

Current studies in Human Resources field

Empirical Research in

Social Work and Sociology

ISSN 2668-3512
ISSN-L 2668-3512

Volume III, Issue 2

September 2021

TIMISOARA, ROMANIA

Empirical Research in Social Work and Sociology
Department of Social Work & Department of Sociology

Editor of the current issue:

Laurențiu ȚÎRU

Phone: (+40) 0755 062 627 / E-mail: laurentiu.tiru@e-uvv.ro
Adress: Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, România

Secretary of the current issue:

Ionela Andreea STOICOV

Phone: (+40) 762 777 107 / E-mail: ionela.stoicov@e-uvv.ro
Adress: Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, România

ISSN 2668-3512

ISSN-L 2668-3512

Editura Universității de Vest
2022

Edited at West University of Timisoara
Department of Social Work & Department of Sociology

Editorial Board

Editor-in-Chief

Cosmin GOIAN, West University of Timisoara, România

Deputy Editor-in-Chief

Laurențiu ȚÎRU, West University of Timisoara, România

Associate Editors

Monika ALISCH, Fulda University of Applied Sciences, Fulda, Germany

Victor GROZA, Case Western Reserve University, Cleveland, Ohio, U.S.A.

Ulrich PAETZOLD, Brandenburg University of Technology, Cottbus - Senftenberg, Germany

Nicoleta NEAMȚU, Babeș-Bolyai University, România

Mona VINTILĂ, West University of Timisoara, România

Viren SWAMI, Anglia Ruskin University, Cambridge, UK

Rosella TOMASSONI, Università degli Studi di Cassino, Folcara, Italy

Melania POPA-MABE, University of South Carolina, South Carolina, USA.

Mihai - Bogdan IOVU, Babeș-Bolyai University, România

Managing Editors

Dănuț Sorin BĂLĂUȚĂ, West University of Timisoara, România

Editorial Board

Dănuț Sorin BĂLĂUȚĂ, West University of Timisoara, România

Carmen BĂRBAT, West University of Timisoara, România

Andreea BÎRNEANU, West University of Timisoara, România

Venera BUCUR, West University of Timisoara, România

Simona DABU, West University of Timisoara, România

Theofild LAZĂR, West University of Timisoara, România

Alexandru NEAGOE, West University of Timisoara, România

Patricia RUNCAN, West University of Timisoara, România

Carmen STANCIU, West University of Timisoara, România

Mihaela TOMIȚĂ, West University of Timisoara, România

Loredana Marcela TRANCĂ, West University of Timisoara, România

Florina Luiza VLAICU, West University of Timisoara, România

Elisabeta ZELINKA, West University of Timisoara, România

Roxana UNGUREANU, West University of Timisoara, România

Sînziana PREDA, West University of Timisoara, România

Contents

Employability on the labor market - before, now and after the pandemic in România	1
<i>Roxana BRAȘOVEANU</i>	
The effects of the pandemic on motorsport	26
<i>Francisc Florin KISS</i>	
The labor market impact of robotization on human resources	38
<i>Adriana CRIȘAN</i>	
The influence of the group on the socio-professional development of the students-A qualitative approach-	42
<i>Renata Giorgia TROFIN</i>	
Motivation and job satisfaction	64
<i>Andreea Simona JULA</i>	
The relationship between the motivation and satisfaction of employees in an organization	91
<i>Saska GENCIC</i>	
Sources of human resources recruitment in companies. Comparative study between the recruitment process and selection in the Inditex companies from Timișoara	108
<i>Iemima-Rebeca MUREȘAN</i>	

Cuprins

Angajabilitatea pe piața muncii, înainte, acum și după pandemie în România	0
---	----------

Roxana BRAȘOVEANU

Efectele pandemiei asupra motorsportului	0
---	----------

Francisc Florin KISS

Impactul robotizării muncii asupra resursei umane	0
--	----------

Adriana CRIȘAN

Influența grupului de apartenență asupra dezvoltării socio-profesionale a studenților -O abordare calitativă-	0
--	----------

Renata Giorgia TROFIN

Motivația și satisfacția în muncă	0
--	----------

Andreea Simona JULA

Relația dintre motivația și satisfacția angajaților într-o organizație	0
---	----------

Saska GENCIC

Surse de recrutare a resurselor umane în companii. Studiu comparativ între procesul de recrutare și selecție în companiile Inditex din Timișoara	0
---	----------

Iemima–Rebeca MUREȘAN

Editorial

Laurențiu ȚÎRU¹

Resursele Umane reprezintă un domeniu în plină ascensiune, ce trebuie să facă față provocărilor unei dinamici accentuate. Contextul actual definit de noile realități sanitare și sociale aduce un plus de dinamism și obligă piața muncii din zona de Vest, dar și în general, să se preocupe de rezolvarea unor probleme inexistente până acum.

Numărul actual al revistei ERSWS propune o serie de teme, pecum: Angajabilitatea pe piața muncii, înainte, acum și după pandemie în România, Motivația și satisfacția în muncă, Relația dintre motivația și satisfacția angajaților într-o organizație, Impactul robotizării muncii asupra resursei umane, Surse de recrutare a resurselor umane în companii.

Abordarea calitativă permite cercetătorului să trateze în profunzime tematica studiată și să propună concluzii ce nu sunt evidente nespecialistului sau chiar cercetătorului care privește realitatea din punct de vedere cantitativ.

Laurențiu ȚÎRU

Editor of the current issue

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300223, Timisoara, Timis, Romania; E-mail:laurentiu.tiru@e-uvt.ro

Editorial

Laurențiu ȚÎRU¹

Human Resources is a growing field, which must face the challenges of a strong dynamic society. The current context defined by the new health and social realities brings an extra dynamism and forces the labor market in the Western area, but also in general, to be concerned with solving problems that have not existed so far.

The current issue of the ERSWS journal proposes a series of topics, such as: Employability on the labor market, before, now and after the pandemic in Romania, Motivation and job satisfaction, The relationship between motivation and employee satisfaction in an organization, The impact of labor robotics on human resources, Sources of human resources recruitment in companies.

The qualitative approach allows the researcher to analyze in depth the studied topic and to propose conclusions that are not obvious to the non-specialist or even to the researcher who approaches the reality from a quantitative point of view.

Laurențiu ȚÎRU

Editor of the current issue

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300223, Timisoara, Timis, Romania; E-mail: cosmin.goian@e-uvt.ro

Employability on the labor market - before, now and after the pandemic in România

Roxana BRAȘOVEANU¹

Abstract

The purpose of this study is to observe and to give precious pieces of information about what happens to the Romanian labor market and how pandemic affected sectors and fields of activity. This field of activities are: private, budget and entrepreneurship.

Keywords: pandemic, employability, labor market, flexibility, entrepreneurship, adaptability.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Angajabilitatea pe piața muncii, înainte, acum și după pandemie în România

Roxana BRAȘOVEANU¹

Abstract

Scopul acestui studiu este de a observa și de a oferi informații prețioase despre ceea ce se întâmplă cu piața muncii din România și modul în care pandemia a afectat sectoarele și domeniile de activitate. Acest domeniu de activitate este: privat, bugetar și antreprenorial.

Cuvinte cheie: pandemie, angajabilitate, piața muncii, flexibilitate, antreprenorial, adaptabilitate.

Introducere

Lucrarea de față își propune să urmărească trei sectoare de pe piața muncii din România din diverse domenii de activitate. Aceste sectoare pe care mi-am propus să le studiez sunt sectorul privat, bugetar și cel antreprenorial. Așadar, acest studiu urmărește flexibilitatea și adaptabilitatea angajaților de a face tranziția de la un sector la altu, ce îi determină să aleagă un sector în detrimentul altuia, cât de decizi sunt în alegerea făcută și dacă pandemia le-a afectat percepția asupra locului de muncă și deciziile legate de viața lor profesională și cum erau înainte de acesta.

1. Cadrul conceptual și teoretic

1.1. Definiții și concepte

1.1.1. Angajabilitatea ca și concept nou

Termenul de angajabilitate este unul vechi care a prins o nouă înfățișare definit în 1997, ca fiind unul dintre cele patru idei ale Strategiei Europene de Angajare adoptate la Summitul Special de la Luxemburg al Consiliului European pentru ocuparea forței de muncă așa numitul Summit pentru Locurile de Muncă din noiembrie 1997 (competitiv.bethany.ro, 2007-2013).

Totuși termenul a fost în centrul atenției din anii 1990 dar primele publicații datează încă din anii 1950. În publicațiile din anii 1950 și 1960, angajabilitatea îndeplinea un scop economic, acela de a obține un loc de muncă și de al menține pe o durată de timp cât mai îndelungată. Literatura de specialitate privind angajabilitatea se concentrează acum în

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

primul rând pe capacitatea individului de a-și menține un loc de muncă pe piața internă sau externă a muncii. În cadrul acestui „noul contract psihologic” între angajatori și angajați se așteaptă ca angajații să își asume responsabilitatea pentru propria carieră. În schimb, angajatul se poate aștepta ca angajatorul să ofere sprijinul și facilitățile necesare pentru a-și extinde capacitatea de angajare. (Forrier, Sels, 2003, 103-105)

Din punct de vedere conceptual pot fi stabilite două abordări ale termenului de angajabilitate: „abordarea bazată pe locul de muncă” care se referă la cererea pieței muncii adică capacitatea unui individ de a-și găsi un loc de muncă potrivit și de a practica o activitate profesională care ar îndeplini cerințele angajatorului și „abordarea bazată pe competențe” care face referire la oferta sistemului de învățământ dar și la competențele, abilitățile și aptitudinile unui individ (Spînu, 2019, 64-65). Tot aici se poate realiza diferența dintre „angajabilitate instituțională” și „angajabilitate individuală” în baza criteriului de responsabilitate.

1.1.2. Piața muncii

Cuvântul românesc „muncă” este un cuvânt de origine slavă (sl. monka), care reprezintă o activitate umană care are ca scop să creeze, să producă și să pună la dispoziție bunuri și servicii. Definiția acestui termen arată faptul că prezintă totalitatea acțiunilor finalizate supuse unui scop care implică un consum de energie fizică și psihică unde oamenii își folosesc aptitudinile, cunoștințele și experiența. Conform specialiștilor care au studiat preistoria apariția termenului „muncă” datează cu 2,5 milioane de ani în urmă (Garbuz, 2017, 98). Munca are două dimensiuni, cea cantitativă care se referă la volumul de muncă de o anumită natură desfășurată într-un proces de producție, și cea calitativă care este o specializare profesională a fiecărei persoane care prestează o muncă, la gradul său de calificare și de experiență în domeniu, la nivelul său de randament (Pânzaru, 2020, 4). Munca mai poate să fie „la negru” sau fără forme legale. Aceasta reprezintă orice activitate desfășurată în afara cadrului legal și posibil să fie plătită dar nedeclarată autorităților publice din următoarele motive:

- a) evitarea achitării a taxelor și impozitelor;
- b) neplata contribuțiilor asigurărilor sociale de stat;
- c) evitarea anumitor limitări legale, se referă la numărul de ore de muncă, la concediu de odihnă, la salariul minim pe economie, la îndatoririle stabilite prin contractele de muncă colective etc. (Male, 2005, 32)

Piața reprezintă ansamblul de acțiuni unde cumpărătorii și beneficiarii, iar vânzătorii sau producătorii, intră în contact pentru a face schimburi între ei de bunuri și servicii (Pânzaru, 2020, 5). Piața muncii este definită științific ca „piața forței de muncă” deoarece există multe piețe cum ar fi: „cea a bunurilor și serviciilor, a capitalurilor și cea a resurselor naturale” (Țiclea, 2002, 10). Piața forței de muncă este o activitate care se

desfășoară într-un spațiu economic și îmbină trei elemente de producție esențiale: munca, natura și capitalul (Luțac, 2014, 3). Este definită ca fiind un loc în care angajații și angajatorii interacționează între ei unde angajatorii concurează pentru a-i angaja pe cei mai buni, iar angajații concurează pentru cel mai bun loc de muncă care să-i satisfacă. Aici apare cererea de muncă care este cererea de forță de muncă a firmei, iar oferta de muncă este forța de muncă a angajatului. Cererea și oferta de forță de muncă se pot modifica în funcție de schimbările foarte puternice de negociere (economictimes.indiatimes.com, 2020). Aceasta poate să fie națională, atunci când zona de căutare a cererii cu oferta se poate întrepătrunde și se întinde la scara întregii economii naționale, sau locală când căutarea unui loc de muncă se poate restrânge pe plan local (Luțac, 2014, 4).

Oferta de forță de muncă se definește prin resursele de muncă pe care le are la dispoziție o societate la un moment dat și care se stabilește pe baza următoarelor criterii: salarizarea, calificări fizice și psihice pentru locul de muncă, căutarea activă a unui loc de muncă și posibilitatea individului de a ocupa imediat locul muncă. Populația activă este cea disponibilă de muncă care dorește să o desfășoare la diferite niveluri ale salariului fiind reprezentată de oferta locului de muncă (Dorofeeva, 2014, 84). Aceasta depinde de mulți factori cum ar fi: „indicatori demografici unde apare și emigrarea, mobilitatea internă și externă, structurile demo-economice pe grupe de vârstă, statutul socio-profesional, obstacolele la intrarea pe piața muncii, performanța sistemului educațional și măsura în care acesta este capabil să furnizeze calificările și competențele cerute pe piața muncii” (Chievu, Georgescu, 2020, 4).

Piața forței de muncă are două segmente cel formal și informal. „Sectorul informal” care a apărut în 1954 și este utilizat de W. Arthur Lewis pentru prima dată și făcea referire la dezvoltarea economică, iar în 1970 este consemnat pentru prima dată termenul de „economie informală” de către Keith Hart și se definește ca „o activitate economică neînregistrată în mod oficial, legată de producerea de bunuri și servicii care nu sunt interzise de lege”. Tot aici, activitatea economică în acest sector este realizată de „producătorii individuali așa-zisele întreprinderi necorporative deținute de persoane sau gospodării casnice aparte”. Această activitate se bazează pe relația de încredere pe care o au participanții între ei. (Rojco, Stremenovskaia, 2017, 73)

„Sectorul formal” sau „economia formală” este determinată de angajatul care își desfășoară activitatea într-o organizație, rezultatele muncii acestuia putând fi cuantificate la nivel macroeconomic. În acest sector angajatul este beneficiarul a câtorva lucruri cum ar fi:

- contract de muncă formal cu angajatorul;
- responsabilitățile de la locul de muncă și condițiile de muncă sunt deja prestabilite;
- are un salariu sigur, fix și decent cu bonificații și stimulente dacă este cazul;
- timpul de lucru este stabil;

- lucrează împreună cu un grup organizat din care face și parte și lucrează toți în același mediu;
- își cunoaște drepturile;
- are acoperire de o securitate socială, precum și pentru pericolele imprevizibile de sănătate și viață. (Bîznă, 2017, 17)

Tot aici apare „sectorul public” și „privat” și parteneriatul dintre aceste două.

„Sectorul privat” se definește ca fiind acea parte a economiei care nu este verificată de stat, cuprinde toate întreprinderile care nu sunt operate și deținute de guvern. În acest sector se află cea mai mare pondere privind oferta locurilor de muncă. Iar „sectorul public” este definit de toate acele instituții și organizații unde guvernul deține controlul total sau parțial (ro.scribd.com, 2013). Conceptul de „Parteneriat Public - Privat” în literatura de specialitate este perceput în mod diferit, în funcție de perspectiva din care este privit. Este considerat un acord juridic, prin care resursele, pericolele posibile și recompensele aferente atât autorităților publice, cât și companiilor private să se combine pentru a realiza cu succes anumite proiecte care se impun a fi implementate în baza legii, iar profitul fiind al întregii societăți (Țigănescu, 2013, 46). Această noțiune a fost folosită pentru prima dată în Marea Britanie și în Statele Unite ale Americii, unde s-au dovedit rezultate practice. Acest parteneriat a fost definit ca o relație de colaborare între persoane și organizații din sectorul public și cel privat, având ca țintă un câștig comun (Țigănescu, 2013, 47). Avantajele oferite de acest parteneriat a adus mai multe efecte favorabile pe termen lung decât dezavantaje sau pierderi economice, deoarece asumarea riscurilor sunt și din partea sectorului public (Boguș, 2014, 38).

1.2. Angajat vs. antreprenor

Înființarea și conducerea unei afaceri, ca orice activitate pe piața muncii, permite unei persoane să își exploateze caracteristicile personale într-un mod particular. Educația, abilitatea generală și tipurile specifice de abilități își pot avea toată valoarea în operațiunile complexe implicate în activități antreprenoriale. O analiză combinată a antreprenorilor și angajaților permite o comparație a valorii relative a abilităților pentru performanța acestora (Hartog, Van Praag, Van Der Sluis, 2010, 948). Singura măsură de performanță disponibilă pentru ambele grupuri și care permite astfel o comparație, deși cu unele limitări este venitul individului (Hamilton, 2000, 605-606).

1.2.1. Bugetar sau corporatist?

Ca angajat ai două opțiuni: fie să lucrezi la stat în sistemul public astfel devenind bugetar, fie să lucrezi în sistemul privat într-o companie astfel devenind corporatist. În orice țară, un angajator important este sectorul public, prin urmare prin politica sa de stabilire a salariilor are o influență asupra întregii economii. Față de domeniu privat, locurile de muncă

din domeniul public sunt percepute ca fiind mai stabile și salariile mai echitabile, întrucât statul își dă silința adesea să fie un angajator „model” și nu este supus constrângerilor de profit. Cu toate acestea, fără un cadru de compensare unificat al sectorului public și criterii clare de performanță, procesul de stabilire a salariilor poate fi inegal, condus politic și o sursă de inegalitate (Voinea, Mihaescu, 2012, 316). Începând cu Smith (1976) și Gunderson (1979), există o vastă literatură empirică privind diferența de retribuție între sectorul public și cel privat.

Interacțiunea în competiția pentru locuri de muncă, în special într-un mediu de șomaj relativ scăzut, participarea forței de muncă și rate de ocupare, oferă un impuls suplimentar interacțiunii dintre salariile guvernamentale și cele din sectorul privat. (Christou, 2013, 728)

Programul de lucru atât la privat cât și la stat este de 8 sau 9 ore, cu o oră pauză de masă. La privat totuși acest program nu este destul de suficient pentru ca angajații să poată realiza toate sarcinile de lucru, și din această cauză majoritatea lucrează peste program, față de cei care sunt angajați la stat unde rareori se lucrează peste program și atunci când sunt ore suplimentare sunt plătite fără excepție. Când vine vorba de beneficii în sectorul privat se oferă pachete avantajoase atractive angajaților, iar la locurile de muncă de stat la aceste beneficii se include asigurări de sănătate și stimulente pentru economii la pensie, și se acordă inclusiv beneficii membrilor familiei. Când ne referim la singuranța locurilor de muncă la privat riscul de a fi concediat este mai mare chiar dacă în mod legal dar fără a se da un motiv anume totuși acest sector oferă oportunități abundente de angajare dar există o concurență puternică pentru promovare. La stat locurile de muncă asigură o siguranță mai mare deoarece guvernul trebuie să treacă prin câteva etape înainte de a concedia angajații, ceea ce face mai dificilă eliminarea acestora. Angajații care lucrează pentru guvern pot opta pentru schimbarea locurilor de muncă în cadrul departamentului lor, dar rămân sub umbrela statului, oferind spațiu pentru posibile promovări, în timp ce se bucură de stabilitatea aceluiași angajator general. În sectorul privat mai apare flexibilitatea locurilor de muncă unde poate fi relativ ușor să treci de la o poziție la alta cu salariul, responsabilități și beneficii mai mari. Creșterile salariale pot fi aprobate mai ușor în sectorul privat, în timp ce locurile de muncă de stat au tendința de a respecta programele de salarizare reglementate în funcție de nivelul de experiență și longevitate. În unele cazuri, lucrătorii din slujbele statului pot simți că contribuie la binele comun, lucrând spre obiective specifice sau generale în educație, sănătate publică, apărare sau alte domenii. (careertrend.com, 2017)

1.2.2. Antreprenor o nouă soluție

Activitatea antreprenorială are un impact semnificativ asupra dezvoltării economice, competitivității și durabilității unei țări, deoarece contribuie la creșterea economică, la crearea de locuri de muncă și la dezvoltarea de produse și servicii inovatoare. Ca atare, domeniul antreprenoriatului a fost intens cercetat în ultimele decenii de diferite

discipline, folosind o multitudine de abordări conceptuale și empirice, deoarece conceptul este multilateral și de o importanță semnificativă atât pentru organizațiile private cât și pentru cele publice. (Baciu, Vîrgă, Lazăr, et al., 2020, 1-2)

O definiție a antreprenorilor ar fi că ei sunt cei care întemeiază în număr foarte mare firme și companii care dă naștere la cele mai multe locuri de muncă și dezvoltă viitoarele corporații multinaționale, suportând cele mai multe riscuri și bucurându-se de majoritatea recompenselor, astfel fiind motorul sistemului economic. Antreprenorul este văzut de obicei ca un inovator, o sursă de idei noi, bunuri, servicii și afaceri. (Ailene, 2018, 202-203)

Chiar dacă antreprenoriatul poate fi văzut ca o potențială oportunitate de a relansa economia românească, cadrul în care funcționează antreprenorii români este încă foarte nesigur și imprevizibil. În consecință, calitățile necesare pentru un antreprenor care dorește să înceapă o afacere în România sunt: ingeniozitate, să fie foarte motivat, extrem de rezistent, tenace și foarte curajos.

Din această scurtă radiografie a mediului de afaceri românesc este evident că se schimbă în mod constant și ca o consecință firească, succesul afacerii care este determinat de capacitatea antreprenorului de a anticipa și de a se adapta la schimbări. În plus, antreprenorii trebuie să se concentreze asupra provocărilor care pot apărea în fiecare an cum ar fi: globalizare, schimbări climatice, îmbătrânire, lipsa aprovizionării cu energie și pozibile pandemii. Rezolvarea acestor provocări implică tranziția către o economie bazată pe cunoștințe și servicii, iar acest proces ar trebui să fie la fel de revoluționar ca reorganizarea precedentă a economiei, de la agricultură la industrie. (Marchis, 2016, 90-94)

1.3. Angajabilitatea înainte, acum și după, în contextul pandemiei

Înainte de apariția pandemiei (COVID-19) din 2020, cifrele privind ocuparea forței de muncă și a șomajul au continuat să indice o îmbunătățire a forței de muncă din UE pe piață în cursul anului 2019. Șomajul a scăzut per ansamblu de la 4,4% în aprilie 2018 la 3,9% în decembrie 2019. De la an la an, creșterea ocupării forței de muncă cu normă întreagă a depășit cel al ocupării forței de muncă cu jumătate de normă de la începutul anului 2014, dar a avut tendințe descendente din primul trimestru al anului 2018 (Eurofound.europa.eu, 2020).

România se află într-o stare ascendentă a epidemiei, estimându-se o rată a șomajului de 5,5%. Din cauza extinderii COVID-19 în România deplasarea populației s-a diminuat, companiile fiind constrânse să reducă la maximum răspândirea virusului, în această ordine căutând soluții pentru vânzări și telemuncă. În 7 aprilie 2020, existau 10 localități românești în carantină totală, astfel sectorul economic a fost extrem de afectat cum ar fi turismul, transportul, hotelurile, restaurantele și comerțul alimentar. Contractele de muncă încetate de la declararea stării de urgență la 30 martie au urcat la un număr de 240.151, din care: 45.313 erau în domeniul comerțului cu ridicata și cu amănuntul

și repararea autovehiculelor și a motocicletelor, 41.891 erau în producție și 32.402 erau în construcții. (Morosan-Danila, Bordeianu, 2020, 388-390)

Domeniile cele mai stabile în perioada pandemiei din punct de vedere al retenției angajaților au fost cele din IT&C și FMGC unde doar 8% au schimbat locul de muncă comparativ cu cei din domeniul HoReCa unde au fost 23.30%. Totuși, cel mai stabil loc de muncă l-au avut cei cu studii universitare unde doar 12.77% și postuniversitare finalizate respectiv 13.07% au schimbat locul de muncă de la începutul pandemiei și până în prezent. Pe măsură ce s-a redus substanțial personalul angajat în industrii cum ar fi entertainment și HoReCa, iar angajatorii care aveau un volum important înainte de pandemie, respectiv serviciile financiar-bancare au scăzut numărul locurilor de muncă noi, piața locală de joburi a început în prezent să fie dominată de joburi în producție, logistică și retail.

2. Metodologie

2.1. Design-ul metodologic ales și argumentele aferente

Pentru această cercetare am ales un demers calitativ, pentru a-mi realiza obiectivele propuse. „Cercetările calitative, deși acoperă o mare varietate de abordări, nu se bazează pe măsurări numerice, urmărind descrierea comprehensivă a unui eveniment sau a unei unități sociale, se bazează pe paradigme de tipul celor postmoderniste, raționaliste sau post-pozitiviste.” (Șandor, 2013, 22)

Aceste cercetări conduc la strângerea informațiilor observabile printr-un șir de clasificări și etichete, iar de obicei sunt obținute prin prisma a unui jurnal, a unor interviuri sau a observațiilor nestructurate. Astfel, informațiile adunate sunt analizate într-un mod interpretativ și subiectiv, iar datele provenite din acest demers calitativ sunt foarte bogate și amănunțite. (Obrad, 2018, 65-66)

Pentru lucrarea de față am ales ca instrument de cercetare interviul, care este o metodă de cercetare calitativă, universală și indirectă în științele socio-umane.

2.2. Scopul și obiectivele cercetării

Obiectivul general al cercetării este identificarea angajabilității pe piața muncii, înainte, acum și după pandemie în România. Din obiectivul general, se obțin câteva obiective specifice importante. Ele se pot constata din itemii interviului, astfel:

1. Un prim obiectiv este identificarea și colectarea anumitor detalii despre angajat, adică profilul angajatului, ce vârstă are, ultima formă de învățământ absolvită, în ce sector activează sau are propria afacere și ce funcție deține.

2. Un al doilea obiectiv este identificarea și detalierea motivelor și ce l-a determinat să lucreze în domeniul în care activează.

3. Un al treilea obiectiv este identificarea detaliilor referitoare la vechimea pe care o are în sectorul în care activează, care era percepția asupra locului lui de muncă înainte și cum este acum în pandemie, și dacă are de gând să își schimbe job-ul după pandemie.

4. Un al patrulea obiectiv este identificarea detaliilor cu privire la experiență și cât de flexibili sunt pe piața muncii, ce dificultăți au întâmpinat când au schimbat sectorul sau domeniul de lucru, și cât de ușor sau greu s-au adaptat.

5. Un al cincilea obiectiv este compararea rezultatelor obținute în urma interviurilor sau observarea similarității acestora, în ceea ce privește factorii care îi determină să aleagă un loc de muncă, dificultățile pe care le întâmpină un angajat pe piața muncii și percepția asupra unui loc de muncă.

2.3. Operaționalizarea conceptelor

Concepele studiate și abordate în această lucrare sunt: angajabilitatea, piața muncii, angajat vs antreprenor, bugetar sau corporatist și angajabilitatea înainte, acum și după în contextul pandemiei.

Prin acest studiu am dorit să aflu ce dificultăți întâmpină oamenii din România pe piața muncii, care sunt factorii care îi determină să aleagă un loc de muncă în sectorul public, privat sau să devină antreprenor, și dacă pandemia le-a schimbat percepția asupra unui loc de muncă și cum era înainte de aceasta. Ceea ce se urmărește în acest studiu este observarea și identificarea capacităților oamenilor de a face tranziția de la un sector la altu și cât de ușor sau greu le este să se adapteze, de a-și crea propria afacere, ce îi motivează în alegerea făcută și cât de stabili sunt în ceea ce au ales. Acum în secolul XXI, oamenii care obțin un loc de muncă satisfăcător nu se mai gândesc că respectivul loc de muncă este pe viață sau de la acel loc o să iasă la pensie cum era acum câteva decenii, lucrează câțiva ani pentru o companie după care schimbă compania sau sectorul.

2.4. Elaborarea sau adaptarea instrumentului de cercetare

Am ales ca instrument de cercetare interviul, după cum am menționat anterior, deoarece consider că dețin suficiente noțiuni pentru redactarea ghidului de interviu și pentru colectarea și interpretarea datelor într-o manieră cât mai obiectivă. Interviul este elementul de bază a metodologiei calitative fiind una dintre cele mai puse în practică tehnici de colectare a datelor.

Cel mai folosit interviu este cel individual, prin contact direct, adică „față în față”. Însă interviul poate avea loc și la telefon, prin scrisori sau autoadministrarea întrebărilor. Tehnicile variază mult în funcție de obiectivul urmărit, particularitatea problemei abordate sau de specificul persoanelor participante la studiu. În funcție de gradul de structurare, interviurile sunt structurate, semistructurate sau nestructurate. (Băban, 2000, 319)

Pentru cercetarea mea interviul propus a fost de tip semi-structurat. „În interviurile semistructurate, în ghid sunt precizate întrebările cele mai importante, precum și câteva posibilități de continuare, în funcție de răspunsul interviuatului. Intervievatorul pune fiecare întrebare din ghid, dar are libertatea ca în funcție de răspunsul primit să exploreze în adâncime problema în modul pe care-l consideră cuvenit.” (Șandor, 2013, 140).

2.5. Alegerea populației studiate/surselor de date și motivarea acestei alegeri

Observarea s-a desfășurat în cadrul pieței muncii din România, respectiv cei care activează în domeniul privat, public sau cel antreprenorial. Cercetarea a fost concentrată asupra sectorului în care se activează indiferent de funcția pe care o deține cel care este interviuat.

Răspunsurile obținute din interviurile aplicate sunt observate iar apoi comparate sau se remarcă anumite similarități.

2.6. Metoda de eșantionare utilizată și procedeele de selecție aplicate

Pentru metoda de eșantionare utilizată am luat în considerare vechimea intervievaților în sectorul în care lucrează sau activează în antreprenoriat, deoarece este foarte important ca angajații să aibe aproximativ aceeași vechime în sectorul în care lucrează, indiferent de ce funcție ocupă și i-am grupat astfel: trei bugetari, trei corporatiști, trei antreprenori, și unul singur care nu are nici o vechime și abia intră pe piața muncii.

Prin urmare, persoanele alese fac parte din intervalele de vechime astfel 1-5 ani, 5-10 ani respectiv peste 10 ani dar există și o singură persoană care nu a mai lucrat până acum abia fiind la început pe piața muncii. Funcțiile intervievaților care se regăsesc în această lucrare sunt diverse pe toate sectoarele de activare.

2.7. Modalitatea de culegere a datelor

Interviurile au fost realizate față în față și telefonic, cu fiecare interviuat în parte și au fost înregistrate iar apoi transcrise la sfârșitul realizării acestora.

Unele interviuri sunt susținute telefonic deoarece nu am avut o altă posibilitate în momentul respectiv, datorită faptului că aceste persoane nu au vrut susținerea interviurilor în mod fizic din cauza situației cu pandemia dar și pentru că se află în alt oraș.

2.8. Perioada, localitățile și cadrul în care au fost culese datele

Datele au fost adunate în perioada 10.02.2021 și s-a încheiat în data de 10.04.2021. Aceste date au fost culese prin înregistrare, în cadrul țării din diferite orașe. Unele interviuri au fost realizate telefonic iar unele au fost față în față cu persoanele dispuse prin această metodă.

2.9. Limitele cercetării de teren și dificultățile întâlnite

Din nefericire, pandemia s-a prelungit și în anul acesta în 2021 când îmi fac cercetarea pentru lucrarea de licență și am întâmpinat următoarea dificultate de a susține interviurile în mod fizic, ori la locul de muncă a interviuatului, ori într-un loc accesibil și liniștit. Totuși unele interviuri au fost susținute telefonic, au fost înregistrate, iar după aceea transcrise și adăugate ca anexe la sfârșitul acestei lucrări, iar cu unele am avut noroc să fie realizate față în față, dar timpul a fost destul de limitat, iar unele persoane s-au grăbit. Interviurile realizate telefonic poate nu au atins același nivel pe care l-ar fi putut atinge dacă erau aplicate în mod fizic, din punct de vedere al interpretării atitudinii manifestate de respondenți și claritatea mesajului transmis de către aceștia. Cu toate acestea, consider că am reușit să extrag date clare și precise care servesc cercetării calitative.

3. Rezultate

3.1. Angajabilitatea pe piața muncii în sectorul privat

Persoanele intervievate, funcțiile acestora și vechimea pe care o au în domeniul în care activează sunt prezentate astfel:

- P. A. (Recepționar marfă, 1 an);
- A. R. (Group leader, 7 ani);
- B. M. (Conducător auto, 12 ani).

3.1.1. Informații/detalii despre angajați, profilul angajaților

Pentru prima întrebarea care introduce respondenții în interviu și anume ce vârstă au, aceștia mi-au răspuns în felul următor: P. A. are 21 de ani, A. R. are 31 de ani și B. M. are 50 de ani. Ca și formă de învățământ absolvită din cei trei doar A. R. are studii superioare, masterul în cadrul Universității Craiova, ceilalți doi având liceul dar P. A. are și un curs în IT.

3.1.2. Motivele și ce i-a determinat să lucreze în domeniul actual

Întrebarea care introduce interviuații în subiect, „Detaliați motivele care au contribuit în alegerea sectorului și a domeniului în care activați.”, din partea acestora am obținut răspunsuri scurte, la obiect: P. A. și B. M. au dat răspunsuri similare și afirmă că la privat sunt mai multe locuri disponibile și probabilitatea de ați găsi un job, să te angajezi și să urci ierarhic în funcțiile companiei, e mai mare decât în alte sectoare de activitate, „În principiu este disponibilitatea locului de muncă în ciuda faptului că în sectorul public nu prea se găsesc locuri de muncă disponibile; și pentru că 50% din sectoare sunt private iar la buget nu prea ai loc, aici am avut șansa, norocul. La sector privat poți să urci pe trepte ierarhice.” iar A. R. afirmă că din două motive a ales acest sector și domeniu: primul motiv ar fi inovația din acest domeniu care îi permite să învețe continuu și să nu se plafoneze iar cel de-al doilea este competitivitatea din domeniul privat. Totuși cei trei mărturisesc că le

place domeniul de activitate pentru că lucrează cu oameni tineri, lucrează cu pasiune iar salarizarea îi motivează să își facă treaba din ce în ce mai bine. Aceștia susțin că nu au pe nimeni în sectorul sau domeniul de activitate doar P. A. a răspuns afirmativ, și declară ferm că lui nu i se pare că a contribuit cu ceva această rudă când a ales să lucreze în sectorul și domeniul de lucru. În ceea ce privește „dacă sunt mulțumiți/te totuși de postul pe care îl ocupă?”, toți trei afirmă că sunt mulțumiți, dar întotdeauna este loc de mai bine, de altfel, B. M. a făcut un barem de la 1 la 10 notând cu nota 7/8, declarând că, nu este nici prea mulțumit nici mulțumit din cauza la ceea ce se întâmplă în prezent cu pandemia.

3.1.3. Vechimea la locul de muncă, percepția asupra locului de muncă înainte și după pandemie și schimbarea jobului

Apariția pandemiei, care s-a prelungit și în anul 2021, a afectat locurile de muncă dar și pe angajați. Ca și în cazul lui B. M. care înainte de această pandemie avea gânduri foarte mari, voia să se dezvolte pe plan profesional, să își facă propria firmă, și chiar să își schimbe locul de muncă, „Înainte de pandemie aveam gânduri foarte mari, voiam să mă fac antreprenor, aveam de gând să-mi schimb job-ul, alte realizări.”, dar toate acestea planurile sau schimbat odată ce a apărut această pandemie „s-au schimbat datorită situației pandemiei, pe piața globală ce evenimente sunt la nivel mondial, s-au schimbat; pe timpul pandemiei am avut ocazia să cunosc multe plusuri și minusuri. Și datorită situației care o fost am fost nevoit să-mi schimb percepția de muncă de viață și să fiu cumva mai prudent.” Stările de urgență s-au prelungit din ce în ce mai mult până în anul următor și încă nici acum în prezent nu se poate spune că s-a sfârșit cu această problemă. Totuși nu toți angajații au resimțit că pandemia a fost o piedică, în cazul lui A. R. acesta a avut chiar oportunitatea să lucreze numai de acasă în această perioadă ceea ce înainte de pandemie nu a lucrat nici măcar o zi pentru că considera că muncă de acasă va fi mai solicitantă, dar acum după un an și ceva lucrând numai în regim de telemuncă i se pare că lucrul de acasă este la fel de comod ca și la birou „Înainte de pandemie credeam că muncă de acasă va fi mai solicitantă, dar acum mi se pare la fel de comodă.” P. A. a realizat că în această perioadă multe job-uri nu mai sunt disponibile și a început să își aprecieze locul de muncă mai mult.

Orice început are și un sfârșit iar situația cu pandemia se va termina la un moment dat și se poate observa că cei trei intervievați abia așteaptă acest lucru pentru că la întrebarea legată de „schimbarea jobului și dacă s-au gândit să își facă propria firmă”, au răspuns ferm că da, deoarece cu terminarea acestei situații pot să își continue planurile pe care le-au avut de dinainte, să devină antreprenori sau să își schimbe job-ul pe o funcție mai sus ierarhic față de cea pe care o dețin acum. B. M. afirmă „Pe parcurs m-ar bate gândul sau aș vrea, dacă vremurile ar fi bune s-ar liniști să fac ceva pe cont propriu cum ar veni. Să încep să devin un antreprenor.” A. R. mărturisește că de mult timp se gândește să-și facă propria firmă doar că nu știe în ce domeniu s-ar potrivi „Da m-am gândit să-mi fac propria firmă, de multe ori, dar nu am găsit domeniul în care m-aș încadra.” Iar P. A. așteaptă oportunitățile

și avantajele favorabile să se ivească ca să își schimbe locul de muncă până își deschide propria firmă: „Asta depinde de oportunitatea pe care o am, dacă se va ivi un loc de muncă mai bun cel mai probabil da îmi voi schimba jobul dar și în funcție de avantaje; iar în viitorul mai apropiat mă gândesc să-mi deschid o firmă.”

3.1.4. *Experiența/flexibilitatea pe piața muncii, dificultăți întâmpinate, adaptabilitate*

În privința experienței de pe piața muncii doar A. R. nu a mai lucrat niciunde până la job-ul pe care îl are acum, dar a lucrat în ONG-uri. Totuși acesta se consideră destul de flexibil de aceea pe viitor dorește să-și facă propria firmă, deoarece acum nu are destul timp la dispoziție pentru că vrea în prezent să petreacă mai mult timp cu familia. B. M. și P. A. au lucrat în mai multe locuri iar de aici se poate observa că sunt suficienți de flexibili, „consider că sunt foarte flexibil din cauză că mă pot adapta la cam orice job; mă atașez foarte bine cu colegii cu șefii.”, au trecut de mai multe ori prin etapa de acomodare și prin prezentarea ca și „colegul nou”.

Referitor la „ce dificultăți au întâmpinat” când au început o nouă activitate în orice domeniu de lucru, P. A. a răspuns că nu a întâmpinat dificultăți, cel mult în primele zile cele de acomodare și cam atât i s-a părut mai dificil. Pentru A. R. treaba stă altfel pentru că a avut nevoie de traininguri pentru a-și actualiza cunoștințele, chiar dacă avea anumite informații acumulate în timpul masterului acesta nu avea experiență pe piața muncii „Păi la început când m-am angajat nu aveam foarte multe cunoștințe, aveam lacune mari din punct de vedere tehnic și aveam nevoie de traininguri pentru a-mi actualiza cunoștințele la nivelul pieței.” Iar B. M. a menționat că în mare parte a întâmpinat dificultăți de organizare pentru că lucrează într-un serviciu unde are de a face cu foarte multă lume „dificultăți de organizare, dificultăți de program, întotdeauna găsești și plusuri și minusuri în funcție de starea și evenimentele care sau petrecut sau care se petrec.” Indiferent cât de greu le-a fost la început când au intrat pe piața muncii sau au schimbat domeniul de lucru, intervievații afirmă că le este ușor să se adapteze la ceva nou, nu consideră că ar fi greu chiar susțin că se descurcă destul de bine. P. A. „adică ca și adaptabilitate mi se pare că mă descurc destul de bine să mă adaptez la un nou job sau la un nou loc de muncă. Nu consider că mi-ar fi greu să mă adaptez la un nou loc de muncă.”, A. R. „Adaptabilitatea a fost rapidă, dar ar fi fost mult mai ușor dacă în facultate cursurile ar fi fost de actualitate.” iar B. M. a menționat că adaptabilitatea la un nou domeniu de activitate are legătură cu colectivul, cu cerințele respectivei companii și cu conducătorii acesteia „Deci în funcție de colegi, de munca care se cere și fișa postului. Fișa postului care se face la orice angajare și în funcție de cerințele care sunt te adaptezi situației mai bune sau mai rele.”

3.2. *Angajabilitatea pe piața muncii în sectorul bugetar*

Persoanele intervievate, funcțiile acestora și vechimea pe care o au în domeniul în care activează sunt prezentate astfel:

- Ț. L. (Asistent medical, 3 ani);
- A. M. (Profesor, 7 ani);
- D. S. (Economist, 17 ani).

3.2.1. Informații/detalii despre angajați, profilul angajaților

Persoanele intervievate fac parte din intervalul de vârstă 25-35 și 35-45, respectiv Ț. L. are 26 de ani, A. M. are 31 de ani și D. S. are 42 de ani. Ț. L. și D. S. lucrează în domeniul public medical, prima având studii superioare la Facultatea de Medicină și Farmacie iar a doua master în economie. A. M. are două facultăți una cu specializarea în litere iar a doua este Facultatea de Științe ale Educației.

3.2.2. Motivele și ce i-a determinat să lucreze în domeniul actual

Unii oameni nu au norocul să lucreze numai din pasiune și plăcere dar se poate observa pe baza răspunsurilor primite, că toți acești trei intervievați pentru sectorul bugetar, chiar muncesc cu pasiune, nu se văd făcând altceva și asta și-au dorit de mici iar acum își îndeplinesc visul obținând și lucrând un job în domeniul mult dorit. Ț. L. „nu mă vedeam făcând altceva, asta mi-am dorit de mică, domeniul medical”, A. M. „Pasiunea de când eram mică, a fost singura mea dorință și singurul sector în care îmi doresc momentan să mă implic.”, și D. S. „Am terminat facultatea de ISE, așa că am căutat normal în domeniu ceva dar îmi place să fiu economist în domeniul sănătății.” Putem remarca că atunci când lucrezi din plăcere ești mulțumit de locul de muncă și de ceea ce faci, D. S. „Sunt foarte mulțumită, am învățat multe lucruri interesante și colectivul este foarte bun.”, A. M. și Ț. L. „Foarte mulțumită.” Când vine vorba dacă au „o rudă sau o cunoștință în același sector/domeniu unde lucrează” doar A.M. a răspuns afirmativ dar susține ferm că nu a ajutat-o cu nimic ca să intre în acest domeniu ba chiar a sfătuit-o să aleagă cu totul și cu totul altă direcție „Nu a contribuit absolut deloc pentru că m-a îndrumat încontinuu să aleg alt domeniu.”

3.2.3. Vechimea de la locul de muncă, percepția asupra locului de muncă înainte și după pandemie și schimbarea jobului

În ceea ce privește „percepția asupra locului de muncă înainte și după pandemie” aceștia mi-au răspuns că înainte de toată situația cu pandemia aveau gânduri normale despre locul de muncă, erau mulțumite cu ceea ce fac, iar în cazul lui A. M. care este profesoară avea dorința de învoație la clasă „Cred că cu ușurința cu care se lucra la clasă și dorința de învoație.” Cu toate acestea apariția pandemiei, chiar dacă este o situație mai puțin fericită, a adus cu ea inovația mai rapidă la locul de muncă pentru A. M. care avea doar în gând acest lucru, deoarece în situația în care încă ne aflăm este obligată să găsească alte mijloace și metode de învățământ doar că odată cu asta a apărut și un minus lega de

cât de dificil e acum să predai în mediul online „mi se pare că dorința de învoație a venit între timp pentru că ești obligat să folosești alte metode și alte mijloace de învățământ iar ușurința de a lucra cu elevii pare că a dispărut, e din ce în ce mai greu să lucrez cu ei pentru că nu pot să empatizez cu ei și să fiu aproape de ei și să-i ajuti așa cum ți-ai dori.” Și Ț. L. a observat că în situația în care ne aflăm de față e mai diferit acum la job-ul ei, simte că condițiile de muncă s-au schimbat iar pacienții care vin sunt altfel „Da s-au schimbat parcă e mai diferit nu e la fel ca atunci când m-am angajat, adică condițiile de muncă și pacienții sunt diferiți.” Indiferent de dificultățile întâmpinate în această perioadă toți trei afirmă că nu vor să își schimbe job-ul și nici să își facă propria firmă după ce se va termina într-un final cu pandemia.

