

Trendy HR w sektorze Automotive

Raport ManpowerGroup



ManpowerGroup™

Spis treści:

- O badaniu: cel i metodologia
- Prezentacja wyników badania
 - Ocena sytuacji na rynku i wyzwania stojące przed branżą
 - Outsourcing funkcji i elastyczne formy zatrudnienia
 - Plany rekrutacyjne i związane z nimi wyzwania
 - Wynagrodzenia płacowe i pozapłacowe
- Wnioski z badania

O badaniu: cel i metodologia

ManpowerGroup jako światowy lider innowacyjnych rozwiązań dla rynku pracy, tworzy i dostarcza wysoce skuteczne rozwiązania, które pomagają firmom i kandydatom odnieść sukces w szybko zmieniającym się świecie pracy. Firma prowadzi od wielu lat badania rynku pracy – w 1962 r. rozpoczęła publikację raportu „Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia”, od siedmiu lat przeprowadza coroczne, globalne badanie „Niedobór talentów”. Aktualnie badania ManpowerGroup prowadzone są w 42 krajach na próbie blisko 66 000 pracodawców. Celem tych działań jest lepsze poznanie świata pracy i komunikowanie trendów, które mają istotny wpływ zarówno na przedsiębiorstwa jak i na osoby szukające pracy.

ManpowerGroup od wielu lat w Polsce i na świecie wspiera firmy różnej wielkości w pozyskiwaniu najlepszych kandydatów i wdrażaniu rozwiązań HR, które pomagają firmom osiągnąć cele biznesowe i zwiększać konkurencyjność. Firma oferuje także, poprzez ManpowerGroup Solutions, usługi outsourcingu procesów i funkcji dla firm, które w poszukiwaniu innowacyjności usprawniają swoje działania. ManpowerGroup jest członkiem i założycielem Polskiego Forum HR, który zrzesza największe agencje zatrudnienia w Polsce. Związek dba o zachowanie najwyższej jakości działań agencji przy poszanowaniu norm prawnych oraz zasad etyki i odpowiedzialności w biznesie.

Raport „Trendy HR w sektorze Automotive” ma na celu lepsze poznanie tej ważnej dla gospodarki Polski branży. Celem badania było poznanie obecnej sytuacji oraz planów firm działających w branży Automotive: największych wyzwań, kierunku rozwoju elastycznych form zatrudnienia, prognoz zatrudnienia w bliższej i dalszej perspektywie, kwestii niedoboru talentów.

Do udziału w internetowym badaniu ManpowerGroup zostały zaproszone osoby odpowiadające za politykę personalną a także osoby zarządzające firmami działającymi w branży Automotive. Ankieta on-line zawierająca 20 pytań, została przeprowadzona w okresie: 26.02 - 15.03.2013 r. W ankiecie wzięli udział przedstawiciele firm Automotive różnej wielkości. Uzyskano odpowiedzi od 33 firm reprezentujących sektor, które pozwoliły na przedstawienie trendów w polityce HR tego sektora.

Prezentacja wyników badania

Wyniki badania ManpowerGroup „Trendy HR w sektorze Automotive” pozwalają na poznanie obecnej sytuacji oraz długoterminowych trendów w polityce personalnej. Przedstawiają one obraz stojących przed branżą wyzwań, a także prognoz dot. zatrudnienia. Uzyskane informacje umożliwiają nie tylko na analizę obecnej kondycji sektora Automotive oraz jego planów rekrutacyjnych, to również materiał pozwalający każdej firmie na porównanie ważnych aspektów dot. zarządzania, z planami innych firm z branży. Uzyskane w badaniu odpowiedzi zostały ujęte w cztery sekcje, które przedstawiają ciekawy obraz i dostarczają cenną wiedzę zarówno osobom poruszającym się w branży jak i jej obserwatorom.

