返乡式“用工荒”背后的真问题

吴江 自由撰稿人

记者昨日从广州市人力资源市场服务中心获悉,经过该中心节前、节后对涉及用工 22 万人的 326 家企业进行的调查显示,受外来工返乡后不再返穗、企业扩大生产规模等因素影响,广州今年节后用工缺口将达 12.33 万。(《南方都市报》2 月 11 日)

常言道“有钱能使鬼推磨”。既然如此,只要舍得开工钱,哪里会有招不来的工?而所谓“用工荒”,按说不过是个伪命题。尽管随着人口红利的减少,人力资本将愈发彰显其价值,但对于用人单位而言,只要薪资待遇有竞争力,又何愁没有求职者纷至沓来。

不过,一直作为国内薪资高地的珠三角,包括广州在内的多个经济热点城市,仍然不约而同的遭遇节后“用工荒”,仅仅是广州的缺口便达到了 12.33 万。那么,这一现象是否可以简单的归之于薪酬缺乏竞争力呢?不可否认,经济发达地区尽管薪酬从账面上看,的确要高于欠发达地区,但与此同时,居住生活成本也同样高企,而随着内地产业经济的发展,对于外来工而言,假如在家乡的工作机会能够保证其获得与发达地区相当甚至更高的生活质量以及幸福满足感,这的确对东部企业构成强有力的用工竞争,用工潮的减退甚至回流,也就在所难免。

应该承认,节后“用工荒”现象,固然一定程度上与部分外来工的“一去不复返”有关。既然地区间的产业结构都在不断的发生变化,人才资源结构的调整,当然也就不可避免。由此而在部分地区产生供求缺口,应该说也属正常现象。对于近年来节后注定上演的“用工荒”一幕,就连老板们对此也渐渐从无奈变得习惯。只不过,令人尴尬的是,无论是涨薪,还是组团赴劳务输出大省招聘,这些过去屡试不爽的吸引人才策略,却终究难掩颓势。以广东惠州为例,尽管企业薪酬较往年有 10%左右的提高,但用工缺口仍较去年上升了 1 万人,而赴内地招聘,相比过往劳务输出大省的夹道欢迎,如今则不得不面对这些省份城镇化与产业发展对人力资源的旺盛需求,局面已不能同日而语。

不难看出,纾解“用工荒”,假如仍然搬出过往的“三板斧”,甚至寄望于简单的涨薪提待遇,只能是路子越走越窄。事实上,人力资源竞争,固然是一种市场竞争,但却毕竟与普通商品的市场属性有所不同。薪资待遇固然是不可或缺的重要因素,但人的需求,对于职业的权衡,却是多方面综合考量的结果。因此,人力资源的竞争,也就必须回归以人为本的理念,并跳出唯薪资是举的狭隘视角。不难设想,假如只是为了求解“用工荒”,只是为了招聘外来工应短期业务之急,外来工也只是为了打工挣点钱回家过年,这样的契约关系本就不可能长久,也注定难有持续性。节后总是出现“用工荒”,也就一点也不意外了。

可见,人才资源是否能够顺利无障碍的融入当地,又是否能够拥有满意的生活并愿意长期居留下来,面对必将越来越激烈残酷的人力资源竞争,能够让流动人员、外来人才安家立业,才是真正意义上的人才吸引力与竞争力。只不过,在这方面,真正参与竞争的其实已经不只是企业,而更需为城市规划乃至人才政策注入开放与包容的基因。这或许更应是返乡式“用工荒”给予我们的启示。

“国企激励员工创业”不妨学学华为

吴言 时评人

今年起,如果江西省的国企员工想要创业,一份停职留岗的“三年之约”让他们没有了后顾之忧。经过单位批准后,职工可停职领办创办企业,3 年期满职工可自行选择回原单位就业或停职继续创业。(《中国青年报》1 月 27 日)

不可否认,假如创业的风险完全让人无法承受,当然会遏制创业热情。从这个角度来看,创业激励政策从为创业风险兜底做起,其实堪称有的放矢。在任何一个创业活跃度高的地区,创业意识浓厚的地区,一个共同的特点其实都是对创业风险的承受能力强。

现实中,“一个人是条龙,一群人却是只虫”。在国企的羽翼之下,虽然过得安逸舒适,但也容易养成惰性,并极大地压抑个人创造力与个人发展的可能性。这一点,从国企下岗潮中,不少下岗职工最终却取得创业成功,成就一番原本无法想象的事业,便不难看出。既然如此,鼓励国企与事业单位职工创业,会否激励出更多的创业动力,从而为经济注入活力,甚至改变个人命运,也就完全可以期待。只不过,要想让“龙”不被埋没成“虫”,很多时候也需要创造让“虫”破茧成“龙”的条件与氛围。安逸舒适的日子过惯了,对于不乏风险和辛劳的创业节奏,产生不适与畏难情绪,其实并不难理解。国企员工创业可停薪留职三年的约定,解除了后顾之忧,也就完全有望成为最立竿见影的激励。

