

# Pasiunea în job nu este o vorbă goală

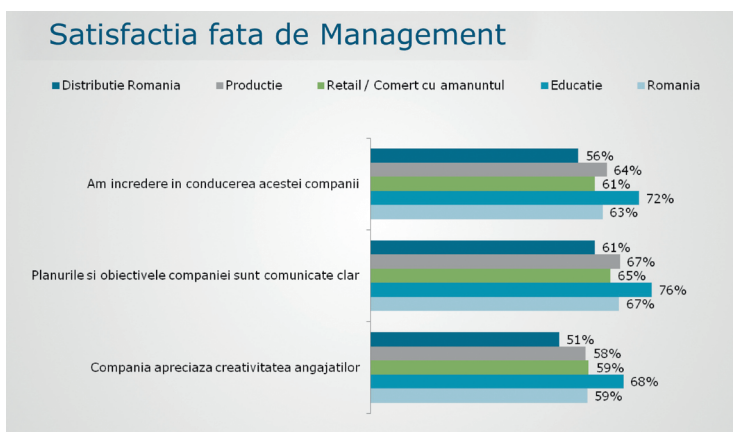
de Ioan Simu, *Director General, Mercury Research*

Înainte de Revoluție, cel mai bun post și singurul era la stat. După Revoluție, puteai considera o reușită în carieră să lucrezi pentru o companie multinațională în domeniul bunurilor de consum – un post în Coca-Cola sau P&G era marca succesului.

Câțiva ani mai târziu, era foarte atractiv un post în companiile de telefonie mobilă, unde cele mai bine plătite joburi tocmai apăruseră odată cu intrarea pe piață a companiei Connex, iar cei mai performanți profesioniști din FMCG au fost atrași de acest domeniu. Odată cu creșterea din Real Estate, o bună parte dintre profesioniștii din FMCG și Telecom au fost atrași în construcții sau imobiliare și, similar, majoritatea a fost ulterior atrasă către bănci.

Există domenii mai atractive decât altele? Reușesc ele să loializeze angajații și să-și formeze resurse umane valoroase? Sunt banii singurul motiv pentru care angajații sunt atrași într-o firmă? Studiile Mercury Research despre angajați răspund acestor întrebări, iar unul dintre răspunsuri este acela că banii nu sunt singurul motiv și nici chiar cel mai important.

sursa: Mercury Research



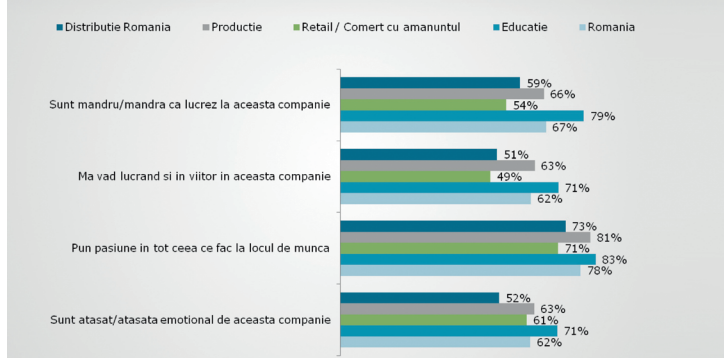
## Loialitatea angajaților în funcție de domeniul de activitate

Particularitățile fiecărei industrii în parte aduc informații utile despre ceea ce generează loialitatea angajaților și servesc drept inspirație atât pentru companii din domenii diferite care își pot îmbunătăți politicile interne, cât și pentru cele din același sector. Pentru analiza de față, am selectat patru domenii, care concentrează o mare parte a forței de muncă din România – educația, distribuția, producția și retail-ul –, pe care le-am urmărit prin intermediul studiului StaffChoice. Acesta oferă o comparație cu media la nivel național și măsoară satisfacția și gradul de loialitate al angajaților, asigurându-le angajatorilor un instrument complex de management și HR pentru îmbunătățirea performanței angajaților.