3.2.4. *Experiența/flexibilitatea pe piața muncii, dificultăți întâmpinate, adaptabilitate*

În ceea ce privește experiența de pe piața muncii, din cei trei intervievați doar D. S. a mai lucrat 2 ani de zile într-un domeniu și sector diferit față de ce lucrează acum „Da, am lucrat casier la un schimb valutar 2 ani.”, și se poate observa că din această cauză este mai flexibilă decât ceilalți dacă ar fi să își schimbe din nou job-ul doar că momentan nu își dorește acest lucru „Deocamdată nu îmi doresc să-mi schimb domeniul de lucru, sunt foarte mulțumită aici.” Pentru ceilalți doi respondenți fiind primul loc de muncă cel de acum, au mărturisit că nu prea sunt flexibili, nu își doresc să lucreze în altă parte și dacă s-au obișnuit într-un loc de muncă nici nu se mai gândesc la alte opțiuni sau oportunități „Nu cred că e vorba de flexibilitate, e vorba de dorință, nu mă văd făcând altceva; nu prea sunt flexibilă, dacă m-am obișnuit și îmi place nu mă gândesc să schimb ceva.”

Ca în orice domeniu și cei din sectorul bugetar au întâmpinat dificultăți la locul de muncă, chiar dacă D.S. are experiență pe piața muncii fiecare domeniu este diferit iar dificultățile apar la orice pas „De învățare, că a fost diferit față de celălalt domeniu dar se învață peste tot oriunde ai merge că diferă domeniul diferă tot.” Cu toate acestea se consideră o persoană care se adaptează foarte rapid la orice domeniu dar așa cum susține mai sus îi place prea mult locul de muncă pe care îl are acum și nu se gândește să schimbe ceva „Eu cred că pot să mă adaptez ușor indiferent de domeniu, dar nu-mi doresc deocamdată să-l schimb, îmi place aici.” A.M., pe de altă parte, susține că atunci când faci cu pasiune ceva nu ți se pare că întâmpini dificultăți și totul nu mai pare așa greu „Nu am întâmpinat foarte multe dificultăți. Dacă faci ceea ce faci cu pasiune nimic nu îți va părea așa greu.” Mai adaugă că numai dacă ar fi vreodată nevoită și-ar schimba domeniul de activitate și crede că s-ar adapta destul de rapid deoarece și la job-ul pe care îl are acum adaptabilitate ei a fost foarte ușoară pentru că-i place să lucreze cu copiii. La Ț.L. ca și dificultate întâmpinată a fost stresul care apare în multe cazuri la locurile de muncă și tehnic vorbind despre activitatea sa au fost perioade când lipseau materialele sanitare „Aș putea să zic că a fost stresul dar tehnic au fost perioade de lipsa materialelor sanitare.” Și ea susține că atunci când faci ceva din plăcere și te implici foarte mult adaptabilitate este mai

rapidă și mai ușoară dar cu toate acestea fiind și primul ei loc de muncă primele zile au fost poate mai grele dar pe parcurs totul a devenit mai ușor „La început poate a fost mai greu fiind și primul meu loc de muncă, dar pe parcurs când am început să mă acomodez, să-mi cunosc colegii mai bine, a început să fie mai ușor, și pentru că îmi place ceea ce fac și m-am implicat cât de mult am putut.”

3.3. Angajabilitatea pe piața muncii în sectorul antreprenorial

Persoanele intervievate, funcțiile acestora și vechimea pe care o au în domeniul în care activează sunt prezentate astfel:

- R. A. (Execuție, 1 an);
- C. S. (Manager, 5 ani);
- B. F. (Execuție, 11 ani și jumătate).

3.3.1. Informații/detalii despre angajați, profilul angajaților

Persoanele intervievate pentru acest sector au următoarea vârstă și ultima formă de învățământ absolvită: R. A. are 31 de ani și este licențiată în domeniul inginerie mecanice, C. S. are 26 de ani și are master în finanțe iar B. F. are 43 de ani are liceul și un curs în bucătărie.

3.3.2. Motivele și ce i-a determinat să lucreze în domeniul actual

Referitor la întrebarea „Care sunt motivele în alegerea sectorului și a domeniului de activitate?”, cele trei persoane intervievate mi-au răspuns că principalul motiv este cel legat de independența financiară, să realizeze niște venituri suplimentare care să le aducă un trai mai bun și mai mare decât dacă ar fi fost angajați și de a crea locuri de muncă: R.A. „În primul rând am vrut o independență financiară, îmi doream de foarte mult timp să mă dezvolt cumva singură și personal și financiar.”, C.S. „Cred că motivele au fost financiare, mi-am dorit să fac ceva care să-mi aducă un trai mai bun și mai mare decât dacă aș fi fost angajat și să pot să ajut și alți oameni oferind locuri de muncă.” iar B.F. „să pot să-mi realizez niște venituri suplimentare.” Iar un motiv secundar ar fi că fiind antreprenor programul de lucru este mult mai flexibil deoarece tu singur îți organizezi timpul de lucru și tu hotărăști în ce perioadă îți iei concediul. Acești respondenți sunt foarte mulțumiți de firma lor și de poziția pe care o ocupă în aceasta „Sunt foarte mulțumit. Cred că îmi satisface nevoile și dorințele și din punct de vedere financiar și din toate punctele de vedere în care sunt mulțumit de ceea ce fac în fiecare zi când merg la lucru.” Dar mereu se poate mai bine și din păcate nu toată lumea evoluează cum și-ar fi dorit ca în cazul lui B.F. care este mulțumită de afacerea ei doar că nu a evoluat foarte mult în tot acești ani și lucrează încă la scară mică „Sunt mulțumită cu toate că s-ar fi putut face mult mai mult. Nu am evoluat atât de mult, eu lucrez totuși la o scară mai mică.”

Ca să intre în domeniul antreprenoriatului, toți trei recunosc că au avut rude ori cunoștințe care să-i ajute să intre mai ușor în afacere și chiar să devină parteneri de afaceri cu aceștia. Unele rude au contribuit destul de mult pentru că împreună cu ei au deschis afacerea dar altele doar au îndrumat pe ce cale să o ia ca totul să fie cât mai ușor și să fie o afacere profitabilă în timp. R.A. „Da, am o rudă, nașa mea, care chiar dânsa m-a motivat să intru în această afacere adică să mă dezvolt și eu. Nu pot să zic că a contribuit extraordinar de mult însă ea a contat în ce direcție am ales să merg.” B.F. „Da. Am multe prietene care lucrează în acest domeniu al frumuseții. Au contribuit destul de mult, m-au ajutat și pe mine să intru în acest domeniu.” Din cei trei doar C.S. a deschis afacerea împreună cu mama sa care l-a sprijinit și l-a îndemnat să facă acest pas deschizând o afacere în domeniul contabilității „Da, deci mama mea este contabilă de foarte mulți ani. Și împreună cu ea am avut această idee de a deschide compania. Cu siguranță de la ea a venit ideea principală și cred că ea a contribuit în principal în alegerea mea.”

3.3.3. Vechimea de la locul de muncă, percepția asupra locului de muncă înainte și după pandemie și schimbarea jobului

În legătură cu întrebarea „cum era înainte de pandemie ce gânduri aveau atunci” legate de firma lor am primit trei răspunsuri complet diferite. R.A. a mărturisit că avea doar un plan despre firmă nu era motivată să ducă planul până la capăt iar dacă pandemia nu venea din păcate aceasta nu crede că mai devenea antreprenor „Aveam aceleași gânduri să-mi deschid o afacere însă nu eram la fel de motivată, cred că dacă nu venea pandemia nu deveneam antreprenor.” Venirea pandemiei chiar dacă pentru unele firme nu a fost profitabil și din păcate au dat faliment în cazul lui R.A. a motivat-o să își deschidă firma cât mai repede și este foarte mulțumită de alegerea făcută „Între timp am ales să fiu antreprenor și sunt foarte mulțumită că am făcut această alegere și cu siguranță am să continui. Succesele trebuie să vină tot mai multe.”

Pentru C.S. situația stă diferit deoarece înainte de toată problema aceasta cu pandemia avea gânduri mari legate de firma sa, voia să se dezvolte mai mult, să dubleze numărul de angajați și să schimbe spațiul de lucru „Îmi doream să dezvolt afacerea, îmi doream să cresc numărul de angajați poate chiar dublu. Cu toate astea mă gândeam și să măresc spațiul, să schimb spațiul comercial într-o zonă mai mare și desigur dezvoltarea este principalul obiectiv pe care îl am.” Dar pentru el venirea pandemiei a oprit aceste planuri până când aceasta se va termina cumva sau stările de urgență nu o să mai fie așa restrictive dar speră că lucrurile vor reveni la normal cât mai curând și o să poată să-și reia planurile și obiectivele pe care le are „Dacă e ceva ce s-a schimbat probabil e că s-au anulat un pic aceste obiective deoarece cu siguranță și noi am fost afectați prin anumite puncte de vedere în special financiar și al cererii pe piață.”

Iar în cazul lui B.F., înainte de toată situația aceasta, firma îi mergea foarte bine, doar că lucra din ce în ce mai mult și nu mai apuca să se bucure de lucrurile mărunte dar din

păcate venirea pandemiei ia oprit activitatea nu mai lucra cum era obișnuită în mod normal și și-a dat seama că firma pe care o deține nu mai e așa stabilă acum „Lucrul meu presupune apropierea de persoane și în pandemie îți dai seama trebuie să păstrăm distanța cum s-ar zice, și atunci lucrul acesta nu se poate realiza.”

Indiferent de toate aceste probleme care au apărut cu firma lor toți trei vor să continue în acest sector, C.S. se gândește chiar să deschidă altă firmă într-un alt domeniu „Ce vreau să iau nou în considerare este că poate deschid încă o nouă afacere în domeniul agriculturii care sper că aș putea poate să împart timpul în ambele locuri dar nu aș dori să schimb total ceea ce fac acum ci doar să fac ceva adițional.” Iar B.F. ia în considerare opțiunea de a se angaja ca să obțină venituri suplimentare până când firma se pune iar pe picioare „În momentul de față mă gândesc să mai lucrez încă ceva să am venituri, să nu duc lipsuri. Eu am curs totuși și în domeniul bucătăriei și mă gândeam că aș putea să merg să lucrez.”

3.3.4. Experiența/flexibilitatea pe piața muncii, dificultăți întâmpinate, adaptabilitate

Atunci când vine vorba de experiență cei trei antreprenori sunt foști angajați, aceștia au lucrat în sectorul privat la anumite firme total diferit față de domeniul și sectorul pe care îl activează acum: B.F. „Da, am lucrat între 10-11 ani la o firmă de prelucrarea pielăriei se realizau încălțăminte pentru export și era un lucru mult mai greu, total diferit față de ceea ce fac acum.” și C.S. „Da, am lucrat ca angajat la privat 2 ani în domeniul de marketing.” Cu această experiență pe care o au în plus toți mărturisesc că se consideră mult mai flexibili pe piața muncii chiar dacă la început când au demarat proiectul cu firma au întâmpinat mici probleme, B.F. și R.A. „A fost greu la început, dar sunt totuși destul de flexibilă”, și C.S. „Cred că sunt o persoană foarte flexibilă, îmi place să descopăr și să încerc lucruri noi.” Așa cum cei din sectorul privat și bugetar au întâmpinat dificultăți nici cei trei din acest sector nu au scăpat de obstacole chiar dacă au fost susținuți și ajutați de rude. În cazul lui R.A. cea mai mare dificultate pe care a întâmpinat-o ține mai mult de partea de dezvoltare personală, nu avea încredere în ea, lucrând în network marketing trebuia să vorbească cu persoane, cunoștințe sau străini, pentru a face vânzări, iar faptul că îi era teamă să vorbească cu persoane necunoscute, nu îi aducea vânzările dorite, dar a reușit să treacă de această dificultate și a început să aibă succes „Când am intrat în domeniul acesta, fiind nou pentru mine, îmi puneam singură piedici. Cea mai mare dificultate pe care am întâmpinat-o a ținut mai mult de partea de dezvoltare personală, nu aveam încredere în mine.” Recunoaște că nu i-a fost greu să se adapteze la noul domeniu de lucru doar că uneori se gândea prea mult de ce v-a spune lumea de faptul că s-a apucat să facă vânzări online dar până la urmă a încetat să își mai pună singură bețe în roate pentru că face ceea ce îi place și este foarte mulțumită de alegerea făcută „Nu pot spune că mi-a fost greu să mă adaptez la noul domeniu de lucru, însă am avut altfel de blocaje ca de exemplu: „ce va spune lumea că fac vânzări online?” A trebuit să învăț foarte mult și să încetez să-mi mai fac griji inutile.”

Pe de altă parte C.S. mărturisește că în această perioadă cu pandemia simte că a întâmpinat cele mai multe dificultăți și că a fost mai greu chiar și decât atunci când a deschis firma, mai ales în perioada când a fost carantina „Ultimele dificultăți în pandemie este carantina. Cu siguranță a fost mai greu cu toată perioada aceasta, în care să ajungem la lucru, să ne adaptăm în mediul online apoi cu siguranță factorul financiar care ne-a afectat pentru că cererea a scăzut.” Ca și adaptabilitate își aduce aminte că acum 5 ani când și-a făcut propria firmă, chiar dacă este în alt domeniu față de ce a lucrat până atunci, având totuși studii în domeniul în care și-a deschis firma și având-o alături și pe mama sa, pentru el adaptarea la un nou domeniu a fost foarte ușoară, „Trebuie să recunosc așa cum am precizat eu înainte am lucrat în alt domeniu și am avut totuși studiile în domeniul finanțelor ceea ce mă ajută în domeniul în care lucrez acum. Dar nu pot să zic că a fost foarte grea nici din punct de vedere personal pentru că mă adaptez destul de ușor dar cu siguranță faptul că eu colaborez cu mama mea care are o experiență de peste 25 de ani în domeniu, adaptarea mea la un nou domeniu a fost mai ușoară.”

Pentru B.F. dificultățile de la începutul afacerii țin de neîncrederea pe care o aveau unele persoane cu decizia ei de aș face propria firmă, nu o vedeau realizând acest lucru dar după 11 ani și jumătate de antreprenoriat mărturisește că a luat cea mai bună decizie pentru ea și că este mulțumită că nu a ascultat de nimeni „În primul rând neîncrederea unor persoane că aș putea să realizez acest lucru, toată lumea mă vedea lucrând într-o firmă nicidecum pe cont propriu și da la început lumea a fost sceptică inclus și familia mea. Da pe parcurs totul s-a rezolvat.” S-a adaptat destul de rapid la noul domeniu doar la început ia fost greu dar a avut prietene care a ajutat-o și totul a fost mult mai ușor „Destul de acceptabil, destul de ușor. La început au fost primii pași un pic mai greoi dar în timp da totul s-a concretizat.”

3.4. Viitor angajat pe piața muncii

Persoana interviuata este la final de clasa a XII-a și este pregătită să-și continue studiile și să intre pe piața muncii fiind prezentată astfel:

- T.I. (Viitor angajat).

3.4.1. Informații/detalii despre un potențial angajat, profilul angajatului

T.I. are vârsta de 19 ani și este la finalul celor douăsprezece clase, pregătit de a termina acest stagiul al vieții sale, așteptând bacalaureatul. Recunoaște că ar vrea să se angajeze după ce finalizează doar că, pentru a găsi un loc de muncă bun cu o remunerație decentă preferă să-și continue studiile iar după aceea se gândește să intre pe piața muncii „Sincer să fiu aș vrea să lucrez dar cum în sistemul nostru democratic fără să ai niște studii superioare e cam greu să lucrezi pe niște bani destui de ok. Deci o să prefer să-mi urmez cursurile și studiile superioare pentru a ajunge să lucrez.” Se gândește să lucreze în sectorul

privat, vrea să devină inginer la o fabrică mai ales că vrea să urmeze o politehnică în acest domeniu „Preferabil aş vrea să urmez o politehnică să devin inginer şi să lucrez într-o fabrică.” Şi recunoaşte că nu e pregătit să devină acum antreprenor dar nici în viitorul apropiat deoarece el consideră că nu are calităţile necesare pentru acest lucru iar preferabil pentru el este să fie angajat „Antreprenor pot spune că nu mi-aş dori să fiu, sunt convins că doar oamenii care au o răbdare şi nişte calităţi eminente să zic aşa ar putea să fie un antreprenor, eu nu mă consider chiar aşa.”

3.4.2. Motivele şi ce l-a determinat să aleagă facultatea şi sectorul în care ar vrea să lucreze

Intervievatul mi-a răspuns ferm că a ales pentru viitorul lui să lucreze în sectorul privat pentru că poate să ajungă la un salariu foarte mare dacă stă într-un loc mai mult timp şi începe să acumuleze experienţă în domeniul respectiv „În primul rând banii.” Un al doilea motiv ar fi că îi place ideea de a lucra la birou şi să aibă colegi cu care să dezvolte proiecte împreună „prefer să am un orar, în fiecare zi să lucrez un anumit tip de ore, la birou cu colegii şi să fim noi în treaba noastră.”

În ceea ce priveşte alegerea facultăţii a contribuit mult liceul pentru că el termină un liceu cu specializarea în matematică-informatică şi deja are noţiunile de bază pentru Universitatea Politehnica care este cu profil tehnic „fiind obișnuit cu aceste materii de bază adică materiile de pe real, matematică, fizică, informatică m-au făcut să-mi dau seama că sunt potrivit pentru un studiu superior în aceste direcţii.” Totuşi ceea ce l-a determinat să aleagă această facultate este în urma analizării pe care a făcut-o şi a ajuns la concluzia că este cea mai bună universitate din vestul României „În primul rând, în urma analizării acestei facultăţi am înţeles că este cea mai bună facultatea din vestul României.” Dar şi faptul că multe cunoştinţe şi rude îl îndrumau spre această facultate şi şi-au pus amprenta destul de mult în alegerea pe care a făcut-o „În al doilea rând, multe cunoştinţe de-ale mele să zic aşa, mi-au recomandat această facultate şi mi-au spus că acolo chiar se învaţă ok şi profesorii şi tot colectivul este la un alt nivel.”

A mai adăugat că cunoaşte foarte mulţi ingineri, are şi prieteni care sunt la facultăţi cu profil tehnic care după finalizarea studiilor şi ei vor deveni ingineri, iar aceştia i-au mărturisit că sunt foarte mulţumiţi pe toate planurile sociale şi personale că au ales politehnic, iar T.I. îi consideră pe oamenii aceştia de fier pentru că recunoaşte el nu este chiar aşa de uşor să termini un studiu superior în cadrul unei politehnicii, „Cunosc mai ales ingineri, am şi nişte prieteni care sunt la facultăţi care o să devină şi ei ingineri. Sunt foarte mulţumiţi şi îi consider nişte oameni de fier.” Aici aminteşte de fratele său care este antreprenor, dar din păcate i-a văzut eşecul iar asta a contribuit şi la decizia lui să nu aleagă această direcţie pentru că nu este pentru toată lumea chiar dacă are şi alte rude care sunt antreprenori şi firma le merge destul de bine, „Ca şi antreprenor pot să îţi dau un exemplu pe fratele meu, pe care nu cred că este o reuşită foarte mare dar mai cunosc rude care tot

așa sunt niște mici antreprenori care au câte un magazin sau așa mai departe, deschis în orașul natal sau în alte orașe ale țării și le merge destul de ok.”

La întrebarea care face referire „Cât de mulțumit/ă sunteți de alegerea făcută?” îmi răspunde ferm că este foarte mulțumit și este bucuros că are oameni alături de el care să-l ajute prin exemplele lor de viață, ca el să ia cea mai bună decizie în legătură cu viitorul său „Sunt foarte mulțumit de alegerea făcută și au contribuit foarte mult oamenii și exemplele din jurul meu. Adică am cazuri în familie care mi-au demonstrat că învățatul e pe primul loc și drumul lin e mult mai împăciuitoare decât drumul plin de neazuri ale unui antreprenor.”

3.4.3. Percepția asupra alegerii facultății și a domeniului de activitate înainte și după pandemie

T.I. mărturisește că înainte de pandemie era foarte hotărât să meargă la Facultatea de Arte, chiar a făcut în anul 2020 parte la programul care se numește „O școală de vară” WSU-ul de la Facultatea de Vest de la Timișoara. Activitatea în sine l-a făcut să fie hotărât și voia să aleagă această facultate dar văzând cu timpul că se străduie să învețe cât mai mult și să știe cât mai bine pentru materiile de bacalaureat și-a dat seama că poate mai mult și poate să aibe o carieră mai bine câștigată în țară dacă își urmează în continuare studiile în direcția mate-info. A fost destul de nehotărât în ceea ce privește această direcție adică politehnica pentru că se consideră o fire mai artistă, dar și-a dat seama că urmând un liceu cu profi real și studiind câteva materii principale locul lui la facultate este la un profil tehnic „Urmând un liceu de mate-info real la un final am ajuns la acest consens să urmez ceva pe această direcție doar că direcția mea să zic sufletească ar fi fost una spre artă dar niciodată nu e prea târziu și poate voi profesa și pe această parte. Atâta timp cât am 12 ani de studiu în câteva materii principale care m-ar ajuta pe viitor, cred și sunt convins că deja abecedarul l-am învățat și trebuie doar să mai învăț cum să folosesc aceste noțiuni de bază.”

Întrebarea care face referire la „Într-un final pandemia se va termina, v-ați gândit să alegeți o altă facultate pe un alt domeniu și sector?”, îmi răspunde hotărât că nu. Având în vedere că acum este foarte decis, chiar dacă pandemia va lua sfârșit la un moment dat, nu s-a mai gândit la nici o altă variantă în plus față de cele pe care le are în cap despre aceste direcții mai ales politehnica „Nu m-am gândit că dacă din senin s-ar termina această pandemie toți am fi vindecați sau dintr-o dată ar dispărea acest subiect, să fac o altă alegere. Nici nu aș vrea să mă schimb la 180 de grade pentru că nu îmi stă în fire și nu sunt atât de bine alegător încât să aleg ceva mai bun decât am ales deja.”

3.4.4. *Experiența pe piața muncii, flexibilitate în schimbarea alegerii deja făcute, dificultăți întâmpinate, adaptabilitate*

În ceea ce privește experiența pe piața muncii, T.I. nu a lucrat niciodată, dar are niște cunoștințe vagi acumulate în ani de școală despre ceea ce înseamnă piața muncii și despre cum să faci bani ca să poți să ai o viață decentă „Experiență nu am, nu am lucrat. Cunoscând profesori și oameni cu diverse stiluri de a face bani pot spune că am niște cunoștințe vagi despre ce înseamnă piața muncii și mă refer la cerere și ofertă.” Dar totuși se consideră o persoană destul de flexibilă îi place să alterneze dintr-o activitate în alta să schimbe dintr-o dată cadrul să nu fie nici foarte liniștit nici foarte vesel, dar așa cum se simte așa îi place să-și facă și activitățile. Dar se mai crede flexibil și pentru că a făcut lucruri destul de diverse de la munca fizică până la învățatul și cititul ore întregi. Din păcate mărturisește că nu este atât de flexibil să își deschidă o firmă nici în prezent dar nici în viitor „Niciodată nu am dat cu piciorul la provocări și nici nu o s-o fac, dar cum am spus nu sunt atât de flexibil și atât de puternic emoțional și mintal încât să devin un antreprenor în orice domeniu.”

Ca și „dificultăți ce a întâmpinat în ultima perioadă în a lua această decizie legată de facultate și viitorul domeniu de activitate”, mi-a răspuns că a simțit mult stres, fiind în ultimul stagiul și în ultimul an al liceului simte că presiunea se află la tâmpile lui și a devenit o decizie grea de luat pentru că în mediul în care se află parcă această decizie îi urmează tot cursul vieții și face un mers drept fără cale de a se abate de la el. Și simte că dificultatea a fost mai degrabă la nivel emoțional, menționând că „nu mi-aș dori să lucrez undeva unde nu mi-ar place.”

În ceea ce privește „Cât de ușoară sau grea o să fie adaptabilitate la această etapă nouă din viața dvs.”, se poate observa că T.I. este nerăbdător să intre în această nouă etapă, consideră că neavând tabieturi de zeci de ani și anumite plăceri cum ar fi anumite sporturi sau anumite lucruri de făcut în special, adaptabilitate lui va fi una rapidă dar și pentru că este o fire curioasă de tot ce e nou „Având în vedere că sunt în cea mai frumoasă perioadă a vieții cred că o să mă adaptez destul de bine, pentru că încă nu am tabieturi de zeci de ani, îmi place mai degrabă să descopăr și să învăț lucrurile și cred că calitatea asta a mea de a fi curios o să mă facă să fiu o persoană mai repede adaptabilă în această etapă.”

3.5. *Diferențe și similarități întâmpinate de angajați în sectoarele de activitate de pe piața muncii*

Diferențele prezente întâmpinate de angajați în sectoarele de activitate de pe piața muncii sunt:

- În cadrul sectorului bugetar se poate observa că toți cei interviuați au studii superioare și sunt necesare pentru a se angaja în orice domeniu de activitate din acest sector față de cel privat și antreprenoriat unde indiferent dacă ai sau nu aceste studii îți poți găsi un loc de muncă sau să îți începi o firmă. În ultimul interviu cel cu viitorul angajat se poate observa că totuși continuarea studiilor pe mai departe te poate ajuta să obții un loc de muncă bine

plătit iar neavând experiență pe piața muncii nu ești pregătit de la început să devii antreprenor.

- Cei care au ales să lucreze în sectorul privat nu au ales neapărat acest sector sau domeniu de activitate din plăcere ci mai mult că în acest sector disponibilitatea locului de muncă este mai mare față de sectorul public unde nu prea se găsesc locuri de muncă disponibile și nu prea ai loc să intri indiferent de domeniu. Cei din sectorul antreprenoriatului au ales acest drum pentru că au vrut să devină independenți financiar ori să realizeze venituri suplimentare care să le aducă un trai mai bun și mai mare decât dacă ar fi fost angajați și chiar să realizeze locuri de muncă ca să-i ajute și pe alți oameni.

- Mai putem observa că cei care și-au înființat propria firmă și cel care termină liceul au fost ajutați și îndrumați ce domeniu să aleagă sau la ce facultate să meargă chiar în cazul antreprenorilor au pornit la drum cu o rudă sau cunoștință față de celelalte sectoare unde cei care s-au angajat nu au avut pe nimeni sau au fost îndrumați cu totul în alte direcții.

- Din cei intervievați doar cei care sunt angajați la privat au susținut că sunt foarte flexibili și se adaptează rapid la orice domeniu de activitate deoarece dacă au o oportunitate de un nou job și este mai bine plătit acceptă imediat și vor să devină și antreprenori în viitorul apropiat. Cei bugetari sunt ceva mai rigizi, nu își doresc să își schimbe locul de muncă sau să își facă propria firmă numai dacă ar fi nevoiți să își schimbe vreodată domeniul, susțin că s-ar adapta destul de ușor indiferent de acesta. La fel și cei care activează ca antreprenori nu vor să își schimbe locul de muncă dar ar fi interesați să înceapă o nouă afacere sau să fie și angajați pentru a avea venituri suplimentare.

Similarități prezente întâmpinate de angajați în sectoarele de activitate de pe piața muncii sunt:

- Majoritatea sunt mulțumiți de postul pe care îl ocupă dar susțin că întotdeauna se poate mai bine și mereu este loc de evoluție.

- În timpul pandemiei indiferent de sector toți au observat schimbări mai mari sau mai mici, iar aceasta le-a stricat planurile pe care le aveau în dezvoltarea lor profesională.

- În orice domeniu și sector intervievații au întâmpinat dificultăți de acomodare, de organizare, de încredere în propriile forțe și de actualizare a cunoștințelor.

Concluzii

Cercetarea este realizată cu scopul de a urmări flexibilitatea și adaptabilitatea angajaților pe piața muncii din România înaintea de pandemie, motivele și determinarea care stau în spatele alegerii unui sector și de a-și crea propria firmă, și dacă în urma acestei pandemiei și-au schimbat percepția despre locul de muncă.

Pentru atingerea obiectivului general al lucrării și a toate obiectivele specifice menționate în partea de metodologie au fost realizate zece interviuri care se împart în patru

categorii: câte trei interviuri pentru cele trei sectoare privat, bugetar și antreprenoriat și un singur interviu cu un viitor angajat care intră pentru prima dată pe piața muncii.

În urma colectării și interpretării datelor, s-a putut constata faptul că există multe diferențe între cele trei sectoare de activitate. Ca să poți lucra în orice domeniu din sectorul bugetar trebuie să ai neapărat studii superioare. Cei intervievați care lucrează în acest sector au ales din pasiune domeniul dar și pentru că este totuși un loc sigur chiar dacă în secolul XXI locul de muncă nu mai este pe viață, acest sector îți dă siguranță chiar dacă nu sunt multe locuri disponibile pe piața muncii și se intră destul de greu pe bază de concurs. S-a putut observa că cei din acest sector nu sunt flexibili și nici nu au experiență pe piața muncii, odată ce au prins loc la buget nu vor să își schimbe nici domeniul nici sectorul dar nici să devină viitori antreprenori.

În sectorul privat treaba stă altfel, poți lucra în orice domeniu doar cu diploma de bacalaureat iar dacă ai studii superioare poți să prinzi un post mai sus ierarhic din prima sau te avansează compania dacă deja lucrezi la ei de câțiva ani. Cei intervievați nu au ales neapărat din pasiunea domeniul unde lucrează, dar în acest sector disponibilitatea de locuri este mult mai mare și este ușor să îți găsești un loc de muncă chiar dacă în acest sector siguranța nu este așa sporită. Persoanele intervievate care activează în acest sector sunt mult mai flexibile având experiență pe piața muncii, iar dacă au ocazia de a-și găsi un loc mai bun de muncă nu l-ar refuza și sunt mult mai deschise de aș crea propria firmă. Cele trei persoane intervievate au susținut că vor în viitorul cât mai apropiat să devină și antreprenori.

Cei din sectorul antreprenoriatului sunt foști angajați, care nu au studii superioare neapărat, dar care au vrut să fie independenți financiar și să își facă singuri programul de lucru. Cei intervievați au experiență pe piața muncii, vin dintr-un sector privat unde au lucrat în diverse domenii până la un punct unde și-au creat propria afacere și oferă ei locuri de muncă. Totuși se poate observa că nici acest sector nu este foarte sigur, deoarece unii dintre ei vor să-și deschidă firme și în alte domenii sau chiar să se angajeze din nou ca să obțină venituri suplimentare. Cele trei persoane pe care le-am intervievat nu au intrat în acest sector singure, au fost îndrumate, ajutate și împreună cu cineva cunoscut au deschis afacerea.

Iar viitorului angajat care acum termină clasa a douăsprezecea se poate observa că lipsa de experiență de pe piața muncii îi dă nesiguranță în a devenii antreprenor, iar toți cei din jurul lui încurajându-l să nu se angajeze încă ci să își continue studiile superioare ca să prindă un post și o poziție bună într-o companie. Fiind doar singurul interviuat în această categorie se mai poate remarca că neavând nici o experiență de muncă, el doar a observat și a ascultat de îndrumările celor care deja lucrează, poate fiindu-i mai ușor în alegerea domeniului și a sectorului dar asta nu înseamnă că nu se poate răzgândi.

Totuși aceste trei sectoare sunt legate prin câteva asemănări cum ar fi: întâmpinarea dificultăților de acomodare în primele zile de activitate, de organizare sau de

încredere în propriile forțe, adaptabilitatea la un nou loc de muncă care se face dreptat dar în marea majoritatea cazurilor toți s-au adaptat destul de ușor și repede, indiferent de domeniu întotdeauna se poate mai bine și mereu este loc de evoluție, iar apariția unei pandemii îți poate schimba percepția legată de locul de muncă apar schimbări mai mari sau mai mici, unii chiar gândindu-se să își schimbe domeniul de activitate după ce totul va reveni cumva la normal.

Bibliografie selectivă:

Dorofeeva, L. (2014). Corelarea cererii și ofertei pe piața muncii din Republica Moldova. Revista „Meridian ingineresc”, 3, 83-88.

Gunderson, M. (1979). Earnings differentials between the public and private sectors. The Canadian Journal of Economics, 12, 2, 228–242.

Male, D. (2005). Munca Fără Forme Legale sau Munca la Negru. Rev. Romana Drept. Muncii, 1, 32.

Marchis, Gabriela (2016). Doing Business in România between Hopes, Realities and Risks. Acta Universitatis Danubius. Œconomica, 12, 4, 86-94.

Smith, P. (1976). Pay differentials between federal government and private sector workers. Industrial and Labour Relations Review, 29, 2, 179-197.

Țiclea, A. (2002). Piața Muncii. Noțiune. Principii. Limite. Rev. Romana Drept. Muncii, 3, 10.

Țigănescu, Ana, Maria (2013). DEFINIREA NOȚIUNII DE PARTENERIAT PUBLIC – PRIVAT. Revista Legea și Viața, 5, 257, 46-48.

Capitol de carte:

Argosa, J., Ezquerro, P. (2014). Universities and skills for employability Universidad y competencias para la empleabilidad, Departamento de Educación. Universidad de Cantabria. Spania: Elsevier Ltd. Elsevier Ltd., 139, 290-296.

Carte de autor:

Obrad, C. (2018). Cercetarea sociologică. De la proiect la raport. Timișoara: Editura de Vest.

Șandor, S. D. (2013). Metode și tehnici de cercetare în științele sociale. Editura Tritonic.

The effects of the pandemic on motorsport

Francisc Florin KISS¹

Abstract

The theme of this paper is entitled "The effects of the pandemic on motorsport."

This paper aims to investigate how the Coronavirus pandemic affected motorsport in our country. The target audience of this theme is mainly composed of competitors, organizers or people who like this sport or fans, despite the appearance of the pandemic situation.

The reason for choosing this topic is because of my personal participation in legal car competitions, but especially for gathering information from other competitors in this field.

Keywords: motorsport, autoslalom, pandemic, competition.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Efectele pandemiei asupra motorsportului

Francisc Florin KISS¹

Abstract

Tema acestei lucrări este intitulată „Efectele pandemiei asupra sportului cu motor”.

Această lucrare își propune să investigheze modul în care pandemia de Corona virus a afectat sportul cu motor în țara noastră. Publicul țintă al acestei teme este compus în principal din concurenți, organizatori sau persoane cărora le place acest sport sau fani, în ciuda apariției situației de pandemie.

Motivul pentru care am ales acest subiect este din cauza participării mele personale la competiții auto legale, dar mai ales pentru a strânge informații de la alți concurenți din acest domeniu.

Cuvinte cheie: motorsport, autoslalom, pandemie, competiție.

Introducere

Prezenta lucrare are ca scop să urmărească modul în care pandemia de Coronavirus a afectat motorsportul în țara noastră, fiind o temă de actualitate în zilele noastre. Publicul țintă al acestei teme este în special format din concurenți sau persoane cărora le este pe plac acest sport, în ciuda apariției pandemiei.

Am ales să investighez această situație din motive personale, și anume, datorită faptului că particip la concursuri legale de autoslalom, dar în special pentru adunarea de informații din partea altor concurenți referitoare la acest domeniu, datorită faptului că doresc să aflu modul în care pandemia a influențat acest sector.

1. Cadrul conceptual și teoretic

1.1. Motorsportul

Sportul cu motor este un grup de evenimente sportive care implica utilizarea vehiculelor motorizate. Există diferite tipuri de sporturi cu motor, după cum urmează :

- Formula (1, 2, 3,e): aceasta este una dintre primele forme de motorsport din lume, datează încă din anul 1950. Monoposturile se întrec pe circuit special, chiar și pe drumuri publice în condiții organizate.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

- Raliu: mașinile modificate se întrec pe segmente de traseu prestabilite, pe macadam sau asfalt. Fiecare mașină conține un pilot și un copilot, copilotul având rolul de a îndruma pilotul pe traseu.
- VTM (viteza traseu montan): piloții parcurg un traseu montan, în urcare, iar cel care are timpul cel mai scurt va câștiga. Aceste competiții sunt împărțite în recunoașteri, antrenamente și manșele de concurs.
- Motociclismul: este o altă ramură a motorsportului, se practică pe motociclete, iar clasele sunt împărțite după capacitatea cilindrică.

1.1.1. Mic istoric

Sportul cu motor, de regulă, este foarte șigur, în ciuda faptului că mașinile sau motocicletele se deplasează aproape unele de celelalte cu viteze foarte mari.

Motorsportul nu se încadrează în definiția de “sport”, un sport este o activitate care implică efort fizic în care o echipă sau o singură persoană concurează împotriva altora pentru divertisment.

Primul circuit de curse cu motor din lume a fost construit în anul 1907 (Brooklands), acesta preceda alte circuite internaționale foarte cunoscute (Indianapolis Motor Speedway și Monza).

1.1.2. Clasificarea tipurilor de sport cu motor

Sportul cu motor este clasificat sub diferite forme. Acestea sunt distinse în funcție de forma lor:

- a) Competiții de timp: câștigă cel care parcurge cea mai mare distanță într-un anumit timp;
- b) Competiții de distanță: câștigă cel care parcurge distanța dată în cel mai scurt timp;
- c) TSD (time-speed-distance): competiții în care distanța trebuie parcursă într-un timp stabilit, iar parcurgerea mai rapidă sau mai lentă atrage penalizări.

1.1.3. Efecte ale pandemiei în Motorsport

Ca efecte ale coronavirusului în lumea sportului cu motor se numără și Sim-Racing, punând în prim plan piloți consacrați, piloți amatori, cât și pe cei pasionați. Motorsportul digital nu mai este privit doar ca un simplu joc pe calculator. În România Sim-Racing a ajuns un adevărat fenomen, desfășurându-se două mari campionate virtuale (RLR- Racing League România și CNDC- Campionatul Național Digital pe Circuit).

Ca urmare a coronavirus, Formula 1 a declarat că nu vor putea organiza curse pentru Campionatul Național într-o țară care împiedică intrarea oricărei echipe. Directorul general al F1, Ross Brawn a susținut “Dacă unei echipe i se interzice intrarea într-o țară, nu vom putea susține cursa”.

Vietnam a închis granițele pentru vizitatorii din Italia, în timp ce Bahrain a luat măsuri speciale pentru a putea continua cursa. Evenimentele Monster Jam din mai multe locuri au fost afectate. Show-urile din Louisiana , Austin , Texas , Ohio , Detroit , Michigan și Cincinnati au fost amânate, iar show-urile din alte state au fost anulate. Cel mai mare show (Hot Wheels Monster Trucks Live) a fost amânat pe baza situației actuale , în Louisville, Kentucky.

1.2. Consideratii asupra pericolozitatii practicarii sportului cu motor

1.2.1. Curse ilegale

Deși practicarea sportului cu motor este legal în orice țară, exista situații neplăcute în care acestea sunt practicate ilegal, în spații neamenajate și fără un cadru medical autorizat în caz de accident. De cele mai multe ori, o cursă neorganizată se poate solda cu victime, în unele cazuri victimele sunt nevinovate, din cauza neatenției șoferilor.

1.2.2. Echipament în caz de accident

În motorsport, ca în orice alt sport sunt șanse ca participanții să se accidenteze. Întai de toate, concurenții trebuie să poarte un costum special, ignifug, care să le salveze viața în caz de incendiu în timpul concursului. Echipamentul trebuie să fie omologat de către Federația țării respective. Echipamentul conține: combinezon, cască, hant (head and neck support), manșuri și încălțări speciale pentru a ajuta la o mai bună stabilitate și menținere a pilotului în viață după un accident.

1.2.3. Afirmații referitoare la accidente

Oricine a avut norocul să participe la o cursă cu motor competitivă va fi familiarizat cu aceasta afirmație. Imprimat pe fiecare bilet pentru a avertiza spectatorii că iau parte la acest tip de eveniment pe propria răspundere. Deși este un risc mic pentru spectatori. Motorsportul este periculos și a fost întotdeauna, datorită eforturilor colective ale multor oameni de menționat, sportul cu motor nu a fost niciodată mai sigur din punct de vedere statistic, dar prezintă în continuare un element de risc. În funcție de sportul cu motor, șansele ca un accident să fie provocat și să provoace răni grave sau mai rău variază dramatic. Indy Car, unul dintre cele mai rapide sporturi cu motor de pe pământ, trebuie precizat faptul că aceștia continuă să facă mașini tot mai sigure.

Tehnologiile celor de la Red Bull au fost alese pentru a dezvolta noi metode de siguranță, introduse încă din 2020. În ciuda vitezei de 230km/h cu care se parcurge un circuit de Indy Car, dezvoltarea proactivă a sistemelor de siguranță trebuie să fie constantă, dorind ca siguranța șoferilor să nu fie amenințată.

1.3. Desfășurarea activității în timpul pandemiei

Activitatea sportului cu motor este, desigur, o afacere de evenimente live, aceasta creează o industrie globală bazată pe adunări la scară largă, lanțuri de aprovizionare și un calendar foarte aglomerat care, pentru campionatele mondiale și pentru echipele concurente necesită calatorii în toate colturile lumii. Aceste momente sunt extrem de provocatoare pentru toți cei implicați. Lumea sportului cu motor a fost și ea foarte afectată de pandemia de Covid-19, toate modelele de creștere comercială sau expansiune internațională, au fost oprite în mod universal, fiind blocate de noile măsuri aduse de către guvern privind circulația și măsurile de blocare menite să conțină răspândirea noului coronavirus.

Mai multe serii au reușit să înceapă anotimpurile anului 2020 cu seriozitate, imediat înaintea izbucnirii rapide a lui Covid-19. Acesta a reușit să facă cursele imposibile și să forțeze o serie uluitoare de amânări sau chiar anulări, chiar reușind să aducă îndoile serioase privitoare la evenimentele care ar fi putut continua în anul 2020.

Formula 1 a încercat, totuși, să mențină spectacolul deschis, dar nu au făcut decât să sublinieze fluiditatea care a caracterizat o situație atât de rapidă. Toate echipele participante la cursa de la Melbourne au ajuns la posturi pentru Marele Premiu al Australiei de deschidere al sezonului, la data de 15 martie.

Dar după o săptămână remarcabilă, întreaga lume a sportului s-a oprit în cele din urmă. În decursul lunii martie s-a făcut un apel de ultimă oră, acela de a anula cursa, chiar în ajunul ei, odată cu acest apel, toți promotorii de curse din întreaga lume s-au confruntat cu decizii foarte dificile. Din punct de vedere comercial, nu se poate nega faptul că repercursiunile pandemiei vor fi profunde. (BlackBook of Motorsport, 2020)

1.3.1 Reprofilarea echipelor

În lunile ce au urmat, au fost revizuite toate tipurile de acorduri comerciale, de la contracte de găzduire și de conducere până la drepturile de difuzare și oferte de sponsorizare. Calendarele au urmat a fi revizuite în strânsă coordonare cu o multitudine de părți interesate. Toate aceste "condamnări" inevitabile care au pus o umbră primului trimestru din anul 2020, au scos la iveală mai multe puncte luminoase departe de pistă și de concursuri. Cultura inovației și avansării tehnologice a motorsportului a fost pusă în funcțiune în alte moduri decât cele normale acestui sport.

Echipele din Formula 1 au intrat în fabricile lor pentru a ajuta la fabricarea echipamentelor de asistență medicală cu ajutorul cărora se pot salva vieți, în timp ce șoferii și directorii, dar și alte părți interesate din această industrie au fost proactive în strângerea de fonduri vitale pentru lucrătorii de îngrijire din prima linie. Ajutorul acestora este unul de neuitat.

2. Metodologie

2.1. Designul metodologic ales și argumentele aferente

Pentru ca această cercetare să își atingă obiectivele, am ales să folosesc demersul calitativ, deoarece acest tip de cercetare este folosit îndeosebi în cercetări academice, dar ajută la evidențierea unor detalii importante pentru acest studiu. "Cercetările calitative, deși acoperă o mare varietate de abordări, nu se bazează pe măsurări numerice, urmărind descrierea comprehensivă a unui eveniment sau a unei unități sociale, se bazează pe paradigme de tipul celor postmoderniste, raționaliste sau post-pozitiviste" (Șandor, 2013)

Colectarea informațiilor nu se face în formă numerică, cercetarea calitativă duce la o mai bună colectare a informațiilor prin clasificare sau etichete. Se pot colecta informații despre orice fenomen de orice natură, cu ajutorul tipului de populație ales. Astfel aceste informații se pot analiza într-un mod interpretativ și subiectiv, iar datele rezultate din demersul calitativ pot fi bogate și amănunțite. (Obrad, 2018)

Instrumentul folosit în această cercetare de tip calitativ am folosit interviul. După culegerea datelor, urmează a fi interpretate de cercetător în mod subiectiv, ca urmare, cercetătorul trebuie să dețină informațiile și pregătirea necesare pentru studiul ales. Din dorința de a afla informații despre acest fenomen, întrebăm persoane care au cunoștințe în cauză și doresc să răspundă întrebărilor adresate se numesc intervievați. Interviul se face cu ajutorul întrebărilor și răspunsurilor în cadrul dialogului. (Șandor, 2013)

2.2. Scopul și obiective specifice

Obiectivul general al acestei lucrări este de a afla cum au fost afectate competițiile de motorsport odată cu începerea pandemiei globale de Sars CoV 2 în țara noastră. Din obiectivul general, au rezultat obiectivele specifice care au o mare importanță pentru acest studiu:

1. Identificarea numărului de competiții din prezent, comparativ cu cele de dinaintea pandemiei.
2. Identificarea bugetului alocat pentru competiții în cazul participării ca și concurent la acest tip de competiții.
3. Identificarea timpului alocat pregătirii pentru participare în cadrul unui eveniment de tip automobilistic.
3. Identificarea numărului anual de competiții înainte și în timpul pandemiei de Covid-19.

