

# behaviour

ÜZLETI DÖNTÉSHOZÓK HUMÁNMENEDZSMENT LAPJA

A HR-MAGAZIN



BOJÁR GÁBOR

„A kreatív energiák nem Zoomon szabadulnak fel”  
A Graphisoft Park nem ingatlan-,  
hanem HR-beruházás

## Munkaerőpiac

IDÉN SZINTE ELTŰNTEK A MUNKAVÁLLALÓK

# Tényleg könnyebbnek kellene éreznünk a toborzást?

Míg a tavalyi recruiter-konferenciák a szakmán belüli kihívások és munkaerőhiány mellett a best practice-kről és a know how-okról szóltak, azaz, hogy ki, milyen leleményesen és kreatívan töltötte be a nyitott pozíciókat, addig mostanra már sokkal inkább azon törhetjük a fejünket, hogy kiket, hol és hogyan érhetünk el a munkaerő-piacon.



A 2019-es év a recruiter világban leginkább a közvetítő, toborzó és munkaerő-kölcsönző cégek szakmai előadásairól szólt. Arról, hogy ki, honnan, mennyiért és milyen munkaerőt talál, a cégek HR-vezetői pedig ezek hatásairól és kezeléseiről, integrációs és edukációs programokról, nyelvi nehézségekről és az ebből eredő diverzitás- vagy gender-témák kihívásairól meséltek. Nem véletlenül, hiszen a munkanélküliségi ráta tavaly októberben volt az eddigi legalacsonyabb, 3,3 százalék. A járvány begyűrűzésével idén májusra 4,8 százalékra kúszott fel, azóta pedig lassan, de folyamatosan csökken. Mivel is szembesülnek a toborzók leggyakrabban az általános közvélekedés alapján? Mostanra a világjárvány hatására átrendeződő munkaerő-piaci kép alapján hivatalosan is azt kellene éreznük, hogy könnyebb a toborzás.

### A legfrissebb munkaerő-piaci körkép

Ha az idei év júliustól szeptemberig tartó időszakát nézzük átlagosan 208000 munkanélküli volt az országban, az előző év azonos időszakához képest 46 ezerrel több. Bár ez közel azonosan oszlik meg nők és férfiak között, de a nőket a ráta növekedésével nagyobb mértékben érintette a munkanélküliség. Ha a 25-54 év közötti korosztályt nézzük összességében, akkor az ő esetükben ez 139 ezres kitétséget jelent, ami a tavaly nyári számokhoz képest 31,7 ezer fős növekedés. Ebben, a KSH által is úgy nevezett „legjobb munkavállalási körűk” körében a munkanélküliségi ráta 3,9 százalékos. Ha az augusztust külön megnézzük, egy jelentős kiugrást tapasztalhatunk. A nyár utolsó hónapjában, júliusról augusztusra hirtelen 32 ezerrel csökkent a munkanélküliek száma, a ráta 3,9 százalékra csökkent, a munkanélküliek száma ezzel 185 ezerre mérséklődött. Bár ez azt vetítette előre, hogy mégsem dőlhetnek hátra a toborzóink, a szeptemberi számok a munkanélküliségi ráta emelkedését mutatják.

Tehát a 2020. október 29-i legfrissebb adatok szerint szeptemberben a munkanélküliek átlagos létszáma 222 ezer fő, a munkanélküliségi ráta 4,7 százalék volt. Az előző hónapoz képest (amely az augusztusi, nyári csúcsezon volt, amikor a járvány terjedésének szempontjából leginkább aktív, nyaralási időszak és legenyhébb korlátozások voltak érvényben) a munkanélküliek száma 37 ezerrel nőtt. Ez augusztushoz képest 0,8 százalékos emelkedés, de a három hónap átlagában a 4,4 százalékos arány május óta tartó folyamatos csökkenést mutat a májusi 4,8 százalékos csúcs után.

(Adatok forrása: KSH, „Munkanélküliségi gyorstájékoztató” 2020. szeptember 29. és 2020. október 29.)

### Hol található a munkavállaló?

Szeptember az újraindulás, október már inkább a fellendülés hónapja az újraindult vállalati és azon belül is toborzási vagy munkáltatói márkaépítési aktivitások tekintetében. A munkaerő-piaci számok tükrében azt kell megvizsgáljunk, hogyan, hol és kiket érhetünk el a munkaerő-piacon. Érdemes állásbörzékre járnunk? Mekkora a hajlandóság a fizikai részvételre egy állásbörzén vagy már inkább csak online keresne mindenki munkát? Mik az elvárások a virtuális toborzás kapcsán?

### Nagyok a munkanélküliség területi eltérései

	Ráta (százalék)	Növekedés 2019-hez képest (százalék)
Észak-Alföld	7,9	1,4
Észak-Magyarország	5,8	1,3
Közép-Dunántúl	2,6	0,9
Nyugat-Dunántúl	2,7	1,0

(Forrás: KSH)

Természetesen vannak olyan rendezvények, amelyeket fokozott megelőző intézkedések mellett így is megrendeznek, a legnagyobb azonban nem kockáztathatnak ekkorát, főleg a tavaszi nagy bezárások után. (Még emlékszünk, hogy márciusban a tavaszi HVG Állásbörze épp csak megnyitott, és a második napra már be is zárták az aréna méretű rendezvényt.)

Felelősséggel a jelenlegi helyzetben a digitális platformokra lehet rendezvényt tervezni. Az új toborzás és a munkáltatói márkaépítés felületei és hívszavai mostantól a virtuális standok, különböző méretű és márkajellel ellátható online kiállítóterek, webcastok, webináriumok, videóbeszélgetése, online interjúk, 3D flagek és bannerek.