Ocena sytuacji na rynku i wyzwania stojące przed branżą

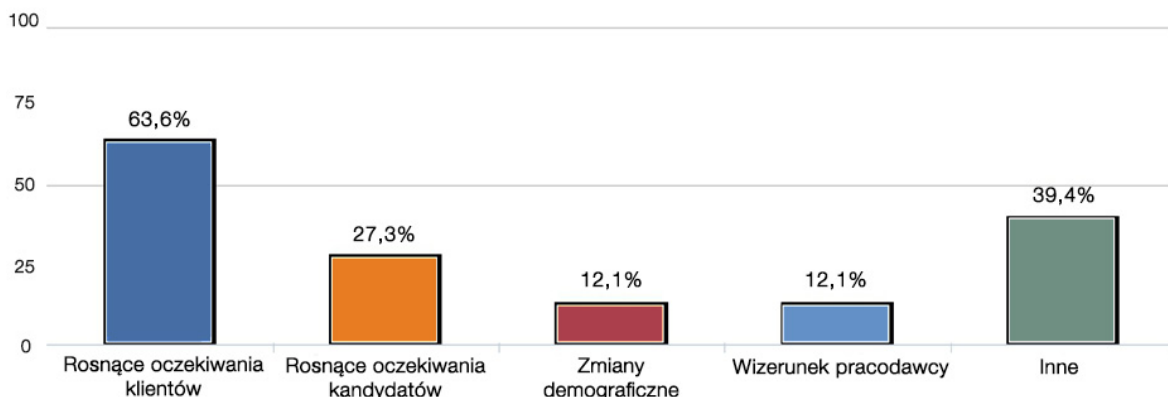
Badanie wykazało, że większość firm z sektora Automotive odczuwa spowolnienie gospodarcze – to opinia sześciu na dziesięciu respondentów (58%). Warto zauważyć, że blisko połowa ankietowanych (42%) nie obserwuje wpływu aktualnej sytuacji na realizację ich planów.

W pytaniu otwartym, dotyczącym obecnej koniunktury, również pojawiają się stwierdzenia potwierdzające dobrą i stabilną sytuację w branży. Jednak zdecydowana większość ankietowanych zauważa spowolnienie na rynku i ocenia aktualną koniunkturę jako mało sprzyjającą.

Największe wyzwania, z którym obecnie zmagają się branża Automotive to rosnące oczekiwania klientów – czynnik ten odczuwany jest przez 64% przedsiębiorców. Na drugim miejscu, z liczbą wskazań 27%, znalazły się rosnące oczekiwania kandydatów. Mniej istotną kwestią dla badanych okazały być: wizerunek pracodawcy a także zmiany demograficzne, które są wyzwaniem dla 12% ankietowanych firm.

Znaczna liczba badanych, czterech na dziesięciu (40%) wybrała opcję „inne wyzwania”. Respondenci w uzupełniającym pytaniu otwartym wskazywali tutaj przede wszystkim na obszary związane z kandydatami i ich przygotowaniem do zawodu: niski poziom kształcenia i złe przygotowanie zawodowe, brak absolwentów szkół technicznych, brak odpowiednich kompetencji wśród młodych. Niewielki procent wskazań dotyczył również zmniejszenia ilości zamówień, konkurencji cenowej.

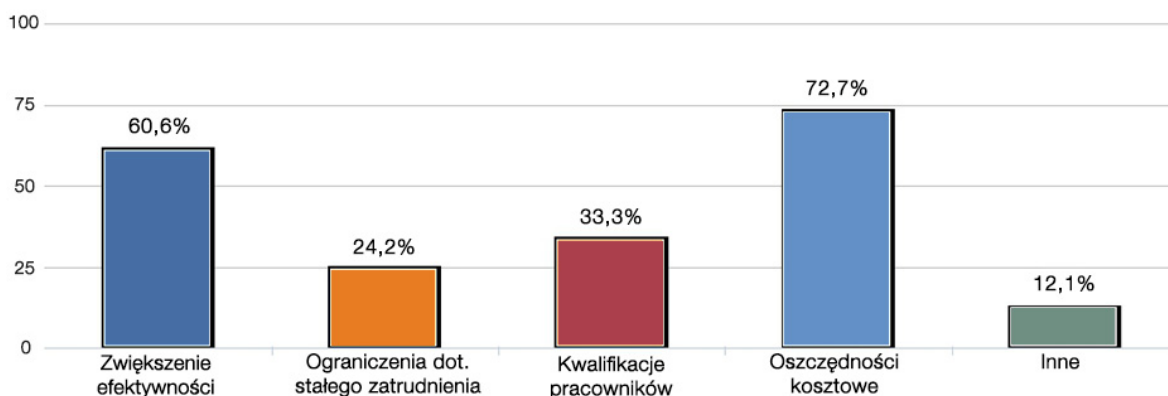
Rys. 1. Z jakimi wyzwaniami związanymi ze współczesnym rynkiem pracy zmagają się obecnie Państwa firma?