2.3. Operaționalizarea conceptelor

Conceptele abordate și studiate în lucrarea aceasta sunt: mobilitatea organizării, bugetul alocat, efecte și consecințe, înainte și în timpul pandemiei.

Prin acest studiu doresc să observ care sunt efectele pandemiei de coronavirus asupra motorsportului, deoarece consider că este un factor destul de important pentru împătimitii de sporturi cu motor în țara noastră.

Ceea ce urmăresc în acest studiu este observarea și identificarea organizării etapelor de autoslalom din țara noastră. Având în vedere posibilele asemănări și diferențe între viziunile organizatorilor și cele ale concurenților, doresc să identific problemele pe care le-au întâmpinat în această perioadă critică.

2.4. Elaborarea instrumentului de cercetare

Ținând cont de ceea ce am menționat mai sus, instrumentul de cercetare ales și folosit pentru această lucrare este interviul semi-structurat. Interviul cel mai des folosit este cel individual, luând contact direct cu persoana interviuată, folosind metoda “față în față”. Interviul poate fi și telefonic, folosind scrisori sau prin autoadministrare. Aceste tehnici pot varia mult în funcție de obiectiv sau particularitățile problemei abordate sau de specificul participanților la interviu. În funcție de gradul de structurare, interviurile sunt structurate, semi-structurate sau nestructurate. (Băban, 2000)

“În interviul semistrukturat prestabilite sunt doar temele în jurul cărora se va purta discuția. Așa se face că operatorul va pleca pe teren cu un ghid de interviu și nu cu un instrument elaborat în detaliu.” (Iluț, 1997)

2.5. Populația studiată și motivarea acestei alegeri

Cercetarea s-a desfășurat în jurul persoanelor care concurează cât și a urmăritorilor din domeniul curselor automobiliste. Atenția a fost concentrată pe desfășurarea activităților în cadrul pregătirii concurenților pentru etapele de concurs, punând în prim-plan situația actuală, și anume pandemia de Covid-19. Ghidul de interviu s-a aplicat concurenților, organizatorilor, cât și persoanelor din public(spectatori/fani), de gen feminin, cât și masculin, iar după obținerea tuturor răspunsurilor acestea sunt comparate pentru a se remarca unele similități și diferențe.

2.6. Metoda de eșantionare utilizată și procedeele de selecție aplicate

Pentru metoda de eșantionare s-a luat în considerare nivelul de avansare al interviuților, începând cu nivelul începătorilor, până la cei profesioniști, indiferent de grupa la care participă, dar s-au aplicat ghiduri de interviu și în rândul spectatorilor, luându-se punctul acestora de vedere.

2.7. Modalitatea de culegere a datelor

Interviurile s-au realizat prin telefon sau față în față, fiecare persoana intervievată și înregistrată, apoi au fost transcrise la final. Au existat persoane cărora le-am luat interviu telefonic din motive personale sau din cauza pandemiei.

După încheierea adunării de informații și date, am creat pentru fiecare în parte câte un fișier text unde am transcris răspunsurile primite. La începutul fiecărui document am notat inițialele intervievatului și nivelul la care activează în motorsport.

Ghidul de interviu a fost aplicat unui număr de 10 persoane, acestea au vârstă cuprinsă între 18-45 ani, practicanți ai sportului cu motor.

2.8. Perioada în care au fost culese datele, localitățile și cadrul în care au fost culese

Datele și informațiile au fost culese în perioada 15.06.2021 și s-au finalizat în data de 15.08.2021. Cum am menționat mai sus, unele interviuri au avut loc telefonic, iar altele în contact direct cu intervievatul, pentru persoanele care au fost dispuse ca ghidul de interviu să se desfășoare față în față.

2.9. Limite ale cercetării de teren și dificultățile survenite

Din păcate, pandemia a continuat și în 2021, moment în care îmi elaborez lucrarea de licență, fapt care am întâmpinat următoarele probleme:

Pentru început, a fost dificil să aplic ghidul de interviu tuturor persoanelor în mod fizic datorită situației pandemice cu înregistrarea convorbirii. Ghidul de interviu susținut prin telefon nu a avut același impact, deoarece interpretarea atitudinii nu a fost înțeleasă pe deplin, iar claritatea mesajului nu a fost cea mai bună. După problemele mai sus, am reușit să extrag suficiente informații care să îmi servească pentru interpretarea rezultatelor din această cercetare.

3. Rezultate

3.1. Efectele pandemiei asupra motorsportului

Persoanele intervievate și funcțiile acestora sunt prezentate după cum urmează:

- S. P (Organizator competiții autoslalom);
- M. C. (Spectator);
- I. C. (Spectator);
- B. R. (Concurent profesionist);
- V. C. (Concurent);
- C. R. (Concurent).

3.1.1. Informații despre repercusiunile pandemiei

Începând cu prima întrebare din ghidul de interviu, „Participați la competiții de motorsport?”, mi s-au comunicat următoarele: toți respondenții au afirmat faptul că participă la concursuri de motorsport, în ciuda faptului că unii sunt spectator. De asemenea a fost menționat faptul că „Organizez concursuri de autoslalom de 10 ani, dorința mea este să ajung cât mai departe” (S.P. Organizator competiții autoslalom).

Răspunsurile la întrebarea 5 Ce efecte considerați că a avut virusul asupra competițiilor? au fost următoarele: „Virusul a avut doar efecte negative, împiedicând publicul să asiste la evenimente, și totodată concurenții să participe” S. P. (Organizator competiții autoslalom). Toți respondenții au răspuns acestei întrebări susținând că virusul a avut numai efecte negative, scăzând exponențial numărul de competiții anuale, acest fapt afectează atât numărul concurenților, cât și numărul spectatorilor, totodată șansele de a avea sponsori activi. În ceea ce privește organizarea de competiții pe timpul pandemiei în orașul respondenților (întrebarea 6), B. R. (Concurent Profesional) susține că în orașul lui s-au organizat puține competiții și a fost nevoit să plece în alte orașe pentru a participa, în timp ce M. C. (Spectator) a spus că în orașul lui nu s-au organizat deloc evenimente de tip automobilistic.

Datorită apariției virusului, a fost afectat numărul de competiții anuale?; Odată cu auzirea acestei întrebări, organizatorul a spus că înaintea venirii acestui virus, acesta organiza foarte multe competiții în parteneriat cu firme din țară sau chiar cu multinaționale, exemplificând Continental, ca sponsor pentru anvelope.

3.1.2. Motivația practicării sportului cu motor

La întrebarea cu numărul 1, „Participați la competiții de motorsport?”, am primit răspunsuri afirmative din partea intervievaților, aceștia au răspuns că încearcă să participe la cât mai multe evenimente de acest gen, în ciuda situației financiare sau situației pandemice în care ne aflăm. Respondenții sunt împătimiti ai curselor auto, unii dintre ei având vechime în acest domeniu (B. R. , peste 20 ani). Fiecare dintre concurenți își dorește să se clasifice cât mai sus în clasamentele locale, cât și în cele naționale în cadre organizate, aceștia se străduiesc să dea tot ce pot ca să urce pe podium.

Competiția este mare, chiar și în ciuda faptului că, concurenții sunt prieteni, aceștia dau totul ca să fie cei mai buni, se antrenează pentru fiecare competiție, aduc îmbunătățiri mașinilor de concurs pentru a fi mai rapide pe trasee, pentru a avea o mai bună manevrabilitate.

La sfârșitul fiecărei etape de raliu, toți concurenții sunt câștigători din pricina faptului că primele 3 locuri se premiază financiar, iar următoarele locuri câștigă experiențe noi, modalitate prin care învață lucruri noi, pentru a fi mai buni la etape viitoare. Cei mai buni

piloți pot prinde contracte cu sponsori pentru etapele următoare, aceasta este o motivație bună pentru a da tot ce e mai bun dintr-un pilot.

3.1.3. Numărul de competiții, bugetul și timpul alocat unui eveniment de tip automobilistic

În ceea ce privește numărul de competiții, (întrebarea 9), Câte competiții s-au organizat înaintea stării de urgență? S. P. (Organizator competiții autoslalom) a declarat că numărul de competiții a scăzut considerabil față de perioada precedentă pandemiei. În ceea ce privește bugetul pentru susținerea unui eveniment automobilistic, la întrebarea 3, S.P (Organizator competiții autoslalom) a spus că bugetul alocat acestor evenimente a variat la fiecare competiție, însă odată cu începerea pandemiei bugetul a scăzut foarte mult din pricina faptului că mulți sponsori s-au retras, fiind nevoit să scoată bani din buzunar pentru a acoperi costurile.

În legătură cu timpul alocat pregătirii înaintea competițiilor, S. P. (Organizator competiții autoslalom) spune că pregătirile încep cu câteva săptămâni înainte de eveniment pentru a se asigura că totul este conform planului și că nu lipsește nimic. Așadar, pregătirea constă în găsirea sponsorilor, reclame, găsirea unei locații potrivite, solicitarea echipajelor de prim-ajutor în caz de accident, însă cel mai important factor este atragerea de noi concurenți. Totodată majoritatea concurenților au răspuns astfel la întrebarea 9, Câte competiții s-au organizat înaintea stării de urgență?. B. R. (Concurent profesionist), nu cunoaște numărul exact de competiții, însă a declarat că acesta participă între 5-10 competiții pe an. În timp ce V. C. (Concurent) adaugă: „În jur de 15 competiții anual, înaintea pandemiei.”.

Atunci când au fost întrebați, Cât de mult v-a afectat virusul SARS CoV 2 bugetul alocat acestor concursuri?, majoritatea respondenților au afirmat că din cauza pandemiei bugetul pentru concursuri s-a diminuat: „Virusul mi-a înjumătățit bugetul, astfel că de la 1000 euro am ajuns la 500 euro pentru concursuri” B. R. (Concurent profesionist). Referitor la bugetul alocat competițiilor, respondenții susțin că au investit în buna funcționare a autovehiculelor peste 400 euro. La întrebarea 2, „Cât timp alocăți pregătirii înaintea competițiilor?”, toți respondenții au declarat că se pregătesc cu câteva săptămâni înainte de concurs, deoarece au nevoie de strictul necesar de piese pentru pregătirea lor și a mașinilor, găsirea celui mai bun setup al anvelopelor pentru fiecare tip de anotimp. B. R. (Concurent profesionist) a adăugat că are nevoie de weight reduction pentru a scoate cel mai bun timp.

3.2. Competițiile de motorsport în timpul pandemiei

În legătură cu costurile pregătirii pentru concursuri înaintea apariției virusului și costurile acum, respondenții au mărturisit că au cheltuit aproximativ aceeași sumă pentru

participarea la concurs: C. R. (Concurent) a răspuns că acesta nu investea mai mult de 100 euro în mașina sa de concurs, V. C. a relatat că nici el nu investea prea mulți bani înainte, acest sport fiind doar un hobby.

Dacă facem referire la numărul de competiții organizate în prezent, toți respondenții au mărturisit că numărul de competiții din acest timp a scăzut considerabil, ei consideră că se simte lipsa competițiilor, răspunsurile lor fiind similare.

3.3. Diferențe și similități întâmpinate în cadrul competițiilor de motorsport în timpul pandemiei

Desfășurarea activităților de tip automobilistic a avut de suferit în timpul pandemiei. În cadrul competițiilor de motorsport există diferențe între modul de desfășurare înainte și după pandemie, prin faptul că au avut loc mai puține evenimente față de perioada precedentă, concurenții au fost în număr mai mic, îndeosebi sponsorii nu au fost atât de ușor de găsit. Evenimentele automobilistice s-au desfășurat cu un număr restrâns de spectatori, uneori fără ca aceștia să aibă acces în zona de concurs. O mare diferență a fost faptul că organizatorii au fost nevoiți să anuleze unele etape din motive financiare, deoarece au lipsit sponsorii, uneori fiind nevoiți să plătească din propriul buget. Deși s-au desfășurat câteva evenimente automobilistice, concurenții care aveau sponsori activi, au trebuit să își modifice bugetul pentru a participa. Totuși, există și similități în cadrul concurenților, aceștia cheltuind aproximativ aceeași sumă de bani, precum în perioada de dinaintea pandemiei, bugetul a rămas aproape același pentru unii concurenți. Similar evenimentelor de dinaintea pandemiei este faptul că timpul alocat pregătirii dinaintea etapelor de motorsport este același, deoarece concurenții se pregătesc pentru un concurs ca și când totul ar fi revenit la normal, toți concurenții sunt nerăbdători să se anunțe etape noi.

Concluzii

În primul rând, trebuie să menționez faptul că, datorită situației pandemice, nu am reușit să colectez datele în modul stabilit inițial, care a făcut procesul comunicării și înțelegerii între cercetător și persoanele interviewate puțin mai dificil, atât pentru programarea exactă a unei date pentru susținerea interviului, cât și pentru colectarea și interpretarea datelor.

În al doilea rând, unele persoane interviewate nu au avut suficient timp la dispoziție, așadar au grăbit răspunderea la întrebările din ghidul de interviu, totuși au reușit să transmită răspunsuri clare, cu care am reușit să duc la sfârșit această cercetare.

Din punctul de vedere al atingerii obiectivelor cercetării, țin să menționez cu certitudine că în urma colectării datelor am atins toate obiectivele menționate pe partea de metodologie.

În urma colectării și interpretării datelor, s-a putut constata faptul că pandemia de coronavirus a avut efecte majore asupra motorsportului, cauză pentru care în anumite orașe s-au organizat puține evenimente sau chiar deloc din această pricină. Organizatorii susțin că a fost o perioadă foarte grea pentru lumea motorsportului atât în țară cât și în afara ei. S-a constatat faptul că atât organizatorii, cât și concurenții, împreună cu spectatorii simt lipsa acestor evenimente.

Odată cu acest studiu am aflat că organizatorii, împreună cu piloții au întâmpinat dificultăți în organizarea etapelor de raliu în locuri publice, aceștia încearcă să facă tranziția de la un mod de organizare a lucrurilor la altul. Comparativ cu situația de dinaintea pandemiei, există o diferență majoră, faptul că numărul competițiilor a scăzut alarmant, odată cu bugetul și pierderea sponsorizărilor.

Bibliografie selectivă:

Accesat la data de 13.08.2021: <https://www.sportspromedia.com/analysis/black-book-motorsport-2020-out-now>

Accesat la data de 12.08.2021 <https://historicengland.org.uk/listing/what-is-designation/heritage-highlights/oldest-motor-racing-circuit-in-world/>

Accesat la data de 15.08.2021 <https://www.brooklandsmuseum.com/about/latest-news/brooklands-museum-receives-lifeline-grant-from-governments-157bn-culture-recovery-fund>

Andrew, 2020, accesat la data de 12.08.2021: www.bbc.com/

Băban, Adriana, 2000, Strategii și metode de cercetare calitativă. Interviu și observația

Benson, A., 2020, Coronavirus în BBC Sport, disponibil la: <https://www.bbc.com/sport/formula1/51727401>

Emma, G., 2021, Amid to coronavirus, disponibil la: <https://www.dw.com/>

Griffin, L, 1983, Car and Driver în Merriam Webster, disponibil la: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/motorsport>

Iluț, 1997, Abordarea calitativă a socioumanului, concepte și metode, Iași: Polirom

James, E., 2021, Le Mans legend stuck, disponibil la: <https://www.motorsportmagazine.com/articles/sports-cars/le-mans-legend-stuck-to-make-racing-comeback-at-70>

Lauren, G., 2020, Covid 19, disponibil la: <https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>

Mat, B., 2021, How the coronavirus pandemic has changed auto racing, disponibil la: <https://www.tampabay.com/sports/auto-racing/2021/08/12/how-the-coronavirus-pandemic-has-changed-auto-racing/>

Obrad, C., 2018, Cercetarea sociologică. De la proiect la raport, Timișoara, Editura de Vest

Sara, N., 2021, The Perfect Roads, disponibil la: https://drivetribes.com/t/the-perfect-roads-GqhyfVwRT32i-ILum_kl0Q

Șandor, S. D., 2013, Metode și tehnici de cercetare în științele sociale, Editura Tritonic.

The labor market impact of robotization on human resources

Adriana CRIȘAN¹

Abstract

The purpose of this paper is to discover how important the subject of robotization was during the pandemic, but also the possible aspects of human resources.

From time immemorial, work has played a key role in human life, evolving with its evolution. Thus, from harvesting, hunting and fishing, it passed to another stage in which man cultivated his own plants and raised animals, becoming a farmer, a producer of goods and tools. From work done with simple tools, to mechanized, technological and robotic work.

Keywords: pandemic, robotics, cars, technology.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Impactul robotizării muncii asupra resursei umane

Adriana CRIȘAN¹

Abstract

Scopul acestei lucrări este de a descoperi cât de important a fost subiectul robotizării în perioada pandemiei, dar și posibilele aspecte ale resurselor umane.

Din timpuri imemorabile, munca a jucat un rol cheie în viața umană, evoluând odată cu dezvoltarea sa. Astfel, de la recoltare, vânătoare și pescuit s-a trecut la o altă etapă în care omul și-a cultivat propriile plante și a crescut animale, devenind fermier, producător de mărfuri și unelte. De la lucru realizat cu unelte simple, la lucru mecanizat, tehnologic și robotizat.

Cuvinte cheie: pandemie, robotizare, mașini, tehnologie.

Introducere

Prezenta lucrare își propune să surprindă importanța robotizării muncii și impactul acesteia asupra resursei umane în perioada celor patru luni ale anului 2020, respectiv septembrie 2020 și decembrie 2020, folosind metoda analizei de conținut.

Scopul acestei lucrări este de a descoperi cât de important a fost subiectul robotizării în perioada pandemică, dar și posibilele aspecte care vizează resursa umană.

Din cele mai vechi timpuri, munca a ocupat un rol primordial în viața omului, dezvoltându-se odată cu evoluția acestuia. Astfel de la cules, vânătoare și pescuit aceasta a trecut la o altă etapă prin care omul cultiva propriile plante și creștea animale, devenind agricultor, producător de bunuri și unelte. De la munca realizată cu unelte simple, la munca mecanizată, tehnologizată și robotizată.

1. Cadrul conceptual și teoretic

1.1. Munca și evoluția sa

Dintotdeauna, munca a ocupat un rol esențial în viața și evoluția omului, parcurgând anumite etape de transformare și dezvoltare, asemeni omului care o prestează. Dacă la începuturile omului, munca era o continuă luptă pentru supraviețuire desfășurată într-un mediu necunoscut și arid asupra căruia acesta nu avea nici o influență, căutând să culeagă, să vâneze sau să pescuiască atât cât îi oferea diversitatea locului, munca se

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

transformă odată cu nevoile crescute ale omului de hrană și sub amenințarea animalelor sălbatice. În acest fel omul trece de la consumator la producător, folosindu-și propriile mijloace (unelte), constituindu-se în triburi, familii, comunități, devenind raționali prin economisirea bunurilor recoltate sau produse în avans. Munca s-a diversificat și ea, apare schimbul, apoi moneda, și astfel munca cunoaște o diviziune naturală, o dependență a unora de ceilalți, apoi o dependență socială prin diviziunea societății: proprietari/sclavi, feudali și clase sociale: pătura de jos (muncitorii) și pătura de sus (nobilii).

Munca a evoluat în timp fiind dependentă de gradul de dezvoltare socială și economică a omului și implicit a formei în care acesta s-a constituit (trib, familie, clasă socială) dar și de creativitatea și maturitatea psiho-socială a acestuia. Prin creșterea îndemnării lucrătorilor, a economisirii timpului pentru trecerea de la un fel de munca la altul dar și datorită progresului în ceea ce privește uneltele (mașini) apare o creștere a cantității de muncă.

Plecând de la diviziunea naturală a muncii, care este cea mai simplă formă de diviziune specifică societăților de vânători-culegători, respectiv muncă depusă pe criteriul fiziologic (Marx, 1867), apoi la diviziunea socială a muncii care a constat în separarea triburilor de păstori, desprinderea meseriilor de agricultură, desprinderea negustorilor care realizau schimbul și apariția proprietății private și consolidarea ei (Durkheim, 1893) au dus la stratificarea socială, apariția claselor sociale, instituționalizarea funcției politice în societate, separând orașul de sat și munca fizică de munca intelectuală. Această diviziune socială a muncii pe termen lung a determinat în zilele noastre la creșterea nivelului de trai dar și a interdependenței, monotoniei legate de muncă, declinul meșteșugarilor și creșterea șomajului.

Cele patru revoluții industriale au dus la o transformare a muncii datorită descoperirilor și a cunoașterii tot mai avansate: prima revoluție industrială 1784 a constat în descoperirea puterii apei și a aburului și în mecanizarea muncii; a doua revoluție 1870 are specific descoperirea electricității și realizarea liniilor de asamblare; a treia revoluție 1969 a constat în descoperirea internetului, dezvoltarea sistemelor de comunicații și o automatizare a muncii; a patra revoluție care este asimilată societăților post-industriale are la bază dezvoltarea sistemelor cibernetice și robotizarea, informația devine o formă importantă de capital iar în economie se face trecerea de la producția de bunuri la asigurarea de servicii (Touraine, 1969).

1.1.1. Munca și valențele ei

Din istoricul muncii putem desprinde ideea că munca este o activitate specific umană, obligatorie pentru supraviețuirea omului și societății în ansamblul ei.

Munca este o activitate conștientă, specifică omului, canalizată spre un anumit scop, în timpul căreia omul efectuează, controlează și reglementează schimbul de materii dintre el și natură, pentru satisfacerea propriilor nevoi (DEX).

Alți autori consideră munca ca fiind totalitatea activităților pe care omul le desfășoară folosindu-se de creierul și mâinile sale, unelte, mașini, asupra materiei, aceste acțiuni reacționează asupra omului producând modificări (Friedman, 1962).

Din punctul de vedere al autorilor J. Bremond și A. Geledan, munca este o activitate creatoare de bunuri și servicii, prestată de lucrătorii care au anumite cunoștințe tehnice și se află în relații de muncă (Bremond, Geledan, 1995).

Plecând de la accepțiunea Bibliei conform căreia omul trebuie să muncească cu multă trudă pentru a avea cele necesare traiului, MaxWeber descoperă și analizează legătura dintre credință, viața spirituală și sacralizarea muncii. Munca și acumularea nu aveau valoare ci doar profitul obținut era o valoare care trebuia investit și nu cheltuit pentru satisfacerea plăcerilor. În felul acesta s-au realizat pași importanți în dezvoltarea economică și socială a comunităților prin practicarea unui comportament rațional, responsabil și întreprinzător (Weber, 1905).

1.1.2. Progresul tehnologic și automatizarea

Odată cu apariția primelor calculatoare comerciale și a descoperirii internetului vorbim de un nou progres tehnologic, economic și social, apar noi afaceri în domeniul IT, o creștere a locurilor de muncă cu un înalt nivel de specializare și aptitudini de operare pe calculator. Se produce o înlocuire a profesiilor care aveau un nivel de pregătire medie iar accentul se pune pe sectorul serviciilor. Avansul tehnologic și automatizările sunt întâlnite în toate domeniile: medical, farmaceutic, aeronautic, auto, financiar, producției și prelucrării, comercial și agricol.

Încă din cele mai vechi timpuri oamenii au dorit să creeze lucruri care să fie autonome pentru a-și ușura munca cât și pentru distracție (automatoni). Primele automatizări au avut loc în fabrici unde mașini automate (războiul de țesut dantelă) au început să ocupe locurile oamenilor, dar primul robot care putea merge, vorbi, distinge culorile, apare în 1939 fiind realizat de firma Elektro. Isaac Asimov publică cele 3 legi ale roboticii în lucrarea Runaround în anul 1942, iar în 1948 Norman Wiener publică lucrarea Cibernetica. Primul braț articulat, controlat de la distanță, apare 3 ani mai târziu și în 1954 George Devol crează primul robot industrial programabil, instalat în linia de asamblare a General Motors în 1961. Descoperindu-se tranzistorii și circuitele integrate apar calculatoarele mai performante, de dimensiuni mai mici și mai accesibile pentru toți oamenii (Ghiduc, 2020).

1.1.3. Primii roboți și utilitatea lor

O evoluție tot mai accelerată se produce începând cu anul 2000 când este creat Asimo primul robot-umanoid creat de Honda care merge și aleargă asemeni unui om, dar și primul robot asistat de la distanță de un medic chirurg pentru efectuarea unor operații mai

puțin invazive. Apar tot felul de sisteme sau roboți care sunt trimiși în spațiu, folosiți în armată, primul robot aspirator, mâna prostetică, roboți care au abilități de a simți obiecte prin atingere (Ghiduc, 2020).

Federația Internațională a Roboticii a anunțat că în anul 2018 erau funcționali 2,4 milioane de roboți industriali în întreaga lume (Ceccar business magazine).

În anul 2019 cercetătorii de la Universitatea din Pennsylvania au anunțat că produc milioane de roboți microscopici numiți nanoboți în doar câteva săptămâni.

În anul 2020 când pandemia de COVID-19 a lovit întreaga lume au fost folosiți roboți pentru a dezinfecta spațiile publice și spitalele, pentru a măsura tensiunea și temperatura pacienților, pentru transportul probelor recoltate la laboratoarele de analize medicale, pentru a asigura hrana persoanelor aflate în carantină (Nicolae, 2020).

1.2. Robotizarea muncii și pandemia

Pe fondul pandemiei, oamenii s-au văzut nevoiți să se adapteze la un nou stil de muncă, o muncă desfășurată de acasă, comunicând online prin intermediul platformelor de Zoom și Google Meet, interacțiunea cu ceilalți rezumându-se la ecranul din fața lor. Astfel, inovația a mers mai departe și pentru a nu te simți stingher că ești doar în fața unui ecran, compania americană Spatial, a lansat o aplicație tip hologramă care teleportează în casa fiecărui angajat din companie spațiul de lucru din biroul în care are loc conferința, putând totodată accesa instrumentele de lucru necesare prezentărilor sau pentru a realiza diferite notițe în timpul ședințelor. Acest avatar holografic permite mișcarea naturală, creând o interacțiune în timp real participanților la ședință.

Vedem că oamenii de știință sunt preocupați în permanență să găsească soluții pentru a depăși crizele și a produce noi tehnologii care să permită accesul către anumite zone neștiute până acum. Ceea ce înainte era SF în filmul Star Trek, iar noi credeam că totul este doar rezultatul unei imaginații bogate, vedem în secolul nostru înfăptuindu-se. Un dispozitiv care încă nu a primit aprobarea pentru utilizare medicală este Scanadu Scout capabil să măsoare pulsul, nivelul de saturație al oxigenului, ritmul cardiac, tensiunea arterială, ritmul respirației, temperatura corporală și electrocardiograma doar prin simpla apropiere de fruntea pacientului.

Un alt dispozitiv revoluționar este un scanner portabil corporal, numit Hyperfine, care poate realiza un RMN la nivelul capului, gâtului și membrelor putându-se deplasa chiar la patul pacientului, primind aprobare pentru clinicile și spitalele din Statele Unite (Ruscior, 2020).

Un proiect îndrăzneț numit Neuralink a fost prezentat de miliardarul Elon Musk având drept scop conectarea creierului uman la computer, oamenii putând da comenzi telepatice computerului, acest proiect având ca beneficiari persoanele paralizate dar și alți

oameni care doresc să-și mărească capacitatea cerebrală, ceea ce ar evidenția simbioza dintre om și computer (Barza, 2020).

Compania Kaspersky a realizat un studiu efectuat prin sondaj online în 16 state, având un număr de 14500 de respondenți pentru a vedea câte persoane ar dori să își facă acest upgrade. Rezultatele au arătat că 72% dintre participanții români doresc să-și îmbunătățească artificial abilitățile fizice și intelectuale. Principala motivație pentru care ar recurge la această soluție fiind creșterea stării de sănătate (Marin, 2020).

În aprilie 2018 Federația Internațională pentru Robotică din România a publicat un raport al studiului ZEW (Centrul European pentru Cercetare Economică) conform căruia productivitatea angajaților din Germania a crescut cu 15%, rata șomajului a fost cea mai scăzută, având și cel mai mare număr de roboți 309 roboți la 10.000 de angajați. Slovacia și Slovenia aveau 130 de roboți la 10.000 de angajați, Cehia avea 100 de roboți la 10.000 de angajați, Ungaria avea 60, Polonia 30, iar România 15 roboți la 10.000 de angajați. Conform acestui studiu ZEW, automatizarea și robotizarea activităților la nivelul tuturor sectoarelor de activitate va determina creșterea salariilor și a locurilor de muncă (Universal Robots).

În urma unui studiu realizat de Factory 4.0 & Frames și publicat în septembrie 2020, reiese că în România în următorii zece ani până în anul 2030, dacă se va implementa automatizarea și digitalizarea, vor apărea un milion de noi locuri de muncă doar în acest domeniu. Cele mai multe joburi, ar fi în domeniul prelucrării și utilizării datelor, activități de suport și programare (Frames).

Într-un raport publicat de BestJobs, în topul domeniilor cu cele mai multe angajări în perioada aprilie-octombrie 2020, s-a situat domeniul IT care a scos un număr de 12.000 de locuri de muncă, iar top 3 cele mai importante joburi pentru care au fost căutați angajați au fost: Software Developers, Support Engineer și System Administrator în condițiile în care angajații au prestat telemunca (Manager Expres).

Pentru a putea să fie angajați în industria 4.0 actualii tineri trebuie să învețe să programeze proprii roboți alături de care vor lucra, să deprindă cunoștințe de storytelling iar informatica nu mai este doar pentru ingineri, informaticieni și oamenii de știință ci aceasta devine o disciplină transversală obligatorie pentru toate domeniile de activitate pentru câteva decenii de acum înainte concluziona într-un interviu Prof. Univ. Dr. Răzvan Bologa de la Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică, ASE București, într-un interviu acordat revistei Wall Street și publicat în data de 09.08.2020 (Gheorghe, 2020).

Fiecare perioadă istorică a avut anumite profesii favorizate iar perioada post pandemie va declanșa o automatizare și robotizare accentuată, prin folosirea la scară largă a roboților și sistemelor fizico-cibernetice în toate domeniile de activitate, dar și prin apariția unor noi profesii din domeniul IT.

1.2.1. Tipuri de roboți moderni

Pentru a prezenta o clasificare a roboților actuali, mai întâi trebuie să clarificăm și să definim conceptul de roboți. Roboții sunt operatorii mecanici sau virtuali, artificiali care au un sistem alcătuit din mecanică, senzori, actuatori și sistem de direcție. Partea mecanică asigură aspectul robotului și ansamblul de mișcări pe care le poate realiza acesta. Senzorii și actuatorii folosesc în partea de interacțiune cu mediul sistemului iar sistemul de direcție este cel care face posibil atingerea obiectivului pe care îl are setat robotul. Roboții cu formă umană se numesc androizi.

În funcție de scopul pentru care au fost creați, actual există șase tipuri de roboți: roboți mobili, roboți industriali, roboți de serviciu, roboți educaționali, roboți modulați și roboți colaborativi.

Roboții mobili transportă bunuri și produse dintr-o locație într-alta.

Roboții industriali numiți și mașini automatizate sunt folosiți la asamblarea, vopsirea sau sudarea anumitor piese în procesul industrial.

Roboții de serviciu au fost creați pentru a ajuta omul în anumite acțiuni periculoase, repetitive, murdare sau plictisitoare. Ei pot fi folosiți atât în activități casnice cât și industriale dar și științifice care necesită activități repetitive.

Roboții educaționali sunt programe, platforme și resurse menite să sporească capacitatea de învățare.

Roboții modulați sunt de fapt niște module robotice capabile să-și schimbe forma și aspectul în timp ce realizează o sarcină. Sunt folosiți în mediul industrial pentru curățarea mașinilor dar și pentru explorarea spațiului.

Roboții colaborativi numiți și coboți sunt mașini construite pentru a interacționa cu omul în sarcinile de lucru pe care le au de realizat (Ramsey, 2021).

Pe lângă aceste șase tipuri de roboți, pentru a veni în sprijinul persoanelor vârstnice și singure au apărut roboții sociali cognitivi sau roboți asistivi care sunt orientați către clienți sau persoane cu nevoi speciale, fiind capabili să înțeleagă și să folosească limbajul (Robin Social).

1.2.2. Etica muncii roboților

Într-un interviu acordat de Prof. Constantin Vică, specialist în etica inteligenței artificiale, publicat în revista Mindcraft Stories în data de 22.06.2020, acesta concretizează necesitatea unei supravegheri permanente asupra inteligenței artificiale, dar și o menținere a legăturii și controlului uman asupra mașinii și de o atribuire a vinei celor care au crescut și controlat acea inteligență artificială. O soluție în acest sens în viitor ar fi cumva o creștere a numărului de polițe de asigurare care vor prelua o parte din accidentele provocate de erorile apărute în sistemele de inteligență artificială. De asemenea roboții ar trebui să fie priviți nu doar ca niște ustensile care manevrează o tehnică complexă, ci asemeni animalelor

și roboții inteligenți să fie subiecți ai moralității, beneficiind de protecție și respect din partea oamenilor. Roboții nu trebuie să fie sclavi, dar vorbind de o egalitate și o interacțiune om-robot ar trebui să aibă aceleași drepturi salariale, dar și aceleași obligații prin taxe și impozite din salarii (Ghiduc, 2020).

Acest lucru a fost susținut de Bill Gates încă din anul 2017, accentuând necesitatea impozitării muncii robotizate pentru a susține sistemul de pensii și asigurări sociale. (Ciutacu, 2019).

Din dorința de a eficientiza locurile de muncă și creșterea productivității, inginerii și oamenii de știință din domeniul informatizării au creat inteligența artificială care să realizeze activitățile rutiniere, care să ofere cantitatea și calitatea cerută și care să poată lucra mult mai multe ore, nu doar 8 ore/zi, să nu se îmbolnăvească, să nu dorească concedii de odihnă și totodată pentru care să nu se plătească salarii, taxe și impozite sistemelor de asigurări sociale și de sănătate, ci care necesită doar o întreținere care este acoperită foarte ușor din profitul realizat pe termen scurt.

Platforma World Economic Forum a realizat niște estimări conform cărora 800 de milioane de oameni își vor pierde locurile de muncă în următorii 20 de ani datorită digitalizării și robotizării muncii (Ciutacu, 2019).

Pe măsură ce societatea s-a dezvoltat și etica muncii a evoluat mai ales când vorbim de inteligență artificială care poate crea probleme legate de siguranță, de aceea este foarte important a se cunoaște avantajele dar și limitările legate de etica muncii. Acest sistem al eticii trebuie să evolueze în continuare și să ofere drepturile și constrângerile necesare pentru a putea susține în continuare munca și rolul ei.

2. Metodologia cercetării

2.1. Universul cercetării

În această parte va fi etalată partea practică a cercetării impactului robotizării asupra resursei umane, folosind metoda de cercetare calitativă, bazată pe metoda analizei de conținut.

Analiza de conținut este „o metodă de studiere și analiză a comunicării” (Gunter, B., 2000), caracterizată de „obiectivitate, precizie, și generalitate a ceea ce se spune despre un subiect dat, într-un loc dat, la un timp dat” (Agabrian, M. apud Lasswel at al., 2006).

Analiza de conținut identifică frecvența utilizării unor cuvinte, forme de exprimare asupra cărora cercetătorul nu manifestă nici o constrângere sau influență de conținut.

Analiza de conținut s-a aplicat pe un eșantion de 100 de unități identificate în 2 reviste din România în perioada 01 septembrie 2020 – 31 decembrie 2020. Eșantionul a cuprins un număr egal de 50 de articole publicate în fiecare din cele două reviste de știință din România, însumând împreună cele 100 de unități, raportate în același interval calendaristic.

Pentru a realiza analiza de conținut au fost create 100 de grile de conținut care cuprindeau cuvintele cheie din fiecare articol, din fiecare revistă astfel încât cuvintele cheie obținute au fost cele care s-au identificat în ambele reviste.

2.2. Obiectivele cercetării

Obiectivele prezentei cercetări sunt:

- identificarea numărului de cuvinte cheie din articolele științifice;
- identificarea cuvântului cheie cel mai folosit în această perioadă din articolele publicate;
- determinarea unui raport comparativ evidențiat prin tabel a celui mai frecvent cuvânt cheie identificat în articolele din cele două reviste;
- determinarea corespondenței cuvintelor cheie din cele două reviste de știință din România, referitor la această perioadă pandemică;
- determinarea corespondenței cuvintelor cheie din cele 2 reviste de știință din România, referitor la robotizarea muncii.

2.3. Posibile întrebări pe care doresc să le identific în această cercetare

Dacă un anumit cuvânt cheie a fost mai folosit în această perioadă atunci a avut importanță mai mare și a fost mai de actualitate-?

Dacă în aceste articole a existat o corespondență cu privire la anumite cuvinte cheie înseamnă că aceste cuvinte cheie au avut aceeași importanță, deși vorbim de articole din două reviste diferite?

Dacă cuvintele cheie robotizare, muncă, angajați, resurse umane, impact, au o frecvență de apariție mai mare putem spune că acestea au fost cele mai de impact în această perioadă în articolele de știință cuprinse în cercetare?

Dacă cuvântul cheie etica cu privire la etica muncii roboților are un număr mare de apariții în cele două reviste în această perioadă de timp înseamnă că acest subiect a fost de interes?

2.4. Elaborarea instrumentului

Pentru elaborarea instrumentului au fost selectate un număr de 100 de articole din două reviste: Economica. net și Forbes România, pentru diversitatea mare de subiecte pe care le conțin.

În vederea alegerii articolelor a fost efectuată o selecție în ceea ce privește data de publicare, au fost selectate doar articolele din intervalul 1 septembrie 2020 respectiv 31 decembrie 2020, iar la nivelul conținutului s-a realizat o filtrare selectând doar articolele care conțineau termenii care justifică prezenta cercetare.

2.5. Alegerea surselor de date

Cele 50 de articole din Economica.net provin în proporția cea mai mare din secțiunea News respectiv 29 de articole, din secțiunea Companii 11 articole, din secțiunea Externe un număr de 6 articole, 2 articole din secțiunea IT&C și câte 1 articol din secțiunea Finanțe și Bănci și Joburi/HR.

În ceea ce privește cele 50 de articole din revista Forbes România, acestea au fost selectate tot conform criteriilor stabilite inițial și ponderea cea mai mare a articolelor provine din secțiunea Afaceri respectiv 15 articole, 11 articole provin din secțiunea Tech, 4 articole din secțiunea Forbesforward, 4 articole din secțiunea Sănătate, 4 articole din secțiunea Lideri, și câte un articol din următoarele secțiuni: Voliavoice, Sfatul Specialistului, Macroeconomie, HR, Bani și Investiții, Auto, Shopping, Evenimente, Media și Entertainment, Bunuri de Consum, Reinventarea României și Huaweiavoice.

2.6. Modalitatea de culegere a datelor

La nivelul fiecărui articol a fost elaborată o grilă de conținut pentru cuvintele/termenii cheie din cele două reviste și au rezultat cele 100 de unități de analiză sau altfel spus termenii care erau prezenți în ambele reviste și conținuți de toate articolele.

2.7. Perioada în care au fost culese datele

Datele au fost culese în perioada 01 septembrie 2020 respectiv 31 decembrie 2020, într-un interval de patru luni, din cele două reviste care au o arie mai mare de subiecte din diferite domenii de interes.

S-a ales această perioadă pentru a vedea dacă și după ieșirea din starea de urgență datorată pandemiei de COVID 19 subiectele principale vizează tema pandemiei sau sunt și subiecte de interes mai ales cu privire la robotizare.

2.8. Limitele cercetării

Ca o limitare în ceea ce privește prezenta cercetare, nu s-a găsit o corespondență între articolele din cele două reviste cu privire la etica robotizării muncii dar și a unui posibil impact negativ asupra locurilor de muncă și implicit a resursei umane.

3. Rezultate

Folosind metoda analizei de conținut pentru dimensiunea calitativă s-au identificat cele 100 de cuvinte cheie din cele două reviste, scopul prezentei cercetări fiind acela de a identifica o legătură între robotizarea muncii și impactul acesteia asupra resursei umane. Drept pentru care am încercat conform obiectivelor stabilite în partea metodologică să constat dacă există o legătură între cuvintele, respectiv subiectele tratate în cele două reviste.

Din cele 100 de cuvinte cheie cele mai folosite, având un număr mai mare de apariții în ambele reviste au fost: adaptare, angajați, automatizare, companii, consum, dezvoltare, digitalizare, domeniu, globale, lucru, mediu, munca, pandemie, proces, produs, roboți, servicii, sistem, soluții, viitor (meserii).

Cele mai folosite cuvinte din cele două reviste care ating un număr de 100 de apariții în una din cele două reviste sunt: angajați, automatizare și companii.

Căutând în fiecare revistă articolul cu cele mai multe apariții ale acestor trei cuvinte cheie, s-a identificat subiectul tratat și data apariției.

Pentru cuvântul cheie angajați acesta a avut cel mai mare număr de apariții în cadrul aceleiași reviste, respectiv 13 apariții în cadrul aceluiași articol din revista Economica.net. Este un articol publicat în secțiunea News în data de 21 octombrie 2020, având ca subiect principal îngrijorarea companiilor cu privire la impactul pandemiei de COVID 19 asupra pieței muncii.

În acest articol este prezentat un studiu conform căruia 60% dintre companii se consideră ca fiind într-o mare dificultate cu privire la asigurarea flexibilității locului de muncă, la asigurarea condițiilor de muncă pentru angajații care nu lucrează de acasă, la motivarea și susținerea angajaților existenți dar și dorința de dezvoltare și implementare de tehnologii și pregătire de personal pentru a asigura angajaților munca la distanță.

Tot în cadrul acestui studiu se prezintă un procent de 54% dintre angajați afectați de dificultățile și adaptarea la noul stil de muncă precum și teama pierderii locului actual de muncă.

Pentru cei care lucrează de acasă, studiul a evidențiat nemulțumirea acestora că nu au obținut nicio mărire salarială deși productivitatea muncii lor a crescut de când lucrează de acasă. Articolul creionează starea incertă în situația aceasta pandemică atât pentru angajatori cât și pentru angajați. Chiar dacă situația s-a îmbunătățit pentru că starea de urgență a trecut, se resimte teama și nota de incertitudine cu privire la o revenire la normalitate, atât pentru angajatori cât și pentru angajați.

În revista Forbes România, cuvântul cheie angajați are cel mai mare număr de apariții în cadrul aceluiași articol, respectiv un număr de 9 apariții în cadrul articolului din secțiunea Tech din data de 02 decembrie 2020.

Acest articol tratează tema pieței locale de software care manifestă un trend crescător. Deși 130.000 de români lucrează în software, companiile locale sunt în permanentă căutare de specialiști din domeniul IT, motivați fiind de performanțele și productivitatea muncii crescute prestate de aceștia. La nivel național, cinci angajatori din domeniul software dețin 10,8% din totalul forței de muncă din domeniu.

Pentru cuvântul cheie automatizare, acesta are un număr de 18 apariții în cadrul aceluiași articolului din revista Forbes România, publicat în secțiunea Tech din data de 27

noiembrie 2020, articol care prezintă automatizarea ca proces de succes care implică multe companii și resurse.

Automatizarea este prezentată ca fiind calea cea mai eficientă pentru creșterea profitabilității. Pe de altă parte în contextul pandemiei de COVID 19 automatizările ar juca un rol hotărâtor în revenirea rapidă a economiei prin folosirea la nivelul liniilor de producție a unei munci robotizate, fără a risca sănătatea și securitatea în muncă a resursei umane.

La nivelul articolelor din revista Economica.net, cuvântul cheie automatizare are doar 2 apariții în cadrul aceluiși articol, în cadrul secțiunii News din data de 08 octombrie 2020, articol care prezintă tema digitalizării și robotizării muncii care va aduce peste un milion de noi locuri de muncă în viitori 10 ani.

Deși cuvântul cheie se repetă doar de 2 ori în cadrul acestui articol se vorbește foarte mult de digitalizare și robotizare dar și despre noile tehnologii din domeniul IT care vor aduce noi locuri de muncă, vor necesita noi abilități și competențe, dar și pierderea multor locuri de muncă de actualitate pe piața muncii.

În ceea ce privește cuvântul cheie companii acesta are un număr de 15 apariții în cadrul articolului din data de 02 decembrie 2020 din secțiunea Tech și prezintă creșterea pieței locale de software dar și oportunitățile pe care le-au avut anumite companii care au adus soluții pentru digitalizare în perioada pandemică.

Chiar dacă perioada pandemică pentru anumite companii a reprezentat un moment dificil, pentru companiile din domeniul IT, companii care s-au ocupat cu vânzările și transportul online, companiile din domeniul bancar care și-au digitalizat rapid multe din serviciile oferite clienților această perioadă a fost una benefică de ușoară creștere a profitului.