### Digitalizálódik a munkáltatói márka építése

Az új platformok megjelenésével hatalmas összegeket spórolhatnak meg azok a cégek, akik korábban látványos és hangsúlyos jelenléttel képviselték magukat a kiállításokon és állásbörzéken. A korábbi büdcsék töredékéből kaphatnak kiemelt figyelmet és

### Már nem trendi a pendrive

A klasszikus „repicuccok”, az ipari mennyiségben osztogatott, vagy még inkább találó kifejezéssel „elhordott” márkázott tollak, cukorkák, napszemüvegek, noteszek, baseball sapkák, pendrive-ok és még hosszan-hosszan sorolhatnánk a legtipikusabb szóróajándékok listáját, teljesen új dimenzióba helyeződnek. A kézzelfogható apróságok helyett már letölthető ajándékokat lehet hozzárendelni a standunkhoz.

standot a virtuális térben, a felszabaduló erőforrásokat meg az új helyzetben folyamatosan megújuló munkáltatói márkaépítési irányokba és közvetlenebb, hatékonyabb hirdetési kampányokba lehet forgatni.

Ha a virtuális állásbörzék legújabb platformjait nézzük, a témában egyik legnagyobb, a HVG Állásbörze az egyik, amely megjelent az online vonalon, és korábban együttműködő és szervező partnere a frissdiplomás.hu immár saját brand alatt, „JOB4me” néven saját platformos, virtuális állásbörzét kínál. Az elképzelés mindkét esetben a korábbi nagy rendezvények digitális világba átvittethető szolgáltatásait igyekszik adaptálni.

A standokat most már virtuálisan lehet tervezni, három különböző méretű standból lehet választani, mérettől függően illeszkednek a csomagokhoz extra reklámfelületek, márkamegjelentések, tagek és flagek. Az egyéni arculat kialakításában még arra is figyeltek, hogy a virtuális host is személyre szabható legyen a szűrhető standok és felületek látogatói oldalán.

Előterbe kerülnek a kuponok, ajándékutalványok, virtuálisan elérhető tájékoztatók. A virtuális platformra helyeződés a virtuális ajándékok mellett egyből behozza a szépen brandelt virtuális térbe a saját közösségi média felületek beilleszthetőségét is. Növelhetjük a követőink számát, generálhatunk akár új interakciókat. Ami nagyon fontos toborzóinknak, a foglalható interjú időpontok alapértelmezetten megjelennek a csomagokban,



FORRÁS: IZREF.COM

a webináriumok vagy webcastok indítása viszont már nem feltétlenül minden platformon elérhető minden csomagban.

### Mekkora kontakt és- vagy virtuális érdeklődésre lehet számítani a rendezvényeken?

A frissdiplomas.hu szeptemberben végzett, nem reprezentatív kutatása szerint a 18-45 éves budapesti és környéki álláskeresők 46 százaléka a körülményektől függetlenül részt venne fizikai rendezvényeken, mindössze 9 százalékuk zárkózik el teljesen a részvételtől. Akik nem vennének részt, indokul leggyakrabban azt adták meg, hogy nem keresnek munkát, de hivatkoztak a vírus-

A korábbi büdzsék töredékéből kaphatnak kiemelt figyelmet és standot a virtuális térben a toborzók

helyzetre, és arra is, hogy az állásbörzék fővárosi központúak, nem szeretik a zsúfoltságot vagy az online rendezvényeket preferálják. Az online rendezvények részvételi hajlandóságára vonatkozóan a válaszadók csaknem fele részt venne virtuális állásbörzén, ha épp aktívan keresne állást. Több mint harmaduk viszont akkor is, ha épp nem keres munkát. Ez az online platform a passzív állásbörzékhez is könnyebb megszólítási lehetőséget nyújthat, hiszen így azok is csatlakoznának akik jellemzően egy fizikai állásbörzére nem mennének el. Érdekes lista állt össze abból, hogy mik az elvárások a virtuális állásbörzék

kapcsán. Nagyon számítanak a direkt kérdések lehetőségére, az azonnali válaszokra, az interakcióra és személyességre, valamint az azonnali állásjelentkezésre, a nyitott pozíciókkal kapcsolatos részletes információkkal, bérsávokkal és karrierlehetőségekkel. A válaszadók szívesen tennének virtuális látogatást a munkavégzés helyén, előadást néznének a cég mindennapjairól, a platformokkal szemben pedig elvárás az átláthatóság, visszajelző lehetőség, szűrési lehetőségek.

Az sem marad virtuális megoldás nélkül, aki inkább országhatáron túl nézelődik, de még Európán belül maradna, a külföldi álláslehetőségek és álláskeresők is online platformon találhatnak egymásra.

Azt, hogy valóban könnyebbnek érezzük-e a toborzást, a szektorunk és vállalatunk speciális helyzete határozhatja meg leghangosabban. A számok és az átalakuló piac azt mutatják, hogy az álláskeresők száma tavalyhoz képest 33 százalékkal nőtt, miközben az átrendező állásbörzések és toborzási rendezvények sokkal alacsonyabb erőforrás-igénnyel nagyobb elérést és megtérülést ígérnek. Ha könnyebbséget nem is minden esetben, de az átalakulás és változás napi rutinból kizökkentő szelét minden iparágban meg kell érezni.



**GÁBOR ÉVA**  
vezető HR-szakértő, BMW Gyártó Kft.,  
a Behaviour magazin szerkesztőbizottságának tagja