

Studiu Perspective Group: "Poate deveni criza economica oportunitate de dezvoltare durabila pentru organizatii?"

PERSPECTIVE Group a realizat in perioada iulie-octombrie 2009 studiul "**Poate deveni criza economica oportunitate de dezvoltare durabila pentru organizatii?**". La acesta studiu au participat 40 de HR Manageri din Romania din industrii variate, din companii medii si mari, atat nationale si multinationale. Studiul este gandit ca un proiect complex, demarand cu aceasta prima etapa pilot, care ofera informatii calitative.

Scopul final al cercetarii este de a analiza daca si cum criza ar putea deveni oportunitate de dezvoltare durabila; mai concret, care sunt perspectivele si tendintele din mediul de business romanesc (din punct de vedere al resurselor umane) intr-un an dificil atat pentru angajatori cat si pentru angajati.

Nevoia unei astfel de cercetari a aparut odata cu observarea schimbarilor majore prin care trec organizatiile in 2009. Am facut acest studiu din dorinta de a surprinde realitatea si a fi in masura sa creionam un plan de actiune concret, pentru a raspunde nevoilor de dezvoltare pe termen lung a partenerilor nostri de business.

Am sondat parerile unor persoane avizate, respectiv HR Managerii care sunt in contact atat cu angajatii cat si cu top managementul companiei. Studiul a fost conceput sub forma unui chestionar prin intermediul caruia am analizat urmatoarele:

- Reactia angajatilor la schimbarile din organizatie si din mediul economic actual;*
- Actiuni vitale de intreprins in 2009 de catre HR Manageri si Top Management;*
- Oportunitati de dezvoltare durabila;*
- Gestionarea comunicarii interne.*

Iata cateva dintre concluziile studiului:

Conform studiului top managementul nu trebuie sa uite sa valorizeze angajatii capabili pe timp de criza. Acestia, chiar daca sunt nemultumiti, nu au cum sa-si schimbe locul de munca datorita ofertelor limitate disponibile insa nu vor ezita sa plece cand piata le va permite acest lucru.

Angajatorii trebuie sa fie constienti ca balanta inclina momentan in favoarea lor insa risca sa ramana pe viitor fara resursele de baza –oamenii- daca nu ii valorizeaza. Acest aspect se reflecta si in modul in care sunt si vor fi percepute companiile in piata intrucat ele nu trebuie sa uite de importanta mentinerii unui brand de angajator puternic.

Peste 63% dintre respondenti considera ca trebuie eficientizate costurile, dar nu doar prin taierea bugetelor si restructurari. Trebuie gasite solutii alternative, mai putin costisitoare fata de ce s-a folosit pana la momentul respectiv.

60% dintre HR Manageri considera ca nivelul de satisfactie al angajatilor a scazut si sunt nemultumiti fie din cauza ca s-a renuntat la masurarea concreta a acestui aspect, fie din cauza ca aceasta masurare nu s-a facut si nu se constientizeaza neaparat nevoia de a o face in viitorul apropiat. Specialistii spun ca ar fi un plus considerabil pentru companie daca s-ar desfasura studii profesioniste in acest sens deoarece ele au dovedit anterior stransa legatura dintre satisfactie si performanta.

Mai mult de o treime dintre respondenti sunt de parere ca top managementul nu comunica suficient cu oamenii din companie, avand o atitudine secretoasa. Nu este suficienta transparenta in relatiile interumane.

Concluziile formulate in urma celor 40 de interviuri cu managerii de resurse umane din Bucuresti ne-au permis sa creionam cateva sugestii in vederea unui plan de actiune pentru a gestiona criza economica (din punct de vedere al resurselor umane) si de a o transforma in oportunitate de dezvoltare:

Imbunatatirea comunicarii interne - o mai mare transparenta din partea top managementului in ceea ce priveste deciziile de business;

Eficientizarea costurilor - nu doar restrictionata la taierea bugetelor si restructurari dar si prin implementarea de solutii alternative, mai putin costisitoare fata de ce s-a folosit in trecut;

Stimularea creativitatii angajatilor – punerea accentului pe inovatie si „lateral thinking” pentru a putea crea avantaje competitive;

Externalizarea anumitor activitati - aceasta abordare ar aduce o viziune „proaspata” si ar putea eficientiza atat costurile cat si modul de derulare a proceselor;

Mentinerea unui brand de angajator puternic - aspect care inlesneste accesul la cele mai bune resurse umane, crescand implicit performanta companiei;

Sustinerea morala, coaching-ul si training-ul angajatilor-cheie - pentru a se adapta rapid schimbarilor din business, pentru a genera plus valoare, pentru a avea un bun moral si a fi motivati;

Evaluarea angajatilor si masurarea performanelor sa se faca in mod obiectiv – asa incat sa se decida corect si transparent cine ramane in companie si cine trebuie sa plece;

Realizarea de studii de satisfactie – in urma lor se pot identifica concret modalitatile prin care intr-o perioada tensionata de schimbari angajatii pot fi in continuare implicati si pot avea o orientare mai mare catre performanta si eficienta.

Perspective Group este specializata in oferirea de servicii de consultanta HR, evaluare, recrutare si head-hunting.