

Delovno mesto se oblikuje postopoma

Glede na to, da poznamo vidni in nevidni trg dela, lahko zagotovo trdimo, da bo le 20% delovnih mest pripravljeno v obliki zaposlitvenega oglasa in objavljenih na zaposlitvenih portalih, agencijah in ZRSZ. Kje je ostalih 80% delovnih mest in kako lahko do njih pridemo pred ostalimi?

Prav toliko, kot je različnih podjetij in delovnih mest, tako se med sabo razlikujejo tudi po tem, kako hitro se potreba po novem delavcu oblikuje. Ne le to, delodajalci se razlikujejo tudi po tem, kako strateško in »z glavo« se lotijo iskanja novega sodelavca/cev. A ne glede na razlike, eno jim je skupno: kljub temu, da trenutno nimajo javno objavljenih delovnih mest, to ne pomeni, da niso pripravljene na zaposlovanje! V tej točki in pri tem zavedanju se skriva večina prostih delovnih mest in prav je, da jih znate poiskati in se potruditi, da jih odkrijete še pred drugimi.

Prva faza razvoja kadrovske potrebe: »Trenutno nimamo prostih delovnih mest.«
Kadrovska potreba se lahko v podjetju razvija nekaj mesecev ali celo nekaj let. V začetni fazi to pomeni, da v podjetju sploh ni zavedanja, da bi za rešitev nekega problema potrebovali novega sodelavca. A večina podjetij je vedno pripravljena na ponudbo, ki bi jim izboljšala poslovne rezultate - četudi tega ne oglašuje in je morda navzven videti celo, kot da se potencialnih novih sodelavcev izogibajo.

Če bi v tej fazi k podjetju pristopil kandidat, ki lahko podjetju ponudi rast poslovanja, znižanje stroškov, nove posle ipd. lahko pride do sklenitve zaposlitvenega dogovora, ne da bi za to izvedel en sam drug kandidat. Nova zaposlitev oz. delo je bilo ustvarjeno »iz nič«, vsekakor pa brez izjemne konkurence, ki sicer vlada za delovna mesta.

V zgodnjih fazah oblikovanja kadrovske potrebe tudi iskalec ustvarja delovno mesto. Delodajalec lahko začne razmišljati o zaposlitvi šele, ko pride v stik z osebo, ki bi lahko opravljala delo. Več dobrih stikov z delodajalci ustvarite, večje so vaše možnosti.

Druga faza razvoja kadrovske potrebe: »Morda bomo morali v prihodnosti zaposlovati.«
V podjetju so prišli do spoznanja, da bodo v kratkem potrebovali novega sodelavca. Vsaj nekateri sodelavci podjetja to vedo - najverjetneje gre za tiste, ki so zaradi pomanjkanja kadra bolj delovno obremenjeni, njihovi nadrejeni, morda tudi najvišje vodstvo podjetja ipd. Vendar v tem trenutku podjetje še ne stori nič, da bi obvestilo javnost o svoji potrebi; morda začnejo preverjati možnosti, lahko se lotijo tudi iskanja zunanjih ponudnikov tovrstnih storitev: podjetje se, denimo, lahko odloči zaposliti računovodjo ali pa najame zunanji računovodski servis.

Enako kot v prvi fazi tudi tu velja: če k podjetju pristopi kandidat, ki ve za problem podjetja in ponudi njegovo rešitev (svojo zaposlitev), lahko pride do zaposlitvenega dogovora brez nadaljnjega obveščanja javnosti.

Tretja faza razvoja kadrovske potrebe: »Odprti smo za predloge kandidatov za delo ...«

V tej fazi je v podjetju dozorelo spoznanje, da bo gotovo prišlo do zaposlovanja. Delovno mesto je oblikovano, prave osebe v podjetju so dobile navodila, da najdejo novega sodelavca. V kadrovski službi morda pregledujejo svoje baze kandidatov, trenutno zaposlene so morda prosili, da obvestijo prijatelje in znance, ki bi jih to delo utegnilo zanimati. Morda je podjetje celo najelo agencijo, da jim pripravi izbor kandidatov ali pa so zakupili dostop do baze življenjepisov, kot npr. tiste, ki jo upravlja portal MojeDelo.com. **Edino, česar podjetje še ne stori, je objava zaposlitvenega oglasa.**

V tej fazi je torej jasno, da podjetje zaposluje. Pregleduje življenjepise, baze kandidatov, opravlja razgovore in druge selekcijske postopke. Tu se že pojavi konkurenca kandidatov, vendar je bistveno manjša, kot bi bila, če bi potrebo javno oglaševali. To je dobro tako za vas kot aktivnega kandidata (manjša konkurenca) kot za podjetje (manj dela z administracijo prijav in selekcijo, manj tveganja pri izbiri).

Kandidati, ki imajo možnosti v tretji fazi, so vsi tisti, ki jim v prvih dveh fazah ni uspelo in so ohranili stik s podjetjem; kandidati, ki so se v preteklosti prijavili za druga delovna mesta, pa niso bili izbrani, vendar je podjetje njihovo prijavo ohranilo v bazi; kandidati, ki so jih podjetju posredovale kadrovske agencije; kandidati, katerih kontakte je podjetje pridobilo prek zaposlitvenih sejmov in lastnih virov podatkov, in seveda **vsii tisti, ki vedo za problem podjetja in so v tem času vzpostavili stik s podjetjem ter ponudili rešitev.**

Četrta faza razvoja kadrovske potrebe: »Zaposlujemo!«

Podjetje se odloči za javno objavo svoje kadrovske potrebe prek zaposlitvenih portalov, Zavoda za zaposlovanje in drugih javnih kanalov, s katerimi dosežejo iskalce zaposlitve. Ker imajo ti kanali visoko vidnost tudi med kandidati, ki tak način zaposlovanja razumejo kot edini način, je precej logično, da lahko podjetje prejme na desetine ali celo stotine prijav.

Ta faza je za podjetje izjemno naporna, za kandidate pa stresna in negotova. Četudi imate izjemno prijavo, jo lahko v množici spregledajo. Ker podjetje potrebuje delavca hitro, imajo kandidati, ki dela ne morejo nastopiti takoj, manj možnosti za uspeh. Čas, ki ga namenijo posameznemu kandidatu, je logično krajši. Konkurenca med kandidati pa je lahko ogromna.

Vaša naloga je, da se iz pasivnega »čakalca«, ki se odzove, ko ga pokličejo, spremenite v aktivnega iskalca, ki zaposlitev sam najde.

Gorazd Prah za Mojedelo.com