În ceea ce privește revista Economica.net, cuvântul cheie companii are un număr de 11 apariții în cadrul secțiunii News, în cadrul articolului din data de 12 octombrie 2020 și are ca subiect tema lucrului la distanță care a devenit noua normă pe piața muncii la nivel mondial. Astfel cele mai multe companii, au decis ca angajații lor să nu revină la birou chiar dacă a trecut starea de urgență ci să lucreze tot la distanță, ca măsură de prevenire a îmbolnăvirii acestora.

Există o legătură între toți acești termeni cheie, dar și a revistelor cu privire la conținutul articolelor. Chiar dacă termenii cheie cei mai folosiți nu redau o suprapunere de dată la nivelul ambelor reviste, la nivel de subiect tratat toate abordează problema digitalizării, robotizării, automatizării și a viitorului în ceea ce privește resursa umană care trebuie să se adapteze și să se dezvolte permanent pentru a face față provocărilor.

Un alt cuvânt cheie care a avut un număr mare de apariții este termenul roboți, în special roboți colaborativi sau coboți, care conform articolului din revista Forbes din data de 12 noiembrie 2020, apărut în secțiunea News, are un număr de apariții de 20 de ori în cadrul articolului. Conform acestui articol roboții colaborativi devin prietenii angajaților.

Viitorul automatizat duce la colaborare inovatoare fiind cumva o afirmație cu care va trebui să ne obișnuim tot mai mult. Roboții colaborativi nu au fost concepuți pentru a rezolva probleme de gândire critică ci vor colabora în procesul muncii, realizând partea dificilă și solicitantă pentru angajat, în așa fel încât procesul respectiv să se desfășoare cât mai sigur și optim pentru realizarea obiectivelor stabilite.

În revista *Economica.net* cuvântul cheie robot are un număr de 22 de apariții în cadrul aceluiași articol, publicat în secțiunea Companii în data de 03 decembrie 2020. Conform articolului, anumite companii de recrutare din România au început să folosească roboți în departamentele de resurse umane.

Robotul intervine în centralizarea candidaților, efectiv adună toate candidaturile depuse pe site-uri de recrutare și formează o baza de date actualizată și ordonată corespunzător, iar resursa umană se ocupă de calitatea angajaților, adică partea de evaluare a CV-urilor și interviurilor. După angajare, robotul face automat partea de raportare periodică la ANOFM sau AJOFM și partea de lichidare și închidere a dosarului de angajare în sistem.

În conformitate cu obiectivele stabilite în partea metodologică prezenta cercetare a reușit să evidențieze și să ofere răspunsuri la categoria de întrebări dar și să surprindă legătura între cuvintele cheie și tema de cercetare.

Ca o limitare a prezentei cercetări, nu s-a găsit o corespondență mai mare între cele două reviste alese cu privire la cuvântul cheie etica, ceea ce nu a permis emiterea unui răspuns cu privire la această problematică.

O altă limitare constă în faptul că în această perioadă, în conținutul articolelor cuprinse în cercetare, nu au fost identificate efecte negative cu privire la impactul robotizării muncii asupra resursei umane, deși în câteva articole se prezintă job-urile viitorului și dispariția unui număr mare de profesii actuale.

Concluzii

În ceea ce privește tema de cercetare aleasă consider că au fost atinse obiectivele și scopul enunțat.

Metodologia temei de cercetare calitativă folosind metoda analizei de conținut s-a realizat cât mai corect, obiectiv și fără a distorsiona mesajul conținut în articolele din cele două reviste. Pentru a putea realiza dimensiunea calitativă a lucrării prezente am realizat și o scurtă dimensiune cantitativă prin care am expus legătura termenilor din cele două reviste.

Referitor la cele 100 de articole obținute din cele două reviste în intervalul 1 septembrie 2020 și 31 decembrie 2020 pot spune că acestea au legătură cu tema de cercetare iar cele 100 de cuvinte cheie/termeni sunt relevanți și redau obiectiv importanța, legătura și contextul realității cuprinse în cercetare.

În ceea ce privește robotizarea muncii, aceasta este un fenomen real, cu o amploare mai mare în această perioadă pandemică. Chiar dacă termenul robotizare nu a avut un număr de apariții foarte mare în cele două reviste, procesul robotizării este susținut de roboți, de automatizare și inovare tehnologică, iar impactul acestei robotizări asupra resursei umane există, nu este un fenomen negativ atât timp cât ne vom adapta, actualiza, vom învăța și ne vom dezvolta abilități în acest domeniu.

Din cele 100 de cuvinte cheie pe care le-am obținut din cele 100 de grile de conținut pentru fiecare articol în parte au ieșit detașat cu un număr de peste 50 de apariții în fiecare revistă 20 de cuvinte cheie între care există o legătură clară. Acestea sunt: adaptare, angajați, automatizare, companii, consum, dezvoltare, digitalizare, domeniu, globale, lucru, mediu, munca, pandemie, proces, produs, roboți, servicii, sistem, soluții, viitor(meserii).

Ca o legătură cu conținutul articolelor din cele două reviste aș putea concluziona că pandemia ne-a arătat cât de importantă este digitalizarea, astfel că marile companii au trecut la o automatizare mai accelerată la nivelul liniilor de producție achiziționând roboți care să ajute angajații, oferind un mediu de lucru mai sigur, căutând soluții și oferind servicii de o calitate superioară.

Pentru a putea să privim spre viitorul meseriilor și al muncii implicit, este important să ne adaptăm individual, dar să existe și o armonizare la nivelul sistemului educațional, economic, cultural și social cu tot ceea ce presupune dezvoltarea tehnologiilor sau a inovațiilor din domeniul IT.

Concluzionând, din cele 20 de cuvinte cheie, doar un număr de trei cuvinte a depășit numărul de 100 de apariții în articolele cuprinse în cercetare, acestea fiind: angajați, automatizare și companii, ceea ce înseamnă că acestea sunt cele care au avut cea mai mare însemnătate în intervalul de timp selectat.

Bibliografie selectivă:

Aceleanu, M., Crețu, A. (2010). Strategii și politici de ocupare în contextul pieței actuale a muncii. București: ASE.

Agabrian, M. (2006). Analiza de conținut. Iași: Polirom.

Barza,V.,(2020), Elon Musk, Neuralink, porcușorii și implantul cerebral - Teatru al neuroștiințelor sau un plan cu șanse de reușită?, în ScienceHotnews disponibil la: <https://science.hotnews.ro/stiri-creierul-24261677-elon-musk-neuralink-porcusorii-implantul-cerebral.html>

Bremond, J., Geledan, A. (1995). Dicționar economic și social. București: Expert.

Ciutacu, A., (2019), Robotul meu și-a plătit impozitele, în Business magazin disponibil la: <https://www.businessmagazin.ro/actualitate/robotul-meu-si-a-platit-impozitele-18025751>

Durkheim, E. (2001). Diviziunea muncii sociale. București: Albatros.

- Friedman, G., Neville, P. (1962). *Traite de sociologie du travail*, Paris: Armand Colin.
- Gheorghe, A., (2020), Prof. Univ. Dr. Răzvan Bologa, Facultatea de Cibernetică: O mare parte dintre profesiile de peste 10 ani NU s-au inventat încă. Tinerii au nevoie de abilități în IT în Wall Street disponibil la: <https://www.wall-street.ro/articol/Educatie/259005/prof-univ-dr-razvan-bologa-facultatea-de-cibernetica-o-mare-parte-dintre-profesiile-de-pest-10-ani-nu-s-au-inventat-inca.html>
- Ghiduc, M. (2020). Scurta istorie a roboților, în *Mindcraft Stories Roboți / Infografic* disponibil la <https://mindcraftstories.ro/roboti/scurta-istorie-a-robotilor-i/>
- Ghiduc, M., (2020), Etică și AI. Putem avea încredere în roboți?, în *Mindcraft Stories* disponibil la: <https://mindcraftstories.ro/roboti/etica-si-ai-putem-avea-incredere-in-roboti/>
- Gunter, B., (2000). *Media Research Methods*. London: Sage Publications
- Marin, T., (2020), Concluzia surprinzătoare a unui studiu: câți români ar vrea să devină „cyborgi”?, în *Știință și Cunoaștere*, disponibil la: <http://www.cunoastelumea.ro/concluzia-surprinzatoare-a-unui-studiu-cati-romani-ar-vrea-sa-devina-cyborgi/>
- Marx, K. (1951). *Capitalul*. București: Partidul Muncitoresc Român.
- Nicolae, V.,(2020), Cum sunt folosiți roboții în medicină? în *Mindcraft stories* diponibil la: <https://mindcraftstories.ro/roboti/cum-sunt-folositi-robotii-in-medicina/>
- Ramsey, D.,(2021), 6 Tipuri de roboți moderni, în *Ripley believes* disponibil la: <https://ro.ripleybelieves.com/6-types-of-modern-robots-9280>
- Ruscior. R., (2020), Hologramele și alte tehnologii SF pe care le vei folosi curând, în *Mindcraft stories* disponibil la: <https://mindcraftstories.ro/tehnologie/hologramele-si-alte-tehnologii-sf-pe-care-le-vei-folosi-curand/>
- Touraine, A. (1969). *La société post-industrielle*. Paris: Denoël.
- Weber, M. (2007). *Etica protestanta și spiritul capitalismului*. București: Humanitas.

The influence of the group on the socio-professional
development of the students
-A qualitative approach-

Renata Giorgiana TROFIN¹

Abstract

The purpose of this bachelor thesis is to analyze the impact of social groups on the student's social and professional development in Timis country, using a qualitative method (structured interview method). The targeted group its represented by students, between the age of 18 and 30 years old.

In my paper, using the semi-structured opinion interview for my social research, the goal was to identify the main causes that determine the influence of an actual group or a reference group on the decision-making process of individuals. Also I was interested in observing how the relationship between an individual and a group leads (or not) to socio-professional development.

Keywords: socio-professional development, socialization, group membership.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Influența grupului de apartenență asupra dezvoltării socio-profesionale a studenților

-O abordare calitativă-

Renata Giorgia TROFIN¹

Abstract

Scopul acestei teze de licență este de a analiza impactul grupurilor sociale asupra dezvoltării sociale și profesionale a studentului din țara Timiș, folosind o metodă calitativă (metoda interviului structurat). Grupul vizat este reprezentat de studenți, cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 de ani.

În lucrarea mea, folosind interviul de opinie semistrukturat pentru cercetarea mea socială, scopul a fost de a identifica principalele cauze care determină influența unui grup real sau a unui grup de referință asupra procesului decizional al indivizilor. De asemenea, m-a interesat să observ cum relația dintre un individ și un grup duce (sau nu) la dezvoltarea socio-profesională.

Cuvinte cheie: dezvoltare socio-profesională, socializare, grup de apartenență.

Introducere

Tema aleasă are în vedere influența unui grup ca și context social asupra deciziilor pe care un individ le ia în ceea ce privește cursul său socio-profesional deoarece, după cum știm, influența socială este un fenomen care are loc în orice cadru social existent.

Deoarece comunitățile sunt un cadru fundamental al vieții sociale, individul, de-a lungul vieții lui poate interacționa direct cu multe grupuri de referință, ceea ce duce practic la multe schimbări ale sale pe plan personal, social și profesional.

Având în vedere că lucrarea de față are ca subiect un fenomen social, doresc să mă folosesc de o metodă calitativă pentru o evidențiere descriptivă a fenomenului în cauză. Cu ajutorul interviului semi-structurat de opinie, urmăresc identificarea principalelor tipuri de grupuri ca formă esențială de socializare care au un impact considerabil asupra studenților în cursul lor de dezvoltare socială și profesională. Interviul semi-structurat este o metodă eficientă de culegere a datelor deoarece se realizează prin interacțiune directă cu subiecții intervievați și asigură astfel o bună comunicare. Publicul țintă ales de mine va fi alcătuit din tineri studenți din municipiul Timișoara, angajați, neangajați sau care sunt implicați în

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

diferite proiecte de voluntariat, cărora le voi adresa o serie de întrebări special alcătuite pentru a face deducții în legătură cu cele două variabile și anume grupurile din care fac parte indivizii și dezvoltarea profesională a acestora.

1. Grupurile ca forma fundamentală de socializare a individului

Conceptul de grup social a fost întotdeauna considerat ca fiind important deoarece în urma multor studii anterioare s-a constatat că indivizii acționează și iau decizii în funcție de relațiile care îl înconjoară.

Socializarea în general poate fi privită, ori definită ca fiind procesul prin care individul, gradual, devine conștient de sine și reușește să se identifice ca fiind o persoană cu priceperi și deprinderi dobândite din mediul cultural în care s-a născut. Toate societățile au un mediu cultural care are caracteristici și practici sociale diferite care sunt persistente în timp, fie că membrii lor se schimbă ca indivizi (Giddens 2006, 163).

Este de la sine înțeles că grupurile sociale de orice formă reprezintă principalii factori socializatori care influențează treptat un individ pe parcursul drumul său..

Dealtfel, grupul mai poate fi privit ca fiind „... de obicei o unitate competitivă care admite afirmarea unei persoane și variate pasiuni” (Buzărnescu 2007, 184). Indivizii sunt competitivi și totodată interdependenți în cadrul grupului din care fac parte și a fără cărui existență, socializarea și dezvoltarea nu pot avea loc ca procese efective. Prin această competitivitate ei se adaptează unor noi valori, reguli și norme care automat schimbă structura personalității lor.

„Cele mai importante grupuri, în care asocierile intime caracteristice grupurilor primare au șansa să se dezvolte în totalitate, sunt familia, grupul de joacă al copiilor și vecinătatea. Acestea sunt, crede Cooley, grupuri primare universale căci ele aparțin tuturor timpurilor și tuturor stadiilor de dezvoltare” (Buzărnescu, 2007, 84).

1.1. Grupurile primare – familia

Grupurile primare sunt o structură esențială vieții sociale, astfel încât, de la bun început, orice individ se naște și se formează în unul, după care își continuă procesul evolutiv.

Socializarea primară este un tip de socializare care intervine pe parcursul copilăriei, prin care indivizii devin pentru prima dată membri ai societății și se finalizează atunci când conceptul de „alter generalizat” si-a lăsat amprenta asupra individului (Vasiluță 2018, 71). Putem spune astfel că este un proces durabil care se poate întinde pe întreaga perioadă de viață a unui individ.

În cadrul unui grup primar, persoana imatură și egocentrică este adusă în fața unui compromis, fiind pusă în armonie cu nevoile și dorințele celorlalți. Astfel se pun bazele unei

vieți sociale mature deoarece un grup primar este menit să dezvolte capacitatea fiecărui individ de a se pune pe sine în locul altcuiva (Buzărnescu 2007, 185).

1.2. Grupurile secundare – grupuri instrumentale

Grupurile secundare sunt definite în general ca fiind formale, contractuale, impersonale, în care relațiile dintre indivizi nu au un caracter profund ci unul funcțional, sunt lipsite de afectivitate sau intimitate.

Grupurile secundare pot fi considerate ca fiind de obicei grupuri mijlocii și mari ca și întindere și se mai numesc și "grupuri instrumentale" deoarece în cadrul lor, indivizii își satisfac nevoi specifice pragmatice. De exemplu: asociații studențești, organizații sau întreprinderi care au scopul de a forma o legătură între oameni cu aceleași interese și obiective (Rada & Peltea 2014, 20).

După desfășurarea etapei de socializare primară, urmează socializarea secundară. Aceasta este procesul de interiorizare instituțională sau a subuniversurilor bazate pe instituții, dobândirea unor conduite proprii, unor roluri specifice și a cunoașterii. Acest proces al socializării secundare este definit de formalizare și anonimizare (Vasiluță 2018, 71). Deci, în urma acesteia, indivizii dobândesc o personalitate proprie, încadrată într-un anumit tipar conform cerințelor mediului social din care fac parte.

Cert este că cele două forme de socializare, cea primară și secundară sunt concomitente și interdependente, întrucât socializarea secundară nu se poate realiza fără existența celei primare care este crucială.

1.3. Grupurile de apartenență – grupul educațional

Grupurile de apartenență sunt cele care la un moment dat au constituit grupuri de referință, dar la care individul a reușit să adere cu succes pentru a urma în continuare etapele socializatoare.

Mediul universitar ca grup de apartenență este cel în care individul formează legături noi și intră în contact cu anumite elemente care îi pot influența în continuare activitatea, deciziile sau reușitele academice.

Grupurile de apartenență sunt foarte importante și relevante datorită dimensiunilor pe care acestea le au, deoarece pot fi categorisite drept grupuri medii iar identitatea unui individ este strâns legată de grupul său de apartenență. Scopurile acestor grupuri sunt unele formative în general, iar experiența pe care le-o oferă indivizilor este una de natură cognitivă, datorată procesului de învățare și disciplinare, procese esențiale în dezvoltare.

1.4. Grupuri de referință

Un grup de referință este unul la care individul în general se raportează psihologic, cu care se compară și la care aspiră în vederea evoluției sale. Indivizii se folosesc de acest grup ca standard pentru a se evalua pe ei înșiși, din punct de vedere comportamental.

Acesta devine o importantă sursă de inspirație a în ceea ce privește percepția individului, cunoașterea și ideile despre sine. O trăsătură importantă a acestui grup, este faptul că individul își adaptează atitudinile și comportamentul pentru a se plia cerințelor grupului de referință (The Editors of Encyclopedia Britannica, 2010) .

Thompson și Hickey în lucrarea *Society in focus* (2005, 144) definesc grupurile de referință ca fiind un cadru referențial prin prisma căruia oamenii își evaluează realizările, performanța rolului, aspirațiile și ambițiile. Un exemplu de utilizare a grupului de referință poate fi determinarea bunăstării sau a poziției sociale de către indivizi.

2. Factori care determină individul să adere unui grup

În orice fenomen care are impact asupra indivizilor, există o serie de factori influențatori. În cazul de față, aceștia fiind niște factori de natură culturală, socială, personală și psihologică, care diferă de la individ la individ dar de obicei au o poziție standard.

Prima etapă a dezvoltării unui grup o reprezintă formarea, când individul tinde să se asocieze cu grupuri ale căror membri au similitudini în ceea ce privește cultura din care fac parte, statutul social, aspirații similare, sau trăiri, gânduri și experiențe. Individul, cunoscându-și toate aceste elemente, se raportează la un grup pe care îl consideră favorabil în ceea ce privește aceste condiții. Aceste asocieri sunt deseori forțate de împrejurimi.

Un comportament al unui individ, poate fi explicat prin analizarea sistemului de factori care acționează și sunt strâns legați de acesta. Rolul și locul pe care acești factori îl au, pot fi priviți în diferite moduri. Prin urmare, întâlnim în literatura de specialitate clasificări diferite ale acestora.

2.1. Factori culturali

Cultura pe care o învățăm ne influențează încă de la început credințele și comportamentele, fiind astfel un concept cheie pentru o perspectivă sociologică. Aceasta stă la originea dorințelor și comportamentului personal. Impactul profund pe care îl are, devine evident atunci când sunt examinate anumite comportamente.

Diversitatea trăsăturilor culturale nu este manifestată doar între societăți diferite, acesteata existând chiar și în interiorul aceleiași societăți (Mihăilescu 2003, 51). Putem astfel vorbi despre influența pe care o are mediul de proveniență asupra individului. Un exemplu dat de-a lungul istoriei, a fost cel al burgheziei în comparație cu clasa muncitorilor

săraci care a reprezentat și reprezintă în continuare o antiteză a două culturi și medii de viață diferite.

Făcând o analiză a două medii, ne dăm seama că persoanele care trăiesc în medii socio-culturale diferite, sunt prin urmare influențate diferit de această serie de factori standard.

În concluzie aceștia au un rol crucial în deciziile pe care indivizii le pot lua în privința grupurilor de apartenență sau de referință deoarece de-a lungul vieții lor, acești factori își lasă amprenta asupra personalității.

2.2. Factori sociali (familie, prieteni și grupuri sociale în general)

Influența grupului familial tinde să fie foarte puternică în ceea ce privește comportamentul și deciziile indivizilor. Membri familiei pot fi deseori cei care influențează cel mai puternic deciziile pe care indivizii le ia. Uneori, aceste influențe se pot resimți pe o perioadă lungă de timp sau poate chiar pe întregul lor ciclu de viață.

Termenul de familie, din punct de vedere sociologic, a devenit unul dintre domeniile care a primit o atenție specială din partea cercetătorilor și teoreticienilor, în general familia fiind considerată importantă ca parte a comunității. Sociologic vorbind, familia este prima unitate și prima instituție din societate (Erna Roostin 2018, 2).

Familia poate fi una de:

- orientare, care îl îndrumă pe individ spre o anumită orientare religioasă sau politică care mai târziu oferă un sens valorilor sau ambițiilor sale personale;
- procreere, care cuprinde individul și partenerul său. Aceasta poate avea o influență mult mai mare și mai directă asupra deciziilor individuale.

2.3. Factori personali

Factorii personali sunt cei care țin în întregime de personalitatea individului. Aceștia pot fi reprezentați de:

- Stilul de viață care reprezintă modul în care individul alege să trăiască, alegând să practice anumite activități sau să aibă anumite interese. Acesta este o reflecție a modelului său comportamental în societate.
- Personalitatea în sine, este cea care influențează și ea alegerile pe care un individ le face sau felul în care acționează.
- Concepția de sine se referă la percepția pe care o avem despre noi înșine sau convingerea că deținem o anumită serie de valori și calități care ne conturează personalitatea.

2.4. Factori psihologici

Aceștia pot face referire la percepție, motivație și convingeri și învățare. Ideea că oamenii își pot schimba comportamentul în funcție de alți oameni din jurul lor, a fost studiată de mulți sociologi și teoreticieni precum Le Bon în "Psihologia mulțimilor" care a adus un aport sociologic valoros în ceea ce privește influența oamenilor prin definirea conceptului de contagiune socială sau comportamentală. El spunea că "într-o masă de oameni, orice sentiment, orice act e contagios, într-atât de contagios încât individul își sacrifică foarte ușor interesul personal în favoarea interesului colectiv" (Le Bon, 2002, 13). Din această idee putem deduce că influența psiho-socială asupra individului poate avea o serie de repercursiuni. Indivizii influențați de un anumit grup pot renunța la proprii idei, valori sau norme în favoarea integrării într-un grup când această integrare devine pentru ei un obiectiv important.

3. Metodologia de cercetare

3.1. Obiectivele cercetării

Această cercetare are la bază o abordare calitativă, deoarece astfel se permite o viziune mai amplă asupra relației de tip cauză-efect în fenomenul studiat și o analiză complexă asupra subiectului pe care l-am abordat.

Obiectivul general al lucrării este studierea efectelor grupurilor de apartenență asupra dezvoltării socio-profesionale a studenților, însă pentru a aprofunda și pentru a putea înțelege mai bine fenomenul, am structurat o serie de obiective specifice.

Cele 6 obiective specifice lucrării de față vizează:

- (1) Cunoașterea importanței pe care o are grupul de apartenență la dezvoltarea noastră socio-profesionale
- (2) Identificarea cauzelor care determină un individ să adere unui grup în vederea dezvoltării sale socio-profesionale
- (3) Evidențierea importanței existenței relației grup de apartenență-dezvoltare socio-profesionale
- (4) Evidențierea principalului tip de grup social care constituie o importanță mare din perspectiva individului
- (5) Identificarea așteptărilor pe care un individ le are în ceea ce privește propria dezvoltare în momentul în care face parte dintr-un grup
- (6) Evidențierea consecințelor pozitive sau negative apărute în urma influenței grupului de apartenență în procesul decizional al individului

Această serie de obiective sunt în legătură cu natura cercetării de față și servesc drept mijloc de înțelegere și explicare a fenomenului cercetat, răspunzând la întrebarea: "Este acesta un fenomen care se întâmplă? Sunt indivizii conștienți de el?"

3.2. Instrumentul de cercetare și selecția unităților studiate

Scopul instrumentului pe care l-am ales este cel de a aduce concepte din literatura de specialitate, într-un cadru în care pot fi analizate. Cele două concepte cheie sunt: grupul de apartenență și dezvoltarea profesională, între care se stabilește în urma rezultatelor dacă există sau nu cauzalitate sau corelație.

Universul populației pe care îl studiem, îl reprezintă comunitatea studenților din orașul Timișoara iar unitatea de analiză o constituie individul.

Interviurile au fost realizate cu ajutorul persoanelor care îndeplinesc criteriile legate de vârstă (18-30) și de ocupație (student/ă) și care ne pot furniza informații subiective despre direcția dezvoltării fiecăruia. Astfel am folosit un ghid de interviu semi-structurat ca tehnică unică, folosit pe parcursul prelucrării datelor, pentru a putea aprofunda asumțiile propuse. Respondenții pot fi atât de sex feminin cât și de sex masculin. Fiecare întrebare are ca scop crearea mai multor subteme de discuție în vederea atingerii celor 6 obiective specifice.

De asemenea, de menționat este intervalul de timp în care interviurile au fost luate. Etapa de colectare de date a fost realizată pe parcursul lunii martie 2021, în decursul a 26 de zile mai exact în intervalul 5 martie 2021 – 31 martie 2021 și au avut lungimi cuprinse între aproximativ 25 și 40 de minute.

Introducerea interviului are rolul de a îi familiariza pe respondenți cu tema de discuție și de a crea un cadru confortabil și propice de colectare a unor răspunsuri cât mai relevante de la respondenți. De asemenea, aceasta are rolul de a afla dacă respondenții se încadrează în criteriile legate de vârstă și ocupație pentru a putea duce mai departe procesul de colectare de date.

Întrebările sunt în număr de aproximativ 2 sau 3, specifice fiecărui obiectiv vizat și formulate în așa fel încât să ne conducă la răspunsuri satisfăcătoare. Pentru a reduce datele s-a folosit analiza hermeneutică, pentru a putea interpreta, reduce, abstractiza și transpune informația într-un cadru în care aceste concepte pot fi operaționalizate într-o manieră specifică cercetării de tip calitativ.

Astfel, cu ajutorul interviului de tip semi-structurat putem parcurge anumite dimensiuni ale temei, punând întrebări specifice fiecărei zone pentru a avea o perspectivă mai completă și complexă asupra fenomenului studiat.

Cei 10 subiecți care au luat parte la această cercetare au fost contactați prin platformele de socializare iar pentru a asigura o bună planificare a interviurilor, le-au fost oferite în prealabil explicații în legătură cu tema și scopul desfășurării acestor interviuri.

Criteriul obligatoriu a fost cel ca respondenții să fie studenți în orașul Timișoara, indiferent de specializare și să se încadreze între 18 și 30 de ani. Aceștia nu au fost împărțiți în mod egal privind genul sau ciclul în care studiază (licență./master), existând un respondent de sex masculin și 9 de sex feminin. De asemenea 6 dintre ei sunt studenți în ciclul de licență iar 4 la masterat și au vârste cuprinse între 20 și 26 de ani, încadrându-se astfel pe criteriul

de vârstă. Domeniile în care aceștia studiază sunt diverse, pentru a crea o imagine de ansamblu a dezvoltării profesionale a tânărului student din orașul Timișoara, indiferent de domeniul studiat. Avem astfel respondenți din următoarele domenii:

Domeniul studiat:	Nr. respondenți:
Contabilitate și Informatică de Gestiune	1 respondent
Informational Development and Management of Global Affairs	1 respondent
Studii de securitate globală	1 respondent
Economie socială	2 respondenți
Drept & Psihologie	1 respondent
Resurse umane	2 respondenți
Comunicare și Relații Publice	1 respondent
Relații internaționale și Studii Europene	1 respondent

3.3. Rezultate și interpretări

În continuare vor fi analizate răspunsurile date de fiecare respondent în funcție de fiecare nucleu discursiv al întrebărilor pentru a vedea cum se raportează fiecare subiect la conceptele prezentate.

Introducerea interviului are rolul de a explica pe înțelesul subiecților tema discuției și de asemenea de a se prezenta, menționându-și numele, ocupația și domeniul pe care îl studiază în prezent și vârsta.

Pentru început, câțiva factori importanți pe care doresc să îi scot în evidență în strânsă legătură cu obiectivele vizate, sunt:

- Conștientizarea grupului din care subiecții fac parte
- Cauzele care îi determină să aleagă un grup
- Specificul grupului din care subiecții intervievați fac parte
- Evidențierea tipului de grup care are cel mai mare impact asupra interviuatului
- Opinii în urma alegerii domeniului de studiu și consecințe pozitive sau negative privind alegerile făcute
- Sprijinul primit în dezvoltarea socio-profesională

Am decis astfel ca toate cele cincisprezece întrebări să fie restrânse sau grupate în câteva nuclee discursive definitorii pentru tema și obiectivele lucrării și anume:

3.3.1. Conștientizarea tipului de grup curent de apartenență

Majoritatea persoanelor intervievate se raportează în viața lor la grupuri de prieteni/colegi de școală, de muncă sau activități: "(...) în prezent grupul meu de apartenență și cel la care mă raportează totodată, ăăă...este cel de prieteni și colegi de facultate...acest lucru este pentru că...vine o perioadă în viața fiecărui om în care acesta își petrece mai mult timp cu prietenii sau colegii de facultate sau colegii de muncă decât cu familia" (interviul nr.1), "(...) niște prieteni...nu sunt foarte mulți, nici nu pot să zic că sunt nu știu câți oameni, sunt pur și simplu niște oameni care sunt dornici să asculte păreri diferite, opinii diferite fără să se...nu știu să se simtă atacați sau să se simtă că nu... că nu știu...că sunt ignorați, sau ceva de genul deci să fie înțeleși, deci un grup în care oamenii sunt înțeleși. Cred că asta...din asta cred eu că fac parte acum, dar nu știu dacă a fost așa mereu" (interviul nr. 2), "(...) grupul de apartenență la care mă raportează este grupul colegial de la locul de muncă. Am ales să fie grupul de muncă pentru că în principiu majoritatea timpului îl petrec la job, iar colegii îmi sunt ca o a doua familie, dacă pot să spun așa, iar acest lucru mă determină să simt că fac parte din grup, că sunt inclusă, că împărtășesc cu acest grup obiective comune, idei și aspirații conexe, lucru care asigură o bună relație între noi ca și echipă de lucru" (interviul nr. 5), "(...) consider că grupul de apartenență ar fi inițial, familia. Pentru că neavând foarte multă experiență, m-am raportat la familie dar, odată cu intrarea în colectivul de muncă, un grup secundar de apartenență aș putea spune că a devenit grupul de colegi, superiori. Mediul profesional. Acest grup este prezent în viața mea profesională și de aceea cred că am ales să mă raportează la el" (interviul nr. 6), "(...) cred că la care m-aș raporta și cu care mă asociez cel mai mult este grupul de oameni cu care lucrez în interiorul organizației în activitatea noastră de voluntariat pentru că petrecem în primul rând foarte mult timp împreună, avem foarte multe meeting-uri în cadrul online acum, organizăm multe evenimente și din cauza asta avem foarte multe ore pe săptămână în care trebuie să ne asociem unii cu alții, să vorbim, să planificăm lucrurile ce trebuie să se întâmple" (interviul nr.7), "(...) un grup extraordinar de...de larg și am să și zic de ce mi se pare că aparțin acestui grup. Cred că sunt parte a grupului tinerilor europeni și cred că asta se datorează mai ales faptului că am fost anul trecut într-o bursă Erasmus și am...m-am regăsit foarte mult în toată cultura asta europeană și toată multi-culturalitatea aceasta care se află în toată Europa și mi-a plăcut foarte mult."(interviul nr. 8), "(...) în momentul de față pot să spun că fac parte din organizația de voluntariat a facultății, mă mândresc cu lucrul acesta, aș putea spune că acesta este grupul meu de apartenență în momentul de față"(interviul nr. 9), "(...) păi în acest moment pot spune că grupul meu de apartenență este cel al colegilor de la facultate deoarece comunic foarte mult cu ei, am ajuns să ne împrietenim, să lucrăm la proiecte și având în vedere și pandemia, toată situația asta, cel mai mult cu ei comunic și am ajuns să fac parte din acel grup deoarece consider că avem

oarecum valori comune, ne raportăm la aceleași lucruri și avem o viziune comună ca să zic așa” (interviul nr. 10)

Putem observa cum doar doi dintre respondenți susțin că grupul lor de apartenență este încă constituit de familie: "(...) momentan consider că grupul meu de apartenență este familia. Am ajuns la o vârstă...motivul: am ajuns la o vârstă în care consider că primordial în viața mea, în orice decizie aș lua și...pur și simplu vizavi de viața mea, grupul meu de apartenență trebuie să reprezinte familia" (interviul nr. 3), "(...) păi grupul de apartenență la care mă gândesc în momentul de față este familia (...) m-am gândit că se pune și familia." (interviul nr. 4).

Ca o concluzie, putem spune că a face o alegere privind grupul la care să ne raportăm, are un impact foarte mare în ceea ce privește dezvoltarea pe orice plan și îndeplinirea scopurilor personale. Persoanele pe care le alegem să ne fie apropiate, ne influențează comportamentele și deciziile zilnic, poate chiar inconștient, având un anumit efect asupra procesului decizional, fie că este vorba de familie, fie că este vorba de grupul de prieteni sau colegi.

3.3.2. Cauzele care determină o persoană să se alăture unui grup

În ceea ce privește acest aspect, se observă o similaritate foarte mare între răspunsurile respondenților, fiecare având cauze, dorințe și așteptări asemănătoare în ceea ce privește grupul lor de referință: "(...) eu personal când mă alătur unui grup sau când vreau să mă împrietenesc cu cineva, caut să fie niște persoane ok de la care am ce să învăț, să creștem, să evoluăm împreună atât pe plan personal dar și pe plan profesional dacă se poate...Eu caut să avem obiective comune pe care să le atingem oferindu-ne ă...ajutor unul altuia" (interviul nr. 1), "(...) în primul rând, nu știu...să mă simt integrat în comunitatea din care fac parte, asta...asta una și în al doilea rând...mă rog, cred că-s mai multe motive dar acum pot să mă gândesc numai la astea două deci să fac parte dintr-o comunitate și să mă simt efectiv ascultat, că pot să-mi împărtășesc ideile cu anumiți oameni fără să fiu judecat sau fără să fiu respins, criticat sau ignorat" (interviul nr.2), "(...) în momentul în care doresc să fac parte dintr-un grup...ă...îmi doresc să evoluez eu ca individ, îmi doresc să mă dezvolt pe mine însumi și îmi doresc să fac parte dintr-un grup din motive de auto-dezvoltare. Fie că am un interes vizavi de școală, fie că am un interes vizavi de muncă, pur și simplu ideea de a mă dezvolta pe mine în funcție de acel grup...cam acela ar fi motivul, auto-dezvoltarea personală" (interviul nr. 3), "(...) principalele motive cred că ar fi...în primul rând cred că ar fi persoanele din grupul la care ne referim. Ă...nu știu, să fie persoane deschise, calde, cu care să te poți înțelege, să nu aibe prejudecăți sau comentarii răutăcioase" (interviul nr. 4), "(...) Pentru mine personal este foarte important să știu că pot să dezvolt o relație de încredere cu membrii grupului, indiferent despre ce grup ar fi vorba și că prin contribuția mea, grupul respectiv se poate consolida și poate să pună în prim plan relația de solidaritate. Fiind vorba de un grup, este esențial ca membrii grupului să se ajute între ei și să-și aducă

aportul prin cunoștințele și experiențele lor, atât personale, cât și profesionale și bineînțeles că aici depinde de context și împrejurări” (interviul nr.5), ”(...) îmi doresc să fac parte dintr-un anumit grup atunci cand acel grup... îmi oferă siguranță și înțelegere, mă ajută să cresc, să mă dezvolt, aș putea spune, atât din punct de vedere profesional cât și personal” (interviul nr 6.), ”(...) cumva am căutat oameni cu valori, cu principii, cumva interes în special comune cu ale mele, cumva să am persoane în jurul meu cu care să dezbat anumite subiecte sau să împărtășim opiniile legate de o temă sau alta de care eu personal sunt pasionată și de ce nu, să aflu lucruri noi de la...și alte opinii de la oamenii din jur” (interviul nr. 7), ”(...) Poate există o curiozitate firească față de cealaltă ființă de lângă mine. Cred că...vreu să cunosc o altă perspectivă, vreau să văd cum vedea cineva lumea nu doar prin ochii mei, poate mi se pare lumea doar prin ochii mei un pic plictisitoare și anostă, nu?” (interviul nr. 8), ”(...) în primul rând îmi place să iau în considerare lucrurile comune pe care le împărtășim, discutăm aici despre convingeri, valori, principii...ca și exemplu, pentru că am discutat despre organizația de voluntariat, în momentul în care m-am alăturat organizației a fost pentru că urmăream să aduc un plus valoare comunității, să mă dezvolt pe mine și pe cei din jurul meu” (interviul nr. 9), ”(...) principalele criterii ar fi...să spun valorile după care mă ghidez eu adică dacă văd că acele persoane îmi oferă respect și sunt oneste, bineînțeles eu fiind o persoană mai timidă încerc să văd cum sunt ele, adică dacă sunt prietenoase, dacă sunt deschise” (interviul nr. 10).

După cum se poate observa, fiecare individ caută valori comune, un mediu plăcut și prielnic în care să se poată dezvolta pe plan personal și profesional sau în care își poate desfășura activitățile sau discuțiile într-un mod liber. Mediul pe care fiecare om îl caută este unul sănătos, alcătuit din persoane implicate în buna funcționare a lucrurilor. Din analiza celor 10 răspunsuri, reiese faptul că toți cei 10 respondenți au aceleași convingeri legate de acest aspect. Putem spune prin urmare că aceste caracteristici, valori sau așteptări sunt prezente și esențiale pentru majoritatea indivizilor atunci când se raportează la un grup de referință.

3.3.3. Evidențierea tipului de grup care a avut un impact semnificativ asupra direcției de dezvoltare socio-profesională a indivizilor.

Mai departe în vederea realizării studiului, am adresat fiecărui respondent o serie de întrebări cu scopul de a evidenția principalul tip de grup care a avut o influență majoră asupra respondentului sau care încă are. În această subtemă de discuție, au existat similarități foarte mari între răspunsurile a 5 respondenți, aceștia relatând experiențe similare în ceea ce privește influența venită din partea grupului familial legat de dezvoltarea lor socio-profesională: ”(...) La momentul în care a fost vorba să îmi aleg un domeniu de studii, la gen...grupul meu de apartenență atunci era doar familia. Doar părinții și frații mei mai mari. Deci aici da, pot să zic că ei au avut o influență foarte mare asupra acestui lucru”

(interviul nr. 1), " (...)cea mai mare influență au avut-o părinții...acum mă refer la relația dintre influența părinților și influența prietenilor, cred că părinții până la urmă deoarece ei...ăm...insistă, să spun așa ca tinerii și copiii lor să urmeze anumite domenii pe care și ei și le-au dorit să sp...așa este în cazul meu cel puțin și atunci influența lor a fost destul de mare." (interviul nr. 4), "(...) alt exemplu ar fi cred că din partea mamei, căci mereu am apreciat foarte mult și punctul ei de vedere și modul în care vedea lucrurile și destul de multe decizii pe care le-am luat mai ales cu viața mea profesională au fost cumva pe prisma a ceea ce zicea ea și un exemplu ar fi cum am ajuns să merg la drept chiar dacă nu era neapărat ceva ce mie îmi plăcea foarte tare sau aveam anume o înclinație spre partea asta dar cumva din cauza imboldului ei de la spate m-am decis că "da, ce are să fie așa de greu, hai că merge" și așa am ajuns la facultatea de drept" (interviul nr. 7), "(...) Cred că a avut o influență mare...hmm...mama mea. Probabil omul care mă cunoaște cel mai bine. Ă...pentru că atunci când trebuie să alegem un domeniu de studiu e clar că e o dilemă, unui adolescent i se pune în față o gamă vastă de domenii și "uite, poftim, tu trebuie să alegi ceva și trebuie să faci chestia asta timp de 3 ani, apoi să ajungi pe piața muncii și să continui încă 40 de ani" (interviul nr. 8), "(...) Hmm...încă de când eram în liceu țin minte că eram puțin nehotărâtă sau la un momentdat hotărâsem unde aș vrea să merg, ce aș vrea să studiez dar...parcă nu eram destul de sigură, aveam o oarecare frică. Apoi vorbind cu colegii și cu profesorii am realizat că ar trebui să mă informez foarte bine în legătură cu ceea ce urmează să studiez pentru că până la urmă asta voi face pe mai departe. Și țin minte că o profesoară a venit și mi-a spus că eu aș putea studia acest domeniu al comunicării, al relațiilor publice deoarece mi se potrivește și de la ideea aceasta...adică eu niciodată nu mă gândisem până în acel moment la așa ceva" (interviul nr. 10).

Ceilalți 5 respondenți au susținut că alegerile pe care le-au făcut în ceea ce privește drumul pe care îl vor urma, le-au aparținut într-u totul sau au fost susținuți de grupul de apartenență de la momentul respectiv să își aleagă propria decizie: "(...) domeniul profesional sincer dacă ar fi fost să ascult de părinți aș fi ajuns probabil polițist, ă...avocat sau doctor dacă mi-ar fi plăcut și n-aș fi leșinat pe acolo, dar era...e vorba și de...cum îi spune...de ceea ce vreau io să fac, adică acolo în...deja, ajunsesem cumva să fiu capabil să iau deciziile pe cont propriu și...și părinții m-au susținut în sensul ăsta" (interviul nr. 2), "(...) pur și simplu am făcut o alegere facultativă pe baza informațiilor primite din stânga și în drapta la acei 18 ani (...) a fost din partea părinților, a fost din partea mea...abia în anul II am conștientizat că da, e ok, facultatea la care am mers chiar ar putea să mă prindă" (interviul nr. 3), "(...) Nu pot spune că m-am lăsat influențată de prieteni sau familie când a venit vorba de alegerea studiilor superioare sau chiar alegerea locului de muncă. Am căutat să fac o analiză, să-mi dau seama ce îmi place să fac, ce aș vrea să învăț și cum aș putea să transpun toate informațiile dobândite în cadrul unei organizații, în cadrul viitorului loc de muncă. Mereu am considerat că este o greșală influența părinților sau poate chiar a prietenilor când vine vorba de alegerea studiilor superioare pentru că nu este viitorul lor"

(interviul nr. 5), "(...) părinții mi-au dat întotdeauna libertatea de a alege. Așa m-au educat, să fiu o persoană independentă, cu capul pe umeri și să pot să aleg pentru mine ceea ce îmi face bine și ce nu. Eu inițial am vrut să urmez facultatea de psihologie, dar nu cred că aveam atâtea cunoștințe nici în acel domeniu și nici în acesta. Am decis totuși să merg la Resurse Umane, am avut susținerea părinților și datorită lor am ajuns astăzi aici, am terminat...să termin facultatea. Dar nu pot spune că au avut vreo influență în vreun fel. Am ales să fac ceea ce îmi place. Mă consider o persoană deschisă, am putut relaționa cu oamenii și domeniul acesta mi se potrivea" (interviul nr. 6), "(...) atât în cazul studiilor cât și în cazul domeniilor de lucru, eu am fost cea care a decis unde să merg să studiez, ce să merg să studiez și ce să lucrez, adică au fost anumite...subiecte să spun așa la care nu am permis să se intervină" (interviul nr. 10).

Putem observa astfel că deciziile luate de respondenți în ceea ce privește cursul socio-profesional au avut un impact definitoriu, fie acestea luate din proprie conștiință, ori datorită presiunii unui grup de apartenență.

3.3.4. Opinii sau consecințe pozitive/negative în urma alegerii domeniului studiat

În continuare vom analiza un aspect foarte important strâns legat de influența pe care au avut-o grupurile în alegerea domeniului de studiu al subiecților. Este vorba de impactul pozitiv sau negativ pe care l-a avut această influență, luând în considerare că de multe ori, domeniul pe care indivizii și-l aleg sunt și cele în care vor să profeseze mai departe:

"(...) nu regret faptul că am ales acest domeniu, cum nu vreau nici să dau înapoi...adică...sunt sigură că vreau să merg în continuare în această direcție, să mă angajez...să fie totul ok. Cred că acesta este un caz fericit...și...mă refer la faptul că...practic am fost influențată în a lua această decizie, legată de ce domeniu să învăț, dar la final s-a dovedit a fi ceva ce îmi place" (interviul nr. 1), "(...) dacă stau acum să mă gândesc nu cred că regret nimic din ce am ales până acum pentru că eu sincer sunt genul de persoană care e de părere că din orice greșeală înveți (...) faptul că la început a fost greu și după m-am obișnuit, nu știu, mi-a dovedit mie că pot efectiv să mă adaptez la un anumit mediu și nu regret asta, faptul că am fost pus în dificultate" (interviul nr. 2), "(...) Nu, pot spune că nu deoarece, cum am spus, am făcut această alegere pentru a-i mulțumi pe părinții mei, nu regret astfel pentru că am reușit să fac ce mi-am propus și pentru că îmi place ceea ce fac, nu este un loc de muncă urât, absolut deloc, prietenii mei lucrează cu mine, cum am spus și atunci într-un fel pot să îmbin plăcutul cu utilul ca să spun așa și să am aproape grupul meu de prieteni și da, consider că a fost o alegere chiar...chiar foarte bună" (interviul nr. 4), "(...) Nu, sincer nu...nu regret nicio secundă. Pentru moment simt că este exact ceea ce îmi place să fac, am posibilitatea de a mă dezvolta în propriul meu ritm, de a-mi organiza programul...aceste lucruri pentru mine sunt un plus, mă ajută foarte mult și chiar dacă nu ar fi fost cea mai bună alegere, nu cred că aș fi regretat" (interviul nr. 5), "(...) Nu regret.

