

I-Work E-AVĪZE

Strauji samazinās darbinieku atalgojuma līmenis!

*Ilze Boitmane (SIA „I-Work Latvia”)
Veicot kandidātu un klientu aptaujas 2009. gada pirmajā pusē, I-Work Latvia speciālisti atklāja vairākus interesantus aspektus, kas saistīti ar atalgojuma tendencēm kopš 2008. gada otrās puses. Ekonomiskās lejupslīdes ietekmē, mainās darba tirgus: būtiski pieaug darba devēju prasības, izvēloties un pieņemot darbā jaunus darbiniekus, kā arī jūtams pastāvīgs atalgojuma kritums praktiski visās nozarēs un amatu kategorijās.*

Kas notiek?

Izvērtējot katra darbinieka individuālo sniegumu, bieži vien iegūtie rezultāti atklāj darba devējam to, ka esošais personāls nav pietiekoši kompetents, lai spētu realizēt uzņēmuma izvirzītos mērķus pašreizējās ekonomikas apstākļos. Daudziem darbiniekiem ir viduvēji darba rezultāti un zema darba motivācija, kas joprojām atsaucās uz iepriekšējo gadu straujo izaugsmi. Cilvēku paradumi un darba stils bieži vien nemainās, tāpēc zūd prasme pielāgoties šī brīža situācijām un darba tirgus spēles noteikumiem. Tomēr tas nebūtu noteicošais, lai darbinieku atlaistu no darba. Viens no galvenajiem argumentiem ir tas, ka darbinieku attieksme pret darba devēju joprojām ir agresīva, dominējoša – prasību formā un joprojām darbinieks cenšas diktēt savus noteikumus, lai gan situācija ir krasi mainījusies. Taču tajā pašā brīdī viņš neaptver to apstākli, ka jāspēj pielāgoties, jo pretējā gadījumā darba attiecības vairs nespēs turpināties un šāds cilvēks var papildināt bezdarbnieku rindas.

Darba devēji - ieguvēji!

Daudzi uzņēmēji un uzņēmumu vadītāji atzīst, kas ir spiesti veikt kadru nomaiņu, jo darba tirgū ir daudz brīvāka pieeja jauniem, kvalitatīviem cilvēku resursiem, kam ir augsta darba motivācija un pietiekošas profesionālās kompetences.

Arī viņu motivācija un attieksme ir būtiski atšķirīga, jo viņi novērtē to, kas ir stabils uzņēmums, darba vieta un iespēja pierādīt uzņēmumam savas kompetences. Bieži vien arī atalgojuma prasības ir daudz zemākas un ir izteiktāka motivācija strādāt. Katrs kandidāts apzinās, ka vakancu konkursos ir daudz pretendentu un konkurence par katru amata vietu ir ļoti augsta.



Bieži vien pat darba intervijās var skaidri sajust kandidāta izmisumu un gatavību strādāt par daudz zemāku atalgojumu, nekā tas ir bijis iepriekš. Tomēr arī šajos apstākļos darba devēji vēlas saredzēt potenciālajos kandidātos pozitīvu attieksmi pret dzīvi, iniciatīvu un optimismu, lai spētu realizēt darba uzdevumus.

Tomēr šis, pieejamā tirgus, pirmais iespaids ir diezgan maldinošs, jo tas ir diezgan ierobežots. To var secināt tie darba devēji, kuri veica jauno darbinieku meklēšanu pavasarī un ir uzsākuši jaunus projektus šobrīd. Joprojām saglabājas augsti kvalificētu speciālistu deficīts. Pēdējo mēnešu aktivitātes norāda par masveida cilvēku migrāciju uz ārvalstīm, tādā veidā atkal ierobežojot kvalificētu darbinieku pieejamību Latvijā. Daudzi potenciālie kandidāti, kuriem ir stabila darba vieta un konkurētspējīgs atalgojums, neizskata darba piedāvājumus vai arī baidās iet strādāt uz jaunu darba vietu, tādā veidā zaudējot šo drošības sajūtu.

Kādas ir prognozes!

Ilūzija, ka pienāks tāds brīdis, kad darba tirgus piepildīsies ar daudziem profesionāliem darbiniekiem un kandidātiem, var radīt vilšanos. Jāatzīst, ka jaunu kadru sagatavošana darba tirgum ir vienpusēja un destruktīva, jo tiek sagatavotas tās specialitātes un profesijas, kurās jau šobrīd ir vērojama kadru pārprodukcija. Kā arī tehnisko jomu speciālisti tai skaitā mediķi, ķīmiķi u.c. izvērtē iespējas veikt savu ieguldījumu strādājot ārvalstīs, jo Latvijā viņiem nav nodrošinātas darba vietas, stabilitāte, sociālās garantijas un atbilstošs atalgojums.

