

## במקום אחר טוב יותר? איך מתגברים על הפחד מהחמצה בשוק העבודה

שכירים רבים בשוק תוהים אם הם לא מפספסים הזדמנויות טובות יותר ממקום העבודה הנוכחי. מנגד, מעסיקים נלחמים להשאיר את העובדים הטובים בארגון. מה אפשר לעשות כדי לצמצם את התופעה במקום העבודה

זיו אלרון 11:03, 24.01.23

תגיות: [ניהול](#) [פחד מהחמצה](#) [שימור עובדים](#) [fomo](#)

"אני יודע שטוב לי ממש בעבודה ושכמעט ואי אפשר למצוא משרה עם כל כך הרבה יתרונות, אבל בזמן שאני מאכיל את התינוקת בלילה, הראש רץ בלופים על כיוונים ורעיונות אחרים שאני אולי מפספס..." סיפר לי עובד ותיק ומוערך באחת מחברות ההייטק המובילות בישראל.

עם עלייה חדה בטרדנים החברתיים שמתווה שוק ההייטק, תופעת הפחד מהחמצה, או בשמה הלועזי FOMO (Fear of Missing Out) מתגברת גם היא וחודרת לתודעתם של רבים מהשכירים בשוק, אשר תוהים אם הם לא מפספסים הזדמנויות "שווה יותר".

### [רק מה שמעניין - הצטרפו לערוץ כלכליסט בטלגרם](#)

משרה עם שכר גבוה יותר, בונוסים שמנים, מענק חתימה או מניות, תפקיד בכיר יותר, משרד עם מתקנים משוכללים יותר, משרה שעובדים בה רק מהבית, או אפילו האפשרות של לעזוב ולהקים סטארטאפ באופן עצמאי, ללא תקרת הכנסות.



זיו אלרון

תופעת הפחד מהחמצה, במסגרתה אנשים חוששים לפספס חוויות מהנות או הזדמנויות לאינטראקציות חברתיות או עסקיות, היא תופעה שהולכת ומתרחבת בשנים האחרונות בעולם, בעיקר בשל חדירתן של הרשתות החברתיות לחיינו.

האם קיים כאן סיכון?

בימים שבהם חברות נלחמות בשיניים על אחוזי הריטנשן, מגפת ה'פומו' התעסוקתי שתוקפת את השכירים והשכירות בשוק העבודה עשויה להוות מכשול מרכזי בהצלחתה של המשימה הבהולה של שימור הטובים בארגון. ההסבר לכך הוא כי

"דגירתה" של תחושת הפחד מהחמצה הזדמנויות תעסוקתיות אטרקטיביות מחוץ לארגון לאורך זמן, עשויה להוריד את חוויית הסיפוק וההערכה של העובדים כלפי מקום עבודתם – והתוצאה? עשויה להתגלם בסופו של דבר במחשבות ממשיות על עזיבה.

איך נתמודד עם מגפת ה'פומו' התעסוקתי?

חשוב לציין שתופעת ה FOMO היא תופעה רחבה ואינהרנטית בעולם המודרני שבו אנו חיים. ככזאת היא מאתגרת לשליטה או לבלימה. יחד עם זאת, ישנן מספר פרקטיקות שעשויות לצמצם משמעותית את היקף התופעה בתוך כותלי הארגון.

### שיח קרוב ואמיתי

היכולת לנהל שיח קרוב ואמיתי, הן בהיבט הפורמלי והבלתי פורמלי. לפי ממצאים שפרסמה חברת אורקל על עזיבת עובדים נמצא כי מעל לכ-50% מדווחים כי למנהל הישיר הייתה את היכולת למנוע מהם את עזיבתם. הגישה הניהולית בעולם העבודה החדש ממקמת את המנהל הישיר כמעין 'מנטור' אישי, אחד ששואף להכיר ולהבין את עולמו הפנימי של העובד, את תפיסותיו ומחשבותיו.

לאורך זמן, היכולת לייצר קשר אישי קרוב עם העובד תשמש כאסטרטגיה היחידה שתצליח להציף בזמן אמת את החששות הצרכים או הפחדים שלו, הן במישור האישי והן במישור המקצועי. למשל הרצון לעבור לתפקיד יותר מאתגר, או לקבל שכר הולם יותר, התואם יותר לשכר המקובל בשוק. בתוך כך, היכולת של המנהל להכיר מקרוב את תחושותיו של העובד, היא זאת תאפשר לו לגבש תוכנית להענקת מענה מיד, או למציאת חלופות רלוונטיות עבורו, בתוך מסגרת הארגון.

