is pályázzunk...

Rugalmas munkaidő – A túlóra biztosan elvárt.

Fix, teljesítményarányos bér – Nem jelentenek be, az fix...

Regionális pénzügyi tanácsadót keresünk – Biztosítási ügynök leszel.

A Jobpilot felmérése szerint az utóbbi években jelentősen megváltozott az is, hogy milyen toborzási csatornákat használnak a cégek. Eszerint a két legfontosabb csatornává a vállalati weboldal és az álláskereső portálok váltak. Ezután a nyomtatott sajtóban és a munkaerő-közvetítőknél hirdetnek leggyakrabban a cégek, a munkaügyi központok szerepe viszont marginálissá vált.**KZ**