Savukārt inženiertehniskās zinātnes studēt izvēlas aizvien mazāk jauniešu, jo tas prasa papildus ieguldījumu mācību procesā un nopietnu attieksmi pret studijām.

Kopējā valsts politika, sociālās vide un sabiedrības intelektuālā attīstība rosina cilvēkus izvēlēties vieglu ceļu, lai sasniegtu savus nākotnes mērķus, kas bieži vien aprobežojas tikai ar finansiāla rakstura vērtībām. Tādā veidā darba tirgus paplašinās ļoti lēnām ar jauniem profesionāliem kadriem.

„Vēlējos uzdāvināt klientiem lidojumu ar gaisa balonu...”

Pastāsti, Induli, kādā jomā tavs uzņēmums darbojas šobrīd?

AIRKARGO ir Latvijas kapitāla uzņēmums - pamatnodarbošanās ir aviotransports un kravu ekspedēšana. Lielākoties mums pašiem ir nācies strādāt ar dažādu uzņēmumu un organizāciju pārstāvjiem. Galvenokārt, tieši uzņēmumi izmanto mūsu pakalpojumus. Atcerieties simtiem firmu, to adreses, atrašanās vietas, kravu specifiku un piegādes vietas - pašiem mums liekas ļoti vienkārši. Tas noteikti ir vieglāk, nekā atminēties Žaņa, Pētera vai Annas uzvārdu vai vārdadienas datumu. Tāda ir mūsu biznesa specifika un vienlaicīgi arī nopietns izaicinājums.

Kā tu novērtē savas darbības rezultātus paraugoties uz nostrādātajiem gadiem?

Rezultāti ir atbilstoši ieguldītajam darbam. Kopš 1997. gada uzņēmums ir nodrošinājis augstas kvalitātes pakalpojumus neskaitāmiem uzņēmumiem un individuālajiem kravu sūtītājiem, piedāvājot muitas brokeru servisu un kravu nosūtīšanu. AIRKARGO galvenais mērķis vienmēr bijis – nodrošināt klientiem ērtu transportēšanu un kompetenci loģistikas jautājumos.



Lojālie klienti un ciešā sadarbība ar partneriem vienmēr bijusi AIRKARGO galvenā vērtība un attīstības perspektīva. Jebkurš cilvēks un klients atzīs to, ka ir patikami, ja tavam uzņēmumam uzticas. Es uzskatu, ka, ņemot vērā pašreizējo ekonomisko situāciju valstī, savstarpējā uzticība ir galvenais uzņēmējdarbības rezultāts, kas nodrošina mūsu uzņēmuma sekmīgu darbību.

Apkārt plosās krīze! Kādus risinājumus vai metodes tu izmanto savā uzņēmumā, lai strādātu efektīvi pašreizējos tirgus apstākļos?

Vairāku gadu gaitā esam strādājuši tā, lai mēs nebūtu atkarīgi no viena vai pāris *enkurklientu* labvēlības, tāpēc krīze nav mūs sadragājusi. Pēdējo gadu laikā esam optimizējuši autopārvadājumu nodaļu, kas tika paveikts, kooperējoties ar partneru uzņēmumiem. Tādā veidā esam samazinājuši tiešos transporta izdevumus. Tāpēc es pozitīvi novērtēju to, ka esam attīstījuši prasmi sadarboties ar mūsu nozares partneriem, kas tai pašā brīdī atsevišķos biznesa segmentos var būt arī konkurenti. Tādā veidā esam spējuši uzlabot savu efektivitāti un samazināt izdevumus.

Es vēlētos uzsvērt, ka darbs mūsu uzņēmumā vienmēr ir darīts atbilstoši uzņēmuma cilvēkresursu kapacitātei. Krīze ir palīdzējusi samazināt reklāmas un mārketinga izdevumus, jo daudzi pakalpojumi ir kļuvuši lētāki un potenciālie piegādātāji šobrīd cenšas nodrošināt augstāku savu pakalpojumu kvalitāti un vērtību. Vēlos arī piebilst, kas šajā laikā es augstu novērtēju savas ģimenes atbalstu, lai spētu strādāt, paaugstināta stresa apstākļos, ar tikpat lielu sparū un pozitīvu redzējumu nākotnē, kā tas bija tā sauktajos *treknajos gados*.

Jūsu uzņēmums ir attīstījis jaunu projektu! Pastāsti, kā Tev radās šī ideja?

