

Γιατί οι επιχειρήσεις δεν βρίσκουν εργαζόμενους;



Κωνσταντίνος Παπαλίτσας

Επαγγελματικός τίτλος: Διπλ. Πολιτικός Μηχανικός MEng, MSc | Σύμβουλος Ακίνητης Περιουσίας | e-Tutor Συγγραφέας του βιβλίου «Λύνοντας έναν από τους μεγαλύτερους γρίφους του Αιώνα».

Μοιράζεται την εμπειρία του: με φοιτητές θετικών επιστημών, ερευνητές και νέους επιχειρηματίες.

Κατηγορίες μεντόρων: Σπουδές, Προσωπική Ανάπτυξη και Επιχειρηματικότητα.

Ομάδες μεντόρων της ΑΛΛΗΛΟΝ: Για Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία.

Χώρα διαμονής: Ελλάδα.

Περίληψη

Ένα οξύμωρο φαινόμενο της εποχής μας είναι ότι ενώ η χώρα μας εξακολουθεί να έχει ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας στην Ευρώπη, παρ' όλα αυτά οι εταιρείες δεν μπορούν να βρουν προσωπικό όπως οι ίδιες υποστηρίζουν.

Προτού όμως επιχειρήσουμε να προσδιορίσουμε τα σκέλη του εργασιακού αυτού προβλήματος θα πρέπει πρώτα να αναρωτηθούμε κάτι πιο θεμελιώδες: «Γιατί δουλεύουμε;», και στη συνέχεια να προβληματιστούμε αν υπάρχει λύση με βάση το υφιστάμενο εργασιακό σύστημα που εφαρμόζει η πλειονότητα των επιχειρήσεων ή πρέπει να μεταβούμε σε εντελώς διαφορετικό εργασιακό μοντέλο;

Γιατί δουλεύουμε άραγε;

Γιατί στους περισσότερους εργαζόμενους δεν αρέσει η δουλειά τους ακόμη και αν εκτελούν μια τυποποιημένη μη απαιτητική εργασία και αντίστροφα γιατί υπάρχουν κάποιοι άλλοι εργαζόμενοι που πάνε με όρεξη και χαρά να δουλέψουν όσο φορτωμένο και να είναι το πρόγραμμά τους;

Είναι το είδος της δουλειάς, ο τρόπος λειτουργίας των επιχειρήσεων, η σημερινή δομή της αγοράς εργασίας ή όλα αυτά μαζί που δημιουργούν ένα εκρηκτικό μίγμα δύσκολα αντιμετωπίσιμο;

Η βασική απάντηση που θα δώσει η πλειοψηφία των ανθρώπων είναι ότι δουλεύουμε για τα χρήματα. Προσφέρουμε κάτι (χρόνο, κόπο,

Τεύχος 21^ο – Γενικά Άρθρα

χρήμα, υπηρεσία, εμπόρευμα κλπ) ώστε να έχουμε μια υλική ανταμοιβή.

Όπως αναφέρει και ο καθηγητής ψυχολογίας στο Swarthmore College, Barry Schwartz στο βιβλίο του *Γιατί Δουλεύουμε;*, το τί αναζητά ο καθένας από την εργασία του εξαρτάται από το τί αυτή του προσφέρει και κυρίως τι συναισθήματα του δημιουργεί. Αρνητικά συναισθήματα κάνουν τους ανθρώπους να βλέπουν την εργασία τους ως αγγαρεία ή ως μια καθημερινή υποχρέωση, ενώ θετικά συναισθήματα τους προκαλούν χαρά και ενθουσιασμό και όρεξη για δημιουργία.

Ίσως λοιπόν εκεί να κρύβεται και η απάντηση στο αρχικό ερώτημα: Γιατί οι εταιρείες δεν βρίσκουν εργαζόμενους; Βέβαια η σωστότερη ερώτηση στο παραπάνω πρόβλημα είναι γιατί οι εταιρείες δεν μπορούν να βρουν το κατάλληλο προσωπικό; Και τι σημαίνει κατάλληλο; Ανθρώπους που θα έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις, θα είναι άμεσα διαθέσιμοι και υπέρμετρα παραγωγικοί και οι οποίοι θα αμείβονται με ένα συγκεκριμένο πακέτο παροχών χωρίς υπερβολικές απαιτήσεις. Και όλα αυτά βέβαια καθώς ελάχιστες εταιρείες είναι διατεθειμένες να επενδύσουν στους εργαζόμενους τους. Αντίθετα το μόνο που επιθυμούν οι περισσότερες είναι άμεσα αποτελέσματα.