Momentan drumul meu este la început, însa, făcând ceea ce îmi place, cu siguranță voi prospera.” (interviul nr. 6), “(...) nu regret alegerea făcută că studiez la comunicare și relații publice deoarece mi se pare că ne îndreptăm tot mai mult spre acest domeniu și cred că este unul de actualitate care oferă destul de multe, adică eu chiar am încredere că voi ajunge să fac ceva ce-mi place, să fac ceva folositor” (interviul nr. 10).

Analizând răspunsurile, ne dăm seama că 6 respondenți din 10 sunt mulțumiți de punctul în care se află acum pe plan personal și profesional, fiind mulțumiți de alegerea făcută în ceea ce privește domeniul de studii, sperând să profeseze mai departe pe viitor în domeniul ales.

Patru dintre respondenți au menționat că au nemulțumiri legate de felul în care s-a desfășurat activitatea lor academică de până acum, menționând astfel motivele pentru care domeniul studiat nu s-a ridicat așteptărilor lor: “(...) eu de exemplu sunt la resurse umane și foarte multe informații care le-am auzit în momentul în care m-am angajat la departamentul de resurse umane, eu nu le întâlneam în 3 ani de facultate, ceea ce mi s-a părut ieșit din comun (...) unul dintre regretele mele vizavi de ideea de facultate e faptul că sunt facultăți cum ar fi facultatea de construcții (...) după ani de zile am realizat că poate ar fi fost facultatea la care mi-ar fi plăcut să merg” (interviul nr. 3), “(...) am regretat într-o perioadă, pentru că eram foarte frustrată când venea vorba de drept, chiar simțeam că nu-i locul meu și regretam foarte tare că nu am fost mai impunătoare la sfârșit de clasa a 12-a cu ceea ce voiam să fac” (interviul nr. 7), “(...) am realizat pe parcursul facultății deoarece a fost o...a fost oarecum o dezamăgire facultatea în sine. Am avut câțiva profesori faini, am avut colegi faini, însă prea puțini ca să pot să zic că a fost o facultate faină. Desigur, am avut parte și de Erasmus și poate că compar facultatea din România cu facultatea din Germania. Ă...dar mi se pare că au ales acest domeniu foarte mulți studenți care sunt total nepăsători față de studiu, care au ales acest domeniu pentru a avea hârtie o hârtie, o diplomă și de fapt ei în anul 3 nu știu ce înseamnă Uniunea Europeană și chiar săptămâna trecută unul dintre colegii mei a zis că Turcia este în Uniunea Europeană și este...este de plâns (...) mă așteptam la mai mult profesionalism. Atât. Profesionalism pedagogic cât și mai mulți elevi care sunt interesați, adică nu să fim numai 10 studenți care discută cu profesorii, care răspun la întrebări, să fim mai mulți...Dar da, a fost o mini dezamăgire” (interviul nr. 8), “(...) mulțumită în procent de 100% nu pot spune că sunt, cumva cred că mergi la facultate cu anumite așteptări, probabil mult prea mari zic eu, sau poate că nu, cine știe și ajungi să fi dezamăgit cum e de fapt în orice domeniu al vieții. Dar nu pot spune...mă așteptam cumva la cu totul altceva, mă așteptam la mai multă implicare” (interviul nr. 9).

3.3.5. Gradul de satisfacție privind sprijinul primit din partea grupurilor de apartenență în ceea ce privește dezvoltarea profesională

După cum bine știm, dezvoltare personală și profesională înseamnă orice informație nouă pe care o încapacităm, orice activitate la care luăm parte și orice job pe care îl avem.

Acest nucleu discursiv și întrebările adresate specifice lui, au rolul de a extrage relatări în ceea ce privește sprijinul pe care l-au primit studenții în ceea ce privește dezvoltarea lor profesională din partea grupurilor prin diferite activități, proiecte propuse, practici sau voluntariat care au dus sau nu mai departe la găsirea unui job: "(...) da, deci grupul meu de prieteni din care...pot să zic că fac parte, deși sună ciudat să zic asta...grupul meu de prieteni m-a ajutat de multe ori, deci chiar...și nu...nu neapărat cu oportunități, de exemplu: "vezi că am asta, dacă vrei să te implici" sau așa...deși am primit și genul ăsta de...ajutor" (interviul nr. 2), "(...) paralela mea constantă a fost colega mea de an și prietena mea cea mai bună care încă face parte din viața mea și încă e acolo ca prietena mea cea mai bună. Culmea culmilor este că...da, în cei 3 ani de facultate, ea fiind una dintre...top 3 studentele din anii mei, ă...m-a ambiționat extraordinar de tare și mă trăgea într-un fel de mână" (interviul nr. 3), "(...) sunt situații în care mereu...mereu apelez la grupul meu de prieteni legat de locul de muncă, adică dacă am o problemă sau ceva ce nu pot rezolva, prima persoană la care apelez este desigur prietena mea și încerc să rezolv cât mai mult posibil alături de ei" (interviul nr. 4), "(...) am ales ca și grup de apartenență grupul de la locul de muncă și pot să spun cu foarte mare bucurie că nu numai din partea unui membru al grupului, ci din partea tuturor colegilor am primit și primesc în continuare sprijin în activitățile și deciziile pe care le iau la locul de muncă și clar nu...nu ezit niciodată să cer ajutor când am nevoie pentru că știu că sunt persoane de încredere, care mă ajută și mă susțin ca să pot evolua profesional" (interviul nr. 5), "(...) în primele luni de la angajare, am avut un mentor, ulterior acest mentor mi-a devenit colegă și prietenă. ă...am fost ghidată pe tot parcursul integrării, m-a ajutat în dezvoltarea mea profesională, am învățat toate procesele interne ale companiei...de unde...de unde se bea apă până unde se ia salariul, tot ce ține de departamentul meu și tot ce ține de fișa mea...fișa postului" (interviul nr. 6), "(...) Da, chiar da, pot să zic că am reușit să profit de multe oportunități la care am participat datorită faptului că am avut prieteni care mi-au zis că "hei, uite, îi evenimentul ăsta foarte fain, vrei să vii și tu că mi se pare că ți s-ar potrivi" și am reușit să particip datorită invitației din partea lor și cumva...na...și faptul că venea de la o persoană cunoscută îmi oferea o siguranță că este ceva interesant pentru că ne cunoaștem și știe ce fel de om sunt și ce personalitate am, deci pot să zic că am avut destul de multe ocazii în care am avut sprijinul grupului, ca să zic așa, de prieteni, de cunoștințe." (interviul nr. 7), "(...) Da și când spun da, nu mă refer doar la o singură persoană, mă refer la foarte foarte mulți oameni din organizație pentru că asta făceau în principiu cei mai mari, ne ajutau constant să ne dezvoltăm și orice fel de oportunități apăreau în cale întotdeauna ni le prezentau și ne ajutau să reușim să obținem ceea ce ni se oferea. De exemplu eu întotdeauna am fost susținută de cei din organizație să aplic pentru anumite proiecte, pentru coordonarea anumitor proiecte, pentru coordonarea anumitor departamente" (interviul nr. 9).

În urma analizării răspunsurilor legate de dezvoltarea profesională și sprijinul pe care respondenții l-au primit în vederea ei, se observă că 7 din 10 respondenți sunt activi în ceea ce privește diferite activități de voluntariat, au o echipă cu care comunică constant și au fost activi în vederea dezvoltării unor noi abilități pentru a înainta în tot acest proces. Majoritatea fac parte din organizații studențești sunt voluntari, sau lucrează chiar în organizații non-guvernamentale, implicându-se în proiecte și practici chiar dacă nu au un job propriu-zis în momentul actual.

Trei dintre respondenți au afirmat că în afară de sprijin în ceea ce privește activitatea academică, nu au primit altfel de sprijin pentru a profita de oportunități care să-i pregătească pentru piața muncii: "(...) am lucrat puțin pe perioada facultății însă nu în domeniul pe care îl studiez deoarece încă nu am căpătat suficientă experiență pentru a putea realiza...ăăă...task-urile pe care le presupune jobul dorit. Dar știu că...știu direcția în care vreau să merg și știu care ar fi responsabilitățile și încerc să mă pregătesc cât mai bine pentru ele...Ă..eu sper să reușesc" (interviul nr.1), "(...) cred că din cadrul grupului...tot...din cadrul grupului de prieteni de aici de la Timișoara, mai degrabă eu am fost aia nebunatică care încearcă tot felul de lucruri și face tot felul de lucruri și influențează...nu, adică încearcă să influențeze și pe alții și să tragă și pe alții de mână: „da, hai și tu la voluntariatul ăsta, hai și tu la Plai, să vezi că-i fain" (interviul nr. 8), "(...) legat de activități, la fel...anul l...nu pot spune că m-am implicat în voluntariat sau în alte activități, am vrut să mă obișnuiesc cu viața de student (...)nu am fost în această situație însă am întâlnit multe cazuri în care prietenii și-au ajutat alți prieteni în a-și găsi locul de muncă și mi se pare ceva...cum să spun, este frumos deoarece poate chiar ajungi să lucrezi împreună cu prietenii tăi în acel loc" (interviul nr. 10).

Pentru a concluziona, putem spune că majoritatea respondenților sunt conștienți de importanța activităților extracuriculare în ceea ce privește continuarea direcției lor profesionale, sunt conștienți de faptul că grupul de care aparțin trebuie să fie unul care să îi pună în legătură cu oportunități pentru a se dezvolta și dobândi abilități care să-i pregătească pentru rolul de angajat.

3.3.6. Activități care favorizează dezvoltarea profesională practicate de studenți în corelație cu găsirea unui job

Acest nucleu discursiv se leagă de activitățile pe care le desfășoară studenții intervievați și caracteristicile acestora, în vederea dezvoltării lor profesionale: "(...) am lucrat în cadrul facultății, universității de fapt la Centrul de consiliere și orientare în carieră, a fost un proiect pilot de la minister parcă și a trebuit să ne ocupăm de studenții...strict de studenții care aveau restanțe și studenții care aveau probleme cu situația lor școlară (...)timp de 2 luni sau 2 luni și un pic chiar a fost o experiență foarte faină în care am avut posibilitatea să interacționez cu persoane de la mine din facultate" (interviul nr. 2), "(...) lucrez într-o organizație, sunt manager de proiecte (...) responsabilitățile mele ca manager de proiect

sunt numeroase, fiind o organizație mică mă ocup cu majoritatea sarcinilor, probabil pe care le-ar face 3 persoane, adică scrierea proiectelor, implementarea proiectelor și participarea la unele dintre acestea” (interviul nr. 4), ”(...) lucrez în cadrul unei organizații non-guvernamentale, cum v-am mai spus, de un an de zile, iar ca și ca responsabilități principale pe care le am și de care mă ocup, sunt scrierea și implementarea de proiecte europene. Chiar dacă nu lucrez în domeniul resurselor umane, prin intermediul studiilor pe care le-am urmat, am avut posibilitatea de a identifica acest job și totodată de a intra în contact cu un colectiv exemplar” (interviul nr. 5), ”(...) Am obținut un program de internship în anul 2 de facultate, cum am mai spus. Ă...inițial locul de muncă este destinat studenților însă mă simt aici ca și un angajat full-time, pentru că m-am integrat foarte repede, am preluat foarte multe sarcini asupra mea și responsabilități poate pe care unii studenți nu le-ar lua și care nu țin neapărat de fișa postului pe care o am. Munca mea e în domeniul administrativ. Mă ocup de asistența unei echipe de 25 de persoane, practic mă asigur că...de bunul mers al echipei” (interviul nr. 6), ”(...) sunt activă și într-o organizație internațională, AISEC în care în momentul de față sunt vice-președinte pe un departament din filiala din Timișoara (...) pot să zic că ce m-a ajutat atât dreptul cât și psihologia în cadrul organizației în care activez este partea de înțelegere a oamenilor, partea de făcut de prezentări, ă...orator? da, orator, oratorie, reprezentare, prezentările respective în care na, trebuie să vorbesc foarte mult cu oamenii, trebuie să îi fac să se decidă dacă vor să se angajeze în vreun proiect pe care îl avem în străinătate, sau dacă vor să vină aici într-un proiect care se desfășoară” (interviul nr. 7), ”(...) nu am avut un loc de muncă dar mi-am desfășurat o practică în cadrul Institutului Intercultural din Timișoara și după ce am terminat perioada de practică am rămas acolo și sunt ca și un voluntar (...)mă ocup acum cu crearea unor video-uri pentru elevi de gimnaziu, niște videoclipuri educaționale despre...ă...despre civică și despre ce înseamnă instituțiile României” (interviul nr. 8), ”(...) în momentul de față pot să spun că fac parte din organizația de voluntariat a facultății (...) mi-am dorit foarte mult să fac voluntariat și acum pot spune că această organizație mi-a devenit cumva o a doua familie” (interviul nr. 9)

Putem observa în urma răspunsurilor un grad mare de responsabilizare în ceea ce privesc activitățile extracuriculare, majoritatea respondenților fiind implicați în procesul lor de dezvoltare profesională și dezvoltându-și anumite skill-uri folositoare pe viitor, în carieră.

3.3.7. Capacitatea de a recunoaște abilități dobândite în urma interacțiunii cu un grup benefic în realizarea diferitelor activități

Din răspunsurile primite am constatat că indivizii caută în general diversitate pentru a dobândi diverse abilități de comunicare, cunoștințe noi din diverse domenii sau pentru a vedea multe perspective diferite care au rol de extindere a orizontului. Majoritatea respondenților și-au dezvoltat aceste abilități atât datorită pur și simplu mediului academic

cât și datorită activităților la care au luat parte: "(...) în acea firmă am încapacitat extraordinar de multe situații de perspectivă" (interviul nr. 3), "(...) deoarece este un grup mic, am reușit să învățăm unele de la altele dar cel mai bun exemplu pe care îl pot da de abilități, este cel de la locul de muncă pentru că alte abilități nu am reușit. Nu știu, am învățat cum să lucrez mai mult pe programe pe calculator, am învățat cum să vorbesc limba turcă, am învățat să scriu proiecte, toate chestiile astea m-au ajutat foarte mult în viață deoarece am nevoie de ele la locul de muncă" (interviul nr. 4), "(...) cea mai importantă ar fi lucrul sub presiune, sincer sunt momente în care avem deadline-uri și trebuie făcut totul la timp dar în condițiile în care un coleg poate rămâne în urmă ne ajutăm reciproc și niciodată nu se pune problema să nu ne îndeplinim sarcinile la timp deci cred că principala pentru mine ar fi lucrul sub presiune" (interviul nr. 5), "(...) am învățat de la șeful meu cum să îmi organizez timpul. Am început să-mi scriu pe foaie toate activitățile pe care le am de făcut în decursul unei săptămîni, pe ore, cât timp îmi aloc pentru fiecare oră, inclusiv cursuri de la facultate și programul de la lucru. Am învățat să-mi organizez...să-mi bifez timp liber în calendar, am învățat să-mi bifez timp liber în care lucrez la un anumit task și nu fac altceva, deci cred că am învățat foarte bine managementul timpului" (interviul nr. 6), "(...) m-o ajutat să am răbdare, să fiu mai răbdătoare, să devin mai înțelegătoare, să aflu chestii noi despre lucruri pe care efectiv nu le cunoșteam înainte pentru că nu mă pricepeam, cum ar fi partea de tehnologie la care eu sunt "varză" dar am învățat și eu să fac spreadsheet-uri, să lucrez în excel, din cauză că a trebuit și am avut persoane care să mă ajute" (interviul nr. 7), "(...) la facultate, eu întotdeauna am fost o persoană foarte timidă, nu-mi plăcea să vorbesc în fața oamenilor, nu-mi plăcea să mă afirm într-un grup, eram în spate tot timpul cumva. Nu...nu-mi plăcea să ies în evidență. Ceea ce organizația m-a ajutat să corectez pentru că... am...mi-am dezvoltat foarte multe abilități în cadrul acestor activități de voluntariat, în primul rând vorbitul în public, am ajuns să vorbesc în fața unei săli de conferință datorită lor și prin intermediul proiectelor pe care le organizam cu ei, am reușit să învăț ce înseamnă munca în echipă, am reușit să obțin abilități de team leader, deci da, pot să spun cu mâna pe inimă tare și răspicat că m-am dezvoltat foarte mult în timpul acesta" (interviul nr. 9).

În urma întrebărilor menite să-i determine pe respondenți să se autoevalueze privind abilitățile dobândite, aceștia au susținut faptul că indubitabil au învățat multe lucruri din experiențele anterioare și au susținut că mediul din care au făcut sau fac parte a avut o considerabilă contribuție în această dezvoltare. Printre caracteristicile enumerate de aceștia, am observat o serie de skill-uri dobândite precum:

- Capacitatea de a face față situațiilor care cer perspectivă
- Utilizarea anumitor programe pe calculator
- Învățarea unei limbi străine
- Munca sub presiune
- Managementul timpului
- Public speaking

Putem concluziona astfel că fără apartenența la un anumit grup sau implicarea în activități în care inevitabil se creează un grup, dobândirea acestor abilități nu ar fi posibilă. Lucrul în echipă este foarte important într-un mediu organizațional și este posibil doar făcând parte într-un grup pentru ca fiecare individ să se dezvolte profesional.

Concluzii

Prin analiza interviurilor am identificat răspunsuri în concordanță cu obiectivele specifice lucrării. Am identificat și evidențiat principalele grupuri la care se raportează tinerii studenți. 8 din 10 respondenți se raportează la grupuri secundare, create într-un mediu academic sau organizațional, susținând că acestea sunt cele pe care le consideră a fi în favoarea lor, ajutându-i să se dezvolte personal, social și profesional și oferindu-le satisfacție în ceea ce privește poziția lor.

Pentru a îndeplini cel de-al doilea obiectiv al lucrării, totodată am cercetat și am conturat principalele motive pentru care indivizii se raportează la un grup de apartenență sau de referință, acestea fiind unele comne în toate răspunsurile colectate de intervievați. Luând în considerare aceste răspunsuri, principalele elemente motivatoare în alegerea unui grup sunt: obiective și valori comune, înțelegere, diversitate, non-toxicitate. În ceea ce privește aceste trăsături, toți respondenții au afirmat că în prezent mediul din care fac parte este unul "supportive" și îndeplinește așteptările și dorințele pe care le au aceștia în legătură cu dezvoltarea lor socio-profesională într-un grup.

În ceea ce privește gradul de influență asupra deciziilor de ordin academic și profesional jumătate din respondenți au susținut că au fost în mare parte influențați de grupul familial iar cealaltă jumătate consideră că decizia le-a aparținut într-u totul, fiind susținuți să facă o alegere pe cont propriu și au menționat importanța luării unei decizii personale pentru a nu exista nici un impact negativ.

Punându-i într-o situație teoretică, am adresat fiecărui respondent o întrebare care vizează opinia lor în legătură cu care grup la care se raportează este mai în măsură să le influențeze deciziile la momentul actual, majoritatea răspunzând că grupurile secundare din mediul academic sau organizațional sunt mult mai informate având în vedere contexte actuale și alegând să se consulte în cadrul acestora privind decizii legate de continuarea dezvoltării profesionale. Putem astfel observa că s-au îndeplinit cele două obiective legate de importanța existenței unei relații de grup în dezvoltarea socio profesională și tipul de grup care constituie o importanță mai mare în procesul decizional al individului.

Pentru evidențierea îndeplinirii obiectivului ce vizează așteptările individului în legătură cu domeniul ales, am analizat domeniile pe care le studiază respondenții, observând că sunt diversificate. Acestu lucru ne ajută să ne formăm o idee asupra gradului lor de mulțumire fără să ne axăm pe un singur domeniu și pentru a avea o imagine de ansamblu a așteptărilor și opiniilor tinerilor studenți ai orașului Timișoara în ceea ce privește

aria aleasă. Majoritatea respondenților sunt mulțumiți de domeniul ales, indiferent că a fost o alegere luată în urma unei presiuni sau a fost o alegere luată pe cont propriu, dorindu-și să continue dezvoltarea lor profesională în acest sens și fiind pe viitor activi în domeniul pe care îl studiază în prezent. O parte din ei au afirmat totuși că alegerea făcută nu a avut urmările pe care aceștia le anticipau, menționând faptul că deși nu vor să schimbe domeniul, au ușoare dezamăgiri în ceea ce privește pregătirea lor academică, lucru care i-a determinat să își perfecționeze abilități prin anumite activități extracurriculare care includ: implicarea în programe de practică, voluntariate sau implicarea în anumite organizații. Putem constata astfel că există un grad ridicat al responsabilizării tinerilor în ceea ce privește o atitudine proactivă și implicare încă din perioada studiilor, pentru a se pregăti de viitorul rol de angajat. Fiecare respondent a menționat activități la care au luat parte din proprie inițiativă sau influențați de persoanele din jur și care au constituit o oportunitate bună de a dezvolta multe abilități și skill-uri care înainte nu erau foarte bine conturate.

Astfel, majoritatea celor intervievați și-au descris grupul curent de apartenență ca fiind unul sănătos, divers, care îi poate ajuta în dezvoltarea lor menționând oportunități și însușiri pe care le-au dobândit în urma interacțiunii cu aceste grupuri.

În urma intervieării celor 10 candidați, am remarcat faptul că toți au menționat că influența grupului nu a fost una rea și care nu a dus la evenimente majore neplăcute. Am identificat un grad de influență întrădevăr în ceea ce privește luarea unor decizii majore precum domeniul de studiu, însă aceasta nu a constituit un lucru negativ pentru intervievați. Am evidențiat astfel îndeplinirea ultimului obiectiv legat de consecințele pozitive sau negative ale deciziilor făcute de către fiecare individ.

Privind obiectivele alcătuite și asumțiile folosite în îndrumarea acestei lucrări, din analiza amplă a răspunsurilor se poate concluziona că întrădevăr, studenții sunt influențați într-un mod semnificativ de către grupurile de apartenență în ceea ce privește dezvoltarea lor socio-profesională.

Cea de-a doua asumție care afirmă că un grup poate avea un impact negativ asupra studenților, aceștia fiind uneori constrânși sau influențați într-un mod negativ de către grupurile sociale din care fac parte, poate fi de asemenea confirmată având în vedere cele 4 răspunsuri negative în ceea ce privește experiența alegerii unui anumit domeniu de studiu.

Un alt aspect important care ține de dezvoltarea profesională este cel legat de job-uri. În urma rezultatelor analizate, am putut observa cum doar 2 respondenți lucrează în domeniul pe care îl studiază în prezent, restul relatând că experiența lor de până acum pe piața muncii a fost cu totul și cu totul în alte domenii, de unde putem concluziona că există o discrepanță între pregătirea academică și situațiile practice care urmează după.

Experiența avută în vederea redactării lucrării de licență a fost una plăcută, am învățat multe lucruri noi despre cum indivizii fac alegeri privind cariera lor în urma intervieării celor 10 persoane. Mi s-a confirmat faptul că este foarte important să fim într-un mediu sănătos pentru a evolua atât pe plan personal cât și profesional.

Bibliografie selectivă:

- BRÂTUCU, G., BRÂTUCU, Tamara Oana. (2016). Metode calitative utilizate în cercetarea pieței. *Revista Management&Marketing*. Vol. 1, 47-55
- Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (10 Februarie, 2010). Social group. *Encyclopaedia Britannica*. Disponibil la <https://www.britannica.com/topic/social-group>. Accesat ultima oară în 10 decembrie 2020.
- BUZĂRNESCU, Ș. (2007). *Doctrine sociologice comparate – Antologie și crestomație de texte*. Timișoara: EDITURA DE VEST
- CRONK, L. (2017). Culture's Influence on Behavior: Steps Toward a Theory. *Evolutionary Behavioral Sciences*. Vol. 11(No. 1), 36–52
- GIDDENS, A. (2006). *Sociology* (5th edition). Cambridge, UK: Polity Press
- LE BON, G. (2010). *Psihologia Mulțimilor*. Editura: ANET
- MIHĂILESCU, I. (2003). *Sociologie generală: concepte fundamentale și studii de caz*, 2003, p.81). Iași: Editura POLIROM
- NEUMAN, W.L. (2014). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. (7th edition). Harlow, Essex: Pearson
- OBRAD, C. (2018). *Cercetarea sociologică de la proiect la raport*. Timișoara: EDITURA DE VEST
- RADA, Cornelia; PELTEA, Bianca Bogdana (2014). *Psihologie socială- Dinamica Grupurilor: teorii, cercetări, aplicații*. București: Editura UNIVERSITARĂ
- REPIDA, Tatiana; COJOCARU, Natalia. *Dinamica și rolul grupului de studenți în formarea profesională (preliminariu pentru un studiu calitativ elaborat)* . In: *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe ale Educației)* . 2015, nr. 5(85), pp. 49-55. ISSN 1857-2103.
- ROOSTIN, Erna. (2018) Family influence on the development of children. *Journal of Elementary Education*. Volume 2 (No.1), 1-12
- SCĂRNECI, Florentina. (2007). *Îndrumar de cercetare calitativă în științele socio-umane*. (Ed. A 2-a, rev). Brașov: Editura Universității "Transilvania"
- SILVERMAN, D. (2015). *Interpreting qualitative data* (5th edition). SAGE Publications Ltd
- THOMPSON, W.E., HICKEY, J.V., & THOMPSON M.L. (2019). *Society in focus* (9th edition). Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield
- VASILUȚĂ, M. (2018). *Teorii sociologice contemporane – Personalități reprezentative*. Timișoara: EDITURA DE VEST.

Motivation and job satisfaction

Andreea Simona JULA¹

Abstract

In my study for bachelor degree, I wanted to put in front lines the position of the employees and the field in which they studied. Moreover, their professional appearance such as the university they attend (bachelor or master degree)

At the place of work, motivation and ambition are two important outlines for every employee because team spirit and workmates matter the most in a company.

Keywords: motivation, satisfaction, human resources, performance, organizations.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Motivația și satisfacția în muncă

Andreea Simona JULA¹

Abstract

În studiul meu de licență, am vrut să pun în prim plan poziția angajaților și domeniul în care au studiat. În plus, aspectul lor profesional, cum ar fi universitatea la care urmează (licență sau master)

La locul de muncă, motivația și ambiția sunt două linii importante pentru fiecare angajat, deoarece spiritul de echipă și colegii de muncă contează cel mai mult într-o companie.

Cuvinte cheie: motivatie, satisfactie, resurse umane, performanta, organizații.

1. Cadrul conceptual și teoretic

1.1. Motivația în muncă

1.1.1. Motivația. Delimitări conceptuale

Un simplu cuvânt pe care l-am rostit de multe ori în diferite contexte fără a-mi pune întrebări la ce face referire, ce exprimă, ce simbolizează și cum ne influențează pe noi ca persoane. Trebuie să știm, că motivația este o stare de spirit care vine din interior și care ne dă determinarea și convingerea pentru a duce la bun sfârșit dorințele, idealurile și perspectivele.

Motivația este definită ca: “un fel de unitate internă care împinge un individ să facă lucruri pentru a realiza ceva”(Harmer, 2001)

După cum a afirmat Brown(1994, 152), motivația este un termen utilizat pentru a defini succesul sau eșecul oricărei sarcini complexe.

Motivația este starea internă care are un aport important în manifestarea comportamentului uman atât în situații cotidiene din viața personală cât și din viața profesională. Aceasta influențează o serie de decizii care pot avea de la un impact insignifiant asupra vieții individului până la un impact care îi poate dicta viitorul. Motivația poate avea o serie de factori declanșatori, aceștia putând fi interni sau externi. Factorii interni provin în mare parte de la dorințele și nevoile de bază ale individului, aceasta fiind și cea mai banală formă de motivație. Factorii externi motivaționali sunt cei care aduc cel mai mare aport în declanșarea aspirațiilor și a dorințelor pe care individul vrea să le realizeze

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

și pună în practică. Printre aceștia se pot număra: o carte, un film, o celebritate sau un om de succes, un membru al familiei sau un coleg de muncă, oricare dintre aceștia aducându-și aportul asupra vieții sale, oferindu-i doza de motivație pentru a-și realiza dorințele Steers & Porter (1991) se ocupă de trei aspecte discutând motivația:

- ceea ce energizează comportamentul uman,
- ce direcționează sau caracterizează un astfel de comportament,
- modul în care acest comportament este menținut sau susținut.

Ryan & Deci (2000) afirmă că „a fi motivat înseamnă a fi mișcat să faci ceva”. Spre deosebire de persoanele nemotivate care și-au pierdut impulsul și motivația de a acționa, oamenii motivați sunt energizați și activați până la sfârșitul unei sarcini.

„Interesul curiozitatea sau dorința de a realiza”(Williams & Burder,1997) sunt factorii cheie care compun oameni motivați. Cu toate acestea ei cred că trezirea interesului nu este suficient pentru a fi motivat. Acest interes ar trebui susținut prin investirea timpului și energiei pentru a atinge obiectivul.

1.1.2. Teorii ale motivației

Există mai multe tipuri de teorii ale motivației, după cum urmează:

Fiecare dintre abordările teoretice majore din teoria învățării comportamentale prezintă un factor primar în motivație. Condiționarea clasic afirmă că răspunsurile biologice la stimulul asociat energizează și comportamentul direct (Huitt & Hummel, 1997b)

Există mai multe teorii motivaționale care își trasează rădăcinile către abordarea procesării informației asupra învățării (Huitt, 2003). Aceste abordări se focusează pe etichetele și categoriile pe care indivizii le utilizează pentru a ajuta la descoperirea gândurilor, emoțiilor, stării și comportamentelor.

O abordare cognitivă este teoria atribuirii(Heider, 1958& Weiner,1974). Această teorie propune că fiecare individ să încerce să explice succesul sau eșecul sinelui și al altora oferind anumite atribuții. Aceste atribuții sunt fie interne, fie externe și sunt fie sub control, fie nu.

O a doua abordare cognitivă este teoria speranței (Vroom, 1964) care propune următoarea ecuație :

- Motivație este egală cu Probabilitatea percepută de succes (speranță);
- Conexiunea de succes și recompense (instrumentalitate);
- Valoarea obținerii obiectivului.

A treia abordare cognitivă este teoria disonanței cognitive care este în anumite privințe similară cu dezechilibrul din teoria dezvoltării cognitive a lui Piaget (Huitt & Hummel, 2003). Această teorie a fost dezvoltată de Leon Festinger (1957), în calitate de psiholog social

Teoriile psihanalitice ale motivației au propus o varietate de influențe fundamentale. Freud (1990) a sugerat că orice acțiune sau comportament a fost rezultatul instinctelor

biologice sau care sunt clasificate în două categorii: viața (sexuală) și moartea (agresiunea). Mulți dintre studenții lui Freud au încheiat legătura cu el din cauza acestui concept. De exemplu, (Erikson 1993 & Sullivan 1968) au propus că relațiile interpersonale sociale sunt fundamentale, Adler (1989) a propus puterea, în timp ce Jung (1953, 1997) a propus temperamental și căutarea sufletului sau a sensului personal.

Unul dintre cei mai influenți scriitori din domeniul motivației este Abraham Maslow (1954), care a încercat să sintetizeze un corp larg de cercetări legate de motivația umană. Înainte de Maslow, cercetătorii se concentrau în general pe factori precum biologia, realizarea sau puterea pentru a explica ceea ce energizează, direcționează și susține comportamentul uman. Maslow a făcut o ierarhie a nevoilor umane bazată pe două grupuri: nevoile de deficit și nevoile de creștere. În cadrul deficienței fiecare nevoie mai mică trebuie satisfăcută înainte de a trece la următorul nivel superior. Odată ce fiecare dintre aceste nevoi au fost satisfăcute, dacă la un moment dat pe viitor este detectată o deficiență individul va acționa pentru a elimina eficient.

Teoria învățării sociale sugerează că imitarea celorlalți și învățarea indirectă sunt motive importante ale comportamentului (Huit, 2004)

1.1.3. Tipuri de motivație

Mereu ne-am întrebat ce ne influențează comportamentul în viața de zi cu zi luarea deciziilor importante și motivația de a merge la locul de muncă.

Există două tipuri de motivația intrinsecă și extrinsecă ele influențând diferit individul, cercetătorii au descoperit că pot avea efecte diferite asupra comportamentului și asupra modului în care oamenii urmăresc obiectivele.

Pentru a înțelege modul în care aceste tipuri de motivație influențează acțiunea umană este important să înțelegem ce este fiecare și cum funcționează. Motivația extrinsecă este cea care vine din exterior și care ne influențează să facem o acțiune datorită recompenselor. Rayn și Deci, 2000 spun că "motivația extrinsecă este un tip de motivație derivată din factorii din afara unui individ care duc la un rezultat specific". Motivația intrinsecă spre deosebire de motivația extrinsecă motivează individul din interior fără a fi nevoie de recompense. Ryan și Deci (2000) au definit motivația intrinsecă ca "desfășurarea unei activități pentru satisfacția sa inerentă, mai degrabă decât pentru o consecință separabilă." Persoanele care sunt motivate intrinsec la locul de muncă tind să aibă o satisfacție și o performanță mai mare deoarece consideră că slujba lor este interesantă, provocatoare și semnificativă. (Amabile & Colab., 1994; Herzberg, 1968).

Mai mult, studiile au arătat, de asemenea, că angajați motivați intrinsec tind să se angajeze mai mult la locul de muncă fizic, emoțional și cognitiv în sarcini provocatoare și semnificative (Van Beek & Colab, 2012), totodată sunt mai productivi, muncesc și au performanțe mai bune la locul de muncă (Demerouti & Bakker, 2006). Studiile anterioare

au sugerat că motivația intrinsecă conduce o persoană către un efort cognitiv mai mare, care este legat de absorbație, una dintre dimensiunile implicării muncii, au susținut (Weibel & Colab; 2007).

1.1.4. Motivația profesională

Cercetarile au arătat că angajații implicați fac o companie mai productivă și mai competitivă în lumea afacerilor globale de astăzi (Bakker, 2009; Nakker & Bal, 2010).

Cu toate acestea, implicarea în muncă a angajaților este încă o provocare pentru multe organizații de afaceri din întreaga lume (Iqbal și Colab., 2012). Potrivit lui Attridge (2009), doar 14% dintre angajații din întreaga lume sunt angajați pe deplin în slujbele lor.

Înțelegerea conceptului de angajament în muncă poate contribui la gestionarea eficientă a resurselor umane în organizații (Karatepe și Olugbade, 2009). Totodată Kahn (1990) a propus mai întâi angajamentul în muncă ca un concept motivațional care oferă angajaților energie pozitivă pe care să o poată dedica locurilor de muncă. Această energie pozitivă derivată printr-un tip corect de motivație poate avea ca rezultat o performanță organizațională pozitivă. Angajații angajați contribuie la organizațiile lor depășind efortul colegilor lor (Bakker & Demerouti, 2009). Kahn (1990) a caracterizat comportamentele de angajare personală ca fiind direcționate în trei canale de muncă: sarcini fizice, cognitive și emoționale. Schaufeli și Colab (2002) au dezvoltat în continuare aceste trei canale și au identificat trei dimensiuni ale canalelor: vigoare, dăruire și absorbație. Ulterior au definit angajamentul în muncă ca o stare de spirit pozitivă care conține cele trei caracteristici menționate.

1.1.5. Factorii ai motivației în muncă

Cei mai acceptați și motivați factori din studii pot fi examinați în trei grupuri: factori economici, psiho-sociali și organizațional-manageriali (Kusluvan, 1999)

Factorii economici care motivează angajații sunt: creșterea salariilor, salariile premium, recompensele economice și participarea la decizii, acestea îi orientează pe angajați să facă afaceri. Cea mai eficientă și validă metodă în creșterea motivației angajaților rezultă dintr-un studiu, s-a observat că există instrumente economice precum chiria, combustibilul, asistența pentru familie și îmbracaminte, o creștere eficientă a salariilor pentru personal și salarii suplimentare pentru personalul de succes (Kaplan, 2007)

Printre factorii psiho-sociali care motivează angajații se enumera: independența, participare socială, valoare și statut, dezvoltare și succes, adaptare la mediu, sistem de sugestii, asigurare psihologică, tratament corect și apreciere. (Sabuncuoglu & Tuz, 2003).

De asemenea acești factori îi putem grupa ca și caracteristici ale muncii efectuate: satisfacție cu relațiile de grup, satisfacție cu elementele fizice și satisfacție din practicile participative (Orucu & Kanbur, 2008). Într-un studiu realizat în unitățile hoteliere cu privire

la participarea la decizii, care este unul dintre factorii organizațional-manageriali, se afirmă că motivația de succes a angajaților poate fi atinsă prin participarea la conducerea hotelului (Tanriverdi & Oktay, 2001).

1.2. Satisfacția

1.2.1. Satisfacția. Delimitari conceptuale

Satisfacția la locul de muncă este atunci când după o zi de muncă ai o emoție plăcută, pozitivă și simți că îți place ceea ce faci zi de zi. Pentru a fi eficienți oamnei trebuie să fie puternic implicați în munca lor și dornici să-și atingă anumite scopuri de la cele mai simple până la cele mai complexe și utile organizației.

Una din definițiile date satisfacției în munca de Locke (1976, Apud Susanj & Jakopce, 2012) implică un sentiment pozitiv rezultat din evaluarea locului de muncă sau a experiențelor în muncă. La fel ca în cazul tuturor atitudinilor, satisfacția în muncă este compusă din componente afective, cognitive și comportamentale care implică percepțiile, convingerile, opiniile și așteptările individului în ceea ce privește organizația, răspunsul global pozitiv sau negativ al unui individ față de organizație iar, în cele din urmă înclinația persoanei de a se comporta într-un anumit fel (Susanj & Jakopce, 2012).

Conceptul de satisfacție profesională acoperă un spațiu multidimensional. Locke definește satisfacția profesională ca fiind “o stare emoțională plăcută sau pozitivă, rezultată din aprecierea muncii sau experiența cu postul de muncă ocupat”, evidențiază importanța efectului și cogniției și menționează că insatisfacția apare atunci când așteptările individului privind munca sa sunt înșelate.

1.2.2. Sursele satisfacției în muncă

Din cele mai vechi timpuri și până astăzi, munca și satisfacția aparută ulterior a avut un aport semnificativ în viața angajaților, cele două fiind în raport de cauzalitate. Totodată aceasta influențează modul de lucru al fiecărei persoane, un grad de satisfacere mai mare al angajaților oferă beneficii ulterioare angajatorului.

Sursele de satisfacție au un caracter multiplu, acestea variază de la individ la individ, având o complexitate diversă. Printre principalele surse de satisfacție se enumeră:

- Remunerația dobândită în urma muncii depuse;
- Implicarea și interesul angajatorului cu privire la bunăstarea angajaților;
- Recompensarea angajaților de către firmă în funcție de randamentul muncii prestate;
- Condițiile de desfășurare a activității profesionale;
- Buna relaționare cu colectivul;
- Flexibilitatea

Zlate M. în urma sintetizării rezultatelor obținute datorate cercetărilor grupează factorii satisfacției muncii în trei categorii:

- factori de natură organizațională: condițiile de lucru, munca în sine, promovarea;
- factori de grup: moralul grupului, relațiile cu colectivul, relațiile cu conducerea;
- factori de natură personală: caracteristicile socio-demografice ale angajatului: vâsta, sexul, rasă, naționalitate etc., caracteristici socio-profesionale: vechimea în muncă, nivelul de instruire profesională, experiența, caracteristici de personalitate.

1.2.3. Teorii ale satisfacției

Printre cele mai importante teorii ale satisfacției muncii sunt:

Lock (1976) oferă o definiție cuprinzătoare a satisfacției la locul de muncă ca fiind o stare emoțională plăcută sau pozitivă rezultată din evaluarea locului de munca sau a experienței. Satisfacția la locul de muncă este un rezultat al percepției angajaților despre cât de bine munca lor oferă acele lucruri care sunt considerate importante.

Satisfacția la locul de muncă se referă la fenomenul cuprinzător care cuprinde sentimentele și emoțiile individuale față de locul de muncă, în plus determină, de asemenea măsura în care angajați dintr-o organizație sunt satisfăcuți sau nu la locul de muncă. (Robbins, 2008).

Form și Geschwender (1962) afirmă că multe studii tradiționale de satisfacție la locul de muncă dețin ipoteze care "ignoră stratificarea relațiilor societății urbane, diferitelor experimente și aspirații a subgrupurilor dintr-o astfel de societate și a operațiunilor diferitelor forțe pe diferite segmente ale societății". (Form & Geschwender, 1962).

1.2.4. Factori determinanți ai satisfacției în muncă

S-au efectuat numeroase studii pentru a delimita factorii satisfacției la locul de muncă, cu toate acestea s-au găsit puține date care să se adreseze în mod specific satisfacției muncii.

Trei cercetători, Vroom, Herzberg și Locke au avut o contribuție majoră în cunoșterea satisfacției muncii. Vroom (1964) a considerat că factorii determinanți ai satisfacției la locul de muncă în cercetarea sa. Acestea erau: supravegerea, grupul de lucru, conținutul locului de muncă, salariile, opțiunile promoționale și orele de muncă. În timp ce autorul a declarat efectul generic pe care aceste comportamente le-a adus asupra satisfacției la locul de muncă, fiecare angajat a variat în ceea ce privește motivația, valorile și abilitățile, acest lucru a avut un efect semnificativ asupra percepției satisfacției la locul de muncă. Vroom a fost critic pentru că a trecut cu vederea valorile și preferințele individuale (Locke, 1969).

Fhailey în abordarea lui Locke (1969) a satisfacției la locul de muncă s-a bazat pe caracterul dinamic al valorilor aranjate într-o ierarhie. Acest cercetător a indicat că un indice

global de satisfacție va fi unul din evaluările ale unui aspect de muncă la care individul a răspuns. Locke a identificat nouă fațete majore ale muncii: munca în sine, salariul, promovarea, recunoașterea, beneficii, condiții de muncă, supraveghere, colegi și conducere (Kerber & Campbell (1983).

1.3. Relația dintre motivație și satisfacție la locul de muncă

Contextul teoretic al studiului în cauză a indicat influența mai multor variabile legate de angajații individuali, cum ar fi nevoile, valorile și interesele lor specifice, precum și caracteristicile mediului de muncă sau ale organizației în ansamblu, raportat la experiența lor de motivație și satisfacție la locul de muncă.

Baza pe care se observă relațiile dintre motivația angajaților și satisfacția la locul de muncă și cultura corporativă este oferită de noțiunea că percepțiile și comportamentul oamenilor la locul de muncă sunt conduse de un set de nevoi personale, înscrise (Maslow, 1968) și de percepțiile lor despre numeroase aspecte legate de organizație și locuri de muncă (Du Toit, 1990; Gouws, 1995; Rothmann & Coetzer, 2002).

Observarea relațiilor dintre motivația angajaților și satisfacția la locul de muncă în mod specific este importantă, deoarece mai multe aspecte ale mediului de muncă servesc ca motive puternice ale performanței angajaților (Herzberg, 1966), iar performanța este strâns legată de succesul sau eșecul organizației.

Aspectele care influențează negativ motivația oamenilor la locul lor de muncă pot fi împărțite în diferite criterii, de exemplu: energia și dinamismul lor, sinergia lor cu mediul de lucru, precum și motivele lor intrinseci și extrinseci. Acestea acoperă și se bazează pe dimensiunile teoretice bine cercetate ale motivației angajaților. De exemplu, anumite nevoi sau motive cu care se confruntă angajații sunt indicative pentru energia și dinamismul lor în timp ce lucrează, precum nevoia de realizare și putere, nivelul lor de activitate sub presiune și măsura în care sunt motivați de un mediu competitiv.

2. Metodologia cercetării sociologice

2.1. Designul metodologic ales și argumentele aferente

Fiecare cercetare are o metodologie distinctă, fiecare cercetător utilizează propria metodologie care diferă de la un studiu la altul. Și astfel, ajungem cu ușurință la concluzia că există tot atâtea metodologii câte proiecte de cercetare există (Sarantakos, 1994).

Pentru a duce la final obiectivele propuse în această studiu, am folosit cercetarea calitativă, deoarece consider că acest tip de cercetare este mai eficient și scoate în evidență mai multe detalii importante, indispensabile studiului.

Cercetarea calitativă este considerată uneori „a fi tot ce nu este cercetarea cantitativă” sau „un supliment al metodelor cantitative”. Considerăm punctul de vedere

conform căruia cercetarea calitativă este o alternativă la metodele tradiționale a fi cel mai apropiat de adevăr.

Lamneck (1998) formulează principiile metodologiei calitative:

- demersul calitativ nu este predeterminat, nu are o structură pre-determinată prin precizarea fermă a ipotezelor, metodelor și a grupului de lucru așa cum se întâmplă într-un demers cantitativ. Într-o abordare calitativă se precizează un scop, o populație cu care se va lucra utilizând un set de metode. Dacă însă, informația de teren obligă la modificarea unor parametrii (metoda sau numărul de participanți), acest lucru este posibil și discutăm de principiul deschiderii.
- studiile calitative presupun întotdeauna directă participare a cercetătorului și implicit comunicarea face-to-face între acesta și participanți. Participarea cercetătorului, implicarea directă trebuie înțeleasă ca un travaliu comun pentru a obține un maxim de informații despre realitate. Participanții definesc, explică și inter-pretează realitatea, în timp ce cercetătorul selectează ceea ce este esențial, comun, definitoriu pentru faptul social. Acesta este denumit de Lamneck principiul comunicării.