Jau no agrām bērna dienām mani ir interesējusi aviācijas tēma un viss, kas ir saistīts ar lidošanu. Skolas laikā es darbojos Saldus lidmodelistu pulciņā. Iespējams, ka tas bija viens no dzinulītiem, kas pēc vairākiem gadiem man lika atgriezties pie šīs idejas un sapņa. Pirms četriem gadiem iedomājos, ka lieliska doma - saviem lojālajiem klientiem uzdāvināt lidojumu ar gaisa balonu. Tas man šķita pietiekami oriģināli un aizraujoši. Izvērtējot tā brīža piedāvājumus, es nonācu pie secinājuma, kāpēc gan nepamēģināt pašam? Es nolēmu nevis pirkt gaisa balona pakalpojumu par diezgan lielu naudu, bet rīkoties varbūt mazliet neprātīgi un spontāni, pats iegūt pilota licenci un iegādāties savu gaisa balonu.

Toreiz man pašam tā šķita uzdrošināšanās, bet tagad es apzinos, ka nav mazsvarīgi, ka *gaisa kuģis* kalpo kā nopietns mārketinga elements. Atšķirībā no citām pašreklāmas izpausmēm, aerostats nevienu netraucē, neveido sastrēgumus vai nezibinās datora ekrānā starp tekstiem. Tas lieliski iekļaujas apkārtējā vidē - apstājas pat steidzīgi autobraucēji vai garāmgājēji, lai priecīgi pamātu gaisa kuģotājiem un nereti balonu fotografētu.

Kādā veidā Gaisa balona projektā tiek iesaistīti tava uzņēmuma darbinieki? Kā viņi novērtē šo ideju un projektu?

AIRKARGO darbinieki pozitīvi novērtē iespēju, ka saviem lojālajiem klientiem var uzdāvināt lidojumu ar gaisa balonu. Tā ir arī iespēja pašiem lidot kopā ar saviem klientiem un piedalīties lidojuma sagatavošanā. Tas ir lielisks komandas saliedēšanas treniņš un sadarbības nostiprināšanas pasākums. Ja runājam par mūsu darbinieku iesaistīšanos, tad Viesturs ir braucis fotografēt gan sagatavošanos lidojumam, gan pašu lidojumu, savukārt Irina palīdz ar mārketinga materiālu tulkošanu un to izplatīšanu. Tatjana rūpējas, lai AIRKARGO birojā ar mūsu jauno piedāvājumu iepazītos apmeklētāji. Andrejs, Aigars, Valdis un Raitis ir iesaistījušies gaisa kuģa komandā, palīdzot notikt pašam lidojumam. Tas ir nopietns un atbildīgs darbs, kur liela nozīme ir pavadošajai zemes komandai un tās savstarpējai sadarbībai.



Lai lidojums varētu notikt, komandā bez pilota vajadzīgi vēl trīs dalībnieki. Viņi palīdz sagatavot balonu lidojumam. Tad viņi ar automašīnu seko balona lidošanas ceļam. Lidojuma noslēgumā visa komanda balonu saloka un ieliek atpakaļ somā. Lai cik dīvaini un neparasti tas neizklausītos, lielais un skaistais debesu bumbulis, pēc gaisa izlaišanas, tiek ielikts salīdzinoši nelielā apvalkā somā. Viss, kas nepieciešams veiksmīgam balona startam un lidojumam, ietilpst tikai vienā vieglās automašīnas piekabē: lidgrozs, apvalks, degļi un pārējais lidošanas inventārs.

Galvenais, ko es vēlos piebilst, ka bez komandas balonu nevar sagatavot lidošanai un arī pats lidojums nav iespējams. Tāpēc liela nozīme ir mūsu uzņēmuma darbiniekiem, kuri nav atteikuši palīdzību braukt līdz gan agrajos rīta lidojumos, gan vakaros, gan drēgnajā ziemā, gan tveicīgajā vasarā. Manuprāt, tas viņus aizrauj un saliedē, kā arī pilnveido viņu brīvā laika izmantošanas iespējas.



Kā tu plāno pilnveidot un attīstīt Gaisa balona projektu?

Es domāju, kas pakāpeniski veidosim sadarbību ar potenciālajiem starpniekiem (tūrisma, pasākumu, tūrisma informācijas aģentūrām) un potenciālajiem klientiem, kuriem būs vēlme pārdot dāvanu kartes vai izmantot balonu korporatīvām akcijām.



Mēs sadarbosimies ar uzņēmumiem, kuriem interesēs lidojumi ar gaisa balonu kā pārdošanas veicināšanas un mārketinga pasākumi. Piemēram, lidojumu ar gaisa balonu var izmantot uzņēmumu akcijās un reklāmas kampaņās kā dāvanu.