### פיתוח עובדים כגישה אינהרנטית בארגון

אחת הגישות הניהוליות החשובות כיום היא התאמת תוכניות פיתוח אישי לעובדים ועובדות - כאלה שייסעו להם לממש את היכולות האישיות והמקצועיות שלהם בתוך הארגון. כחלק מכך, על הנהלת הארגון לתכלל את יכולותיו, שאיפותיו וצרכיו של כל עובד, ולהתאים לו תוכנית ארוכת טווח שתאפשר לו להביא את עצמו לידי ביטוי על הצד המיטיבי.

כדי לתמוך באפשרות הזאת, על הארגון לסגל מבנה שטוח וגמיש המאפשר מוביליות של עובדים, ובאופן זה, לתת מענה "ביתי" לצורך השכיח של חלק מהשכירים לשינוי התפקיד במהלך הקריירה.

היכולת של עובדים לדעת שהארגון חושב עליהם ועל מסלול ההתפתחות שלהם עשויה להעניק להם ציפייה לעתיד מאתגר ומשמעותי, ובכך להוות טיפול מניע לפחד מהחמצת מיצוי הפוטנציאל שלהם, שעשוי להתבטא בפזילה להזדמנויות שונות בארגונים אחרים.

### תרבות ארגונית אמיתית שווה חיבור אמיתי של העובדים

אל מול ההצעות המפתות של מרבית מחברות הייטק להגיע ולהנות ממתקנים אטרקטיביים המציעים מכל הבא ליד, נמצאת גם כמות נכבדת של עובדים שמצפים למעט מעבר. תרבות ארגונית המבוססת על ערכים, חזון ועשייה משמעותית היא אחד הגורמים החשובים לחיבור אמיתי של צוותי העובדים והעובדות לארגון. ארגונים שעומלים בכדי לטפח שיח חיובי ומפרגן, שמעניקים לעובדים ולעובדות שלהם מקום להתבטא ולשנות ושחורטים על דגלם שינוי חיובי של העולם, אלה הם ארגונים שיצליחו לצמצם את תחושות החשש של העובדים להחמיץ הזדמנות בארגונים אחרים – אפילו כנגד הצעות שכר גבוהות יותר.

חשוב לציין שחיבור כל אנשי הארגון לחזון ולערכים, לשפה ולהתנהגות שמהווים את התרבות הארגונית, הוא משימה מורכבת המתבססת על עבודת ניהול תדירה ועקבית.

### להבליט את החוזקות

בדומה לרעיון הרווח שלא ניתן להיתקל בבן/בת זוג שיענו על כל הציפיות שלנו, כך גם טבעי שלא קיימת חברה שיכולה להציע לעובדים ולעובדות שבה את כל היתרונות האפשריים.

היכולת של ארגונים להכיר את מקומם ומגבלותיהם יכולה לסייע באימוץ אסטרטגיית מיתוג אותנטית, כזאת המשוחררת מהצעות ריקות וחסרות ערך ושממקדת בחוזקות החברה.

כך למשל, חברה שאינה בעלת טכנולוגיה פורצת דרך, תוכל להבליט את איכות וערך השירות שלה, או לחלופין חברה שכרגע אינה יכולה לשלם מעבר לממוצע באחוזון השכר בתפקיד

מסוים, תוכל להבליט את המוכנות שלה לממש את עקרון איזון חיים-עבודה לעובדיה.

נקיטת אסטרטגיה של הבלטת החוזקות, לא רק שתוכל לסייע במציאת העובדים המתאימים ביותר לארגון, אלא גם תאפשר סינון של הצפת המידע הבלתי נשלטת, המהווה קטליזטור של תופעת ה'פומו' התעסוקתי בשוק העבודה של ימינו.

מגפת ה'פומו' כבר כאן ומתחת לראדר היא משפיעה ואף מעצבת את חוויית ותפיסת העובדים בשוק העבודה. ההשוואה הבלתי פוסקת בין התנאים שלי אל מול תנאים שאוכל להשיג בחוץ היא מנת חלקם של שכירים רבים ומשמשת כגורם מרכזי שעשוי בסוף הדרך להוביל לעזיבה. על הנהלות הארגונים להבין כי הן נדרשות להתמודד מול וירוס שקשה לזהותו וכנגד לאמץ באופן נחרץ פרקטיקות שיסייעו בטיפול בתופעה.

כל עולמות התוכן עבור העובד, במקום אחד – הכירו את הפלטפורמה הדיגיטלית החדשנית | כלכליסט

בשיתוף

פוליסת ההשקעה של הפניקס – לנהל את הכסף באחריות!

בשיתוף

הכותב, זיו אלרון, הוא פסיכולוג ארגוני ושותף בחברת IM.Tec