În cercetarea calitativă nu rezultă o colectare a informațiilor numerice ci rezultă o colectare a informațiilor observabile printr-o serie de clasificări sau etichete. Se observa un anumit fenomen de orice natură, după populația aleasă ca studiu.

2.2. Scopul și obiectivele cercetării

Scopul acestei cercetări este de a oferi idei solide și practice în vederea motivației și în ceea ce privește satisfacției în muncă.

Obiectivul principal în demararea acestui studiu este identificarea relației dintre motivația și satisfacția la locul de muncă a angajaților din diverse instituții sau companii.

Din obiectivul principal rezultă câteva obiective specifice:

- o Identificarea relației dintre nivelul de studii și/sau specializarea intervievaților și motivația acestora la locul de muncă.
- o Identificarea relației dintre nivelul de studii și/sau specializarea persoanelor și satisfacția acestora la locul de muncă.
- o Identificarea diferențelor privind motivația și satisfacția în muncă în ceea ce privește experiența profesională a persoanelor intervievate .
- o Determinarea modului în care motivația și satisfacția la locul de muncă variază în funcție de nivelul ierarhic și experiența în muncă.

2.3. Operaționalizarea conceptelor

Conceptele studiate în demararea acestei lucrări sunt: motivația la locul de muncă, satisfacția obținută în funcție de domeniul în care fiecare persoană a dorit să activeze precum și resursele umane.

„Motivația este definită ca: un fel de unitate internă care împinge un individ să facă lucruri pentru a realiza ceva” (Harmer, 2001, 51).

Prin această lucrare am dorit să pun în evidență faptul că sunt foarte mulți oameni care studiază o anumită specializare, iar după terminarea studiilor nu activează în domeniul studiat din anumite motive, totodată există și persoane care au terminat studiile într-un domeniu și activează în câmpul muncii în aceeași meserie. Prin această cercetare doresc să studiez motivația și satisfacția obținută în domeniul în care activează după caz, fiecare.

Ceea ce vreau să pun în evidență prin acest studiu este că încă sunt foarte multe persoane care merg la muncă doar pentru a-și câștiga existența, fără a avea o motivație pentru a fi mai buni, mai performanți și fără să aibă o satisfacție din munca depusă.

Luând în considerare că sunt foarte multe persoane aflate în această situație, eu am ales o mică parte pentru a studia motivația și satisfacția la locul de muncă atât a persoanelor care au terminat o specializare și activează în câmpul muncii în domeniul studiat cât și persoanelor care, deși au făcut studii într-un domeniu activează în altul.

Menționez și faptul că sunt persoane care deși nu lucrează în domeniul studiat sunt foarte motivați în alt domeniu, deoarece și-au dat seama că specializarea respectivă nu li se potrivește și nu au o satisfacție conform muncii depuse.

2.4. Elaborarea sau adaptarea instrumentului de cercetare

În demararea lucrării am ales ca instrument de cercetare interviul semistructurat.

„Interviurile sunt un element cheie al cercetării calitative, una din metodele cel mai frecvent utilizate pentru a dobândi cunoștințe despre indivizi, grupuri și organizații” (Alvesson, 2011).

În sensul mai general interviul este o formă de comunicare între cercetător (colector de date) și participantul la cercetare (furnizor de date), iar interviul are loc prin adresarea și răspunsul la întrebări. Cu toate acestea cercetarea calitativă este un concept umbrelă care cuprinde o mare varietate de stiluri și scopuri posibile în interviu.

2.5. Alegerea populației studiate/surselor de date și motivarea acestei alegeri

Desfășurarea studiului s-a efectuat prin interviuarea atât a persoanelor care au studiat o anumită specializare și lucrează în domeniul respectiv, cât și a persoanelor care deși au studiat o anumită specializare activează în alt domeniu în câmpul muncii.

Am ales să pun în evidență prin acest studiu motivația și satisfacția la locul de muncă, deoarece am întâlnit foarte mulți oameni dezamăgiți de meseria pe care o practică, dar și oameni satisfăcuți și mulțumiți de ceea ce fac. Totodată doresc să observ ce îi face pe unii oameni să le placă meseria pe care o fac și pe alții să nu îi satisfacă.

Au fost aplicate interviuri atât persoanelor motivate și satisfăcute la locul de muncă, cât și persoanelor care nu au aceeași opinie, sau care sunt dezamăgiți de meseria aleasă.

2.6. Metoda de eșantionare utilizată și procedeele de selecție aplicate

În ceea ce constă metoda de eșantionare utilizată am luat în considerare vârsta intervievaților întrucât am dorit să evidențiez că atât persoanele care termină studiile recent cât și persoanele care le-au terminat cu mai mult timp în urmă pot fi motivați și satisfăcuți, dar și viceversa.

Pentru a-mi îmbunătăți studiul am ales ca fiecare persoană interviuată să activeze într-un domeniu diferit și care au studiat specializări diferite pentru a putea pune în evidență faptul că dacă fiecare persoană ar face ceea ce îi place chiar dacă nu a studiat exact aceeași specializare, contează să fie motivat și satisfăcut de munca depusă.

Printre funcțiile intervievaților se enumeră: vânzător, pițar, profesor, preot, fizioterapeut, controlor calitate, agent vânzări.

2.7. Modalitatea de culegere a datelor și argumentarea alegerii acesteia

Pentru a obține datele necesare în demararea lucrării, am luat interviuri atât în mediul online cât și fizic. Intervievații fiind din zona apropiată de locuința mea am preferat să merg fizic pentru colectarea datelor, de asemenea au fost și cazuri în care persoanele erau la distanță sau nu acceptau o întâlnire fizică datorită situației pandemice în care ne aflăm și colectarea datelor s-a efectuat în mediul online.

Am ales să iau interviurile atât fizic cât și online, deoarece consider că un interviu față în față este mai productiv prin faptul că relaționarea directă cu interviuatul este mai eficientă, dar datorită situației pandemice în care ne aflăm am fost nevoită să interviuez persoane și în mediul online.

2.8. Perioada, localitățile și cadrul în care au fost culese datele

Perioada în care au fost culese datele a început 20.04.2021 și s-a încheiat în 10.05.2021. Datele au fost culese prin înregistrare, interviurile având loc fizic în localitățile Caransebeș și Timișoara, cât și în mediul online. Interviurile luate în mediul online au fost susținute pe platforma Google Meet.

2.9. Limitele cercetări de teren și dificultățile întâlnite

Dificultățile întâlnite în cercetarea de teren sunt următoarele:

Prima dificultate a fost faptul că foarte mulți oameni sunt reticenti în ceea ce privește locul de muncă, oamenii nu vor să vorbească deschis despre ce îi nemulțumește sau ce le place în mod special, totodată am întâlnit și persoane care au refuzat să fie înregistrați datorită unei temeri că interviul ar putea ajunge la firma unde lucrează și prin urmare să aibă de suferit.

O a doua dificultate este datorită situației pandemice în care ne aflăm, unii intervievați nu au dorit să-mi răspundă la întrebări fizic și am fost nevoită să folosesc mediul online cu toate că, din punctul meu de vedere interviuarea fizică este mult mai eficientă, pot vedea reacția intervievaților și mesajul este mult mai clar.

3. Rezultate

3.1. Evaluarea motivației și satisfacției față de muncă a persoanelor care lucrează în domeniul studiat

Persoanele interviuate și funcțiile acestora sunt prezentate după cum urmează:

- T.C (Profesor în învățământul primar)
- T.G (Preot)
- L.I (Fizioterapeut)
- P.G (Resurse Umane subdiviziunea Payroll)
- P.N (Makeup- artist)

3.1.1. Informații despre fiecare persoană interviuată

Pentru prima întrebare din ghidul de interviu, 1. Pentru început aș dori să îmi spuneți mai multe detalii despre dumneavoastră și studiile terminate?, respondenții au dat răspunsuri diverse, în funcție de studiile terminate: unii au studii în domeniul în care activează, alții au studii în cu totul alte domenii.

Parte dintre respondenții aleși au ales să studieze din plăcere fiind motivați de la început de meseria aleasă. Chiar și după terminarea studiilor respondenții fac ceea ce le place și ce îi pasionează.

3.1.2. Motivarea alegerii acestei meserii

Pentru a ști de ce a ales fiecare respondent meseria în care activează, la cea de-a doua întrebare din ghidul de interviu De ce ați ales această meserie?, fiecare respondent a răspuns motivarea alegerii meseriei actuale iar la întrebarea .Care este meseria dumneavoastră actuală, dacă nu este în funcție de domeniul studiat îmi puteți spune ce v-a motivat să lucrați în alt domeniu?(3) respondenții au răspuns unde lucrează în prezent.

Pentru (C.T.) continuarea în domeniul ales a fost importantă, considerând că munca, cu copiii o motivează, practicând cu drag meseria aleasă : “Terminând liceul Pedagogic, am dorit să continui pe această cale, îmi plac foarte mult copii”

Un alt respondent, preot, fiind, și-a ales propria meserie, (acesta activând în domeniul studiat) din convingere pentru a afla și cunoaște mai multe lucruri despre divinitate după cum spune: “Am ales-o din propria convingere, pentru că Facultatea de Teologie m-a făcut să cunosc mai multe lucruri despre bunătatea lui Dumnezeu, despre

acțiunile pe care Dumnezeu le face cu sufletul și cu trupul nostru, adică am descoperit că Dumnezeu pe lângă faptul că este drept este și bun și dintre aceste două, între dreptate și bunătate eu am descoperit în facultatea aceasta că Dumnezeu este mai mult bun decât drept.” „Profesia mea este de Preot deci este în domeniul facultății pe care am ales-o, mai mult decât atât chiar sunt și dirigor al corului catedralei din Caransebeș, deci iată că facultatea m-a ajutat să-mi îndeplinesc aspirațiile mele sociale, pentru că am devenit preot și deopotrivă cunoscător al muzicii laice.” (T.G.)). Acest (T.G.) vorbește cu dragoste și pasine depre meseria lui și asta duce la o motivație și satisfacție mare și constructivă.

(I.S.) spune că nu a ales specializarea din prima, auzind însă de aceasta i-a plăcut și a hotărât să încerce “Nu am ales această meserie direct, am ales-o pentru că s-a întâmplat să aflu de aceasta, de la un prieten, întâmplător, l-am întrebat detalii, mi-a plăcut, eu oricum am fost atras de biologie și anatomie în special, aici făcându-se anatomie și bazându-se pe știința anatomiei am zis ok pot să continui pe domeniul acesta și chiar îmi place”. Continuând studiile în această specializare, (I.S.) a dezvoltat o pasiune pentru specializarea aleasă. “În momentul de față sunt fizioterapeut, îmi place ceea ce fac și am ales să activez în domeniul studiat.”

(P.N.) și (P.G.) au mărturisit că au ales să studieze meseriile actuale din pasiune amândoi lucrând cu oamenii, având un simț foarte bine dezvoltat în comunicare și în îndeplinirea dorințelor fiecăruia după bunul plac: “Am ales această meserie deoarece tot timpul mi-am dorit să pot face oameni să se simtă mai bine în pielea lor” (P.N.). Practicând meseria dorită e de la sine înțeles că (P.N.) și (P.G.) respondenți sunt motivați și totodată practică meseria studiată: “În prezent lucrez în domeniul studiat, la o firmă pe Resurse Umane subdiviziunea Payroll pe partea de salarizare și îmi place foarte mult.” (P.G.)

Se poate observa că cei cinci respondenți au ales meseriile actuale deoarece sunt pasionați de ceea ce fac, le place și nu se văd făcând altceva.

3.1.3. Aspectele pozitive sau negative ale muncii actuale

Doresc să evidențiez, faptul că specializarea în care activezi este cea la care ai visat și îți place ceea ce faci există atât aspecte pozitive cât și negative care ai vrea să se schimbe, ceea ce înseamnă că mereu este loc de mai bine.

Prin urmare, în legătură cu întrebările: Care sunt aspectele muncii dumneavoastră actuale pe care le apreciați în mod deosebit ?(4) și Care sunt aspectele muncii dumneavoastră actuale care vă displac sau pe care le considerați mai dificile ?(5).am primit răspunsuri diferite:

o (T.C.) lucrând zilnic cu copiii vede multe părți bune ale meseriei în care profesează, simțind că întinerește zilnic: „Această carieră îți dă foarte multe satisfacții, să lucrezi cu copii te menține veșnic tânăr, meru ai de învățat de la ei, și mă simt bine”.

o (T.G.) fiind mereu înconjurat de oameni apreciază la meseria lui în special implicarea serioasă în activități sociale și seriozitatea cu care sunt tratate: „Ceea ce apreciez în mod deosebit în ce fac este seriozitatea, sociabilitatea domeniului în care activez și faptul că implică foarte multe activități sociale.”

o (I.S.) fiind fizioterapeut apreciază în mod special faptul că poate să ajute oameni bolnavi și le poate reda încrederea în sine: „Faptul că pot să ajut un om care vine accidentat, și faptul că pot să-i reintroduc în viața socială și profesională.”

o Ceilalți doi respondenți (P.G.) și (P.N.) fiind și ei mereu înconjurați de oameni și lucrând în mod special cu aceștia mărturisesc că ceea ce apreciază sunt provocările zilnice din care au de învățat și prin care se dezvoltă, precum și respectul și aprecierea pe care o primesc după o zi de muncă.

Din răspunsurile celor cinci respondenți se poate observa faptul că fiecare are aspecte pozitive ale muncii pe care le apreciază în mod deosebit și care îi motivează să-și desfășoare munca cu pasiune și satisfacție.

Există și aspecte negative fac parte din munca de zi cu zi a respondenților:

o (T.C.) privește ca aspect negativ situația pandemică și faptul că este nevoită să predea on line ceea ce îi crează o neplăcere, dar în același timp este pozitivă și speră să revină totul la normal “ Partea cea mai grea acum este școala aceasta on line, pentru noi cadrele didactice, cât și pentru copii”.

o (T.G.) mărturisește că ceea ce îi displace este munca cu omul deoarece nu toți înțeleg universul teologic și mai ales al muzicii teologice:” ce îmi displace este dificultatea oamenilor”

o (I.S.) a zis că ceea ce îi displace este faptul că oameni sunt foarte dificili mai ales când sunt bolnavi și el consideră munca cu omul dificilă.

o (P.G.) mărturisește că ceea ce îi crează o neplăcere este atenția sporită pe care trebuie să o dețină mereu pentru a nu greși nimic în distribuirea salariilor: “ Introducerea datelor fiindcă dacă aș greși ceva acei bani ar fi virați în alt cont și procedurile sunt dificile și va dura ceva până când bani vor fi virați în contul corect.”

o (P.N.) spune că ceea ce i-a creat o neplăcere a exclus din munca zilnică, iar în momentul actual nu există nimic care să-i displace.

După răspunsul fiecărui respondent putem evidenția faptul că indiferent de domeniul în care activăm există aspecte pozitive și negative. Am evidențiat cinci persoane cu profesii total diferite tocmai pentru a putea distinge atât aspectele pozitive cât și negative de la un caz la altul, în funcție de specializarea fiecăruia.

3.1.4. Ce este motivația, factorii motivației și cum îi influențează în specializarea aleasă

Prin aceste afirmații doresc să exemplific faptul că motivația, factorii motivației influența acestora asupra persoanelor diferă de la om la om. Fiecare om percepe și vede motivația dintr-o altă perspectivă de aceea în următoarele întrebări din ghidul de interviu am scos în evidență aceste aspecte.

Referitor la întrebările: Ce părere aveți despre motivația la locul de muncă?, Care sunt factori motivatori la locul de muncă? și Cum credeți că vă influențează motivația în meseria aleasă?, am primit următoarele răspunsuri: pentru T.C motivația este importantă în orice meserie: „Dacă nu ești motivat nu-ți poți practica meseria cu plăcere”, iar pentru (T.G.) motivația vine din domeniul spiritual: „Îți oferă foarte multe satisfacții, doar pentru simplu fapt de a vedea pe cineva transformându-se dintr-un om ce era pierdut emoțional într-un om ce radiază de fericire și de optimism”

Ceilalți respondenți (L.S.), (P.G.) și (P.N.) sunt și ei de părere că motivația este foarte importantă, că este primordială la locul de muncă și dacă fiecare angajat este motivat și rezultatele sunt mult mai remarcabile.

În ceea ce privește factori motivatori, în mare măsură, factorul principal pentru stimularea motivației angajaților sunt bani după care urmează și motivația personală, (T.C.) menționează: „Salariul, tinerețea copiilor, activitățile pe care le demaram împreună și bucuria copilariei.” Alt interviewat (T.G.) practicându-și meseria cu o mare pasiune și iubire față de Dumnezeu a spus că: „Factori motivatori cred că sunt în principal slujirea lui Dumnezeu, respectul oamenilor și faptele bune pe care le fac.” Ceilalți respondenți consideră că factori motivatori sunt importați la locul de muncă și că ar trebui să fie stimulați pentru menținerea motivației mereu vie. Din răspunsurile respondenților deducem faptul că principalul factor motivator la locul de muncă sunt bani după care urmează și satisfacția proprie. Consider că la un loc de muncă este mai importantă satisfacția și mulțumirile persoanele decat salariul în sine, deoarece nu poți lucra într-un mediu neplăcut sau într-un mediu în care nu rezonzi cu nimeni și nu îți face plăcere să mergi la muncă doar din prisma salariului.

Fiecare om este motivat dintr-un alt punct de vedere, în funcție de ceea ce îi place să facă apare influența motivației, după cum spune (L.S.) În meseria asta fiind și o fire competitivă motivația e acolo tot timpul, mereu vin cazuri noi, vin oameni dificili și ești într-o continuă provocare.” Prin acest respondent se poate observa că influența motivației există datorită meseriei pe care o practică cu pasiune. Un alt respondent fiind la fel de pasionat de meseria pe care o practică (T.G.) a spus: „Motivația mă influențează în bine, deoarece fac ceea ce îmi place și mi se pare ușor, deoarece e normal să mergi cu drag la muncă atunci când nu simți defapt că lucrezi și cred că datorită credinței mă simt așa. „Din pasiunea pe care oamenii o pot dezvolta la locul de muncă reiese de multe ori o motivație atât de bine creionată, după cum mai spune un respondent care își iubește meseria (P.N.):

„Mă influențează într-un mod plăcut, într-un mod bun, în ideea că îmi doresc tot timpul să avansez să aduc cei mai bun, mă motivează să merg la cursuri de specializare să văd ce e nou pe piață ca să pot oferi cei mai bun pentru clienți”. Următorii respondenți (T.C.) și (P.G.) spun că motivația îi influențează într-o mare măsură și faptul că merg cu drag la muncă și nu regretă că au ales această meserie.

3.1.5. Importanța metodelor de motivare

Toți știm că pentru a fi mai motivat la locul de muncă există câteva metode de motivare. Eu le-am enumerat pe cele mai evidente în următoarele întrebări. Prin aceste întrebări vreau să evidențiez faptul că foarte puțină lume beneficiază de aceste metode și foarte mulți merg la muncă și fără a primi ceva în plus față de salariu. La întrebările 9. Cât de importante considerați că sunt următoarele metode de motivare: bonusurile pentru orele suplimentare, tichete de masă, prime de sărbători? și 10. Bonusurile și beneficiile acordate răspund celor mai multe din nevoile dumneavoastră zilnice? din ghidul de interviu respondenții au răspuns în felul următor:

Toți respondenți consideră ca metodele de motivare sunt foarte importante în stimularea motivației angajaților, dar din păcate nu se prea beneficiază de aceste metode. Respondentul (T.C.) lucrând în învățământ spune că: „după cum știm bonusuri nu prea există la noi în învățământ erau tichetele de care ne bucuram, de acea vacanță petrecută din bani statului, dar s-au tăiat și acele tichete, bonusuri de sărbători noi nu avem, deși ne-am dori, clar era o motivație în plus” la fel ca acest respondent este și (L.S.) care la fel nu beneficiază de bonusuri, dar ar avea o motivație în plus dacă ar primi. Un alt respondent lucrând într-o multinațională și beneficiază de aceste bonusuri consideră că cele mai importante sunt primele de sărbători (P.G.) „Cred că sunt foarte importante, primele de sărbători contează foarte mult, mai ales în cele două mari sărbători ale anului, fiindcă în acea perioadă toată lumea stă cu familia, face cadouri și aceste prime folosesc foarte mult, deoarece reușim să facem economii și să nu ne atingem de salariu.” Alți respondenți sunt de aceeași părere doar că nu sunt beneficiari de aceste bonusuri deși le-ar crea o motivație în plus, dar își găsesc motivația din alte lucruri.

Voiam să scot în evidență faptul că la întreprinderile de stat nu se pune accent pe bonusuri, totodată oamenii sunt motivați datorită faptului că le place meseria pe care o fac și nu sunt o necesitate aceste bonusuri, cu toate că din spusele respondenților motivația ar fi mai mare dacă ar beneficia și ei de aceste metode. La multinaționale sau la patronate știm cu toții că se beneficiază de aceste bonusuri în funcție de munca prestată.

3.1.6. Ce este satisfacția și cum îi influențează

Satisfacția la locul de muncă este primordială, dacă oamenii nu sunt satisfăcuți de munca pe care o depun și nu le place ceea ce fac, nici productivitatea nu este pe măsură. În

următoarele întrebări din ghidul de interviu 11. Îmi puteți spune ce înseamnă pentru dumneavoastră satisfacția la locul de muncă? și 12. Dumneavoastră considerați că aveți satisfacție la locul de muncă în conformitate cu meseria aleasă, dacă nu, îmi puteți argumenta de ce? scot în evidență ce este satisfacția pentru fiecare respondent și cum îi influențează în locul de muncă ales.

Primii doi respondenți (T.C.) și (T.G.) privesc satisfacția din același unghi și consideră că pentru a fi satisfăcut trebuie să mergi cu drag la muncă și să-ți crezi singur ambientul plăcut pentru a dezvolta o satisfacție rezonabilă (T.G.) : „În primul rând, trebuie să te simți bine atunci când te duci la lucru și în al doilea rând, dacă locul de muncă nu îți oferă ambientul potrivit trebuie să ți-l crezi tu, adică lucrurile țin și de tine nu neaparat de cel de lângă tine și de cel cu care lucrezi “. Ei sunt satisfăcuți datorită faptului că iubesc ceea ce fac. Alți trei respondenți (L.S.), (P.G.) și (P.N.) consideră că satisfacția este importnată la locul de muncă și totodată cei trei lucrând cu oamenii ceea ce îi satisface este mulțumirea și respectul pe care le primesc de la oameni după munca prestată (L.S.) „Să văd omul că este mulțumit de ce exerciți i-am dat, de cum l-am abordat, de cum se simte, să văd că pe zi ce trece sau pe săptămână ce trece e mai bine asta mă satisface cel mai mult să știu că întradevar îl ajut pe acel om și pleacă fericit de la mine sau pleacă mai bine decât a fost,” Din răspunsurile lor resie că sunt satisfăcuți de meseria aleasă și merg cu drag la muncă.

3.1.7. Acțiunile care ar scădea sau ar ridica gradul de satisfacție la locul de muncă

Pentru fiecare persoană există acțiuni care ar scădea gradul de satisfacție la locul de muncă și acțiuni care ar ridica satisfacția în muncă. Prin următoarele întrebări 13. Ce acțiuni comportamente sau evenimente la locul de muncă ar limita sau ar scădea gradul dumneavoastră de satisfacție? din ghidul de interviu vreau să identific acțiunile care ar scădea gradul de satisfacție, iar prin întrebarea 14. Enumerați primii trei factori care considerați că v-ar putea determina să fiți mai motivat, mai satisfăcut și mai performant la locul de muncă? doresc să identific acțiunile care ar ridica gradul de satisfacție al celor cinci repondenți.

Respondentul (C.T.) spune că ceea ce ar putea să-i scadă gradul de satisfacție ar fi să nu primească apreciere atât de la copii cât și de la părinți. Un alt respondent spune că tratarea cu superioritate de către șefi ar fi o insatisfacție (L.S.): „De exmepu, spun un caz recent întâmplat la cabinet, în care șefa fiind în același timp și medic urgențe și având a doua specializare pe recuperarea medicală, totodată este și administrator, a intrat de față cu pacienți și a urlat la un coleg, asta în primul rând, încalcă orice fel de etică profesională, nu e deloc plăcut din orice punct de vedere să faci așa ceva, plus că dumneaei ne-a tratat pe noi fizioterapeuți, ea fiind medic cu o superioritate greu de înțeles încă de la începutul colaborării noastre și aceste neînțelegeri pot întradevar avea o urmare în satisfacția la locul de muncă. Favorurile față de unii angajați și defavorurile față de alți poate crea o insatisfacție mare la locul de muncă după cum spune și respondentul (P.G.): „Să fiu sinceră, un factor care mi-ar scădea gradul de satisfacție este: favorurile față de angajați și

defavorurile față de alți, cum ar fi bonusuri salariale pentru unii și pentru ceilalți nu.” Pentru ceilalți respondenți (T.G.) și (P.N.) care la această întrebare sunt pe aceeași lungime de undă și spun că ce le-ar pute crea o insatisfacție sunt oamenii nemulțumiți sau cei cu care nu pot rezona. După cum spuneam mai sus, fiecare persoana are neplăceri la locul de muncă care ar putea scădea gradul de satisfacție, mai sus am evidențiat cinci răspunsuri ale intervievaților, dar lista poate fi mult mai lungă.

În ceea ce privește factori care i-ar putea determina pe respondenți să fie mai satisfăcuți și performanți diferă, iar un respondent spune că ce l-ar pute determina să fie mai satisfăcut este ca munca lui să fie mai cunoscută și să poată ajuta mai mulți oameni (L.S.)? „Poate să fie cabinetul mai cunoscut, să intrăm cumva în concurență cu marile cabinete din Timișoara și să pot ajuta cat mai mulți oameni asta m-ar motiva mult.” Totodată avem și doi respondenți (T.G.) și (P.N.) care consideră că nu mai există factori care i-ar putea face mai satisfăcuți de cât sunt deja. (T.C.) consideră că un salariu mai bun și bonusuri în plus la salar și copii buni ar avea o satisfacție mai în plus „Clar un salariu mai atractiv, bonusurile acelea de care vorbeam, copii bine pregătiți, din famili bune cu care poți lucra și având sprijinul părinților.

Din răspunsurile respondenților putem observa că fiecare angajat are atât aspecte negative cât și pozitive pentru a fi mai satisfăcut sau pentru ai scădea gradul satisfacție. Totodată consider că dacă angajatorii ar lua în considerare aceste aspecte pozitive cât și negative, motivația și satisfacția la locul de muncă a angajaților ar crește.

3.2. Evaluarea motivației și satisfacției față de muncă a oamenilor care nu lucrează în domeniul studiat

Persoanele intervievate și funcțiile acestora sunt prezentate după cum urmează:

- A.D (Vânzător bijuterie)
- M.L (Pizzar)
- C.A (Vânzător benzinărie)
- B.L (Sef raion)
- C.R (Controlor calitate)
- A.J (Agent vânzări)

3.2.1. Informații despre individ

La prima întrebare din ghidul de interviu 1.Pentru început aş dori să îmi spuneți mai multe detalii despre dumneavoastră și studiile terminate?, respondenți declară că și-au terminat studiile într-o anumită specializare care în momentul respectiv era ceea ce își doreau, dar cu timpul perspectivele s-au schimbat și în momentul de față lucrează în cu totul alt domeniu față de cel studiat.

Acești respondenți se află printre oamenii care și-au finalizat cu succes studiile, dar au ales să meargă pe un cu totul alt drum față de domeniul studiat și cu toate acestea unii dintre ei sunt mai satisfăcuți de domeniul actual decât de cel studiat.

3.2.2. Motivarea alegerii acestei meserii

Pentru a afla de ce cei șase respondenți au ales să studieze aceste meserii le-am adresat ceea de-a doua întrebare din ghidul de interviu. De ce ați ales această meserie?, și pentru a afla în ce domeniu activează acum le-am adresat întrebarea Care este meseria dumneavoastră actuală, dacă nu este în funcție de domeniul studiat îmi puteți spune ce v-a motivat să lucrați în alt domeniu? respondenții au evidențiat aspectele care i-au convins să studieze într-un domeniu și cele care ia determinat să o schimbe.

Pentru întrebarea care face referire la motivul pentru care au ales această meserie respondenți afirmă:

- o (D.A.) spune că a ales să studieze facultatea de Geografie deoarece o pasionează călătoriile și îi place să cunoască culturi noi: “Îmi place foarte mult să călătoresc, mă fascinează diversitatea culturilor la nivel internațional, iar această facultate mi-a oferit prilejul de a călători”
- o (M.L.) deși nu a făcut o facultate ar fi dorit să practice meseria învățată în liceu și spune că a ales acest liceu în special datorită prestigiului și diverselor meserii pe care le putea studia: “Datorită prestigiului liceului și faptul că există multe meserii de viitor”
- o (C.A.) menționează că a studiat acea facultate pentru că era singurul domeniu la care se pricepea mai ales matematica și fizica de care este pasionat. “
- o (B.L.) afirmă că a ales să studieze facultatea datorită profesorului din liceu care i-a insuflat o pasiune pentru această specializare. “Datorită profesorului de contabilitate din liceu, el m-a motivat să urmez această carieră”
- o (C.R.) spune că a ales să studieze facultatea pentru a deveni technician dentar, dar cu timpul și-a dat seama că nu mai este ceea ce își dorește: “Pe atunci era visul meu să devin technician dentar, dar între timp mi s-au schimbat prioritățile.”
- o (A.J.) a răspuns că îi placea și încă îi place geografia de aceea a ales să studieze aceasta facultate.

Putem observa că la începutul drumului în cariera aleasă fiecare respondent era motivat și știa de ce alege să studieze domeniul respectiv, din păcate pe parcursul drumului s-au efectuat câteva schimbări.

În ceea ce privește întrebarea din care reiese în ce domeniu activează respondenții acum, am primit diverse răspunsuri, diverse meserii toate fiind în alt domeniu față de cel studiat. Prin umare intervievații au ales alt drum după terminarea studiilor din prisma pasiunilor (M.L.) “Lucrez ca Pizzar, deoarece am fost și sunt pasionat de bucătărie și în special de pizzerii”, dar din păcate și din cauza pandemiei care a afectat drastic unele

domenii (D.A.): „În prezent sunt angajată la un magazin de bijuterii, date fiind condițiile pandemiei”.

Din spusele respondenților deducem că fiecare lucrează în alt segment față de cel studiat și sunt diferite motive pentru care fiecare a ales alt domeniu.

3.2.3. Aspectele muncii actuale pozitive sau negative

În acest subcapitol doresc să evidențiez aspectele pozitive, cât și pe cele negative ale celor șase respondenți în meseria aleasă după terminarea studiilor. Următoarele întrebări din ghidul de interviu sunt: Care sunt aspectele muncii dumneavoastră actuale pe care le apreciați în mod deosebit ?(4) și Care sunt aspectele muncii dumneavoastră actuale care vă displac sau pe care le considerați mai dificile? (5), respondenții au enumerat atât aspecte pozitive, cât și negative din munca lor de zi cu zi:

o (D.A.): afirmă că aspectele pozitive la locul de muncă sunt lipsa efortului fizic, faptul că relaționează bine cu colegii și învață să comunice cu diferite tipologii de oameni, iar ceea ce îi displace este programul încărcat, faptul că nu poate să petreacă sărbătorile alături de cei dragi și aplanarea conflictelor cu oamenii.

o (C.A.) menționează că ceea ce îi place este programul și remunerația suficientă : „În primul rând, îmi place programul, este destul de liber și faptul că bani îmi ajung” , iar ceea ce îi displace sunt turele de noapte.

o (B.L.) „Ceea ce îmi place cel mai mult în meseria actuală este că lucrez cu oamenii, îmi place să comunic cu ei, să-i cunosc și mențin relații solide”, totodată menționează că nu este nimic care să-i displace.

o (C.R.) spune că ceea ce îi place sunt colegii, echipa și partea financiară „Colegii sunt foarte faini, suntem o echipă tânără și motivată și bineînțeles partea financiară” iar din prisma aspectelor neplăcute spune că nu există pentru ea datorită faptului că îi place ceea ce face.

o (A.J.) evidențiază că ceea ce îi place este faptul că nu depune efort fizic și face o muncă ușoară, iar ceea ce îi displace sunt turele de 12 ore și imposibilitatea de a avansa: „Faptul că nu pot să avansez, și programul lung de muncă”.

Doresc să scot în evidență că în ciuda faptului că cei șase respondenți își desfășoară activitatea în cu totul alt domeniu față de cel studiat aceștia se declară mai mulțumiți de locul de muncă actual față de ceilalți respondenți ce lucrează în domeniile studiate.

3.2.4. Ce este motivația, factorii motivației și cum îi influențează în meseria aleasă

Prin următoarele întrebări din ghidul de interviu doresc să pun în evidență ce înțelege fiecare persoană prin motivație, care sunt factorii motivatori și cum îi influențează la locul de

muncă. Fiecare om vede motivația dintr-o altă perspectivă și este motivat de locul de muncă din prisma convingerilor individuale.

Pornind de la prima întrebare, adică de la importanța motivației la locul de muncă, majoritatea respondenților au spus că motivația este un factor foarte important în orice loc de muncă: „Motivația este foarte importantă la locul de muncă pentru că oameni motivați dau randament mult mai bun, lucrează mai bine sunt fericiți și e mult mai ușor să lucrezi cu ei”, (C.A.)

În ceea ce privește factorii motivatori respondenții au găsit ca și factor principal banii urmați de flexibilitatea locului de muncă și mediul de desfășurare al activității salariale (M.L.): „Consider că factorii motivatori la locul de muncă pentru mine sunt salariul, o echipă comunicativă programul flexibil și posibilitatea de avansare.”

La întrebarea care face referire la influența motivației în meseria aleasă respondenții au o concepte diferite. Printre acestea se regăsesc.(C.R.). „În primul rând, datorită motivației mă trezesc cu un gând pozitiv dimineața, mă duc cu drag la lucru și asta mă face să rămân acolo.” Un altul vede ca singură motivație salariul (C.A.) „Motivația pe care o am este doar din prisma salariului și cam atât.”

Din spusele respondenților putem deduce că aceștia deși nu lucrează în domeniul studiat sunt motivați la de muncă și merg cu drag la acesta din prisma faptului că învață lucruri noi și găsesc atrăgător doamenii actual în detrimentul celui studiat. Totodată respondentul care este motivat doar de salariu, face parte din categoria angajaților ce muncesc doar pentru a trăi ci nu pentru a se și dezvolta, mulțumindu-se cu un trai mediocru.

3.2.5. Importanța metodelor de motivare

În acest subcapitol doresc să evidențiez metodele de motivare aplicate la locurile de muncă ale respondenților și totodată dacă aceste bonusuri sunt puse în practică sau nu. Întrebările: Cât de importante considerați că sunt următoarele meode de motivare: bonusurile pentru orele suplimentare, tichete de masă, prime de sărbători? (9) Bonusurile și beneficiile acordate răspund celor mai multe din nevoile dumneavoastră zilnice? (10) sunt destinate aflării opiniei respondenților cu privire la importanța acestora:

o (D.A.) „Consider că aceste metode sunt importante, dar din păcate acestea lipsesc în domeniul în care eu activez”

o (M.L.) spune că: „Parerea mea este că, sunt foarte importante, deoarece omul vine mai motivat la muncă când știe că va fi plătit mai mult pentru munca prestată”.

o (C.A.) „Aceste metode de motivare sunt destul de importante mai ales primele de sărbători, dar nu ar trebui să fie motivul pentru care lucrează cineva la jobul respectiv”.

Din eșantionul de șase persoane, doar trei primesc aceste bonusuri și beneficiază de metode de motivare în plus. În comparație cu respondenții care lucrează în domeniul studiat, respondenții prezentați mai sus beneficiază mai mult de metode de motivare decât ceilalți,

totodată respondenții care nu beneficiază de bonusuri suplimentare sunt motivați din alte puncte de vedere, dar ar avea o motivație în plus dacă ar primi mai multe beneficii.

3.2.6. Ce este satisfacția și cum îi influențează

Satisfacția este definită de fiecare persoană diferit. Fiecare om definește satisfacția din punctul lui de vedere. În cele ce urmează cei șase respondenți vor răspunde la întrebările din ghidul de interviu destinate pentru a afla ce este și cum îi influențează satisfacția în funcție de locul de muncă ales: Îmi puteți spune ce înseamnă pentru dumneavoastră satisfacția la locul de muncă? și Dumneavoastră considerați că aveți satisfacție la locul de muncă în conformitate cu meseria aleasă, dacă nu îmi puteți argumenta de ce?

În ceea ce privește satisfacția la locul de muncă, aceasta are diferite forme însă toți respondenți declară necesitatea acesteia în desfășurarea activității zilnice după cum urmează:

- o (D.A.) „Pentru mine, satisfacția la locul de muncă este dată de îmbinarea utilului cu plăcutul.”
- o (A.J.) „Satisfacția la locul de muncă consider că este foarte importantă, pentru mine înseamnă o echipa bine dezvoltată cu care poți lucra”
- o (C.A.) „Pentru mine satisfacția la locul de muncă se regăsește în două categorii, prima să îmi placă ceea ce fac și a doua să fac suficienți bani din asta pentru a-mi satisface nevoile”
- o Restul respondenților consideră că satisfacția este importantă și primordială la locul de muncă.

Următoarea întrebare face referire la modul în care respondenții sunt satisfăcuți de meseria aleasă. Din cei șase respondenți trei sunt satisfăcuți, iar ceilalți trei nu manifestă aceeași satisfacție. Cei satisfăcuți menționează că merg cu drag la muncă, le place ceea ce fac și sunt în punctul în care și-au dorit să ajungă, (M.L.) „Da am o satisfacție la locul de muncă, sunt mulțumit, merg cu drag și sunt în punctul în care am vrut să ajung.” În ceea ce privește respondenții nesatisfăcuți aceștia susțin că situația pandemică i-a determinat să opteze pentru un alt domeniu de activitate deoarece domeniile în care s-au specializat au fost grav afectate (D.A.) „Nu, deoarece nu lucrez în domeniul dorit, acest lucru nefiind posibil în condițiile actuale cauzate de pandemie.”

Din cei șase respondenți se observă că doar trei sunt satisfăcuți, ceea ce înseamnă că aceștia chiar dacă și-au schimbat domeniul de activitate sunt mulțumiți de munca prestată acum. Sunt foarte multe cazuri în care oamenii studiază un anumit domeniu realizând la finele studiilor că nu le face plăcere și că pot fi mult mai satisfăcuți în cu totul alt domeniu, cel mai bun exemplu este cel al respondentului C.R. care visa să fie tehnician dentar, iar în momentul de față este controlor audit, două meserii care nu au nici o legătură între ele.

3.2.8. Evidențierea satisfacției locului de muncă ales

În acest subcapitol doresc să identific satisfacția celor șase respondenți cu privire la condițiile de muncă, dacă sunt mulțumiți de locul de muncă ales, dacă sunt plătiți corespunzător și dacă acest loc de muncă le aduce viitorul pe care și-l doresc. În următoarele întrebări din ghidul de interviu sunt evidențiate aceste aspecte și respondenți au răspuns după cum urmează:

La ultimele întrebări din ghidul de interviu respondenți au răspuns în mare parte că acest loc de muncă le aduce viitorul pe care și-l doresc la trei dintre ei, iar la ceilalți trei locul de muncă actual nu este cel dorit și așteapta ridicarea restricțiilor pandemice pentru a se putea angaja în domeniul dorit. Din spusele respondenților putem observa că nu toți sunt mulțumiți de salariul pe care îl au, nu sunt satisfăcuți de acest loc de muncă și totodată consider că acești respondenți sunt angajați provizoriu până își găsesc cu adevărat motivația și satisfacția pentru un loc de muncă. În comparație cu cei cinci respondenți care sunt satisfăcuți de locurile de muncă actuale și cei șase respondenți care nu sunt la fel de satisfăcuți, se poate observa o diferență în modul de percepere al jobului, a motivației și mai ales în randamentul dat de aceste persoane. Se mai poate observa și faptul că sunt trei respondenți care doresc să lucreze în domeniul studiat, daor ca datorită situației pandemice în care ne aflăm nu au reușit să-și găsească un loc de muncă în domeniu. Odată cu ridicarea restricțiilor respondenți încearcă să găsească un loc de muncă pe plac și totodată unde să aibă o motivație și satisfacție corespunzătoare jobului.

Concluzii

Motivația și satisfacția la locul de muncă sunt primordiale, pentru fiecare individ și totodată pentru instituția sau compania la care sunt angajați. Prin acest studiu am urmărit să pun în evidență motivația și satisfacția intervievaților la locurile de muncă alese în funcție de domeniul studiat și pasiunile acestora.

În primul rând, am evidențiat cinci respondenți care și-au ales meseria după bunul plac și care fac ceea ce le place și sunt motivați de meseria aleasă. Am ales să prezint persoane cu locuri de muncă total diferite, deoarece am vrut să scot în evidență faptul că nu contează ce meserie practici și contează să mergi cu drag la muncă, să fi pasionat de meseria aleasă și să ai o motivație și satisfacție în conformitate cu ceea ce alegi. Din intervievarea celor cinci respondenți pasionați de ceea ce fac reiese că oameni sunt motivați și satisfăcuți de meseria aleasă, încearcă pe cât posibil să facă performanță la locul de muncă și randamentul pe care ei îl dau instituțiilor sau companiilor oferă un plus pentru societate și totodată un exemplu pentru tânăra generație. Ceea ce am vrut să prezint prin intervievarea acestor cinci respondenți este faptul că motivația și satisfacția la locul de muncă există datorită faptului că respondenții își practică meseriile cu pasiune.

În al doilea rând, am prezentat șase respondenți care au terminat studiile într-un domeniu și activează în altul, pentru a afla motivația și satisfacția la locul de muncă. Din spusele intervievaților se poate observa că pentru unii motivația și satisfacția există datorită faptului că le place mai mult meseria actuală decât cea studiată, iar pentru ceilalți motivația și satisfacția este mică sau deloc datorită faptului că nu lucrează în domeniul studiat și nu fac cu plăcere meseria actuală. Datorită situației pandemice sunt foarte mulți tineri care nu și-au găsit un loc de muncă în conformitate cu studiile terminate ceea ce i-a pus în dificultate și totodată motivația lor de a activa în domeniul studiat a scăzut, dar probabil odată cu ridicarea restricțiilor și tinerii respectivi o să-și reia activitatea în funcție de studiile terminate. Ceea ce am vrut să prezint prin acești șase respondenți este faptul că și activarea într-un domeniu diferit de cel studiat poate produce motivație și satisfacție în muncă, dar totodată există și insatisfacție datorată faptului că munca nu este prestată cu pasiune.

S-a constatat faptul că există motivație și satisfacție la locul de muncă totul ținând de fiecare persoană în parte, iar dacă munca este prestată cu plăcere, atunci motivația și satisfacția aferentă vin de la sine.

Îmi propun ca în urma rezultatelor obținute să continui cercetarea, dar pe viitor aceasta să fie una cantitativă.

Bibliografie selectivă:

Allen, G. R. (1967). Sources of job satisfaction and dissatisfaction. *Banking*, LX (Nov., 1967),
Dincă, M., & Mihalcea, A. (2003). Metode de cercetare în psihologie. București. Editura Universității Titu Maiorescu.

Estes, B., & Polnick, B. (2012). Examining motivation theory in higher education: An expectancy theory analysis of tenured faculty productivity. *International Journal of Management, Business, and Administration*, 15(1), 1-7.
https://scholar.google.ro/scholar?hl=ro&as_sdt=0%2C5&q=Examining+Motivation+Theory+in+Higher+Education%3A+An+Expectancy+Theory+Analysis+of+Tenured+Faculty+Productivity&btnG= - accesat la data de 03.04.2021 ora 17:00.

Fisher, E. A. (2009). Motivation and leadership in social work management: A review of theories and related studies. *Administration in social work*, 33(4), 347-367.
https://scholar.google.ro/scholar?hl=ro&as_sdt=0%2C5&q=Motivation+and+Leadership+in+Social+Work+Management%3A+A+Review+of+Theories+and+Related+Studies&btnG= - accesat la data de 03.04.2021 ora 18:00.

Huitt, W. (2011). Motivation to learn: An overview. Educational Psychology Interactive. Valdosta, GA: Valdosta State University. Retrieved from <http://www.edpsycinteractive.org/topics/motivation/motivate.html> - accesat la data de 10.03.2021 ora 13:00.

Lepsius, M. R. (2017). Soziologie und Soziologen. https://www.mohrsiebeck.com/uploads/tx_sgpublisher/produkte/leseproben/9783161558481.pdf accesat la data de 14.04.2021.