虽然“停薪留职”的国企员工创业激励机制,仍然引发了不小的质疑。但类似的创业激励机制,的确并不全是国企独创。国内的民营企业,也同样面临组织结构庞大之后如何继续保持创新动力,激发个人潜能的问题。早在 1999 年,华为就发布了员工内部创业政策,鼓励员工出去创办企业,华为甚至可给予一定时间的支持,并免费提供部分产品,员工内部创业失败,半年内仍可回公司工作。乍一看来,这似乎也是某种程度上的“停薪留职”,既然民企早就迈开腿了,国企要说没理由缩手缩脚。

不过,与国企毫无约束的“停薪留职”不同,民企鼓励创业的激励机制,绝非无需承担任何责任与风险,华为虽然鼓励内部创业,但却有严格的约束条件。例如,内部创业需经注册后成为独立法人,同时脱离与华为公司的关系,公司任何员工不得参股,与创业业务有直接关系的员工配偶不得参与。这样一来,虽然公司支持员工创业,但却有着明晰的底线和边界,华为员工创业必须真刀真枪实干,各种可能的利益输送通道也基本被封死。此外,尽管创业失败公司仍提供退路,但不保留原职务及工资,而是要重新经过考核,并按新考核的标准,分配工作岗位,确定新的工资级别。换言之,鼓励内部创业,仍然首先要保证公司的利益,所谓“留职”,也绝非真的把位置留在那儿,创业者必须承担时过境迁的风险与机会成本。

基于此,解决老员工与机构庞大问题,国企当然不妨有激励创业政策,但对于风险的分担与兜底,显然不应简单的“创业不成,保留原位”,而毫无压力,不愁退路,与其说是鼓励创业,毋宁说更容易形成投机驱动,其成功率自然也高不了。可见,国企员工创业激励,除了必须获得股东认可之外,即便从提高国企员工创业成功率出发,也更需对创业者形成必要的压力与责任机制。

奇葩示范单写实垄断的傲慢与无礼

周俊 职员

近日,重庆市赵先生和朋友一同到通卡公司营业厅办理公交卡。在柜台前填表时,赵先生突然发现,贴在窗口上的申购示范单上,姓名栏和申购人签字栏中竟然都写着“王八”二字。赵先生心生不快,向工作人员询问。工作人员回答:“就是闹着玩的,随手一写,不用那么当真吧。”(2 月 10 日《重庆晚报》)

既然是示范单,就应该有着无可辩驳的专业和严肃。明显带有侮辱性的“王八”赫然于空格中,虽然没有明确的特指,但是置于当时的情境下,让任何一个前来办事的民众都没办法淡定。这显然不是“当不当真”的问题,也不是一个“闹着玩”的事情,直接投射出通卡公司营业厅的傲慢和无礼。

这种傲慢与无礼植根于自身的优越感,正是这种“优越感”才会冒生出对客户权益的漠视。工作人员的那句“就是闹着玩的,随手一写,不用那么当真吧”便是明证。但凡稍有对客户的尊重,有对客户需求的重视,何来“闹着玩的”的“王八”呢?这样的“随手一写”折射出的正是不可一世的孤傲。试想一下,如果面对的客户是有权有势的群体,他们还敢这样“闹着玩”吗?

当然,也不能说赫然于纸上的“王八”就怀揣着多大的恶意而来,但是这样的语言暴力也着实暴露出“傲慢与无礼”下的专业素养短板和职业伦理缺失。追责专业素养或是职业伦理,似乎并未抓住问题的七寸,毕竟最终体现的还是令人心生厌恶的自我“优越感”。所以问题的根源还在于,是什么让他们生出这种充满“傲慢与无礼”的优越感呢?

这里有一个值得揣摩的比对:在银行办理业务时,也通常会填写各种业务单,也会出现各种示范单,为什么在银行中就鲜见写着“王八”的奇葩示范单呢?要论财大气粗,银行从来就不缺话题,两相比较下来,不难发现,办理公交卡的通卡公司有着各大银行无可比拟的“优势”,那就是“寡头垄断”地位。银行虽然财大气粗,但仍然不免激烈的业务竞争,正是在这种竞争下,才会有客户地位逐渐上升的今天。但是通卡公司独家经营着全城的公交卡,缺乏明显的市场竞争,这样一城独大的地位才助长了不可一世的傲慢姿态。在这种姿态之下,也就不难理解为什么工作人员丧失了对客户的尊重意识,抛却了对客户意愿进行换位思考的能力和意识。可以说,奇葩示范单是对垄断的傲慢和无礼的真实写照。

