

Piaci toborzási helyzetkép a betanított munkásoknál

Tanulmány, 2017. május



Jelenleg a munkaerőpiacon a betanított munkás pozícióknál a legkritikusabb a helyzet. (szalag munka, operátor, egyszerűbb gépkezelői feladatok, stb.)

- Honnan szerezhethetünk mégis ilyen pozícióra munkásokat?
- Hogyan lehet megtartani őket?
- Milyen az aktuális bérhelyzet?
- Milyen trükkökkel lehet a céghez kötni a dolgozókat?

Erről szól ez a tanulmány!

Mi a gond a betanított munkásoknál?

A betanított munkások toborzásának területén egyre erősebb a verseny, és itt a hagyományos álláshirdetések egyre kevésbé működnek.

Ennek egyik oka, hogy a demográfia ellenünk dolgozik: egyre kevesebb gyerek van minden korosztályban és ők is nagyon erősen kettészakadtak szociológiailag. Egyik részük igyekszik minél magasabb iskolai végzettséget szerezni, másik részük nem alkalmas még betanított munkára sem, ezért közmunkaprogramban kezd dolgozni és ott is marad.

Másik oka, hogy olyan sok szalagmunka igényes munkahelyet telepítettek Magyarországra, hogy ezeknek a cégeknek már nagyobb munkaerő igényük van, mint az adott területen elérhető megfelelő potenciális dolgozók száma. Nemrég a HVG írta meg például: *„Már a fejedelműk sem találják munkaerőt Gyöngyöshalászra, az Apollo Tyres épülő gumigyárába. Az ok egyértelmű: a Hatvan–Jászberény–Jászfényszaru háromszögben (vagyis ahol a Bosch, a Samsung, az Electrolux és a Jász-Plasztik működik), az ipari központok minden mérnököt és szakképzett munkaerőt felszívtak már, és a szabad munkaerő gyakorlatilag elfogyott.”*

Ilyenkor automatikusan beindul a folyamat, hogy a hasonló szalag pozíciókat kínáló, földrajzilag egymáshoz közel lévő cégek elszívják egymástól a munkaerőt. A dolgozók pedig át is mennek, ha a másik közelebb van, jobb a munkaidőbeosztás vagy magasabb a fizetés.



A betanított munkások toborzása egy kínálati piacon azért is az egyik legnehezebb feladat, mert minden másnál nagyobb a verseny.

Ugyanis, aki ma salátát centrifugál, az holnap átmehet műanyag alkatrészeket összerakni egy autóiipari beszállítóhoz, vagy kábelfűzőket

szerezni egy háztartási gépgyártó cégnek, vagy éppen árut pakolni egy raktárba. Hatalmas egységes verseny piac van ezen a téren.

Versenyképes fizetés

Idén – és előreláthatólag a következő években – a munkaerőpiacnak ez a szegmense teljesen fel fog fordulni. Ezért új technikák kellene a munkaerő megszerzésére. Az **OnlineToborzás™** módszertanával olyan kérdésekre is gyors választ kaphatunk, amire egyébként szinte lehetetlen.

Egyik ilyen kérdés a „versenyképes fizetés”. Ez korábban rengeteg álláshirdetés visszatérő eleme volt. Ma, ha ezt leírják egy álláshirdetésben, akkor az álláskeresők szó nélkül ugranak is a következőre, hiszen ők itt egy konkrét összeget szeretnének látni. Mivel mindenki árgus szemmel figyeli a másik konkurens foglalkoztatót, ha beírjuk az összeget, akkor ez

közvetlen információ a szomszédok HR-eseinek. (És egyben felhívás is a táncre, hogy egy kicsit ráígérjenek.)



De mi az az összeg, amit tényleg igényelnek a dolgozók, és amiért hajlandóak lennének eljönni hozzánk a jelenlegi munkahelyükről?

Erre a legjobb módszer az lenne, ha közvélemény kutatást tartanánk. De ez nem olyan egyszerű. Ha az utcán, vagy telefonon csak úgy véletlenszerűen megkérdeznénk embereket, akkor