Aby uzyskać szerszy obraz sektora Automotive, poproszono respondentów o określenie stojących przed ich firmami wyzwań wewnętrznych. Uzyskane odpowiedzi wskazują na relacje pomiędzy konkurencyjnością rynku, obecną sytuacją gospodarczą i dążeniami przedsiębiorstw. Jako najważniejsze zadania stojące przed ich firmami badani najczęściej wskazywali na potrzebę oszczędności kosztów (73%) i nacisk kładziony na zwiększenie efektywności (61%). Zdradza to chęć osiągania wysokich wyników i stanu dobrej prosperity przy jednoczesnym zachowaniu po-recesyjnej ostrożności do inwestowania środków finansowych.

Na dalszych miejscach uplasowały się wyzwania branży Automotive dot. kwalifikacji pracowników (33%) i ograniczenia dotyczące stałego zatrudnienia (24%). W poprzednim pytaniu ankietowani zwrócili uwagę na brak kandydatów z odpowiednim wykształceniem i kompetencjami. Wyzwania dotyczące kwalifikacji pracowników, są wynikiem tego wcześniej poruszonego problemu.

Rys. 2. Z jakimi wyzwaniami wewnętrznymi zmagają się obecnie Państwa firma?

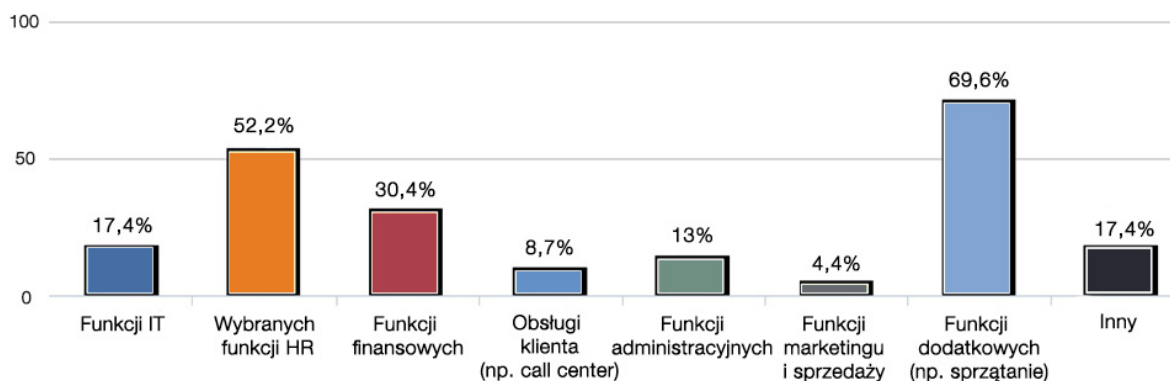


Outsourcing funkcji i elastyczne formy zatrudnienia

Współczesny świat pracy stawia przed firmami coraz większe wyzwania i aby osiągnąć sukces, przedsiębiorcy wdrażają coraz bardziej innowacyjne usługi. Strategie firm zaczynają uwzględniać rozwiązania, które jeszcze kilka lat temu nie były stosowane na świecie i w Polsce. Przykładem jest outsourcing funkcji, który według ankiety wdrożyło 70% badanych firm z branży Automotive.

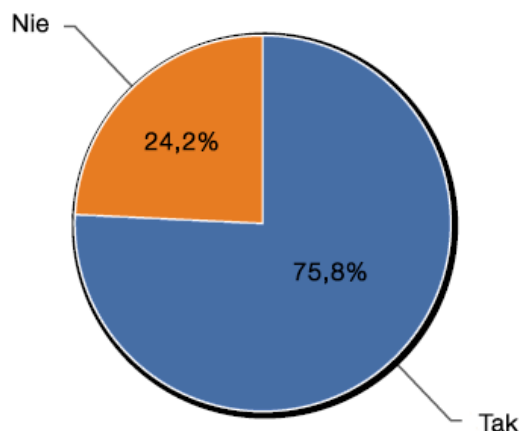
Wśród tych firm, które stosują outsourcing funkcji, zdecydowana większość (70%) wdrożyła outsourcing funkcji dodatkowych (np. sprzątanie, recepcja, ochrona). Co druga firma korzysta z outsourcingu wybranych funkcji HR (52%), natomiast co trzecia z outsourcingu wybranych funkcji finansowych (30%). Blisko dwie na dziesięć firm korzysta z outsourcingu IT (17%).