Maclean, N., Pound, P., Wolfe, C., & Rudd, A. (2000). A critical review of the concept of patient motivation in the literature on physical rehabilitation. *Soc Sci Med*, 50(4), 495-506. https://www.researchgate.net/profile/Pandora-Pound/publication/12672355_A_critical_review_of_the_concept_of_patient_motivation_in_the_literature_on_physical_rehabilitation/links/5ac1e8ac45851584fa760612/A-critical-review-of-the-concept-of-patient-motivation-in-the-literature-on-physical-rehabilitation.pdf - accesat la data de 15.03.2021 ora 14:00.

Putra, E. D., Cho, S., & Liu, J. (2017). Extrinsic and intrinsic motivation on work engagement in the hospitality industry: Test of motivation crowding theory. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 228-241.

https://www.researchgate.net/publication/284281230_Extrinsic_and_intrinsic_motivation_on_work_engagement_in_the_hospitality_industry_Test_of_motivation_crowding_theory - accesat la data de 31.03.2021 ora 12:00.

Roos, W., & Van Eeden, R. (2008). The relationship between employee motivation, job satisfaction and corporate culture. *SA journal of industrial psychology*, 34(1), 54-63 http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/2584/thesis_roos_w.pdf - accesat la data de 20.04.2021 ora 16:00.

Ssegawa, G. (2014). Factors influencing employee job satisfaction and its impact on employee performance: A case of unilever Kenya (Doctoral dissertation, United States International University Africa) <http://erepo.usiu.ac.ke/bitstream/handle/11732/38/GODFREY%20SSEGAWA.pdf?sequence=1> - accesat la data de 16.04.2021 ora 12:00.

Suslu, S. (2006). Motivation of ESL teachers. *The Internet TESL Journal*, 12(1), 1-8. <http://iteslj.org/Articles/Suslu-TeacherMotivation> - accesat la data de 12.03.2021 ora 10:00.

Zhang, J., Zhang, Y., Song, Y., & Gong, Z. (2016). The different relations of extrinsic, introjected, identified regulation and intrinsic motivation on employees' performance: Empirical studies following self-determination theory. *Management Decision* <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-01-2016-0007/full/html> - accesat la data de 01.04.2021 ora 10:00.

Vos, E. A. (1974). The social reference-group theory of job satisfaction: a comparative study of Coloured and White salesmen in South Africa (Master's thesis, University of Cape Town). https://open.uct.ac.za/bitstream/handle/11427/16635/thesis_hum_1974_vos_eline_ama_rens.pdf?sequence=1 - accesat la data de 16.04.2021 ora 14:00.

The relationship between the motivation and satisfaction of employees in an organization

Saska GENCIC¹

Abstract

The content of this study refers to the motivation of employees and their satisfaction at work. Motivation is an important factor in life, which is most often driven by a certain goal, and achieving this goal brings a certain kind of satisfaction, while satisfaction and motivation are crucial for the successful functioning of the organization.

The manager has an important impact on employees and the task of motivating them to increase job satisfaction. Nowadays, organizations are investing more and more in employees and consider them the most important resource, so that, taking care of them, the companies themselves gain in competitiveness and make significant progress.

The reason for choosing this topic is my desire to become a future specialist, to practice in the field of human resources and to find out as much information as possible about this field. The first part of the paper describes the concept, factors and types of motivation, tips for improving employee satisfaction, while the second part focuses on researching employee motivation is supported by research that shows how important motivation is for employees and what motivates them the most.

Keywords: human resources, satisfaction, motivation, organizations.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Relația dintre motivația și satisfacția angajaților într-o organizație

Saska GENCIC¹

Abstract

Conținutul acestui studiu se referă la motivația angajaților și la satisfacția acestora la locul de muncă. Motivația este un factor important în viață, care este cel mai adesea condus de un anumit scop, iar atingerea acestui scop aduce un anumit tip de satisfacție, în timp ce satisfacția și motivația sunt cruciale pentru funcționarea cu succes a organizației.

Managerul are un impact important asupra angajaților și sarcina de a-i motiva pentru a crește satisfacția în muncă. În zilele noastre, organizațiile investesc din ce în ce mai mult în angajați și îi consideră cea mai importantă resursă, astfel încât, având grijă de ei, companiile însele să câștige în competitivitate și să facă progrese semnificative.

Motivul pentru care am ales această temă este dorința mea de a deveni un viitor specialist, de a profesa în domeniul resurselor umane și de a afla cât mai multe informații despre acest domeniu. Prima parte a lucrării descrie conceptul, factorii și tipurile de motivație, sfaturi pentru îmbunătățirea satisfacției angajaților, în timp ce a doua parte se concentrează pe cercetarea motivației angajaților este susținută de cercetări care arată cât de importantă este motivația pentru angajați și ceea ce îi motivează cel mai mult.

Cuvinte cheie: resurse umane, satisfacție, motivație, organizații.

Introducere

Conținutul lucrării se referă la motivația angajaților și satisfacția lor la locul de muncă. Motivația este un factor important în viață, care este cel mai adesea condus de un anumit scop, iar îndeplinirea acestui obiectiv aduce un anumit tip de satisfacție, în timp ce satisfacția și motivația sunt cruciale pentru funcționarea cu succes a organizației.

Managerul are un impact important asupra angajaților și are sarcina de a-i motiva să crească satisfacția la locul lor de muncă. În zilele noastre, organizațiile investesc din ce în ce mai mult în angajați și îi consideră cea mai importantă resursă, astfel încât, având grijă de ei, companiile în sine câștigă în competitivitate și fac progrese semnificative.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

1. Cadrul conceptual și teoretic

1.1. Motivația

Motive precum factorii interni de acțiune sau așa-numiții factori psihologici sunt cei care îi conduc la o anumită acțiune pe angajați, mențin și oferă susținerea acelei activități, toate cu scopul de a satisface anumite nevoi ale indivizilor sau grupurilor. Motivația este explicată ca un îndemn interior înspre unele nevoi, aspirații, dorințe. Tot ceea ce face un individ în mod conștient, face pentru că este motivat. Decizia este rezultatul mai multor factori, nu doar cât de mult este atras individul de un anumit obiectiv (Noe R. , 2005, 210).

1.1.1. Motivația angajaților - Creșterea satisfacției la locul de muncă

Motivația pentru muncă este un complex de forțe care inițiază și rețin un angajat pentru a lucra într-o anumită organizație. Pentru a motiva angajații la maximum, superiorii sunt obligați să se familiarizeze cu nevoile angajaților lor. Nu putem măsura motivația, dar putem trage unele concluzii despre importanța acesteia urmărind comportamentul, angajamentul și rezultatele muncii unui angajat (Bahtijarević–Šiber F., 1999, 557).

Automotivația este unul dintre factorii esențiali pentru o carieră de succes. Și pentru ca organizația să funcționeze și să își atingă obiectivele, comunicarea deține un rol crucial. Caracteristicile pe care le putem enumera atunci când vine vorba de motivație sunt: stimulează, redirecționează și are niveluri de volum diferite.

1.1.2. Factori care influențează motivația angajaților

- Meseria în sine

Motivația la locul de muncă pentru indivizi este oferită de locuri de muncă mai provocatoare din punct de vedere mental, deoarece prezintă trei caracteristici de bază:

1. Efectuarea diferitelor sarcini la locul de muncă;
2. Libertatea de acțiune;
3. Feedback de la supraveghetor cu privire la munca efectuată;

- Calitatea condițiilor de muncă

Motivația angajaților este, de asemenea, mai mare dacă lucrează în condiții bune de muncă. Nu este vorba doar de un mediu plăcut, ci și de capacitatea angajaților de a îndeplini sarcini de lucru. Nemulțumirile la locul de muncă provin adesea din faptul că lucrătorii plasați în medii neplăcute nu se simt neapărat inconfortabil lucrând în aceste circumstanțe, în schimb circumstanțele respective îi împiedică să își îndeplinească sarcinile de muncă și să-și atingă obiectivele sau să avanseze în muncă (Bakotić D. ,2009, 44).

- Sistemul de recompensare

Salariul este unul dintre factorii importanți, dar nu este crucial. Lucrătorul este mai mulțumit atunci când un sistem corect este realist, când toți angajații sunt tratați în mod egal. Așteptările sunt mai mari într-un sistem echitabil de recompensă decât cifra salariului.

- Echilibrul dintre muncă și interesele personale

Când un lucrător își echilibrează interesele personale și nevoile locului de muncă, el devine mult mai mulțumit de locul său de muncă. Angajatul simte că își exprimă abilitățile, cunoștințele și ambițiile prin muncă și în acest fel devine din ce în ce mai mulțumit.

- Titlul și poziția la locul de muncă

Cu cât poziția postului este mai bună, cu atât lucrătorul se simte mai împlinit. Motivul este că are un venit mai mare, mai multă putere asupra altor angajați și mai multe privilegii.

- Anii de serviciu

Angajații cu o carieră mai lungă sunt mai satisfăcuți la locul de muncă decât cei care au fost angajați de doar câțiva ani. Acest lucru se întâmplă pentru că angajatul oferă în timp rezultate mai mari pentru munca depusă, devine mai bun în ceea ce face, iar cei mai tineri îl văd ca pe un model, ca pe o persoană de la care pot învăța multe.

1.1.3. Organizarea muncii și posibilitatea avansării

Organizațiile de resurse umane mai noi și mai moderne acordă din ce în ce mai multă importanță carierei și dezvoltării acesteia. Obiectivele organizațiilor sunt realizate numai dacă importanța carierei este plasată printre factorii fundamentali.

Pentru ca o carieră să evolueze este necesar să planificăm, să dezvoltăm diferite direcții de carieră, să evaluăm și să promovăm, să ne sfătuim cu și să fim încurajați de către superiori. Prin organizarea muncii înțelegem un plan de acțiune bine gândit și găsirea unor modalități de a evita neajunsurile și greșelile.

Activitățile planificate ale unei persoane în organizarea și dezvoltarea unei cariere, precum și legate de posibilitățile de avansare cuprind mai multe etape, după cum urmează:

- Autoevaluare

Primul și cel mai dificil pas pentru fiecare angajat este propria cunoaștere a abilităților, cunoștințelor și intereselor.

- Obiective personale și profesionale

Este important să stabilim obiective realiste și realizabile, deoarece în absența oportunităților și a motivației de a atinge anumite obiective, se ajunge la dezamăgire și pierderea încrederii în sine.

- Impactul mediului asupra obiectivelor noastre

Strategia necesită luarea în considerare a punctelor forte și a punctelor slabe și a impactului pe care mediul îl poate avea asupra obiectivelor noastre. Influența mediului se referă la amenințările sau oportunitățile pe care le întâmpinăm la un moment dat.

- Alegerea strategică

În această etapă, valorile și interesele personale sunt cele mai importante. Angajatul trebuie să aibă întotdeauna posibilitatea de a alege alternative adecvate, fie pentru nevoile organizației, fie pentru nevoile asociaților (Berkic J, 1990, 45).

1.1.4 Teoriile motivației

În urmă cu mai bine de treizeci de ani, Frederick Herzberg a analizat răspunsurile a sute de ingineri și contabili pentru a ajunge la o concluzie greu de crezut: factori de naturi diferite au influențat satisfacția și, respectiv, insatisfacția la locul de muncă. Nemulțumirea este legată în genere de factorii ce privesc politica unei companii, condițiile la locul de muncă, relațiile cu colegii, siguranța mediului de lucru, precum și salariul. Pe de altă parte, pentru ca un angajat să fie fericit la locul unde își desfășoară activitatea, are nevoie de împlinirea unor condiții mai subtile, de factură individualizată: responsabilitate, oportunitate de avansare și dezvoltare personală (Rahimić, Z., 2010, 62).

Potrivit lui Frederick Herzberg, dacă îmbunătățim condițiile care creează îndeobște insatisfacție printre angajați, acest fapt nu va garanta ridicarea nivelului lor de mulțumire. Nici invers nu va funcționa: dacă factorii care oferă oamenilor satisfacție sunt diminuați în intensitate, aceștia nu vor deveni automat nemulțumiți. De aici și ideea de a denumi această teorie bifactorială.

Mc. Clelland a încercat să explice modul în care nevoia de realizare, putere și apartenență afectează acțiunile oamenilor în contextul afacerii. Mc Clelland spune că cele trei motivații sunt deprinse de-a lungul vieții, acesta fiind și motivul pentru care respectiva teorie este uneori numită „Teoria nevoilor învățate” (Certo, S. C., 2008, 388).

Teoria lui Mc. Clelland ia în considerare ceea ce își dorește un individ și nu doar nevoia de a supraviețui.

Modelul cognitiv de așteptare al lui Vroom se bazează pe o alegere conștientă a comportamentului, în care indivizii sunt ghidați de așteptările cu privire la rezultat și la capacitatea de a-și atinge obiectivele. Această teorie vizează găsirea de răspunsuri cu privire la motivul pentru care un individ în anumite situații acceptă unele opțiuni alternative și le respinge pe altele (Buble M., 2006, 345).

1.2. Satisfacția într-o organizație

Resursele umane reprezintă o cheltuială semnificativă într-o organizație, dar fără resurse umane nici o companie mare nu își poate atinge obiectivele. Unul dintre cele mai importante elemente ale unei organizații, ar trebui să fie satisfacția angajatului față de cariera sa și progresul său la locul de muncă.

Există multe definiții ale satisfacției angajaților la locul de muncă, dintre care am selectat câteva dintre cele mai semnificative:

- Satisfacția se referă la împlinirea pe care o simțim după satisfacerea unei dorințe (Brnad, A., Stilin, A., Tomljenović, Lj. , 2016 ,109-122).
- Satisfacția la locul de muncă poate fi definită ca atitudinea mentală a unui individ în raport cu mediul de lucru, dar și în raport cu familia, sănătatea și dragostea, care este menținută indirect în munca individului (Marušić S., 2006, 255).
- Satisfacția la locul de muncă este un set de sentimente pozitive sau negative pe care angajații le cultivă față de locul lor de muncă (Đokić, T., Pepur, M. i Arnerić, J., 2015, 49-79). „Satisfacția la locul de muncă este definită atât prin atitudinea generală față de muncă, cât și prin caracteristicile specifice și condițiile de muncă, iar legătura dintre acești factori specifici indică faptul că există un „factor general” care stă la baza satisfacției la locul de muncă, a cărui aplicare poate explica mai bine diferitele condiții care fac angajatul mai mulțumit de locul de muncă.” (Jovičić, 2010, 44).

1.2.1. Relația interpersonală și loialitatea

Putem defini loialitatea angajaților în sine ca un angajament față de organizația însăși. Există mai multe caracteristici ale loialității care determină angajatul să fie loial sau atașat unei organizații. Loialitatea angajatului depinde de relația sa cu alți angajați la locul de muncă. Dacă relațiile interumane sunt bune, acest lucru va afecta semnificativ gradul de fidelitate a angajaților față de organizație.

De ce se pune accentul pe relațiile interumane? Explicația este că fiecare angajat se străduiește să obțină un spațiu de lucru confortabil și o comunicare pozitivă, pentru că atunci se simte mai capabil și mai interesat să lucreze. De asemenea, bonusurile financiare au un impact mare asupra loialității angajatului, fără a fi însă cruciale.

Pentru ca organizația să aibă în primul rând un angajat sănătos și apoi unul loial și creativ este foarte important ca supervisorul să se străduiască pentru a se asigura că relațiile interumane la locul de muncă sunt la un nivel de înviat. O bună comunicare în afaceri, precum și un mediu de lucru plăcut, sunt de o mare importanță. Putem concluziona că loialitatea și relațiile interumane la locul de muncă sunt interconectate și se influențează reciproc.

1.2.2. Condiții de muncă și satisfacție la locul de muncă

Satisfacția la locul de muncă este un termen complex care este dificil de definit, deci există o serie de definiții care ne-ar desluși semnificația. Una dintre acestea este: „Satisfacția la locul de muncă este un set de emoții pozitive și negative pe care angajații le au față de locul lor de muncă” (Davis, Newstrom, 1989, 176).

O altă definiție a satisfacției este următoarea: „Satisfacția la locul de muncă este atitudinea pe care o au angajații atunci când nevoile și interesele lor sunt îndeplinite, când

condițiile și recompensele de muncă sunt corecte și când au o relație bună cu colegii lor” (Daft, Marcic, 2001, 358).

În ceea ce privește satisfacția în sine, există o serie de factori de care depinde procentul de satisfacție a angajaților într-o organizație.

Acești factori pot fi împărțiți în două mari grupuri:

1. Determinanți organizaționali ai satisfacției la locul de muncă (aici vorbim despre sistemul de recompense, stimulente de muncă și sociale, condiții de muncă plăcute, percepția calității controlului).
2. Determinanți personali ai satisfacției la locul de muncă (aici vorbim despre stima de sine și modul în care angajatul face față stresului, stării și experienței de muncă, satisfacției generale în viață).

2. Metodologie

2.1. Designul metodologic ales și argumentele aferente

Având în vedere natura subiectului de cercetare, accentul a fost pus pe abordarea calitativă a cercetării. Interviu semistrukturat, ne-a permis să explorăm subiectul mai detaliat și direct de la angajați, să obținem o mulțime de date exacte și relevante.

Mulți autori susțin că în ultimul timp tot mai multe științe sociale sunt direcționate către proceduri de cercetare calitativă, astfel încât metodologia cercetării în sine se îmbunătățește (Savićević, 2011, 181-182).

Pentru această lucrare, am ales interviul semistrukturat ca instrument de cercetare. Interviu este o metodă de cercetare calitativă și universală în științele sociale.

Odată colectate datele, cercetătorul le interpretează într-un mod subiectiv, deci trebuie să fie bine informat și pregătit pentru subiectul de studiu ales, pentru a reduce gradul de subiectivitate care aparține domeniului interpretării datelor.

2.2. Scopul și obiectivele cercetării

Subiectul cercetării este examinarea satisfacției la locul de muncă și a motivației angajaților. Un factor important care afectează munca productivă a angajaților și comportamentul lor în organizație este gradul lor de satisfacție.

Obiectivul general al cercetării este: identificarea factorilor motivatori în funcție de poziția în organizație, salariul și condițiile muncă.

Obiective specifice ale cercetării sunt:

- Primul obiectiv a fost identificarea și colectarea anumitor informații despre organizație, a profilului companiei, date privind numărul de angajați și numărul de experți în resurse umane;
- Un al doilea obiectiv a fost identificarea și explicarea detaliată a metodelor de a satisface nevoile angajaților;

- Un al treilea obiectiv a fost distingerea atitudinilor angajaților cu privire la motivația și satisfacția la locul de muncă;
- Un al patrulea obiectiv a fost identificarea principalilor factori motivaționali din punctul de vedere al angajaților;
- Un al cincilea obiectiv a fost determinarea și identificarea soluțiilor în ceea ce privește motivația și satisfacția la locul de muncă.

2.3. Definirea conceptelor

Conceptele studiate și abordate în aceasta lucrare sunt: motivația și satisfacția în muncă, cultura organizațională, resurse umane.

Deoarece motivația și satisfacția sunt adesea interconectate și chiar echivalente, este necesar să separăm conceptele. Motivația se referă la voința și efortul de a satisface dorințele sau obiectivele, iar satisfacția se referă la împlinirea pe care o simțim ca urmare a satisfacerii unei dorințe. Motivația implică proiecția unui rezultat, în timp ce satisfacția este o consecință a acestui rezultat (Wehrich, Koontz, 1998).

Cultura este un sistem relativ permanent și specific de forme de comportament, valori și credințe acceptate, norme și obiceiuri care determină comportamentul organizațional, dirijând toate activitățile membrilor unei organizații. Ea exprimă comportamentul specific și stilul de viață al organizației și al grupurilor din cadrul acesteia. În general, cultura organizațională reprezintă personalitatea sau caracterul organizației (Robbins, S. P., 1996, 254).

Resursele umane sunt cea mai importantă resursă a organizației, deoarece influențează în mod crucial atingerea obiectivelor stabilite și succesul în muncă. Acestea includ nu numai angajați, ci toate cunoștințele și abilitățile lor, experiențele, calificările, motivația și alte potențiale referitoare la energia intelectuală, mentală, fizică și socială totală, care pot fi dezvoltate și utilizate pentru atingerea obiectivelor organizației (Pržulj, 2011, 12).

2.4. Elaborarea sau adaptarea instrumentului de cercetare

Am ales interviul semistrukturat ca instrument de cercetare, deoarece cred că modul de colectare a datelor este mult mai precis și mai credibil. Pentru a desfășura interviul în cel mai simplu și corect mod posibil, am definit clar obiectivele și întrebările.

Metoda interviului este o metodă de colectare a datelor prin conversații între două sau mai multe persoane, în care o parte este responsabilă cu a pune întrebările și de a conduce interviul în sine, iar cealaltă parte oferă informații legate de întrebările adresate. Deși, este similar în caracteristicile sale cu o conversație, un interviu este o formă mai complexă datorită faptului că este planificat în avans și are loc cu un anumit scop. În timpul

interviului, cele două părți implicate nu sunt egale, căci partea care pune întrebările are un rol mai hotărâtor în desfășurarea interviului, determinând oarecum structura răspunsurilor.

Întrebările deschise nu se pretează a fi adresate în cadrul sondajelor. Acestea dau rezultate mai bune în timpul interviurilor aprofundate, deoarece examinatorul încurajează respondentul să își elaboreze răspunsurile și să explice în continuare, ceea ce nu este posibil în cadrul sondajelor (Šundalić A., Pavić Ž., 191).

În vederea elaborării și aplicării acestui tip de interviu, am construit un ghid de interviu care cuprinde obiectivele urmărite cu un grad relativ ridicat de flexibilitate în compunerea întrebărilor.

2.5. Alegerea populației studiate/surselor de date și motivarea acestei alegeri

Populația aleasă pentru a fi interviuată este compusă din:

1. M.K. (Director)
2. D.G. (HR manager)
3. G.N. (Manager de vânzări)
4. Lj.K. (Manager contabil și financiar)
5. I. A. (Șef de catering)
6. N.M. (Tehnician fizioterapeut)
7. M.S. (Kinoterapeut)
8. D.G. (Bucatar Șef)
9. A.F. (Chelner)
10. D.P. (Chelner)

2.6. Metoda de eșantionare utilizată și procedeele de selecție aplicate

Aplicarea interviului a avut loc în cadrul organizației turistice, care oferă numeroase servicii: de la închirierea săliilor de conferințe și seminarii, la servicii de restaurant și hotel de lux, precum și activități în aer liber, cum ar fi excursii cu barca sau alte mijloace de transport, activități și antrenamente sportive.

În ceea ce privește metoda de eșantionare, interviurile au fost realizate în funcție de poziția ierarhică din organizație: directorul acesteia, managerii din compartimentul de contabilitate și finanțe, managerul de vânzări, specialistul în ocuparea forței de muncă, apoi angajații cu rang inferior.

2.7. Modalitatea de culegere a datelor și argumentarea alegerii acesteia

Interviurile au fost efectuate personal sau telefonic și au fost înregistrate, traduse (având în vedere că cei intervieuați sunt vorbitori de limbă sârbă) și transcrise la sfârșitul interviului.

2.8. Perioada, locațiile și cadrul în care au fost culese datele

Perioada în care au fost culese datele a început în data de 27.05.2021 și s-a încheiat la data de 07.06.2021. Aceste date au fost culese prin înregistrare, în cadrul unor companii din Kladova, Serbia. Numele instituției vizate este “Aqua Star”, reprezentând o organizație hotelieră și turistică care există din anul 2008 și se angajează să ofere diverse tipuri de servicii.

Interviurile au fost efectuate personal în rândurile personalului organizației și prin apeluri telefonice.

2.9. Limitele cercetării de teren și dificultăți întâlnite

Când vorbim despre dificultățile care au fost prezente în timpul realizării acestor interviuri, pot spune că au fost câteva pe care cu siguranță am reușit să le depășesc. Una dintre ele a fost, fără îndoială, situația actuală a pandemiei, din cauză căreia nu toate interviurile au fost realizate față în față.

Având în vedere că vorbim despre o organizație turistică, a fost foarte dificil să obținem aprobarea directorului pentru desfășurarea acestui tip de activitate, datorită faptului că intrarea în instituție necesita un test de pcr negativ.

Motivul pentru care am fost hotărâtă să conduc interviul personal cu angajații și nu online este faptul că în prezent în organizația lor este sezonul în care au loc multe seminarii și activități atât în interior, cât și în exteriorul locației. Volumul de muncă crește și există desigur probabilitatea ca un număr mare de angajații să nu poată alocă timpul necesar pentru acest tip de cooperare.

3. Rezultate

3.1. Rezultatele obținute din partea directorului și a angajaților în funcții de conducere ale organizației turistice “Aqua Star”

Persoanele intervievate și funcțiile acestora sunt prezentate după cum urmează:

1. M.K. (Director)
2. D.G. (HR manager)
3. G.N. (Manager de vânzări)
4. Lj.K. (Manager contabil și financiar)
5. I. A. (Șef de catering)

3.1.1. Informații legate de organizație

Primele întrebări ale acestui interviu au avut scopul de a acumula informațiile necesare despre organizație, iar intervievați au fost angajații care au funcții superioare.

Prima întrebare adresată superiorilor era despre profilul organizației. Răspunsurile pe care le-am primit s-au rezumat cu siguranță la concluzia că este vorba de o organizație de turism hotelier cu diferite tipuri de servicii hoteliere. Aici sunt incluse servicii de cazare, servire în restaurant, săli speciale pentru seminari și ceremonii, precum și servicii în afara organizației, de pildă croazieră pe Dunăre cu barca.

La a doua întrebare: 2. De cât timp există organizația?, toți respondenții au răspuns că organizația a existat încă din 2008, mai exact de 13 ani.

Privind numărul de angajați în organizație răspunsurile au fost diferite. Răspunsul s-a rezumat cumva la afirmația că în sezon sunt până la 50, 50 și ceva de muncitori. Numărul de angajați variază dat fiind faptul că unele locuri de muncă oferite sunt pentru sezonieri. La întrebarea, legată de nivelul studiilor superioare, M.K. (Director) și G.N. (Manager de vânzări) au răspuns că nu dețin astfel de informații. În timp ce Lj.K. (Managerul financiar și contabil) susține că au aproximativ 30 de lucrători cu studii superioare/universitare.

3.1.2. Motivația și satisfacția la locul de muncă din punctul de vedere al superiorilor

Prima întrebare privind motivația și satisfacția angajaților la locul de muncă a fost:

1. „Dvs, ați recomanda organizația pentru care lucrați cuiva care caută un loc de muncă?”

G.N. (Manager de vânzări) și I.A. (Șef de catering) au răspuns scurt da, în timp ce Lj.K. (Manager de contabilitate și finanțe) a mai adăugat că slujba este provocatoare și că se poate învăța mereu ceva nou.

Referitor la întrebarea dacă există posibilitatea de a avansa la locul de muncă. I.A. (Șef de catering) și G.N. (Manager de vânzări) au răspuns afirmativ, în timp ce Lj.K. (Managerul de contabilitate și finanțe) a contestat această posibilitate de promovare la locul de muncă.

În privința condițiilor la locul de muncă, modului în care lucrează, orelor pe zi, majoritatea a răspuns că lucrează opt ore pe zi, fără schimburi, cinci zile pe săptămână având libere două zile nelucrătoare. Reacțiile au fost pozitive și la condițiile de la locul de muncă.

La cât de mulțumiți sunt de locul de muncă și de veniturile lunare, toți respondenții au răspuns că sunt în mare parte mulțumiți.

Următoarea întrebare a fost: 5. „Aveți anumiți motivatori și dacă da, puteți enumera câțiva dintre ei.” Lj.K. (Managerul contabil și financiar) a răspuns că nu are anumiți factori motivatori, dar totuși condițiile bune de muncă o motivează, ca și relația cu echipa de lucru. G.N. (Manager de vânzări) susține că motivația este un lucru individual, cineva este motivat de progres, altcineva de salariu. În orice caz, ea este motivată pentru că are o meserie provocatoare. Pentru I.A. (Șef de catering) singurul motivator actual este salariu lunar.

În ceea ce privește relația cu angajații (întrebarea 6), G.N. (Manager de vânzări) a declarat că, este foarte mulțumită de angajații centrului Spa, întrucât este manager parțial și acolo. Apoi a adăugat că încearcă să fie cât mai corectă posibil. Pe de altă parte, Lj.K. (Managerul contabil și financiar) a spus că relația cu angajații este uneori prietenoasă, dar cu siguranță o relație de afaceri foarte corectă care îi stimulează motivația la locul de muncă. Răspunsul șefului de catering a fost similar cu răspunsul managerului departamentului contabil și financiar.

Raportându-ne la importanța autorităților ca angajații lor să fie motivați și satisfăcuți la locul de muncă și la modalitățile prin care încearcă să mențină acest nivel, am remarcat că răspunsurile conduc în același punct. Cel pe care l-am evidențiat a venit din partea șefului de catering, și anume: „Este necesar ca angajații să fie motivați și satisfăcuți: eu îi motivez cu atitudinea mea prietenoasă și cu energia pozitivă, cel mai mult.”

Prin urmare am constatat, că se evită posibilitatea ca angajați să se găsească în anumite situații dificile iar cei ierarhic superiori să nu fie priviți strict ca o autoritate, ci mai degrabă ca parteneri de afaceri aflați acolo pentru a-i ajuta și a-i consilia. (Lj.K) G.N. a declarat că acest lucru este realizat de angajații care se află în poziție ierarhică superioară locului ei de muncă. În timp ce I.A. (Șef de catering) a declarat că nu există modalități speciale de a-și motiva angajații, dar cu siguranță reușește cu un cuvânt frumos și o relație de afaceri plăcută.

Privitor la schimbările care ar afecta în mod semnificativ motivația și satisfacția angajaților în acest loc de muncă, răspunsurile au fost după cum urmează:

G.N. (Manager de vânzări) a spus că fiecare organizație are provocările sale. În prezent, în Kladovo, cea mai mare provocare este de a găsi muncitori cu o educație adecvată. Deci, dacă ar fi posibil, ea ar dori să aibă un personal mai instruit pentru acest sector cu care se ocupă. Răspunsul lui Lj.K. (Managerul contabil și financiar) a avut un conținut similar, cu excepția faptului că a adăugat că există posibilitatea ca unii oameni fără experiență profesională să fie de altfel educați și să dețină tot felul de cunoștințe.

Cu toate acestea, I.A. (Șef de catering) susține că recompensarea monetară ar motiva cu siguranță pe toată lumea să muncească mai eficient la locul lor de muncă. Specifică faptul că în cazul în care cultura organizațională s-ar îmbunătăți, un număr mare de angajați ar fi mai mulțumiți.

Luând în considerare bonusurile pentru ore suplimentare, toți respondenții au afirmat că primesc asemenea stimulente.

I. A. declară cu privire la dreptul la concediu anual și durata acestuia că au dreptul la 20 de zile pe an, majoritatea vor fi 10 zile iarna, 10 zile vara. În principal nu vor fi la mijlocul sau începutul verii, ci puțin mai târziu, când nu este plin sezon. Totodată, Lj. K. și G.N. subliniază că au drepturi, în măsura în care prevede legea, la 20 de zile lucrătoare pe an.

La întrebarea legată de instruiți în afara instituției, Lj. K. și I. A. au replicat că nu au traininguri în afara organizației, în timp ce răspunsul lui G.N. a fost următorul: anumite instruiți în afara organizației au loc ocazional, în funcție de timpul pe care îl au la dispoziție.

Ultima întrebare care a fost adresată superiorilor acestei organizații a fost în legătură cu faptul dacă sunt motivați de situații care necesită o responsabilitate mai mare, la care am primit un acord total de la toți respondenții.

3.1.3. Răspunsuri selectate primite de la managerul de resurse umane

Întrebările care s-au concentrat pe interviul cu managerul de resurse umane au fost aceleași ca și pentru ceilalți superiori, dar răspunsurile au fost mult mai precise și detaliate.

Primele patru întrebări au fost strict legate de organizație. La întrebarea de cât timp există organizația și câți angajați are în acest moment, D.G. a relatat că organizația există de 13 ani și că numărul de angajați variază, deoarece este un loc de muncă sezonier, astfel încât numărul actual de angajați este cuprins între 40 și 50.

Două întrebări și răspunsuri pe care aș dori să le evidențiez datorită mai multor informații obținute sunt următoarele: prima era despre profilul organizației, al cărei răspuns a fost că aceasta este o organizație hotelieră și turistică, în sensul că există un hotel de 4 stele, precum și o barcă. În cadrul hotelului, în ceea ce privește sectorul de catering, există două restaurante și o cafenea, și un centru spa. De asemenea, este posibil să se practice turism de tip conferențiar la hotel, prin organizarea unor conferințe și seminarii, pentru care au două săli cu echipament adecvat, iar la hotel, pot fi organizate evenimente și sărbători în sala de banchete.

Pornind de la educația angajaților din această organizație, am ajuns la un rezultat exprimat procentual: din care doar 40% dintre angajați au o diplomă universitară sau un colegiu în domeniul turismului și economiei.

Aș desprinde din secțiunea de întrebări câteva legate de motivația și satisfacția la locul de muncă: La factorii motivatori, răspunsul D.G. a fost că motivația poate fi găsită pe mai multe planuri. Unul dintre motivatori este cu siguranță echipa de lucru și oaspeții. Din punctul de vedere al relației cu angajații și a stimulării motivației la locul de muncă, respondenții au spus că există comunicare și cooperare între angajați, că există diverse moduri prin care sunt motivați angajații: comunicare bună, ajutor în muncă, îndrumare, instruire sau chiar compensații sub formă de bani și bonusuri (D.G -HR Manager).

Conform întrebării dacă contează pentru dumneaei că angajații sunt satisfăcuți și motivați și care sunt modalitățile prin care încearcă să mențină relația respectivă, D.G. susține că în această slujbă este foarte important ca angajații să fie mulțumiți, pentru că aceasta le afectează munca și că se străduiește să fie mereu acolo pentru ei, astfel încât să-

și poată exprima sugestiile și formula eventualele probleme pentru ca totul să fie rezolvat la timp spre a nu afecta negativ afacerea pe viitor.

D.G. a afirmat la întrebarea privind schimbările la locul de muncă care ar afecta în mod semnificativ motivația și satisfacția în acest loc de muncă că este de mare importanță să se introducă inovații și să se îmbunătățească nivelul cunoștințelor și al calității muncii. Așadar, ea ar instrui cât mai mulți tineri, chiar dacă aceștia nu ar avea atât de multă experiență de lucru, cu condiția să fie pricepuți în munca lor și pasionați de ceea ce fac.

Aducând în discuție bonusurile pentru orele suplimentare, privitor la poziția ei nu există multe oportunități în acest sens, dar susține că încearcă să-și motiveze angajații prin bonusuri acordate în echipa ei.

Instruirile în afara organizației și trainingurile există și se străduiesc să le urmeze, având în vedere că sezonierii constată uneori că nu au ocazia să facă acest lucru. Organizația lucrează pentru a introduce cât mai multă pregătire în folosul angajaților.

Ultima întrebare pe care am evidențiat-o din această secțiune a fost legată de faptul dacă persoana interviuata se simte motivată de situații care necesită o responsabilitate mai mare. D.G. considera că, deși o încărcătură mai mare de responsabilitate reprezintă fără îndoială o provocare, îi oferă în același timp un grad înalt de motivație. Așa că mereu se află în fața unor provocări inedite la locul de muncă.

3.2. Rezultatele obținute de angajații subalterni ai organizației turistice "Aqua Star"

Persoanele interviuate și funcțiile acestora sunt prezentate după cum urmează:

1. N.M. (Tehnician fizioterapeut)
2. M.S. (Kinoterapeut)
3. D.G. (Bucatar Șef)
4. A.F. (Chelner)
5. D.P. (Chelner)

3.2.1. Motivația și satisfacția la locul de muncă din punctul de vedere al subalternilor

Din punctul de vedere al recomandării societății unde aceștia lucrează, majoritatea respondenților au afirmat că „recomandă organizația pentru care lucrează tuturor care caută un loc de muncă”.

Referitor la natura condițiilor la locul de munca, modul în care lucrează, câte ore pe zi (întrebarea 2), majoritatea angajaților mi-au dat răspunsul că lucrează în schimburi de 8 până la 10 ore iar condițiile de muncă oferite sunt excelente. A. F. (Chelner) a mai spus că sunt plătiți dacă rămân o oră în plus după programul lor de lucru, în timp ce D.P. (Chelner) a spus că condițiile sunt sigure, dar cu siguranță ar putea fi chiar mai bune. Singurul răspuns

diferit a fost răspunsul lui N.M. (Tehnician fizioterapeut) care a afirmat că lucrează 6-7 ore pe zi în schimburi, cu o zi liberă pe săptămână.

La întrebarea legată de avansare la locul de muncă, răspunsurile tuturor respondenților au fost afirmative.

În privința faptului cât de mulțumiți sunt de locul lor de muncă și de veniturile lunare, A. F. (Chelner) și D.G. (Bucatar Șef) au declarat că sunt foarte mulțumiți de veniturile lor lunare. În timp ce M.S. (Kinoterapeut), N.M. (Tehnician fizioterapeut) și D.P. (Chelner) au declarat că sunt mulțumiți într-o anumită măsură, dar că există spațiu pentru ca veniturile lor lunare să se îmbunătățească și să fie mult mai mari.

Incluzând motivatorii pe care îi au la locul de muncă, răspunsurile au variat. Oamenii s-au declarat în mare parte auto-motivați, până la faptul că unul dintre motivatori sunt clienții care sunt mulțumiți de serviciile lor. De asemenea, A.F. a mărturisit că este motivat în mare parte de cultura organizațională și de munca în colectiv.

Ajungând la întrebarea ce fel de relație au cu superiorul lor și dacă le afectează acest aspect motivația, am reușit să constat că toți cei intervievați au răspuns că au o relație corectă cu superiorul lor, care le afectează motivația uneori pozitiv, alteori negativ. De asemenea, am primit un răspuns pozitiv de la toți respondenții la întrebarea 7. „Este important să aveți o relație bună cu autoritățile și colegii pentru a fi mai mulțumiți la locul de muncă?”

Răspunsul lui A.F. (Chelner) și N.M. (Tehnician fizioterapeut) la întrebarea „Ce ați schimba la locul de muncă care ar afecta în mod semnificativ motivația și satisfacția dvs. în acest loc de muncă?” a fost că nu ar schimba absolut nimic în acest moment. În timp ce răspunsurile celorlalți respondenți au fost oarecum diferite: M.S. (Kinoterapeut) ar introduce un cocktail bar care ar contribui la atmosferă, în timp ce D.G. bucătarul-șef ar crește numărul de angajați în bucătărie pentru a-și reduce volumul de muncă în timpul orelor de lucru. Răspunsul care s-a remarcat a fost de D.P. (Chelner) care ar dori condiții de muncă îmbunătățite, astfel încât serviciul în sine să fie mult mai bun.

La întrebarea: „Aveți dreptul să vă folosiți concediile în mod regulat și pentru cât timp?”, răspunsurile au fost că toți angajații își folosesc concediile conform legii atât timp cât pot, ceea ce înseamnă 4 săptămâni pe an pentru majoritatea angajaților, în timp ce doar D.G. bucătarul-șef are dreptul la 3 săptămâni pe an.

Referindu-ne la uniforme și echipamente de protecție pentru muncă și la cât de important este acest aspect a adus replici destul de similare din partea tuturor, ei afirmând că organizația le furnizează tot ce au nevoie la locul de muncă și că acest fapt este de o mare importanță pentru ei.

La aspectul cu bonusurile, majoritatea respondenților au declarat pe scurt că primesc bonusuri pentru orele suplimentare. Totuși M.S. (Kinoterapeut) a susținut că nu primește asemenea stimulente.

Ca urmare a ultimei întrebări adresate subalternilor cu privire la instruire în afara organizației am obținut de la toți cei intervievați răspunsul că nu beneficiază de astfel de sesiuni de pregătire și nici nu consideră că ar fi necesar.

Concluzii

Pe baza rezultatelor, putem constata că există o diferență în răspunsurile date de superiori și, respectiv, subalterni. Superiorii sunt mai mulțumiți de locul lor de muncă și de veniturile lunare, în timp ce subalternii lor au declarat că deși sunt parțial mulțumiți, există întotdeauna loc de îmbunătățire. De asemenea, în ceea ce privește motivația însăși, putem spune că a subalternii sunt în mare măsură auto-motivați, în timp ce superiorii au declarat că găsesc motivația în diferite sfere ale muncii, cum ar fi sarcinile de lucru, succesele și echipa de lucru.

Pe baza examinării și analizei rezultatelor, putem concluziona că angajații din această organizație nu percep salariul și compensațiile monetare drept principalul lor motivator. Principalul motivator îl constituie echipa de lucru, relația cu colegii și superiorii, precum și feedback-ul primit de la clienți, care are o importanță majoră.

De asemenea putem concluziona că subalternii echivalează satisfacția la locul de muncă cu motivația provenită direct de la supervisorul lor. Ceea ce ne duce la concluzia că personalul de resurse umane este în mare măsură responsabil pentru o bună desfășurare a sarcinilor de lucru ale angajaților săi, precum și pentru influențarea considerabilă asupra motivației și a satisfacției lor la locul de muncă în organizație.

Ca urmare a cercetării amănunțite a rezultatelor, una dintre propunerile de îmbunătățire ar fi cu siguranță angajarea persoanelor cu un nivel superior de educație și acordarea unei atenții mai mari monitorizării inovațiilor.

Bibliografie selectivă:

- Bahtijarević–Šiber F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb.
- Bakotić, D. (2009). Međuvodnost zadovoljstva na radu radnika, znanja i organizacijskih performansi, Split.
- Berkic J., (1990) Razvoj i promocija kadrova, Zagreb.
- Brnad, A., Stilin, A., Tomljenović, Lj. (2016): Istraživanje motivacije i zadovoljstva zaposlenika u Republici Hrvatskoj.
- Buble, M. (2006). Osnove menadžmenta, Zagreb.
- Certo, S. C. (2008). Moderni menadžment. Zagreb.
- Davis, K., Newstrom, J. W. (1989). Human Behavior at Work. McGraw-Hill.
- Đokić, T., Pepur, M. i Arnerić, J.(2015) , Utjecaj zadovoljstva zaposlenika na zadovoljstvo korisnika na tržištu financijskih usluga.

- Jovičić M. , (2010), Kako ostvariti zadovoljstvo poslom, Beograd.
- Levy, E.P, (2003)Industrial/Organizational Psychology, Boston.
- Marušić S. (2006.): Upravljanje ljudskim potencijalima, Zagreb.
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B. i Wright, P. (2005) Menadzment ljudskih potencijala. III izdanje, Zagreb.
- Pržulj Ž. , (2011), Menadzment ljudskih resursa, Novi Sad.
- Rahimić, Z., (2010.), Menadžment ljudskih resursa, Sarajevo.
- Robbins, S. P., (1996) Bitni elementi organizacijskog ponašanja, Zagreb.
- Savićević, D. (2011). Uvod u metodologiju andragogije, Vršac.
- Šundalić A. i Pavić Ž. (2013). Uvod u metodologiju društvenih znanosti, Osijek.
- Wehrich, H., Koontz, H. (1998) Menedžment, 10. izd., Zagreb.

Sources of human resources recruitment in companies. Comparative study between the recruitment process and selection in the Inditex companies from Timișoara

Iemima–Rebeca MUREȘAN¹

Abstract

The theme of the paper is entitled "Sources of recruitment of human resources in companies. Comparative study between the recruitment and selection process in Inditex companies from Timisoara."

The presented paper aims to follow the practices and sources of recruitment and selection used in two multinational companies in Timisoara. Also, the companies that I set out to study from this point of view, are part of the category of sales of clothing and footwear. It follows how company managers apply these practices in each organization. The reason for choosing this topic is my desire as a future specialist and employee in the field of human resources to find out as much information as possible in this field. I also consider the rules and principles by which very important organizations operate and want to identify both the similarities and differences between the practices of the recruitment and selection process in these companies.

Cuvinte cheie: recruitment, selection, organizational analysis, human resources.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

Surse de recrutare a resurselor umane în companii. Studiu comparativ între procesul de recrutare și selecție în companiile Inditex din Timișoara

Iemima–Rebeca MUREȘAN¹

Abstract

Tema lucrării este intitulată „Surse de recrutare a resurselor umane în companii. Studiu comparativ între procesul de recrutare și selecție în companiile Inditex din Timișoara”.

Lucrarea prezentată își propune să urmărească practicile și sursele de recrutare și selecție utilizate în două companii multinaționale din Timișoara. De asemenea, firmele pe care mi-am propus să le studiez din acest punct de vedere, fac parte din categoria vânzărilor de îmbrăcăminte și încălțăminte. Acesta urmărește modul în care managerii companiei aplică aceste practici în fiecare organizație. Motivul alegerii acestei teme este dorința mea ca viitor specialist și angajat în domeniul resurselor umane de a afla cât mai multe informații în acest domeniu. De asemenea, am în vedere regulile și principiile după care funcționează organizațiile foarte importante și doresc să identific atât asemănările, cât și diferențele dintre practicile procesului de recrutare și selecție din aceste companii.

Cuvinte cheie: recrutare, selecție, analiza organizațională, resurse umane.