Πριν συνεχίσουμε όμως στην ανάλυση της υφιστάμενης εργασιακής πραγματικότητας, θα πρέπει να συνειδητοποιήσουμε ότι το εν λόγω φαινόμενο επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες που αθροιστικά οδηγούν σε ένα δισεπίλυτο πρόβλημα. Επιπλέον η κατάσταση δυσχεραίνει ακόμη πιο πολύ καθώς όλο και περισσότεροι εργαζόμενοι παραιτούνται από την εργασία τους για να δημιουργήσουν κάτι «δικό τους».

Η αγορά εργασίας αλλάζει συνεχώς και όποιος είναι στην «πιάτσα» οφείλει να παρακολουθεί τις εξελίξεις και να αναλύει τα δεδομένα πολύ προσεκτικά προτού πάρει την οποιαδήποτε απόφαση, είτε είναι εργαζόμενος, είτε εργοδότης.

Αιτίες παραίτησης

Οι βασικότερες αιτίες ώστε να εγκαταλείψει κάποιος την τωρινή του εργασία είναι όπως λένε οι ίδιοι οι εργαζόμενοι οι δύσκολες εργασιακές συνθήκες, η τοξικότητα, η έλλειψη ευκαιριών εξέλιξης και ανάπτυξης και το κυριότερο ότι η επαγγελματική τους ζωή υπερκαλύπτει την προσωπική (missing of work life balance). Αδιαμφισβήτητα είναι όλες πολύ σοβαρές αιτίες ώστε κάποιος να αναζητήσει μια αλλαγή στην εργασία του αλλά μήπως κάτι σημαντικότερο κρύβεται πίσω απ' όλα αυτά;

Δυστυχώς βαθύτερα αίτια θα πρέπει να αποδοθούν στον τρόπο οργάνωσης των περισσότερων επιχειρήσεων ο οποίος βασίζεται σε αντιλήψεις παλαιότερων εποχών μην έχοντας προσαρμοστεί στη σύγχρονη εποχή, καθώς και σε επιφανειακή ή παντελής έλλειψη εταιρικής κουλτούρας.

Η παραπάνω διαπίστωση γίνεται ακόμη χειρότερη αν αναλογιστεί κανείς ότι ελάχιστες εταιρείες ενδιαφέρονται πραγματικά να αλλάξουν την υφιστάμενη κατάσταση και το μόνο που προσπαθούν να κάνουν είναι να βγάλουν προς τα έξω μια εικόνα εταιρείας που ενδιαφέρεται για τους εργαζομένους της, γενικά και αόριστα. Έτσι λοιπόν βλέπουμε αναρτήσεις σε εταιρικά site αλλά κυρίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπου το traffic είναι μεγαλύτερο, να δείχνουν χαμογελαστούς ανθρώπους που διασκεδάζουν και περνάνε καλά όλοι μαζί, ενώ η πραγματικότητα είναι αρκετά διαφορετική.

Ειδικά στην νέα γενιά (gen Z) δεν «πουλάει» πια το αφήγημα ότι κάθε Παρασκευή βγαίνουμε όλοι μαζί έξω σαν εταιρεία να περάσουμε καλά. Οι νέοι επιθυμούν να γίνουν μέλος μιας ομάδας και να υποστηρίξουν το σήμα της, αρκεί να ικανοποιούνται μια σειρά από συνθήκες που μέχρι μια δεκαετία πριν δεν ήταν καν υπό συζήτηση στα επιχειρηματικά περιβάλλοντα.

Η λύση

Η κάθε εταιρεία σαφώς και αποτελεί έναν διαφορετικό οργανισμό με μοναδικές ανάγκες και λειτουργεί με συγκεκριμένους κανόνες. Αυτό όμως δεν αποτρέπει την εκάστοτε εταιρεία να κάνει κινήσεις ώστε να ενισχύσει το employer branding της.