AIRKARGO veiktais potenciālo klientu pētījums parāda, ka cilvēki labprāt vēlētos iegūt iespēju lidot ar gaisa balonu, bet ne visi ir gatavi par to maksāt tik lielu naudu, kas apmēram ir 100 lati par lidojumu vienai personai. Pētījumā noslēgumā mēs secinājām, ka cilvēki labprāt saņemtu lidojumu tieši kā dāvanu. Līdz ar to gaisa balons ir pievilcīgs mārketinga instruments ne vien AIRKARGO, bet jebkuram uzņēmumam un cilvēkam, kurš mēdz dāvināt un iepriecināt savus klientus, darbiniekus, partnerus, draugus un ģimeni. Noslēgumā vēlētos atklāt, ka pārsteidzošs un netradicionāls lidojums ar gaisa balonu ir - iespēja *apprecēties debesīs*. Es domāju, ka tas noteikti paliks atmiņā kā kaut kas ļoti īpašs un neparasts. Tāpēc mēs šobrīd domājam jaunas un varbūt pavisam trakas idejas saistībā ar gaisa balona lidojumiem, kas Latvijā vēl nav attīstītas. Tā mēs centīsimies iepriecināt un pārsteigt tos, kuri vēlas kaut reizi dzīvē izbaudīt gaisa kuģošanas valdzinājumu.

Ilze Boitmane sarunājās ar SIA „Airkargo” dibinātāju un direktoru Induli Blūmu

Foto: no SIA „Airkargo” arhīva

Seminārs rudenī „Darbinieku novērtēšana uzņēmumā”

Seminārs: „Darbinieku novērtēšana uzņēmumā” (plānots organizēt 25.09.2009)

Lūdzam jau tagad iesūtīt priekšlikumus, komentārus un pieteikumus! Semināra programma ir lasāma www.i-work.lv sadaļā JAUNUMI – SEMINĀRI – „Darbinieku novērtēšana uzņēmumā”. Papildus informāciju var saņemt zvanot vai rakstot Laurai Vanagai (laura.vanaga@i-work.lv, tālrunis uzziņām 26448720), kura informēs par detaļām un semināra programmu.

Seminārs topošajiem personāla speciālistiem „Ievads personāla atlasē un novērtēšanā”

Seminārs: „Ievads personāla atlasē un novērtēšanā”

Programma tuvākajā laikā tiks publicēta www.i-work.lv mājas lapā. Seminārs ir īpašs ar to, ka tas ir ievads personāla vadības un atlasēšanas procesos, un adresēts tiem jaunajiem vai topošajiem speciālistiem, kas vēlas savu karjeru attīstīt personāla vadības, atlasēšanas vai novērtēšanas jomās.

Semināra norises datums nav noteikts, taču papildus informāciju var saņemt zvanot vai rakstot Ilzei Boitmanei (ilze.boitmane@i-work.lv, tālrunis uzziņām 26468860), kura informēs par detaļām un semināra programmu.

Uzmanību: Bezdarbnieki, kuri ir „Iespēju kartes” īpašnieki - semināram saņems 50% atlaidi!



Šī numura tēmas lasāmgrāmata - “Darbinieku motivācija”

Harvard Business Review, Autori: Autoru kolektīvs
Motivācijas trūkums var būt par cēloni darbinieku neefektīvam un neproduktīvam darbam, nemaz nerunājot par augstu kadru mainības līmeni. Šis *Harvard Business Review* žurnāla publicēto vēl joprojām aktuālo rakstu apkopojums palīdzēs vadītājiem uzņēmumos noturēt svarīgākos darbiniekus un radīt veiksmīgu darba vidi. Grāmatā apkopoti jauni un klasiski raksti par līderības, iedvesmošanas, atalgošanas, darba novērtēšanas un citām tēmām.

Standarta cena: Ls 12,10 **bet šīs avīzes abonentiem īpašā cena: Ls 9,57**



Nākošajā numurā lasiet:

„Pārdošanas veiksmes atslēga Ekonomiskās krīzes laikā!”

(Laura Vanaga „I-Work Latvia”)

„Pārdošanas komandas efektivitāte vakar, šodien un rīt!”

(Līga Mūrniece SIA “BITE Latvija”)

“Biznesa romāns Latvijā – izklaidei vai darbam?”

(Rita Baroniņa SIA “Lietišķās informācijas dienests”)

Visas šī izdevuma autortiesības pieder SIA “I-Work Latvia”, tāpēc jebkāda veida kopēšana vai pārpublicēšana ir aizliegta, ja nav saņemta rakstiska atļauja.