

高层次会计人才稀缺

一些会计专业学生到企业实习只能打杂

田国奎

“很多人对职业教育存在偏见和误解,认为高职生是考不上大学才上高职的,知识水平和能力很低多。”据中国青年报报道,近日,2012年全国职业院校技能大赛高职会计技能赛项在山西财政税务专科学校举行,在同期举办的高等职业教育会计专业高峰论坛上,全国财政职业教育教学指导委员会副主任委员王庆阁如是说。

在王庆阁看来,高职教育对经济社会发展和社会稳定有着重要的作用。他举例说,近年来金融危机和欧债危机此起彼伏,但德国始终能够独善其身,很重要的一点就是实体经济非常发达,在此背后就是他们技术人才的强大,提供了强有力的支撑。反观我国,虽然改革开放以来高等教育实现了长足发展,但职业教育却是薄弱的一环,与其应有的社会地位不匹配。

具体到会计职业教育,薄弱的不是数量,而是质量。财政部会计司会计人员管理处处长朱海林透露,不包括注册会计师和会计专业在

读学生在内,如今我国有会计执业资格证书的会计人才已达到1400万之多,会计人才的金字塔结构初步形成,但同时也存在着诸多问题。

“我国会计人才的金字塔底座太大,上面太小,高层次的会计人才稀缺,现在社会上那么多报账人员、报表编制人员,但缺的是能够找到问题,并解决问题的顶尖会计人才,据我所知,这些人才很多央企花高薪都聘不来,可以说现在的会计教育提供的人才已经远远不能满足我国经济社会发展和企业做大做强的需要。”朱海林说。

山西财经大学校长郭泽光对此深表赞同,在他看来,好的会计人才不仅是个会计算、报账、用账的好管家,还要对企业的运行机制,发展中面临的市场风险有很深的理解,在做基础的会计业务时要有大思考,能把握住企业发展的方向。

郭泽光称,在西方发达国家企业中,70%的CEO都成长于CFO,“因为没有人比CFO更了解企业了”。

用友新道科技有限公司总裁郭延生举了这样一个例子——前段时间,一个供职于某大型国企财务部的朋友给他打电话,想让郭延生对他们从高校会计专业招聘过来的新员工做个职业训练,因为现在新招过来的毕业生到了企业后不能立马用。

“现在很多企业的财务信息已经实现信息化管理了,会计专业的学生在校时一定要熟练掌握操控技能,不然即便到企业实习,也只能打杂,学不到什么真东西。”郭延光说。

朱海林称,“我们是会计人才大国,但还不是会计人才强国。今后我们将从人才培养制度创新着手,改革会计人才培养制度,力图建立科学完善的会计人才结构。”

朱海林还提醒,会计高职教育应对非企业会计标准人才的培养高度重视。他认为,随着事业单位的改革和公益性组织的发展,非企业会计标准将会有极大的发展空间,对学生就业和教师研究领域的拓展都将产生很大的影响。

“公益事业的发展,会计也可以大有作为,因为会计就是要把信息弄得很清楚很明白,而



现如今阻碍公益事业发展的正是透明度问题。”朱海林说。

有着多年会计经验的郭泽光还提出,会计人才的培养不仅要着眼提升学生的技能和业务水平,还要关注职业素质的培养。很多做假账的会计,不是不懂法规,而是不能战胜自己,在利益的诱惑或领导的指示下就做违法乱纪的事情,“会计从业人员应该有坚定的职业操守”。

一个创新型、敏捷性组织的发展,往往和这类人才是紧密联系的。他们善于独立思考、分析问题、给出具有创造性和想象力的解决方案。

挖掘“思考力”人才最给力

试已经开始慢慢进入到各种各样的行业与企业中,帮助企业挑选最具“思考力”的员工。

案例面试中,面试官通常会让应聘者阅读一个未解决的案例材料,要求应聘者作出分析,并给出意见。一般而言,这类案例面试问题没有绝对正确的答案。面试官看重的也不是答案,而是在整个过程中应聘者的思维过程、逻辑能力,如何构建问题,如何定性定量分析,以及在一定时间压力下呈现清晰思路的能力等。