Με άλλα λόγια αυτό που μένει τελικά σε όλες τις δραστηριότητές του κάθε ανθρώπου, είτε προσωπικές είτε επιχειρηματικές, είναι η φήμη του. Εάν μια εταιρεία επενδύσει στους ίδιους της τους εργαζόμενους, τότε θα δημιουργηθεί μια καλή εργασιακή φήμη η οποία θα διαδοθεί από στόμα σε στόμα (word of mouth), και θα ισχυροποιηθεί σε βαθμό που κάθε νεοεισερχόμενος να θέλει πραγματικά να εργαστεί για τη συγκεκριμένη εταιρεία.

Προφανώς και η δημιουργία καλής εργασιακής φήμης δεν φτάνει από μόνη της να λύσει το πρόβλημα, αλλά θα πρέπει να συνοδεύεται και με μια σειρά από άλλα χαρακτηριστικά τα οποία θα έχουν απτά αποτέλεσμα σε όλους τους εμπλεκόμενους. Πιο συγκεκριμένα η επένδυση σε Training & Development (εκπαίδευση και ανάπτυξη) είναι κάτι που τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες εταιρείες προσπαθούν να εντάξουν στο πρόγραμμά τους, αρκεί τις συγκεκριμένες δραστηριότητες να τις αναλάβουν

Τεύχος 21^ο – Γενικά Άρθρα

άτομα που να διαθέτουν τις απαιτούμενες γνώσεις ώστε να φέρουν εις πέρας την αποστολή τους.

Συνεχίζοντας την παραπάνω συλλογιστική, αντίστοιχης βαρύτητας είναι οι εταιρείες να δημιουργήσουν ένα ποικίλο και συμπεριληπτικό περιβάλλον εργασίας που να μπορεί να προσφέρει ευελιξία στο εκάστοτε εργασιακό πρόγραμμα.

Πόσοι και πόσοι εργαζόμενοι δυσανασχετούν ακριβώς επειδή τους ανατίθενται επιπλέον απαιτητικές εργασίες ενώ είναι ήδη αρκετά φορτωμένοι, την ίδια ώρα που άλλοι συνάδερφοί τους έχουν πέσει στα μαλακά. Οι εταιρείες οφείλουν να εστιάσουν στην ψυχική υγεία και ευημερία των εργαζομένων τους και αυτό μπορεί να γίνει μόνο με τη δημιουργία μικρών και ευέλικτων ομάδων που θα χαρακτηρίζονται από σύμπνοια και συνεκτικότητα με τη νοοτροπία των μελών τους να συμβαδίζει με την γενικότερη εργασιακή κουλτούρα που οφείλει κάθε εταιρεία να έχει. Σημαντικό ρόλο βέβαια στο παραπάνω κομμάτι, είναι να αντιληφθούν οι εταιρείες και τη βαρύτητα που έχουν οι Middle Managers, καθώς αυτοί αποτελούν το συνδετικό κρίκο μεταξύ της διοίκησης και του τελευταίου εργαζόμενου, υποστηρίζοντάς τους σε όλες τις εργασίες τους.

Τι θα γίνει τελικά;

Στο ερώτημα αυτό δεν μπορεί να δώσει κάποιος ξεκάθαρη απάντηση. Το μόνο σίγουρο είναι ότι η υπερεργασία των τελευταίων δεκαετιών δεν γίνεται αποδεκτή από τους νέους εργαζόμενους οι οποίοι διεκδικούν διαφορετικές συνθήκες εργασίας από τους προκατόχους τους. Ήδη από την περίοδο της πανδημίας άρχισαν να εμφανίζονται νέες μορφές εργασίας όπως η υβριδική (hybrid) ή η πλήρως απομακρυσμένη (remote) εργασία, ενώ σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες ξεκίνησαν δοκιμαστικά προγράμματα 4ήμερης εργασίας.

Είναι σαφές πως η ρευστότητα που επικρατεί στον εργασιακό τομέα θα επεκταθεί και σε τομείς που δεν έχει αγγίξει ακόμα αλλάζοντας άρδην το εργασιακό τοπίο.