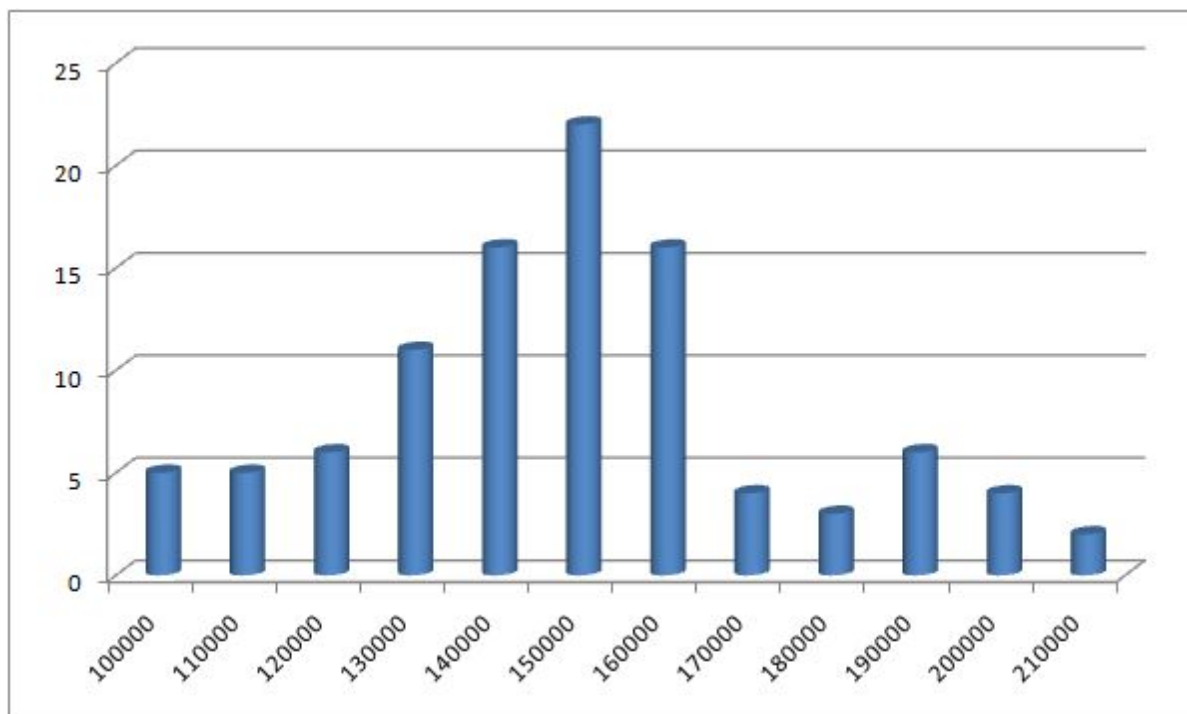
teljesen fals eredményt kapnánk, hiszen a legtöbben nem ilyen pozícióban vagy teljesen más körülmények közt dolgoznak.

Az **OnlineToborzás™** kampányainak másodlagos eredménye, hogy pontos információt kapunk arról, hogy mi azoknak az embereknek a bérelvárása, akik valóban eljárnának a cégünkhöz dolgozni.

És ez még kevés: olyan mennyiségben kell adatunknak lennie, hogy már működjön a nagy számok törvénye, azaz már tudjunk statisztikai következtetéseket levonni. Pár adatból nem lehet következtetni. Mint ahogy a Sales-ek kedvenc mondása tartja: “A nagy számok törvénye mindig működik, ha vannak nagy számok!”

Az **OnlineToborzás™** kampányai esetében egy-egy betanított jellegű munkahelyre legalább garantált 20-50 fő, a megadott feltételeknek megfelelő jelentkezőt szállítunk. Ez már elég nagy szám ahhoz, hogy statisztikát készítsünk belőle. Ezért a kérdések közt, amit a jelentkezőkkel kitöltetünk, mindig megkérdezzük, mi lenne a bérigénye az adott pozícióra.

Nézzünk egy konkrét példát, ami egyben jó kiindulási pontot ad arra vonatkozóan, hogy mire számíthatunk. Az alábbi ábra két Budapest határán kívüli, az agglomerációban található gyárba jelentkezők nettó bérigényét mutatja összesítve.



Lényegében szinte minden kampányunk hasonló kinézetű ábrát eredményezett.

Erről az ábráról több minden is látszik.

Egyrészt, mint mindig, van egy fő irányvonal, ami alapján elég jól meg lehet mondani mi az a meghirdethető bérszint, ami a tömegeknek valóban vonzó. Nyilván lehet egy kevésbé alámenni, de csak 10%-kal. Jelenleg olyan kemény a versenyhelyzet, hogy már 10% feletti bérkülönbségért munkaadót váltanak.

Másrészt mindig makacsul visszatér egy „hosszú farok”, ami egy olyan rész, ahol az átlagnál magasabb bérigénnyel lépnek fel a munkavállalók. Ennek két oka van:

- Előfordul, hogy a válaszadó jobban képzett, magasabb pozícióra is alkalmas és valami módon belekeveredett a mintába;
- a másik ok, minden HR-es rémálma a Dunning–Kruger hatás, ami azt jelenti, hogy az alacsony szinten vagy egyáltalán nem képzett emberek hajlamosak irreálisan túlbecsülni a saját képességeiket, és ezek alapján a bérigényüket is.

Mindezek alapján, ha betanított munkás (szalagmunkás, operátor, stb.) igény van az Önök cégénél és ezt nehezen tudják betölteni, akkor feltétlenül ajánlom, hogy az **OnlineToborzás™** kampányain keresztül készítsenek egy bérigény elemzést (is).

De honnan jönnek a betanított munkások?