根据案例面试的内容,一般分为三类:业务案例型、数量估算型、思维风暴型。

业务案例型

这类案例面试是面试官给应聘者呈现一个业务问题,然后问应聘者如何分析问题。最常见的业务问题有利润下降、新厂房选址、行业分析、销量下降等。面试官往往不会提供很具体的信息,需要应聘者不断地提出有针对性的问题来获得更多的有用信息。

例如:

“汇友公司位于陕西省榆林市,是当地首屈一指的红辣椒生产企业,目前该公司对山东市场感兴趣,准备新建一条生产线。你对该公司的建议是什么?”

“维美是一家化妆品销售公司,只通过大型百货公司来销售产品。该公司最大的竞争对手佳利化妆品公司目前宣布准备新开10家独立经营店。维美公司该如何反应?”

数量估算型

这类案例面试中,面试官不向应聘者提供任何细节,要求应聘者估计一个市场的大小。

例如:

“请估计北京中关村家乐福一天的客流量。”

“上海有多少辆轿车?”

和所有的案例面试一样,应聘者不需要得

出一个正确的答案,关键是考察如何把一个大问题分解成小的问题来回答,同时要根据社会、专业常识进行合理的假设,并去定性定量分析验证的思维过程。

思维风暴型

这类问题往往是很刁钻的一些谜题,也没有办法预先准备,主要考察的是创造力,能否跳出固定思维模式,以及在压力情景下问题分析能力和冷静程度。这类问题在案例面试中出现的概率不高,在解答时不需要和面试官互动提问,需要应聘者抛开固有的思维定势,充分发挥创造力,在不断思索中,找到题目的陷阱,最终解答。

例如:

“你有两只水桶,一只3L容量,一只5L容量,你如何精确量出4L的水?”

“一天24小时内,时针和分针重叠多少次?”

和行为面试不同,案例面试并不是通过对应聘者过去的了解来对其未来行为进行预测,而是让应聘者在面试现场来展现其“思考力”的优势。为了能够在案例面试当中把自己的思维方式和分析能力成功地呈现给面试官,应聘者需要“大声的思考”,需要把自己分析的角度、方法和原因同步告诉面试官,这样面试官才能够清楚应聘者能否快速、准确以及很有逻辑地思考和解决问题。因此也证明了为什么说案例面试法是测量“思考力”有效的方法,即它能够在动态、外显的过程中,有针对性地调查应聘者的思考过程。

当然,单一的测评工具在调查“思考力”时略显有些单薄,因此在实际测评工作中,建议将案例面试法和其他测评方法综合起来运用,使调查更加全面、深入,同时做到相互验证。



刘瑞利

前不久,某软件开发公司人力资源总监问我:怎么帮我们选出那些靠传统的测评方法无法识别的研发专才和怪才?

他的问题让我联想到了电影《社交网络》中的马克:他是一个没有社交的人,没办法与任何人建立长久稳固的关系,无论爱情还是友情。他并不是那么在乎金钱,但是他不会轻易认输。因为在他的内心深处,他相信自己是世界之巅的唯一人。在无聊的生活中,宅男马克凭借着自己的想象力和创造力,建筑了facebook帝国,建立了一个无需邀请函的超级俱乐部,打造了庞大的社交网络,帮助人们在虚拟世界中更加接近。

在现实中,我们经常会遇到像马克这样的“天才”。他们是典型的宅男,看上去内向,不喜欢与人交往,也不喜欢参加社团活动,朋友很少。但是对他们仔细了解后发现,他们在一些专业领域具有超于常人的优势。在无领导小组讨论中他们可能一言不发,在面试中你会觉得他们的经历单一甚至平庸,但是当他们对复杂问题时,会两眼放光。

一个创新型、敏捷性组织的发展,往往和这类人才是紧密联系的。他们善于独立思考、

分析问题、给出具有创造性和想象力的解决方案。我们把这种能力称之为“思考力”。

最具“思考力”的人才到底长啥样?

