



Ни один работодатель не защищен от того, что в один прекрасный день его генеральный директор или лучший менеджер объявит о своем уходе в другую компанию. Как правило, ценные работники никогда не остаются без внимания конкурентов и рекрутеров. На Западе к вопросу переманивания сотрудников относятся очень серьезно, поэтому существует множество тренингов и семинаров по технологиям управления персоналом для менеджеров высшего звена и кадровиков. Разработка социальных программ, привлекательных компенсационных пакетов, дополнительные страховки, бонусы, системы поощрения и создание здоровой рабочей обстановки - все это направлено на сохранение кадров. Лозунг «Незаменимых людей нет» уходит в прошлое.

По мере того, как растёт конкуренция, и "дикие" методы конкурентной борьбы (ценовые войны, организация наездов, заказные PR- компании в прессе, роспуск слухов и т.д.) постепенно заменяются более цивилизованными правилами игры, "джентльменскими соглашениями" между конкурентами, то руководители компаний всё больше внимания начинают обращать на то, что происходит внутри отделов продаж. Часто приходится сталкиваться с тем, что в компании просто нет руководителя отдела продаж (если взять рынок продаж оборудования, комплектующих, оптовая продажа продуктов питания, и т.д.).

Открытое переманивание сотрудников компаний-конкурентов сейчас уже встречается редко, поскольку может быть расценено как недвусмысленное объявление войны. Только на рынках с традиционной сезонностью (например, в строительстве) вполне в порядке вещей переход целых бригад с одного объекта на другой, из одной компании в другую. Хотя по форме это можно назвать переманиванием, по сути же эти бригады не привязаны ни к одной из компаний, и обеспечить их "лояльность" можно только хитроумными схемами оплаты с использованием аккордно-премиальной системы (например, когда основная часть оплаты производится после сдачи объекта, а еще лучше - по истечении гарантийного срока).

Из всего перечня угроз в адрес сотрудников организации рассматриваемая угроза переманивания является наиболее массовой, т.е. самой распространенной. Она является следствием действия закона рыночной конкуренции. На современном рынке труда данный закон оказывает прямое воздействие на хозяйственное

поведение не только продавцов товара (наемных работников), но и его покупателей в лице работодателей. Они конкурируют между собой за возможность привлечь работников, лучших по своим профессиональным компетенциям и личностным качествам. При этом интенсивность конкуренции зависит от двух факторов:

- уровня квалификации работника; естественно, что объектами наиболее жесткой конкуренции между работодателями выступают топ-менеджеры и наиболее известные в стране (отрасли, регионе) эксперты;
- степени дефицитности той или иной специальности.

Изучив подробно данную тему, можно сделать вывод, что работодатели используют методы как добросовестной, так и недобросовестной конкуренции. Методом добросовестной конкуренции является обеспечение высокого имиджа конкретной организации на рынке труда как социально ответственного работодателя. В этом случае у организации появляется возможность привлечь лучшие по качеству трудовые ресурсы, не прибегая при этом к прямому переманиванию их у конкурентов. Под переманиванием кадров понимаются разнообразные действия, направленные на конкретного руководителя или специалиста сторонней организации с целью мотивации к смене работодателя. Такие действия в теории и практике современного предпринимательства определяются как метод недобросовестной конкуренции.