更为让人不堪的是,这种一城独大的垄断地位,并非通卡公司的苦心经营而来,而是在权力主导下的资源分配。这样的背景,不仅加剧了事实上的傲慢,更是形成了“对下不对上”的天然无礼。

“让市场在资源配置中发挥决定性作用”,这已经是一句广泛流行的话语。从奇葩示范单这种怪现象中,更是窥伺出市场的神奇作用。只有引入充分的市场竞争,打破通卡公司一城独大的垄断地位,才能拉下其充满“傲慢与无礼”的优越感,才能回归到充满平和理性的正常市场秩序中来。

“逃离北上广”是个伪命题

郭文婧 自由撰稿人

2014 年初,国内某知名人力资源服务机构公布网络招聘大数据信息。其中,去年,90 后高校毕业生里有 61%主动逃离北上广等一线城市,前往二三线城市工作生活。而这个数据,在 2011 年时还是 46%。媒体调查,原因主要有三:房子太贵、没有户口像二等公民、幸福感太低。(2 月 12 日《大河报》)

又见“逃离北上广”成媒体重磅报道,但仔细梳理一下,“逃离北上广”的炒作快有 10 年了。2006-2008 年是炒作的第一个高峰,国际金融危机让炒作暂时熄火,2010 年至今又几乎每年都有炒作。如果“逃离北上广”确确实实存在,近 10 年的逃离,北上广没有成为中国的底特律,也应该已面临严重的萧条压力。可现实情况并非如此,这实际上已经说明“逃离北上广”根本不存在,即使存在,至少也没有报道的那么严重。

以北京为例,统计数据显示,在过去的十年里,20 岁到 39 岁的人在全国新增人口里面占 31%,而北京超过了 50%。北京常住人口每年新增约 60 万,20 岁到 39 岁的年轻人占 62.8%。近年来,北京高考人数每年基本持平并略有下降,2013 年不到 8 万人,录取率在 85%左右。2013 年,北京高校毕业生人数为 22.9 万人。即使大数据显示的“六成大学生逃离北上广”属实,在扣除北京本地生源之后,也依然有近 2 万人选择“北漂”,这还不算其他省份进京就业的大学生。可见,“逃离北上广”不仅是个伪命题,而且实际的趋势仍是“拥往北上广”。

在一个伪命题下,炒作“逃离北上广”,最大的价值,就是能继续彰显原因的悲催——对高房价、户籍制度的不公平、大城市病的迂回批评,反映人们向往有质量的幸福生活的愿望。而这些问题,不用“逃离北上广”来炒作,也已经成为社会共识。不管是北上广这样的一线城市,还是众多的二三线城市,都在想办法努力解决这些问题。实际上,没有多大实际价值的“逃离北上广”炒作,带来的更多的是负面影响,甚至会给当下的年轻人造成误导。

关于北上广等一线城市与其他二三线城市的差异,一段顺口溜已经说得淋漓尽致:一线城市是江湖,二线城市是道场;一线城市是现货,二线城市是期货;一线城市拼智商,二线城市靠情商;一线城市有优越感,二线城市有归属感;一线城市有文化,二线城市有闲情;一线城市是“飘之城”,二线城市是“一生之城”……留守,最大的好处是机会,是通过个人奋斗获得人生出彩的机会;逃离,有可能凭学历与努力获得更好的前途,也可能成为地方裙带关系网和安逸生活的牺牲品。

从俭入奢易,从奢入俭难。在对生存幸福感的抱怨之下,哪些人会选择“逃离北上广”?是竞争力强、不畏“北上广”之难的优秀人士,还是在“逃离北上广”炒作精神抚慰之下的一般青年甚至是弱势青年呢?有爹可拼的一族,即使没有“逃离北上广”的炒作,他们大多也会理性的逃离;没有爹可拼的一族,在“逃离北上广”的炒作之下,贸然放弃自己的奋斗基础和奋斗斗志,非理性的“逃离北上广”,就会成功、就会心想事成吗?幡然醒悟,要再回北上广,或者已经回不去了,或者只能再次从头开始,白白浪费了自己的青春。

闹心的网络销售如何规范

一叶 职员

近日,北京市工商局通报了马年春节期间首都市场秩序情况,其中网上预订机票、团购休闲娱乐服务引发的消费纠纷成为投诉热点,互联网销售服务投诉位居商品和服务类投诉的首位,占投诉总量的 53.01%。(2 月 10 日《人民日报》)