他们具有快速地处理和整合复杂信息的能力;他们的思维优势是基于内隐的,只有在特定的情景下才能外显出来;他们能够长时间地专注于某一专业领域,并愿意沉迷其中;他们默默无闻,但有着强大的内心动力,愿意挑战自我,主动钻研解决瓶颈问题;他们善于独立思考,敢于质疑,并提出有创造性的想法;他们具有直觉般的敏锐判断力……

那么思考力是否等同于智商呢?智商是一个人掌握新知识、新技能的基础,而思考力与智商相比,具有更复杂的内在结构。传统的测评方法如认知能力测验、行为面试、无领导小组讨论,是很难测量出一个人内隐的、动态的思维过程。而一个互动性强、和实际联系紧密、要求分析能力较高的案例面试可以有效地测量思考力。

何为案例面试?

案例面试,是用具体案例来考查人员的测评方法。最早被一些著名的管理咨询公司(如麦肯锡),用来挑选咨询顾问。近年来,案例面

来去匆匆的员工不仅浪费了代理商的经营资源,也打击了他们培养人才、经营团队的信心。

难招更难留 代理商陷“理才”迷局

董笑妍

与一些品牌代理商交流时,记者总能听到关于人才的抱怨。“现在员工招不上来,招来了也留不住。”代理商的表情往往布满了焦急和迷茫。

无心之过拒人门外

代理商邱女士表示,自己一直有打破格局、拓宽渠道的想法,但苦于分身乏术、无可用人而一拖再拖。来去匆匆的员工不仅浪费了代理商的经营资源,也打击了他们培养人才、经营团队的信心。究其原因,除员工的个人行为外,主要问题出在代理商自己身上。业务员和导购是代理商麾下的两大阵营,但代理商在管理方面常存在一些问题:公司人员更迭频繁,代理商招人饥不择食。对于新人,代理商没有建立评价机制,盲目补充人数,员工来得快走得也快,加大了公司的内耗。

当新员工进入公司,代理商应第一时间

拟定明确的人员引进计划和上岗方案,让员工明白具体的工作内容,否则新员工只能凭借自己的经验去适应新环境,一旦代理商发现员工的工作方法有问题,便会对新人的能力产生误判,这种以主观臆断驾驭科学管理的方式很可能造成双方的互不认可,最终导致分道扬镳。

代理商对于员工的管理应远不止每月下达任务量。缺乏了日常管理,员工难以形成正确的工作习惯和自我管理意识,导致组织意识淡薄,团队的长期发展自然无从谈起。同时部分代理商过于急功近利,对员工过多的要求会因为期待过高而失望,使员工感到压力重重。代理商应该为员工营造一种克服困难、共同进步的工作氛围,正如购买一台新型设备,要经过科学的调试和多次的磨合才能正常运行。

唤醒激情树立信心

“留住人才其实就在于用心对待每一个员工。我的工作重点就是用心打造自己的团队,

建立一个让每个人都能有所学有所进步的平台。”代理商闵女士在经过多年的代理后越发认识到了团队的重要,她说,“我会像对待家人一样对待我的员工。”

用心对待不能只停留在口头,更应该有一个详尽的计划。没有激情与自信的员工就像没有翅膀的雄鹰。

代理商首先必须唤醒员工沉寂的感情,讲述公司的光荣历程、展望今后的发展,甚至于对员工作出切实的职业规划。这些问题其实一直埋藏在员工心里,即使不当面提出他们也会从侧面了解,如果代理商对这些问题没有给出很好的答案,员工会感到迷茫并且丧失归属感。

除了激情,自信也是他们不可缺少的一项素质,而真正的自信源于专业。缺乏专业知识的员工很可能在与客户交流时“露馅”,这样不仅会使客户对员工的信任度下降,员工自己也会产生畏惧心理。某内衣品牌北京分公司的总经理魏先生对留住人才有自己的心得:“我每

年都会投大把的金钱用在培训方面,新员工来到公司能够享受到数个月的带薪培训。”这种培训不仅急速地提高了新人的专业素养,同时也建立了他们对品牌的归属感。魏先生手下业务员往往一干就是五六年,他坦诚地说:“我认为,所有投资在培训上的金钱都会成倍地得到回报。”

