

ФОРУМ | дискуссия
Министерство
сельского хозяйства
и продовольствия
Республики Беларусь

партнёры
grossbiel **BIZERBA** **ВАКУУМ СЕРВИС**

ПРОДУКТ.BY № 2 (21) 2022

Кадры в мясной отрасли: найти и удержать

В ходе VI Международного форума «Беларусь мясная» состоялась дискуссия о кадрах, в которой участвовали руководители предприятий и учреждений образования, HR-специалисты, бизнес-тренеры.



Анатолий ГРИШУК, экс-генеральный директор ОАО «Гродненский мясокомбинат»:

— Могу сказать, что, когда я возглавлял Гродненский мясокомбинат, у нас не было кадровых проблем. Что для этого нужно, спросите вы? Прежде всего, создать такой имидж предприятия, чтобы в вашем городе — неважно, маленьком или большом, — заинтересовали всем, кто на этом предприятии работает. И здесь важно всё: подход к работе, зарплаты сотрудников, условия — причём не только производственные. Например, в нашем общежитии для молодых специалистов были бильярдные и теннисные комнаты, танцевальный зал. Люди должны знать, что о них заботятся, что они ценные. Будучи в Польше, я видел, как руководитель предприятия в канун Нового года заходил в цеха и поздравлял сотрудников на каждом участке. Решил, что это хорошая традиция, старался ей следовать. И могу сегодня сказать, что благодарность каждому сотруднику — это очень важно и для атмосферы в коллективе, и для авторитета руководителя.



Сергей ИВАНОВ, кандидат экономических наук, сертифицированный директор, консультант по корпоративному управлению, антикризисному менеджменту и стратегическому планированию (Россия):

— Как создать сильную команду? Если компания хочет добиться быстрого прорыва на рынке, нужно просто покупать готовых специалистов, ведь выращивать их так быстро не удастся. Но если вы готовы немного подождать результата, необходимо сделать акцент на обучении на рабочем месте и иметь компетенции для этого обучения. Конечно, важно дать сотруднику достойную зарплату — помните, что человек работает не за идею, а на идею. Чтобы удержать специалиста, надо обеспечить его потребности: удобное рабочее место, медицинская страховка, какие-то дополнительные бонусы. И тогда даже при меньшей зарплате он отдаст предпочтение тому предприятию, где ему комфортно.



Элла ДЖАНГОЗОВА, генеральный директор ООО «Машиностроительное предприятие «КОМПО» (Беларусь):

— В нашей компании HR-служба нужна прежде всего для системного подхода. Ведь процесс подбора и удержания сотрудников, их адаптации к компании, способы мотивации — это всё разные стратегии, каждой из которых надо уделять внимание. Хочу сказать пару слов о мотивации сотрудников как способе удержать их в компании. Мы в своей практике пользуемся методикой оценки психотипов мотивации по Герчикову (все сотрудники делятся на пять психотипов — хозяйственный, профессиональный, инструментальный и так далее). От типа зависит вид поощрения — премия, обучение, похвала, отсутствие контроля и прочее. Уже при собеседовании мы понимаем, кто к какому типу относится, как правильно мотивировать (в том числе нематериально) сотрудников.



Александр МУДРИК, кандидат технических наук, независимый консультант, бизнес-тренер, эксперт в области стратегического менеджмента и управления персоналом (Беларусь):

— На мой взгляд, в хорошей команде должен быть микс из профессионалов и начинающих специалистов. И если мы говорим о студентах на практике, то их надо обязательно смотреть в работе, а не поручать готовить кофе и разносить папки. Более того, особенность нынешнего молодого поколения в том, что ему надо дать возможность себя проявить и быстро получить обратную связь. Дайте им проект — они покажут, на что способны, и будут очень мотивированы. И помните: любая денежная стимуляция убивает мотивацию. Денежная стимуляция действует только первые три месяца, потом требуется новая — это бесконечная гонка, в которую компания загоняет сама себя. И ещё: в формуле мотивационного потенциала работника есть такой важный показатель, как обратная связь. Увы, руководители не умеют давать обратную связь — как отрицательную, так и положительную. Учитесь этому, реагируйте на недочеты, выслушивайте предложения, давайте обратную связь — всё это важно для создания команды. **иui**



Геннадий СИНЯВСКИЙ, директор Оршанского государственного колледжа продовольствия:

— Если предприятия пищевой отрасли ощущают дефицит кадров, то работа с профильными учреждениями образования может стать одним из путей решения кадрового вопроса. С нашим колледжем сотрудничают крупнейшие производители Республики — например, такие как ЗАО «Серволюкс» и ОАО «Савушкин продукт». Вместе с нами специалисты этих предприятий приглашают к себе на производство школьников, которые заканчивают обучение в 9-х и 11-х классах, знакомят их с будущей профессией, показывают, на какое рабочее место они могут прийти, если выберут данную компанию. Это совсем другой подход к кадрам, эффективная и прямая профориентация. И я призываю каждого руководителя предприятия приглашать к себе учащихся — именно так вы сможете найти будущих специалистов. А как их удержать? Прежде всего, для молодых сотрудников важны социальные гарантии: помимо зарплаты — ещё и достойный соцпакет, и, конечно, помочь в решении вопроса с жильём.



Максим КИРКОР, ректор Белорусского государственного университета пищевых и химических технологий:

— Очень важно, чтобы компании, которым нужны новые кадры в пищевой отрасли, контактировали с учебными заведениями не в момент распределения, а заранее приходили к руководителям колледжей и вузов для обсуждения своих потребностей в специалистах. Если директор предприятия поставит нам задачу, что нужен такой-то молодой специалист, а потом поговорит со студентами, кого-то пригласит на практику — уверен, многие кадровые проблемы решатся. Для нас крайне важна обратная связь от производителей. У меня была идея: направить руководителям предприятий мясопереработки наши учебные планы, а потом провести семинар, где бы производители сказали, какие корректировки в обучение стоит внести, какие науки будут актуальны для отрасли сегодня. Всё это помогло бы более эффективно решать проблемы кадров.