Η απάντηση λοιπόν στο αρχικό ερώτημα «Γιατί οι εταιρείες δε βρίσκουν εργαζόμενους;» θα μπορούσε να παραλληλιστεί με το φαινόμενο των καλοκαιρινών διακοπών το μήνα Αύγουστο όπου εύλογα θα αναρωτιόταν κανείς:

«Αφού ο περισσότερος κόσμος παίρνει την άδειά του τον Αύγουστο, πως η οικονομία συνεχίζει να λειτουργεί κανονικά; Μήπως η υπερπαραγωγή των προηγούμενων μηνών ισοσκελίζει το έλλειμα παραγωγής του Αυγούστου;»

Τεύχος 21^ο – Γενικά Άρθρα

Το συμπέρασμα στους παραπάνω προβληματισμούς είναι πως το αντίβαρο στις κρίσεις υπερπαραγωγής είναι μια διαφορετική εργασιακή κουλτούρα σε μια νέα βάση αρχών και αξιών που νοιάζονται περισσότερο για τον εργαζόμενο έχοντας ως επίκεντρο τις ανάγκες των ανθρώπων και ως κύριο στόχο τη σύνδεση μεταξύ τους.

Είναι αλήθεια ότι το κομμάτι στο οποίο αφιερώνουμε τον περισσότερο χρόνο κατά τη διάρκεια της ζωής μας είναι η εργασίας μας. Μήπως ήρθε η ώρα λοιπόν να σταματήσουμε να αναζητούμε το λόγο που οι εταιρείες δε βρίσκουν εργαζόμενους και να αναρωτηθούμε εάν ένα νέο εργασιακό μοντέλο θα μπορούσε να αλλάξει τη συνοχή ολόκληρης της κοινωνίας;

Ο Robert Waldinger, καθηγητής Ψυχιατρικής στην Ιατρική Σχολή του Πανεπιστημίου Harvard και διευθυντής μιας 75ετής έρευνας πάνω στην ανάπτυξη των ενηλίκων ανέδειξε ότι το πιο σημαντικό πράγμα που κρατά τους ανθρώπους υγιείς και ευτυχισμένους διαχρονικά είναι οι καλές σχέσεις που αναπτύσσουν μεταξύ τους.

Οι ανθρώπινες σχέσεις είναι αυτές που μένουν στο τέλος της ημέρας καθώς μέσω των σχέσεων αυτών δημιουργούνται αναμνήσεις που δύσκολα ξεχνιούνται.

(Απόσπασμα από το βιβλίο «Λύνοντας έναν από τους μεγαλύτερους γρίφους του αιώνα»!)

Βιογραφικό

Ο Κωνσταντίνος είναι ελεύθερος επαγγελματίας από το 2011 όπου και εξασκεί ενεργά το επάγγελμα του Πολιτικού Μηχανικού.

Έχει ασχοληθεί με πλήθος δραστηριοτήτων με κυριότερες τις Μελέτες και Κατασκευές Ιδιωτικών Έργων (νέων και υφιστάμενων), τη Διαχείριση Έργων (Project and Facility Management), το Real Estate (εκτιμήσεις και επενδύσεις σε ακίνητα) και την Εκπαίδευση (σεμινάρια και παρουσιάσεις σε φοιτητές τεχνικών σχολών).

Επιλεγμένες εταιρείες που έχει συνεργαστεί είναι: ΑΛΦΑ Κατασκευαστική Α.Τ.Ε., RE/MAX Hellas, Εθνική Τράπεζα, ΑΡΝΟΣ, Desknet, Prestige Group, Wands, Keller Williams Greece κ.α.

Είναι κάτοχος Διπλώματος Πολιτικού Μηχανικού από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (Α.Π.Θ.), μεταπτυχιακών στη Διαχείριση Τεχνικών Έργων (ΔΧΤ - Ε.Α.Π.) και στη Σεισμική Μηχανική και Αντισεισμικές Κατασκευές (ΣΜΑ - Ε.Α.Π.) και ενεργειακός επιθεωρητής κτιρίων.