Miután már nagyon nagyszámú sikeres betanított munkás toborzási kampányt folytattunk, ezért olyan statisztikai adatok is rendelkezésre állnak, amelyek alapján elgondolkodtató eredményekre jutottunk.

Egyrészt a demográfia elgondolkodtató. Ereményeink alapján a nők inkább érdeklődnek a betanított munkás állások iránt (59%/41%).

Másrészt a 18-29 és a 40 feletti korosztálynál lényegesen nagyobb az érdeklődés. Különösen kiemelném az 45 feletti korosztályt. Nagyon sok cég nem is szeretne 45 felett alkalmazni - éppen ezért lehet lényegesen jobb munkaerőt találni innen.

Nagyon kicsi az első munkahelyként jelentkező fiatalok aránya. Ennek oka egyrészt, hogy demográfiai okokból kevés fiatal van, ők is próbálnak továbbtanulni, vagy csak a mamahotelben el lenni. Másrészt látjuk, hogy ahol diákmunkásként alkalmaznak fiatalokat, ott sokkal jobban fel vannak készülve az ő igényeikre, és jobban meg lehet szólítani az ő korosztályukat.

Másik tanulság az eredményekből, hogy honnan jönnek a jelentkezők. Jelenleg az **OnlineToborzás™** kampányai során az látszik, hogy zömében nem másik nagyvállalatoktól szerzünk jelentkezőket, hanem magyar kisvállalatoktól (nagy átlag jelenleg 58%). Ez alól a “HR halálzónák kivételek” ahol nagyon sok nagy ipari céget telepítettek egy viszonylag kisebb városba, pl Veszprém vagy Gyöngyös. Itt akár a kétharmada a jelentkezőknek kering a nagy cégek közt.

Harmadik nagy tanulság, hogy a jelentkezők mindössze 28%-a keres állást, mert nincs neki. A 78% valahol dolgozik, csak átjönne.

Mit csináljunk, ha nem elég a keret magas fizetésre

Nagyon izgalmas látni, hogy egy-egy szektorban hogyan próbálnak versenyezni a munkaerőért. Ennek ragyogó példája a bolti kiskereskedelem, ahol a különböző láncok különböző stratégiát alkalmaznak:

- Van aki nagyon magas bért ad, de komoly elvárásokat támaszt és mivel várólistája van, azonnal cserél ha valaki nem jól teljesít. (Ehhez mondjuk nagyon alacsony működési költségnek kell társulnia.)
- Van ahol közepes béreket alkalmaznak és hatalmas erővel toboroznak
- És van ahol a legalacsonyabb béreket adják, de elég alacsonyak az elvárások. Gyakoriak az extra béren kívüli juttatások.

Szándékosan nem írtam cégeket, de mindenki felismeri, ha már járt egy boltjukban, hogy vajon a Lidl, a Tesco vagy a CBA melyik kategóriába tartozik.

Ilyenkor ha nem elég magas a bérkeretünk, akkor lehet más trükköket alkalmazni.

Az egyik módszer, hogy nem bér formájában adunk bérkiegészítést. Ennek sok módja van, akár bankkártyán is adhatunk ma már ilyen. Rendszeres üzleti reggelinken már előadott például, a Sponsorem Kft., aki ezzel foglalkozik.

A másik nagy csali a lakhatás. Jelenleg a albérlet/lakás bérlés ára annyira megemelkedett, hogy irreális akadály lett, hogy felköltözzenek azokba a városokba ahol munka van. Erre több megoldást láttunk:

- Komplet munkásszállókat építenek és ebben kedvezményesen lehet lakni
- Lakásokat bérelnek vagy vesznek a dolgozóknak és ezt egy vagy több ember lakhatja. A vétel azért jó, mert ekkor munkásszállóvá lehet minősíteni és kedvezményesen elszámolni.

Ilyenkor mindenképpen két legyet ütünk egy csapásra: egyrészt alacsonyabb bérköltséggel megúszhatjuk, másrészt a dolgozók hétszer meggondolják, hogy elmenjenek.

Tanulságok

Jelenleg a betanított munkás munkakörbe azért nagyon nehéz dolgozót találni, mert a piacon nincsen nagy munkanélküli, munkát kereső réteg. Ezért onnan kell elhozni, ahol vannak - más munkahelyekről.

Erre a hagyományos munkaerő toborzási módszerek nem alkalmasak, hiszen

- a munkások nem olvassák az álláshirdetéseket, mert van állásuk.
- életrajzot meg pláne nem küldenek, mert nincs is nekik.
- a fejevadászok meg el sem vállalnak kékgalléros munkaerő felhajtást.

Ezért, ahogy számtalan esetben bebizonyosodott az elmúlt évben, ez egyetlen hatékony toborzási módszer, amivel akár több száz jelentkező is szállítható ezekre a munkakörökre, az a **OnlineToborzás™** módszere.

**A leendő munkatársai Önre várnak!
Segítünk rájuk találni!**



Írta:

Dr. Tóth András

www.onlinetoborzas.hu

tothandras@onlinetoborzas.hu