Introducere

Tema lucrării se intitulează „Surse de recrutare și selecție a resurselor umane în companii. Studiu comparativ între procesul de recrutare și selecție în companiile Inditex din Timișoara.”

Lucrarea prezentată își propune să urmărească practicile și sursele de recrutare și selecție utilizate în două companii multinaționale din Timișoara care fac parte din grupul spaniol Inditex din categoria de vânzări produse de îmbrăcăminte și încălțăminte. Voi urmări cum sunt implementate practicile de recrutare și selecție în ambele organizații. Motivul pentru care am ales aceasta temă este faptul că sunt pasionată de procesul de recrutare și selecție și din aspirația mea de viitoare specialistă și angajată în domeniul de resurse umane.

¹ West University of Timisoara, Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timisoara, Timis, Romania

De altfel, consider ca modul după cum funcționează organizațiile precum și principiile după care se ghidează sunt esențiale, îmi doresc să identific atât asemănările, cât și deosebirile dintre practicile procesului de recrutare și selecție în aceste companii.

1. Cadrul conceptual și teoretic

1.1. Noțiuni elementare cu privire la resurse umane

1.1.1. Cu ce se ocupă resursele umane?

Resursele umane reprezintă departamentul unei organizații care are sarcina de a găsi, selecta, recruta și instrui solicitanții de locuri de muncă, precum și de a administra programe de beneficii pentru angajați. HR joacă un rol cheie în a ajuta companiile să facă față unui mediu de afaceri în schimbare rapidă și a unei cereri mai mari de angajați de calitate în secolul XXI.

Prezența unui departament de resurse umane este o componentă esențială a oricărei afaceri, indiferent de mărimea organizației. Un departament de resurse umane are sarcina de a maximiza productivitatea angajaților și de a proteja compania de orice probleme care pot apărea în cadrul forței de muncă. Responsabilitățile resurselor umane includ compensarea și beneficiile, recrutarea, concedierea și actualizarea legilor care ar putea afecta compania și angajații săi.

„Resursele umane reprezintă cea mai importantă resursă a unei instituții, indiferent de domeniul său de activitate, deoarece fără prezența efectivă a oamenilor, care știu ce, când și cum trebuie făcut, este imposibil ca organizația să își atingă obiectivele.” (Blajin & Roșcov, Chișinău, 2015, 79).

Un departament de resurse umane care adoptă strategii de resurse umane joacă de obicei un rol mai activ în îmbunătățirea forței de muncă a unei organizații. Scopul resurselor umane este de a folosi oamenii unei companii cel mai eficient. Aceștia pot recomanda procese, abordări și soluții de afaceri în management.

„Conducerea resurselor umane stabilește obiective pentru departamentul de resurse umane și, mai important, participă la procesul de luare a deciziilor pentru determinarea direcției strategice generale a companiei. În organizațiile foarte structurate, resursele umane au în general contribuții la toate deciziile de afaceri, deoarece resursele umane sunt printre cele mai valoroase resurse pe care le are o organizație.” (Ruth Mayhew, 2019).

Recrutarea este procesul de atragere a potențialilor candidați și motivarea acestora pentru a aplica pentru locuri de muncă sau selectarea candidaților calificați și corecți din grupul de candidați și numirea lor pentru locuri de muncă corecte. Aici gândirea strategică și luarea deciziilor pot ajuta la găsirea potențialilor candidați. Resursele umane

sunt una dintre resursele rare și devine o provocare să găsești candidatul potrivit pentru locul de muncă potrivit în organizații.

1.1.2. Despre organizații

„Organizația se referă la o colecție de oameni, care sunt implicați în urmărirea obiectivelor definite. Poate fi înțeles ca un sistem social care cuprinde toate relațiile umane formale. Organizația cuprinde împărțirea muncii între angajați și alinierea sarcinilor la obiectivul final al companiei. Poate fi, de asemenea, denumită a doua cea mai importantă funcție managerială, care coordonează munca angajaților, achiziționează resurse și le combină pe cele două, în îndeplinirea obiectivelor companiei.” (Shurbi S., 2017).

Organizarea este un proces orientat spre obiective, care vizează realizarea acestora, printr-o planificare și o coordonare adecvate între activități. Se bazează pe principiul împărțirii muncii și stabilește relația autoritate-responsabilitate între membrii organizației.

„În ceea ce privește viziunea, viziune strategică împărtășită pe scară largă între toți angajații funcționează similar modului în care un magnet alinază filetele de fier. Atunci când toți angajații sunt dedicați obiectivelor pe termen lung ale unei companii, există șanse mai mari ca alegeri optime cu privire la deciziile de afaceri să fie luate.” (Lis, 2019, 15).

1.1.3. Tipuri de organizații

În același mod în care nici două persoane nu pot fi la fel, nici două companii nu sunt identice. Deși ar putea avea o structură organizațională similară într-o industrie, vor exista întotdeauna diferențe între firme.

Principalul motiv pentru adoptarea unei structuri este de a contura o ierarhie clară a diferitelor poziții ale companiei. Într-o astfel de manieră, fiecare subordonat știe cui să se raporteze. Având în vedere cât de vitală este o structură organizațională pentru diferitele fațete ale afacerii, managerii ar trebui să-și ia timpul stabilind tipul de structură pe care să o asume.

1.2. Procesul de recrutare

1.2.1. Definirea recrutării

Recrutarea este procesul de angajare a unor persoane noi pentru a lucra pentru o companie sau organizație.

Când organizația sau departamentul de resurse umane planifică procesul de recrutare, primul lucru este să ia în considerare numărul necesar de solicitanți care ar trebui recrutați. Există posibilitatea ca unii solicitanți să nu accepte ofertele de locuri de muncă sau mulți dintre ei să nu fie suficient de calificați, deci este important să fie recrutați un număr mai mare de solicitanți decât se așteaptă să angajeze. O metodă de stabilire a

numărului necesar de angajați pentru fiecare loc de muncă este prin rapoartele de randament. Aceste rapoarte oferă relația dintre solicitanții care se află la un pas al procesului de recrutare și numărul de solicitanți care ar trece la etapa următoare a procesului.

Recrutarea presupune căutarea candidaților potriviți și motivarea acestora pentru a aplica pentru deschiderile din organizație. Aici sursele de recrutare sunt două tipuri: surse interne și surse externe.

1.2.2. Surse de recrutare interne

Sursele interne de recrutare implică motivarea angajaților organizației pentru a aplica pentru deschiderile din cadrul organizației.

Ofertele de locuri de muncă sunt informate angajaților aceleiași organizații, oferind reclame interne, cuvântul din gură sau comunicare prin ierarhie. Multe organizații practică această abordare pentru a motiva angajații calificați ai organizației, pentru a reduce cifra de afaceri a angajaților, pentru a reduce costurile și pentru a obține un avantaj competitiv.

Diverse metode de surse interne sau de recrutare sunt:

1. *Transferuri*: angajații organizației sunt transferați la locurile de muncă similare ale altor departamente. Este posibil să nu implice o modificare a salariului, responsabilității și poziției postului. Transferurile ajută la reducerea plictiselii și monotoniei angajaților sau pot fi utilizate pentru a ocupa posturile vacante cu candidați interni adecvați.
2. *Promovări*: promoțiile implică posturile vacante ale organizației care sunt ocupate prin promovarea angajaților calificați la locurile de muncă adecvate și poate motiva angajații prin acordarea unei funcții mai ridicate, salariu crescut, statut și responsabilitate. Promoțiile pot ajuta la reducerea fluctuației angajaților, creând speranța de a obține poziții mai înalte.
3. *Demisii*: în funcție de performanța angajaților organizațiilor, uneori managerii trebuie să ia decizii cu privire la reducerea pozițiilor câtorva angajați ai organizației. Acești angajați pot acționa ca o sursă de recrutare pentru pozițiile inferioare.
4. *Angajații organizației*: Angajații organizației comunică sau informează despre pozițiile vacante ale organizației prietenilor și rudelor lor. În multe organizații, au permis trimiterea potențialilor candidați pentru posturile vacante adecvate.
5. *Angajați pensionari*: Dacă organizațiile nu găsesc persoanele potrivite pentru a îndeplini funcțiile cheie de conducere, atunci îi chemă înapoi pe angajații pensionari pentru atingerea obiectivelor.

1.2.3. Avantajele și dezavantajele recrutării surselor interne

Când angajații existenți au șansa de a obține poziții mai înalte ale organizației, atunci loialitatea angajaților crește față de organizație. Recrutarea din interiorul organizației este o investiție în resursele umane ale organizației.

Avantajele surselor interne de recrutare:

- Motivează foarte mult angajații și ajută la maximizarea satisfacției la locul de muncă. Angajații existenți ai organizației cunosc cultura organizației.
- Sursele interne de recrutare reduc foarte mult eforturile și costurile.
- Ajută la reducerea fluctuației angajaților.
- Acesta creează un domeniu de aplicare pentru a obține un avantaj competitiv prin recrutarea angajaților calificați pentru pozițiile superioare.
- Ajută la maximizarea securității și satisfacției la locul de muncă
- Transferurile de la un departament la altul contribuie la eliminarea plictiselii și monotoniei angajaților.
- Ajută la reducerea eforturilor programelor de inițiere.

Dezavantaje ale surselor interne de recrutare:

- Sursele interne de recrutare reduc scopul de a găsi persoane calificate și mai eficiente.
- Este posibil ca introducerea de noi metode și strategii să nu fie întotdeauna posibilă cu această abordare.
- Pierderea unor persoane mai eficiente din mediul extern devine un avantaj competitiv pentru concurenți.
- Această abordare nu este potrivită pentru toate organizațiile.

1.2.4. Surse externe de recrutare

Sursele externe de recrutare implică motivarea candidaților calificați și mai eficienți externi organizației pentru a aplica pentru posturile vacante din organizație. Ofertele de locuri de muncă sunt informate în mediul extern utilizând diverse metode, cum ar fi: reclame, recrutare în campus, schimburi de locuri de muncă, interviuri, site-uri web organizatorice, târguri de locuri de muncă și portaluri de locuri de muncă.

1. Reclame: Cel mai bun mod este să găsești forța de muncă calificată și mai eficientă, oferind publicitate pentru postul vacant. Reclamele ajută la atragerea candidaților potriviți și la maximizarea imaginii de marcă. Reclamele pot fi difuzate în presa scrisă sau electronică, oferă rezultate mai bune și este mai ieftin decât abordarea terților.

2. Portaluri de locuri de muncă: Odată cu utilizarea în creștere a tehnologiei și a internetului, portalurile de locuri de muncă joacă un rol major în găsirea candidaților potriviți pentru locuri de muncă potrivite. Portalurile de locuri de muncă pot informa candidații despre alerte de locuri de muncă actualizate și pot oferi avantaje și pachete atractive.

Instrumentele și tehnicile utilizate de portalurile de locuri de muncă reduc foarte mult eforturile de găsire a candidaților calificați.

3. Site-urile companiei: Odată cu creșterea operațiunilor comerciale și a globalizării, nevoia de resurse umane crește, de asemenea, zi de zi. Pentru a face față unei concurențe severe și pentru a reduce costurile pe termen lung, multe companii își creează propriile site-uri web pentru găsirea și atragerea candidaților cu abilități competitive.

4. Site-uri de rețea social: Comunicarea despre posturile vacante ale organizației prin intermediul site-urilor de rețele sociale ajută la motivație și atragerea candidaților cu înaltă calificare și mai eficienți pentru a aplica pentru locuri de muncă.

5. Agenții de plasare: Abordarea agenților de plasament reduce timpul și eforturile de a găsi candidații potriviți din grupul de candidați calificați. Aceștia folosesc diverse instrumente și tehnici pentru a filtra CV-urile și îl trimit companiilor pentru procesare ulterioară. Principalul dezavantaj al acestei metode este bazat pe comision pe angajarea candidaților.

6. Târguri de locuri de muncă și participare la interviuri: Participarea la interviuri și târgurile de locuri de muncă sunt declarate și desfășurate de companii pentru a găsi candidații calificați.

7. Interviuri în campus: Aceasta este o metodă ușoară și economică care ajută la găsirea candidaților eligibili, prin intermediul acestei metode organizația poate găsi candidați energici și mai competitivi pentru posturi vacante adecvate, această metodă este benefică atât pentru candidați, cât și pentru companii.

1.3. Selecția

1.3.1. Etapele procesului de recrutare și selecție

Este esențial ca planul de recrutare și selecție să fie riguros elaborat, deoarece planul de recrutare și selecție începe prin analizarea postului de către specialiștii în domeniu, analizarea competențelor de care va fi nevoie pentru concretizarea fișei postului. Se vor stabili metodele practice exacte de recrutare și selecție (teste, interviuri), se stabilește dacă se va face recrutare internă sau externă. Urmează redactarea și publicarea anunțului de recrutare, selecția scrisorilor de intenție și a CV-urilor depuse, anunțarea interviurilor și susținerea lor. După acești pași, managerul de resurse umane ia decizia de angajare și ofertare, negocierea beneficiilor și a salariului, acceptarea angajării de către candidat și, în final, integrarea angajatului.

1.3.2. Eficiența procesului de recrutare și selecție

Procesul de recrutare și selecție a resurelor umane este costisitor, de aceea este important să se calculeze costurile pe categorii de cheltuieli, iar această calculare și definire a costurilor ajută la eficacitatea întregului proces de recrutare.

Fiecare organizație este unică în modul în care își gestionează fluxul de lucru de recrutare pe baza cerințelor sale de afaceri. Cu toate acestea, este posibil ca acest flux de lucru să trebuiască să fie reconfigurat uneori pentru a menține procesul în avans eficient.

Recrutarea este din ce în ce mai mult un proces de colaborare și orientat spre echipă. Fie că este vorba despre examinarea solicitanților, programarea interviurilor sau pur și simplu schimbul de note cu alți membri ai echipei, recrutarea cu succes necesită ca echipele să comunice între ele în mod regulat. Un sistem care oferă echipelor platforma pentru a accesa cu ușurință toate informațiile necesare în timp ce interacționează între ele pentru luarea deciziilor ajută la construirea unui proces de angajare eficient. O abordare colaborativă a angajării crește entuziasmul colectiv pentru ocuparea mai rapidă a posturilor deschise, permițând mai multor membri ai echipei să contribuie în mod eficient la procesul de angajare.

„Recrutarea eficientă înseamnă că persoana angajată pentru acest post este cel mai bun candidat posibil pentru acesta, cu toate abilitățile, talentele și calificările necesare pentru postul respectiv. Recrutarea eficientă, pe de altă parte, înseamnă că procesul a fost realizat fără a suporta o mulțime de costuri din partea organizației. Urmărind procesul, există șanse mai mari ca departamentul de resurse umane să obțină cea mai bună persoană posibilă pentru acest post.” (Martin Luenendonk, 2021).

1.3.3. Îmbunătățirea practicilor de recrutare

Procesele de recrutare sunt în constantă schimbare. Nu întotdeauna este ușor ca recrutorul să fie la curent cu cele mai noi idei, dar întotdeauna este esențial ca recrutorul să fie deschis pentru îmbunătățirea eficienței recrutării.

Recrutarea este și un proces de marketing. Adăugarea de videoclipuri la reclamele și postările despre locurile de muncă disponibile. Folosirea a mai multor rețele pe care să fie adăugat anunțul. Ziarul și revistele nu mai ajung la o masă mare de oameni, de aceea e important ca recrutorul să caute candidați pe rețelele de socializare și rețelele de joburi (LinkedIn, Ejobs).

„Departamentul de resurse umane contribuie în mare măsură la cultura unei companii: dacă resurse umane sunt toxice, angajații vor fi descurajați și vor avea mai puține șanse să consulte resurse umane pentru ajutor, fie cu probleme legate de carieră, fie cu probleme personale.” (lucidchart.com, 2021).

Valorile privind recrutarea sunt cheia evaluării performanței procesului de recrutare. Este extrem de important să existe obiective de recrutare măsurabile și date exacte care să urmărească performanța cheie.

„Diversitatea la locul de muncă este ideea că echipa ar trebui să reflecte structura generală a societății din jurul tău. Personalul ar trebui să fie format dintr-o varietate de diferite tipuri de oameni, din medii și experiențe diferite. Aceasta poate include diversitatea în ceea ce privește sexul, experiența, nivelurile socio-economice, rasa, religia, orientarea sexuală.” (recruite.com, 2020).

O echipă diversă ajută companiile să fie mai inovatoare, mai creative și să obțină rezultate mai bune. Intuitiv recrutarea diversității contribuie la o performanță generală mai bună. Dar tema diversității depășește doar rezultatele și performanța în afaceri. Diversitatea este o cauză nobilă pentru care orice companie trebuie să se străduiască. Construirea de echipe din candidați calificați, indiferent de sex, antecedente, rasă, religie sau orientare sexuală, a demarat de mult și este un pas către o adevărată egalitate la locul de muncă.

2. Metodologia cercetării

2.1. Designul metodologic ales și argumentele aferente

„Studiind realitatea în contextul său natural, așa cum se întâmplă, încercăm să înțelegem sau să interpretăm fenomenul în funcție de semnificația pe care o are pentru oamenii implicați.” (Obrad, 2018, 65).

Pornind de la aceasta afirmație, doresc să îmi indeplinesc obiectivele acestei lucrări printr-o cercetare metodologică de tip calitativ, deoarece cercetarea de tip calitativ aduce în evidență detalii importante și presupune colectarea și analiza datelor nenumerice (de exemplu, audio) pentru a înțelege concepte, opinii sau experiențe. Pentru lucrarea prezentă am ales ca instrument de cercetare interviul. Interviul este o metodă de cercetare calitativă și universală în științele socio-umane.

Unul dintre avantajele acestei metode oferă o oportunitate excelentă de a aduna date precise despre ceea ce cred oamenii și care sunt motivațiile lor. Dacă cercetătorul are o bună experiență în a pune întrebări corecte, îl poate ajuta să colecteze date semnificative. Dacă ar trebui să aibă nevoie de mai multe informații, cercetătorii ar trebui să pună astfel de întrebări de urmărire care îi vor ajuta să colecteze mai multe informații.

Aceste interviuri sunt realizate la telefon. Interviul în profunzime se desfășoară față în față, acesta oferă o oportunitate mai bună de a citi limbajul corpului respondenților și de a le potrivi cu răspunsurile.

2.2. Scopul și obiectivele cercetării

Obiectivul central și principal al cercetării este de a evalua sursele de recrutare și selecție în companiile alese. Din obiectivul principal derivă și alte obiective esențiale care se regăsesc în itemii ghidului de interviu și anume:

1. Identificarea companiilor, profilului companiilor și colectarea de date în interviuri.
2. Identificarea și detalierea practicilor de recrutare și selecție în companii.
3. Identificarea și compararea răspunsurilor atât din prisma angajaților, cât și din prisma managerilor.
4. Identificarea răspunsurilor din partea subalternilor la un set de întrebări despre recrutarea și selecția lor în companie.
5. Compararea rezultatelor și eficiența selecției și recrutării în companii.

2.3. Definirea conceptelor

Conceptele abordate și analizate în lucrarea de față sunt: cultura organizațională, relația superiorilor cu angajații, metode de recrutare și selecție, selectarea angajatului ideal pentru companie.

Există multe moduri și motive în care resursele umane și gestionarea resurselor umane sunt de o mare importanță pentru orice companie care are angajați, doresc să identifice diferențele și asemănările existente între viziunile organizațiilor studiate pe acestea și să recunoască impactul acestora asupra tehnicilor de recrutare și selecție și asupra angajaților.

Planificarea recrutării privește tipul de angajați necesari pentru a ocupa un anumit post vacant și totuși să mențină numărul corect de angajați și raporturile de producție. HR este cel care urmărește lacunele și nevoile pe o scară mai mare, luând în considerare și nevoile viitoare de angajare.

Recompensarea personalului și avansările într-un mod corect ajută la prevenirea jucării favoritismului într-o anumită direcție sau la orice nivel al companiei în general.

Cultura organizațională cuprinde valori și comportamente care dau sens unei organizații, iar datorită acestui lucru, companiile se deosebesc unele de celelalte, motiv pentru care am ales această temă.

2.4. Elaborarea și adaptarea instrumentului de cercetare

Am abordat ca instrument de cercetare interviul, deoarece consider că posed suficiente cunoștințe pentru elaborarea ghidului de interviu și pentru colectarea și interpretarea datelor într-un mod obiectiv.

„Interviul constituie instrumentul de cercetare specific cercetării calitative, care are ca scop obținerea informațiilor verbale, prin întrebări și răspunsuri, de la indivizi și

grupuri umane în vederea analizei în profunzime a unui fenomen socio-uman.” (Obrad, 2018, 68).

Pentru elaborarea și aplicarea interviului semistrukturat am construit un ghid de interviu care cuprinde obiectivele urmărite și întrebări specifice pentru tema pe care am ales-o.

2.5. Alegerea populației studiate/surselor de date și motivarea acestei alegeri

Observarea s-a desfășurat în cadrul companiilor Inditex care au ca domeniu de activitate vanzarea de articole de îmbracaminte și încălțăminte.

Mi-am concentrat cercetarea asupra principalelor practici de recrutare și selecție din cadrul companiilor alese ca obiect de studiu.

Am aplicat interviuri managerilor și subordonaților pentru a compara răspunsurile obținute din partea ambelor categorii de angajați.

2.6. Metoda de eșantionare utilizată și procedeele de selecție aplicate

Am luat în considerare poziția ierarhică în companie a intervievaților, deoarece este foarte important ca angajații, comparați din punctul de vedere al recrutării și selecției, să ocupe aceleași funcții sau funcții similare în cadrul companiilor alese pentru acest studiu.

Am ales să intervievez persoane care se ocupă de recrutare și selecție în companii, iar funcțiile acestor intervievați sunt: manager responsabil de magazin, manager departament, iar funcțiile subalternilor sunt vânzător, sales assistant, casier, mentor.

2.7. Modalitatea de culegere a datelor și argumentarea alegerii acesteia

Interviurile au fost susținute la telefon și au fost înregistrate cu fiecare respondent și transcrise la sfârșitul susținerii acestora. Persoanele-respondent au fost abordate prin trimiterea unor mesaje în care am specificat numele meu, facultatea în cadrul căreia sunt studentă în an terminal, specializarea, scopul și obiectivele cercetării și am menționat faptul că datele cu caracter personal nu vor fi publicate, ci vor fi utilizate și vor servi strict pentru cercetarea pe care mi-am propus să o fac.

2.8. Perioada, localitățile și cadrul în care au fost culese datele

Perioada în care au fost culese datele a început în data de 12.04.2021 și s-a încheiat la data de 15.04.2021. Aceste date au fost înregistrate la telefon.

2.9. Limitele cercetării de teren și dificultăți întâlnite

În primul rând, datorită situației pandemiei de Covid 19, comunicarea cu companiile pe care le-am ales în cercetarea acestei lucrări s-a făcut exclusiv online, fapt care

a avut drept consecință disponibilitatea redusă pe care au avut-o angajații în această perioadă cu care se confruntă.

În al doilea rând, interviurile s-au desfășurat sub forma unor apeluri telefonice, înregistrate, apoi transcrise și adăugate ca anexe la finalul lucrării.

Interviurile sustinute la telefon nu au atins același nivel pe care interviurile aplicate în mod fizic l-ar fi putut atinge, din punctul de vedere al interpretării reacțiilor persoanelor intervievate și claritatea mesajului transmis de către acestea.

Timpul destinat interviuării a fost mai scurt decât în mod normal, dar am extras date clare și concrete care servesc cercetării calitative.

3. Rezultate

3.1. Evaluarea practicilor de recrutare și selecție în compania Zara România

Persoanele intervievate și funcțiile pe care le ocupă aceștia:

R.D. - manager responsabil de magazin

D.M. - manager departament

3.1.1. Informații despre companie

Prima întrebare din interviu: „Ce funcție ocupați în companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns „ocup funcția de manager responsabil de magazin”, iar D.M. (manager departament) a răspuns „sunt manager de departament”.

A doua întrebare din interviu „De cât timp ocupați această funcție?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns „de 2 ani”, iar D.M. (manager departament) a răspuns „ocup funcția de 4 ani”.

A treia întrebare din interviu „Care este profilul companiei dumneavoastră?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin): „Zara e o companie de vânzare cu amănuntul, vindem produse vestimentare pentru femei, bărbați și copii.”, iar D.M. (manager departament) a spus „vânzări de produse de îmbrăcăminte și încălțăminte”.

A patra întrebare: „Care este numărul actual de angajați ai companiei?” a avut următorul răspuns din partea ambilor respondenți: „în prezent suntem 26 de angajați în acest magazin”.

A cincea întrebare: „Câți angajați cu studii superioare sunt în companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns că „majoritatea angajaților sunt studenți în curs de a absolvi o facultate, doar managerii au studii superioare: 7 persoane”, iar D.M. (manager departament) a răspuns: „cred că sunt 6-7”.

3.1.2. Recrutarea din punctul de vedere al posturilor superioare de conducere

Prima întrebare „Cum planificați recrutarea și selecția resurselor umane în companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns: „în momentul în care unii din angajații care sunt studenți hotărăsc să își dea demisia, ne uităm ce nevoi de personal avem și bugetul disponibil, iar apoi îi întrebăm pe ceilalți angajați dacă au cunoștințe care doresc să lucreze cu noi, iar dacă nu au, punem un anunț pe internet”, iar D.M. (manager department): „angajăm persoane noi doar dacă avem neaparată nevoie, pentru că acum cu pandemia și bugetul este mai redus”.

Întrebarea a doua: „Cum se desfășoară procesul de recrutare și selecție în companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a afirmat: „analizăm toate CV-urile, stabilim o dată și o oră în care să aibă loc interviurile, luăm interviurile și apoi împreună cu ceilalți manageri ne hotărâm pe cine angajăm.” iar D.M. (manager department) a afirmat „după ce analizăm CV-urile, programăm interviurile, iar în urma interviurilor decidem pe cine angajăm”.

A treia întrebare: „Ce metode de recrutare a resurselor umane abordați? De ce abordați aceste metode?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns: „noi apelăm la recomandările angajaților din companie, dar o facem transparent pentru a nu exista discuții. Apelăm și la recrutarea dintr-un department în altul pe aceleași poziții, iar dacă nevoia de personal nu a fost acoperită, apelăm la anunțurile de angajare pe internet” iar D.M. (manager department) a afirmat „noi mergem mult și pe recomandările angajaților din cauză că îi cunoaștem și știm că ar recomanda pe cineva ok și punem anunțuri pe internet, deoarece pe internet vizibilitatea e mai mare”.

Întrebarea notată cu punctul 4: „După ce criterii poate avansa un angajat în companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns că „în primul rând, trebuie să fie o poziție liberă, iar apoi în funcție de abilitățile de management, de experiență și cunoștințe poate avansa”, iar D.M. (manager department) afirmă că „dacă are cunoștințe și abilități necesare, noi îl evaluăm și îl propunem pe o funcție mai înaltă”.

Întrebarea cu numărul 5: „Cum arată angajatul ideal pentru companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns: „angajații noștri sunt vânzători, iar angajatul ideal trebuie să știe să comunice excelent, să se integreze și să comunice cu echipa, să fie sociabil și să aibă capacitatea de a rămâne calm sub presiune”, iar D.M. (manager department) a răspuns: „angajatul ideal ar fi un om sociabil, organizat, bun comunicator și să îi placă să lucreze în echipă”.

Întrebarea cu numărul 6: „Aveți angajați în companie care sunt la primul job în această companie? De ce?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns: „Da, avem. Cum spuneam, angajații noștri, majoritatea sunt studenți fără experiență, dar noi îi învățăm tot ce trebuie să știe pentru a face față job-ului”, iar D.M.

(manager department) spune - „Da, avem. Noi avem mulți angajați studenți care nu au experiență și sunt în tranzit, îi angajăm și le ținem training ca să învețe tot ce au nevoie, bineînțeles experiența e un plus”.

Întrebarea a șaptea: „Care sunt cele mai importante surse de recrutare pentru companie?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a afirmat: „Da, avem. Cum spuneam, angajații noștri, majoritatea sunt studenți fără experiență, dar noi îi învățăm tot ce trebuie să știe pentru a face fața job-ului”, iar D.M. (manager department) spune: „din recomandările anajaților, din anunțurile pe care le punem pe internet”.

Întrebarea a opta: „De ce ați alege recrutarea externă în detrimentul recrutării interne pentru pozițiile superioare?” a avut următoarele răspunsuri: R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns - „din cauza experienței, poate în companie avem loc liber pentru o poziție mai înaltă, dar nu este nimeni cu experiență și abilități necesare”, iar D.M. (manager department) a răspuns: „pentru că nu avem oameni cu potențial în companie”.

La întrebarea notată cu numărul 9: „Cât de eficientă este recrutarea și selecția în companie?”, ambii intervievați au considerat că: „este destul de eficientă”.

La ultima întrebare: „Cum ați îmbunătăți calitatea candidaților atrași în procesul de recrutare?” R.D. (manager responsabil de magazin) a răspuns „printr-o vizibilitate mai mare probabil, dar compania noastră are un renume, cred că avem angajați buni”, iar D.M. (manager department) răspunde: „angajații noștri sunt de calitate chiar dacă majoritatea sunt studenți, iar noi ne ajutăm angajații să evolueze”.

3.1.3. Recrutarea din punctul de vedere al angajaților

Subalternii intervievați, precum și funcțiile lor sunt:

- B.A. - vânzător
- L.E. - vânzător
- B.D. - mentor
- A.S. - casier

Prima întrebare: „Ce funcție ocupați în companie?” toți angajații își spun simplu funcția pe care o ocupă, fără să dea detalii despre ce presupune fișa postului, și anume: B.A. „vânzător”, L.E. „vânzător”, B.D. „mentor”, A.S. „casier”.

Întrebarea a doua: „De cât timp ocupați aceasta funcție?” a avut următoarele răspunsuri: B.A. (vânzător): „de aproximativ 2 ani”; L.E. (vânzător): „de aproape 3 ani”; B.D. (mentor): „ocup această funcție de câteva luni, dar înainte de a avansa am fost vânzătoare și eu”; A.S. (casier): „de câteva luni, vreo 7”.

Întrebarea a treia: „Unde ați depus CV-ul?” a avut următoarele răspunsuri: B.A. (vânzător) spune „Am venit cu el în magazin și i l-am dat personal unui manager”; L.E.

(vânzător) spune „I-am depus online pe site-ul companiei”; B.D. (mentor) spune „am depus CV-ul online”, iar A.S. (casier) afirmă „îmi căutam un job și am venit să îmi depun CV-ul în magazin”.

Întrebarea notată cu numărul 4: „Cum a decurs procesul de recrutare și selecție în cazul dumneavoastră?” a avut următoarele răspunsuri: B.A. (vânzător): „a fost destul de simplu, îmi căutam un job, iar o prietenă care lucra aici mi-a spus că se fac angajări, ea a vorbit cu unul dintre manageri, am adus un CV și am avut interviul pe loc, iar în decurs de o săptămână mi-am semnat contractul”; L.E. (vânzător) răspunde: „după două săptămâni după ce am depus CV-ul online, am fost sunată de cineva să ne întâlnim pentru interviu, iar după câteva zile am fost angajată.”; B.D. (mentor) răspunde: „după ce am depus CV-ul online, am fost programată pentru un interviu, iar după interviu am fost angajată”, iar A.S. (casier) răspunde: „după ce am dus CV-ul în magazin, am fost sunat să vin la un interviu, iar în urma interviului am fost angajat”.

Întrebarea cu numărul 5: „Cum descrieți relația dumneavoastră cu superiorul?” a avut următoarele răspunsuri: B.A. (vânzător): am o relație deschisă cu managerul direct”; L.E. (vânzător): „de multe ori avem discuții, dar în general avem o relație bună în care ne înțelegem”; B.D. (mentor): „consider că avem o relație apropiată, deschisă strict profesională”; A.G. (casier): - „avem o relație bună, bazată pe încredere și comunicare”.

Ultima întrebare: „Cum arată angajatorul ideal în viziunea dumneavoastră?” a avut următoarele răspunsuri: B.A. (vânzător) spune: „să fie atent cu angajatul, să îl valorifice, să existe înțelegere în mare parte”; L.E. (vânzător) spune: „pentru mine e important să fiu respectat, să mi se acorde încredere și să fiu ajutată să mă dezvolt”; B.D. (mentor) spune că „angajatorul ideal îmi oferă posibilitatea de a avansa, de a mă dezvolta, îmi oferă un salariu motivant”, iar A.G. (casier): „pentru mine e important să existe înțelegere, respect și un salariu motivant”.

3.2. Evaluarea practicilor de recrutare și selecție în compania Berska România

3.2.1. Informațiile și detaliile companiei

Prima întrebare: „Ce funcție ocupați în această companie?” a avut următorul răspuns: R.A. (manager general de magazin) a răspuns: „Sunt managerul general al magazinului”.

A doua întrebare: „De cât timp ocupați această funcție?” a avut următorul răspuns: R.A. (manager general de magazin) spune „de 3 ani”.

Întrebarea a treia: „Care este profilul companiei dumneavoastră?” a avut următorul răspuns: R.A. (manager general de magazin): „vânzări de produse de îmbrăcăminte și încălțăminte în special pentru tineri”.

A patra întrebare: „Care este numărul actual de angajați ai companiei?” a avut următorul răspuns: R.A. (manager general de magazin): „avem 10 angajați”.

Întrebarea notată cu numărul 5: „Câți angajați cu studii superioare sunt în companie? a avut următorul răspuns: R.A. (manager general de magazin) „în companie sunt doar 4 angajați cu studii superioare”.

3.2.2. Recrutarea din punctul de vedere al superiorilor

La prima întrebare: „Cum planificați recrutarea și selecția resurselor umane în companie?” R.A. (manager general de magazin) răspunde: „În momentul în care pleacă un angajat evaluăm dacă avem nevoie de alt angajat pe post și vom pune un anunț pe site-ul nostru. În privința selecției, ideal este ca angajatul să aibe experiență, atitudinea de la interviu contează mult pentru noi în vederea selectării pentru angajare.”

La întrebarea a doua: „Cum se desfășoară procesul de recrutare și selecție în companie?”, R.A. (manager general de magazin) răspunde că „în momentul în care ne hotărâm să ne uităm peste CV-uri, programăm toți aplicanții la un interviu, după interviu hotărâm pe cine alegem pentru angajare în funcție de nevoile postului”.

La a treia întrebare: „Ce metode de recrutare a resurselor umane abordați? De ce abordați aceste metode?”, R.A. (manager general de magazin) afirmă: „recrutarea online, deoarece prin intermediul anunțurilor de angajare avem o vizibilitate mai mare și așa putem atrage în proces candidați buni”.

La a patra întrebare: „După ce criterii poate avansa un angajat în companie?”, R.A. (manager general de magazin) răspunde: „dacă angajatul este responsabil, organizat, cu experiență și abilități de conducere poate avansa pe o funcție superioară”.

La întrebarea notată cu numărul 5: „Cum arată angajatul ideal pentru companie?”, R.A. (manager general de magazin) afirmă că „un angajat ideal este flexibil, ambițios, muncitor, organizat, bun comunicator”.

La întrebarea cu numărul 6 „Aveți angajați în companie care sunt la primul job în aceasta companie? De ce?” R.A. (manager general de magazin) afirmă că există angajați care sunt angajați pentru prima dată în companie „deoarece avem angajați care sunt studenți și nu au mai muncit, dar am văzut în ei potențial.”

La întrebarea cu numărul 7: „Care sunt cele mai importante surse de recrutare pentru companie?”, R.A. (manager general de magazin) spune că cele mai importante surse de recrutare sunt “recrutarea online și candidatura directă”.

La a opta întrebare: „De ce ați alege recrutarea externă în detrimentul recrutării interne pentru pozițiile superioare?”, R.A. (manager general de magazin) răspunde că „prin recrutarea externă putem atrage oameni cu experiență în pozițiile de conducere”.

La a noua întrebare: „Cât de eficientă este recrutarea și selecția în companie?”, R.A. (manager general de magazin) afirmă că „tot timpul este loc de mai bine, dar consider că este eficientă”.

La ultima întrebare: „Cum ați îmbunătăți calitatea candidaților atrași în procesul de recrutare?” R.A. (manager general de magazin) răspunde că „prin mai multe beneficii și un salariu motivant”.

3.2.3 Recrutarea din punctul de vedere al angajaților

A.A. - (sales assistant)

P.C. - (casier)

Prima întrebare: „Ce funcție ocupați în companie?” a avut următoarele răspunsuri:

A.A. (sales assistant) răspunde: „sunt angajată pe postul de sales assistant.”, iar P.C. (casier) răspunde „sunt casier”.

A doua întrebare: „De cât timp ocupați această funcție?” a avut următoarele răspunsuri: A.A. (sales assistant) spune: „de 1 an”, iar P.C. (casier): „de cinci luni”.

A treia întrebare: „Unde ați depus CV-ul?” a avut următoarele răspunsuri: A.A. (sales assistant) răspunde: „am văzut pe internet anunț că se fac angajări și mi-am depus și eu CV-ul online”, iar P.C. (casier) spune: „am adus personal CV-ul în magazin”.

Întrebarea cu numărul 4: „Cum a decurs procesul de recrutare și selecție în cazul dumneavoastră?” a avut următoarele răspunsuri: A.A. (sales assistant) răspunde „la câteva zile după ce mi-am depus CV-ul am fost contactată pentru programarea interviului, iar în urma interviului am fost angajată”, iar P.C. (casier): „după ce am fost sunat să vin la interviu, la câteva zile am fost angajat”.

Întrebarea cu numărul 5: „Cum descrieți relația dumneavoastră cu superiorul?” a avut următoarele răspunsuri: A.A. (sales assistant) afirmă: „ne înțelegem bine, discutăm ceea ce îmi este neclar cu privire la ceea ce trebuie să fac”, iar P.C. (casier) afirmă: „avem o relație bună, deschisă, comunicăm”.

Ultima întrebare: „Cum arată angajatorul ideal în viziunea dumneavoastră?” a avut următoarele răspunsuri: A.A. (sales assistant) afirmă: „pentru mine contează să existe înțelegere, pentru că eu sunt și studentă momentan. Mai contează și salariul motivant și respectul, încrederea care mi se acordă.”, iar P.C. (casier) afirmă: „să îmi ofere un salariu bun, să mă respecte, să îmi ofere șansa de a mă dezvolta”.

3.3. Similarități între recrutarea și selecția dintre companii

Similaritățile dintre cele două companii studiate sunt:

- În privința planificării recrutării și selecției ambele companii nu aleg o abordare proactivă, ci recrutează doar atunci când sunt posturi disponibile în companie.
- Referitor la procesul de recrutare și selecție, ambele companii stabilesc interviuri pentru toți aplicanții la job, urmând ca după ce s-a finalizat procesul de recrutare,

procesul de selectare a candidaților să aibă loc repede pentru a fi ocupate posturile.

- Modul în care poate avansa un angajat în companie este asemănător, intervievații spunând că o persoană care dorește să avanseze trebuie să dețină bune calități de management.
- Ambele companii aleg să angajeze și persoane fără experiență, deoarece cred în potențialul de dezvoltare al acestora.
- Pentru ambele companii anunțurile de angajare online sunt cea mai importantă sursă de recrutare.
- Ambele companii consideră că procesul de recrutare este unul eficient.

3.4. Diferențe între recrutarea și selecția dintre companii

- O primă diferență între cele două companii este numărul de angajați și angajați cu studii superioare.
- În privința metodelor de recrutare și selecție Zara România apelează la cunoștințele angajaților, deoarece există încredere în recomandările actualilor angajați, pe când Bershka România nu apelează la recomandările angajaților, dar profită de candidatura directă și anume de candidații care aduc CV-ul în magazine.
- Intervievații din compania Zara România afirmă că nu ar îmbunătăți candidații atrași în procesul de recrutare și selecție, deoarece compania are un renume pe piață și cei mai buni sunt atrași de ei, deoarece au cele mai multe beneficii, pe când Bershka România afirmă că ar îmbunătăți calitatea angajaților atrași în procesul de recrutare și selecție prin oferirea unui salariu mai motivant.

3.5. Asemănări și diferențe între angajații dintre cele două companii

- În cazul intervievaților din ambele companii procesul de recrutare și selecție a decurs repede, toți trecând printr-un proces asemănător.
- Toți angajații spun că au o relație deschisă cu superiorii bazată pe comunicare și încredere.
- Diferența între angajații dintre cele două companii este experiența în companie și modul în care au aplicat pentru job.

3.6. Angajatul ideal vs angajatorul ideal

- Ambele companii consideră că angajatul ideal este o persoană care comunică excelent, este muncitoare, ambițioasă cu abilități bune de muncă în echipă, accentul punându-se pe soft skills.
- Angajații subalterni consideră că angajatorul ideal oferă un salariu motivant, șansa de a se dezvolta și le oferă încredere.

Concluzii

Din punctul de vedere al atingerii obiectivelor cercetării, pot menționa cu certitudine că în urma colectării datelor au fost atinse toate obiectivele menționate în partea de metodologie.

În urma colectării și interpretării datelor, s-a putut constata faptul că practicile procesului de recrutare și selecție din companiile Zara și Bershka din Timișoara se desfășoară aproximativ în același mod, mai puțin diferențele între concepțiile subordonaților în legătura cu angajatul ideal și concepțiile managerilor în ceea ce privește acest aspect.

În privința planificării recrutării și selecției, ambele companii nu aleg o abordare proactivă, ci recrutează doar atunci când sunt posturi disponibile în companie.

Referitor la procesul de recrutare și selecție, ambele companii stabilesc interviuri pentru toți aplicanții la job, urmând ca după ce s-a finalizat procesul de recrutare, procesul de selectare a candidaților să aibă loc repede pentru a fi ocupate posturile.

Modul în care poate avansa un angajat în companie este asemănător, intervievații spunând că o persoană care dorește să avanseze trebuie să dețină bune calități de management. Ambele companii aleg să angajeze și persoane fără experiență, deoarece cred în potențialul de dezvoltare al acestora. Pentru ambele companii, anunțurile de angajare online sunt cea mai importantă sursă de recrutare.

Ambele companii consideră că procesul de recrutare este unul eficient. În privința metodelor de recrutare și selecție, Zara România apelează la cunoștințele angajaților, deoarece există încredere în recomandările actualilor angajați, pe când Bershka România nu apelează la recomandările angajaților, dar profită de candidatura directă și anume de candidații care aduc CV-ul în magazine.

Intervievații din compania Zara România afirmă că nu ar îmbunătăți candidații atrași în procesul de recrutare și selecție, deoarece compania are un renume pe piață și cei mai buni sunt atrași de ei, deoarece au cele mai multe beneficii, pe când Bershka România afirmă că ar îmbunătăți calitatea angajaților atrași în procesul de recrutare și selecție prin oferirea unui salariu mai motivant.

În final, ambele companii consideră că procesul de recrutare este unul eficient.

Bibliografie selectivă:

Brigitta Ielics, Valorificarea resurselor umane in cadrul firmei ,Editura Eurostampa, Timisoara 2001, pag. 120.

Iliut, P., (1997) , Abordarea calitativa a socioumanului, concepte si metode, Iasi: Polirom.

I.Petrescu, (1993) Calitatile umane si relatiile publice, Idei de afaceri, nr 4, pag. 7.

Lis A. (2019) Knowledge management, Strategic management, Uniwersitet Mikolaja Kopernika.

Obrad, C. , (2018) Cercetarea sociologica de la proiect la raport, Timisoara, Editura de Ves.t

Brendan McConnell, (2020), 12 ways to improve your diversity recruiting strategy, se pote acces la: <https://blog.recruitee.com/diversity-recruiting-strategy/>.

Kenneth D. Bailey , (1982), Methods of social research, se poate accesa la : https://books.google.ro/books/about/Methods_of_Social_Research.html?id=P8HmaKbWe6AC&redir_esc=y.

Martin Luenendonk, (2021), What is recruitment? se poate accesa la <https://www.cleverism.com/what-is-recruitment/>.

Ruth Mayhew, (2018), The Core Responsibilities of Human Resources in a Company, se poate accesa la: <https://yourbusiness.azcentral.com/core-responsibilities-human-resources-company-8502.html>.

<https://www.comparehris.com/blog/practices-forecasting-labor-demand/> accesat la 23.02.2021.

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/types-of-organizations/> accesat la 06.05.2021.

<https://www.thebalancecareers.com/what-is-human-resource-management-1918143#:~:text=Human%20resource%20management%20%28HRM%29%20is%20the%20function%20of,value%20to%20the%20strategic%20direction%20of%20the%20company.-> accesat la 07.05.2021.

<https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do> accesat la 07.05.2021.

<https://businessjargons.com/organization.html#:~:text=Definition%3A%20Organization%20refers%20to%20a%20collection%20of%20people%2C,tasks%20towards%20the%20ultimate%20goal%20o> accesat la 23.04.2021.

Editor in chief:

Cosmin GOIAN

Phone: (+40) 0744 810 318

E-mail: cosmin.goian@e-uvv.ro

Address: Blvd. Vasile Pârvan, No. 4, 300233, Timișoara, Timiș, România

ISSN 2668-3512

ISSN-L 2668-3512



Empirical Research in Social Work and Sociology

Editura Universității de Vest din Timișoara