春节,是全家团圆的日子,人们在结束了一年的辛苦工作之后都想放松一下,休闲娱乐的需求高涨,互联网销售服务春节期间不受营业时间限制,确实便利了消费者,由此便催生了网络消费的小高潮。然而,随着火爆的网络消费的热情渐渐平息下来,却出现了此起彼伏的投诉的声音。试想,就在全家准备欢欢喜喜出门游玩的时候,在网上下好了订单却不料竟碰上了预订的机票无法乘机或者是团购的门票难以消费等情况,这难免让人火冒三丈,心头添堵。之所以会出现如此不愉快的事情,原因不外乎以下三个方面:

首先,消费者在网上购物时,接收到的信息大多是卖家单方面提供的,缺乏对商品全面真实的了解,因而往往会影响正确的判断。互联网销售服务与与以往的销售方式不同,具有较强的隐蔽性,如果不能够对信息做出正确的鉴别,那么消费者很容易被蒙蔽。此外,部分消费者抱着占便宜的心理,在选择商品时容易坠入商家低价的陷阱从而导致不理智的消费。

其次,网络卖家方面所提供的相应服务不到位,引起了消费者的反感。就拿春节期间在网站上订机票来说,在消费者预付费之后,网站经常拖延出票或是在航班取消之后却不予改签。如果是因为春运期间客流量较大而延误了出票时间,只要网站方面出面公开说明,消费者也会予以理解,但是网站方面如果是默不作声的拖延出票,招致投诉那自然是情理之中的事。再者,部分网络卖家存在通过不当宣传甚至用技术手段来欺骗消费者的现象,以先抬价后降价的方式欺瞒消费者的现象并不少见,相关部门应该予以重视。

最后,我国目前尚未有完善的电子商务方面的法律来规范和约束网络消费。相关监管部门对于部分欺骗消费者或是未提供相应服务的电商的打击力度也不够。此外,主动出击的意识薄弱,相关部门习惯于坐等的管理方式,有消费者来投诉了才意识到该管一管了,缺乏对问题出现的事前规避意识。

为了让类似的闹心的事情不再发生,让消费者能够欢乐愉快地过好节,让外出休闲娱乐的消费者能够乘兴而去,满意而归,需要的是全社会自上而下的共同努力。第一,立法部门要加快电子商务立法的步伐,使对电子商务的规范能够做到有法可依,有法必依;监管部门要切实承担起自身责任,摒弃被动执法的意识,主动出击加大打击力度,有必要通过提升监管技术手段,可通过实名认证和举报监督等方式扩大监管范围,同时要增大不法商家的犯罪成本,坚持执法必严,违法必究。第二,商家们要诚信经营,提供给消费者承诺的相应服务,用真情和诚信换取消费者的信赖。因为春节期间客流量猛增,电商们应提前做好应急预案,规避拖延等问题的出现。第三,消费者要增强辨别信息的能力,做到货比三家,优中选优,谨慎选择商品,避免被低价的诱惑蒙蔽双眼。

戏画闲言

摊派卖房公仆愁

吴之如·文并画

《南方都市报》报道,春节前,在山东省 C 县某政府部门工作的很多公务员都接到重要任务:2014 年,必须介绍自己的亲戚或朋友,至少在县城内购买两套新建商品房。否则,就可能被停发工资。C 县兴建了大量商品住房,部分商品房严重滞销。

商品房不比福利分房,建多少,卖什么价,都得交给市场决定,哪能由政府拍板。但是一些地方政府当家公仆却顾不得什么市场经济规律,非要揽过来由自己拍脑壳定夺,也不管房子造多了、房价定高了、百姓是否买得起,这大批新建住宅卖得掉还是卖不掉,一个劲地鼓动商家大造特造住宅楼盘。原因大家都明白:房子造得多,土地才卖得多,政府就能从中抽得巨额资金,不但本地 GDP 能够迅猛增长,许多政绩工程也因手中有钱而得以大兴土木,自己的乌纱就有望升级换代。

一般城镇尤其是小城镇,商品房严重滞销总是个困扰官与商的头痛问题。山东 C 县的某些政府首脑们却自有办法:给公务员们摊派任务,每人至少向亲戚朋友推销两套新建商品房,完不成就停发工资。这就公然将商品房销售的市场行为一变而成政府行为了,有点权势的公务员尚可借助权力转嫁负担,而领受任务的一般公务员便不堪重压了。

“天无绝人之路”。面对尴尬,有人找到了应对办法:花上 500 元就能从一些项目售楼处的销售人员手里买到一个售房“名额”,以充推销业绩。实际运行的结果,既加重了普通公务员的经济负担,也助长了滋生腐败的不正之风。有道是:

摊派卖房公仆愁,腐败之风可解忧?
售楼本是市场事,政府缘何插一手?

山东 C 县公务员摊派卖房的怪事,实在不能算是发展地方经济的明智创举,违背了相关政策规定,有必要认真纠正,更不值得其他地方盲目仿效。