然而,并不是经过初期培训代理商就可以高枕无忧,目标、任务、制度和考核,既是代理商日常经营管理的工具,也是帮助员工成长的良方。每个阶段代理商要制定目标,难度不一定很高,但接受规范管理的意识会无形中被灌入员工大脑。如果没有日常管理,员工会找不到成长机会和坚持下去的理由;如果日常管理不严格,员工会寻找代理商的管理漏洞,消极怠工并把工作责任转嫁于制度的不合理。

日常管理无小事,代理商管理得越细致用心,效果也就越好。代理商可以建立员工知识库,比如对导购,代理商需要建立一套关于产品专业知识、消费心理学、推销要领、语言表达与沟通等方面的知识系统,这种知识的储备不是一朝一夕便可以达成。所以,代理商一方面要引导员工在工作中总结;另一方面要组织定期学习,并通过检查和实际考核巩固成果。

适度放权让人才成骨干

随着市场精细化运作时代的到来,渠道

评论 | Ping Lun

不拘一格“理”人才

朱唯雅

当今世界的竞争,从根本上说是人才的竞争,是用人机制的竞争,我们需要一支高素质的人才队伍。为此,我们要不拘一格选才、育才、用才。

更新选才观念,重“学历”更重“能力”,营造良好选人环境。一个人是不是人才,不应由先入为主的条条框框说了算,而应由实际说了算、由事实说了算。多年的实践证明,机械规定年龄、学历是不科学的。要破除论资排辈、平衡照顾的旧思想,树立“谁有本事谁干,谁能干好谁干”的新观念。敢于打破地域、身份、资历等条条框框的限制,不拘一格选拔人才。辩证地认识和处理干部选拔任用中的政策问题,忌机械套搬或搞一刀切。“人无完人,金无足赤”,人才并非全才,我们不能吹毛求疵,更不能用放大镜看缺点,用显微镜看成绩,不能因为人才出现过错或失误就一棍子打死。

创新育才机制,重“所有”更要重“所用”,促进人人都能成才。“先有伯乐,后有千里马;千里马常有,而伯乐不常用。”组工干部就是伯乐,千里马能不能被发现,能不能用其所长、用当其时、用当其位、用当其愿,关键在于组工干部有没有牢固树立科学的人才观,为促进人人都可成才,组工干部应努力创新干部培养机制,通过学习培训、实践锻炼、竞争激励等方法为干部成才创造条件。要改革培训方式,创新培养模式,强化实践锻炼,增强培训效果,做到学与用相结合,激励干部成长。人人都可以成才不等于人人都是人才,要按照促进人全面发展的要求,努力形成谁勤于学习,勇于投身时代创业的伟大实践,谁就能获得发挥聪明才智的机遇,就能成为有用之才的社会氛围。

创新用才理念,变“管紧”为“盘活”,调动人才积极性。用人之道在于知人善任。组工干部必须精通“用人之道”,善运“用人之道”,做到“适才适用,适人适职”。要放开手脚用活人才,注意人才的合理流动,“不要把人才当一个大水库,应该当成一条河流来管理;不要期待它不流动,而应设法管理它的流速和流向。”要优化人岗组合,善于识人、研究人、发现人,找出人的闪光点,熟悉岗位要求,通过人岗分析,做到用人之长,避其所短,使智者尽其谋,勇者尽其力。要重在激励,倡导“人事共赢”的用人理念,从物质和精神两方面去激励人才,做到以人为本,取予并重。

创新“理”才模式,重“管理”更要重“服务”,全力留住人才。好的人才环境对于吸引、使用和稳定人才有着至关重要的作用。欠发达地区不能一味地在经济待遇上和其他先进地区较劲,更要在人才发展环境上下功夫,要给人才一个事业的舞台、情感的舞台和社会舆论的舞台,营造一个彼此尊重、和谐融洽、倡导争鸣、鼓励创新、宽容失败的人际环境和学术环境,营造“人才为我创造生活,我为人才真诚服务”的舆论环境和激励人才、保障人才、优待人才的政策环境,要像创造招商引资环境一样地去创造招才引智环境,积极为人才提供全方位的服务。