## În educație și producție, loialitatea e crescută

Deși este un domeniu în care beneficiile salariale sunt relativ mici, în educație, se observă o loialitate foarte mare a angajaților: aproape opt din zece angajați au o vechime mai mare de trei ani, în timp ce în retail mai puțin de jumătate depășesc această vechime. Cei mai mulți dintre angajații din învățământ nu doresc să schimbe locul de muncă. O concluzie a studiului este că pasiunea împreună cu alte avantaje depășesc anumiți inconveniente, cum ar fi nivelul salarial scăzut. Un număr foarte mare de angajați din educație nu este mulțumit de salariul fix de bază sau de beneficiile extrasalariale, cei mai mulți considerând că salariul este sub nivelul pieței. Cu toate acestea, sunt mândri de locul lor de muncă, pun pasiune în ceea ce fac, dau tot ce este mai bun și doresc să îmbunătățească situația organizației / instituției în care lucrează. Pasiunea nu este însă singurul factor

## Loialitate si angajament

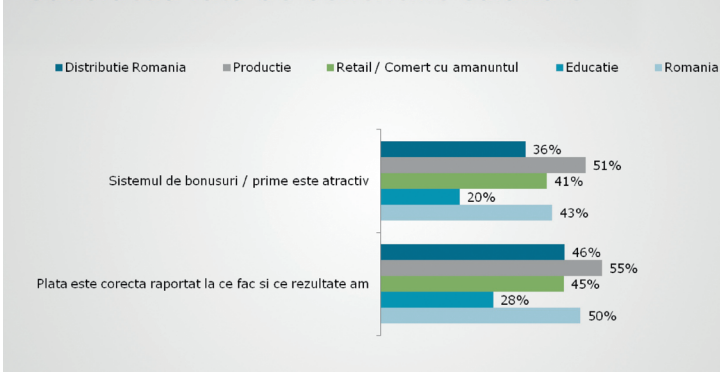


sursa: Mercury Research

care determină loialitatea angajaților din educație. Respectul de care se bucură, faptul că se simt apreciați și evaluați corect, satisfacția față de management sau programul de lucru sunt, de asemenea, aspecte importante. Angajații din educație sunt mulțumiți de modul în care sunt conduse organizațiile din care fac parte, de comunicarea managementului și de faptul că promisiunile sunt respectate. Un grad de loialitate și de implicare ridicat, comparabil, pe alocuri, cu cel din educație, se regăsește și în producție, aproape două treimi dintre angajați afirmând că se văd lucrând în viitor în compania actuală. Ca și în educație, angajații sunt absorbiți de ceea ce fac și dau tot ce e mai bun pentru ca organizația să aibă performanțe deosebite. De asemenea, se bucură de respectul colegilor și al superiorilor și simt că fac parte dintr-un mediu în care se pot dezvolta profesional. Totuși, spre deosebire de educație, în producție, angajații sunt într-o măsură mai mare satisfăcuți de salarii fix și de alte beneficii extrasala-

sursa: Mercury Research

## Satisfactia fata de beneficiile salariale



riale, numărul celor mulțumiți fiind mai mare chiar și decât media la nivel național.

## Distribuția și retail-ul au parte de o loialitate scăzută

Situația este însă diferită atunci când veniturile salariale scăzute nu sunt compensate de pasiunea pentru job sau de satisfacția față de politicile de HR, management sau mediul de lucru. În distribuție și retail, satisfacția față de veniturile salariale este mai mică decât media la nivel național, iar angajații nu se simt respectați, apreciați și evaluați corect. De asemenea, nu întrevăd oportunități de promovare și consideră că nu se investește suficient în dezvoltarea profesională. Lucrătorii din aceste domenii au un grad mic de loialitate, se văd doar temporar lucrând în compania respectivă și nu au un sentiment de apartenență și de mândrie. Față de media la nivel național, în distribuție și retail se înregistrează cele mai mici procente ale încrederii în top managementul companiei. În distribuție, sentimentul de detașare este întărit de nemulțumirea față de modul în care managementul comunică obiectivele companiei și chiar pe cele persoanele. De asemenea, angajații din domeniu acuză faptul că nu sunt încurajați să fie creativi și că inițiativa legate de îmbunătățirea performanțelor nu sunt apreciate. Aproape trei sferturi (70%) dintre angajații români intenționează să își schimbe actualul loc de muncă, tendință care a rămas relativ constantă în ultimii trei ani de când analizăm evoluția forței de muncă prin intermediul studiului „Cei mai iubiți angajatori”. Ce spune acest procent ridicat despre satisfacția la locul de muncă, despre loialitatea angajaților și despre potrivirea aspirațiilor proprii cu actualul job? Cu siguranță, este un aspect care merită analizat în primul rând de către angajatori, care știu că productivitatea muncii este în strânsă legătură cu satisfacția angajaților. Analiza de mai sus răspunde la câteva aspecte legate de ceea ce determină loialitatea angajaților, însă fiecare companie în parte trebuie să urmărească intern gradul de satisfacție și de implicare a angajaților, în vederea creării unui mediu de lucru productiv. ■

Informațiile sunt extrase din studiile „StaffChoice” și „Cei mai iubiți angajatori”, realizate de Mercury Research la finalul lui 2013.