Rys. 3. Jaki rodzaj outsourcingu stosuje Państwa firma?



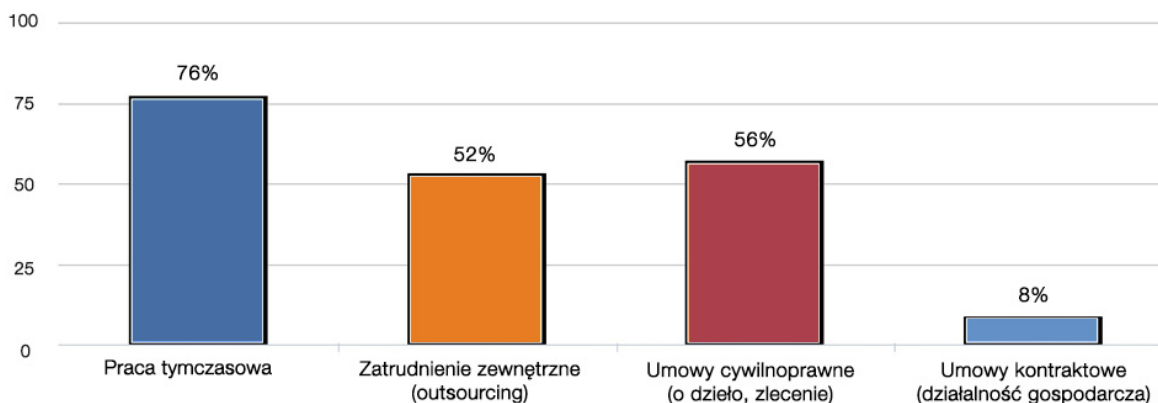
Specyfika wykonywanych zadań wpływa na rodzaj form zatrudnienia, z których korzystają przedsiębiorstwa z sektora Automotive. Trzy na cztery badane firm korzystają z elastycznych form zatrudnienia (76%).

Rys. 4. Czy Państwa firma korzysta z elastycznych form zatrudnienia?



W firmach Automotive, które wdrożyły elastyczne formy zatrudnienia, najczęściej stosowanym rozwiązaniem jest praca tymczasowa (76%). Bardzo często stosowane są też umowy cywilnoprawne, korzysta z nich 56% badanych przedsiębiorstw. Z zatrudnienia zewnętrznego korzysta połowa badanych firm (52%). Umowy kontraktowe są rozwiązaniem, na które decyduje się mniej niż jeden na dziesięciu przedsiębiorców (8%).

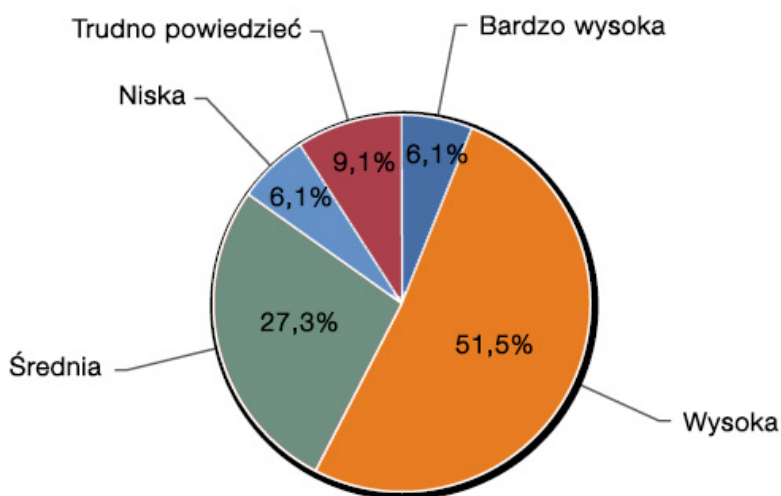
Rys. 5. Z jakich elastycznych form zatrudnienia korzysta Państwa firma?



Zdecydowana większość ankietowanych firm (58%) uważa elastyczne formy zatrudnienia i ich przełożenie na biznes za bardzo wysoko i wysoko skuteczne rozwiązanie. Co czwarty badany pracodawca (27%) średnio ocenia skuteczność elastycznych form zatrudnienia.

Dla 6% ankietowanych skuteczność tego rozwiązania jest niska.

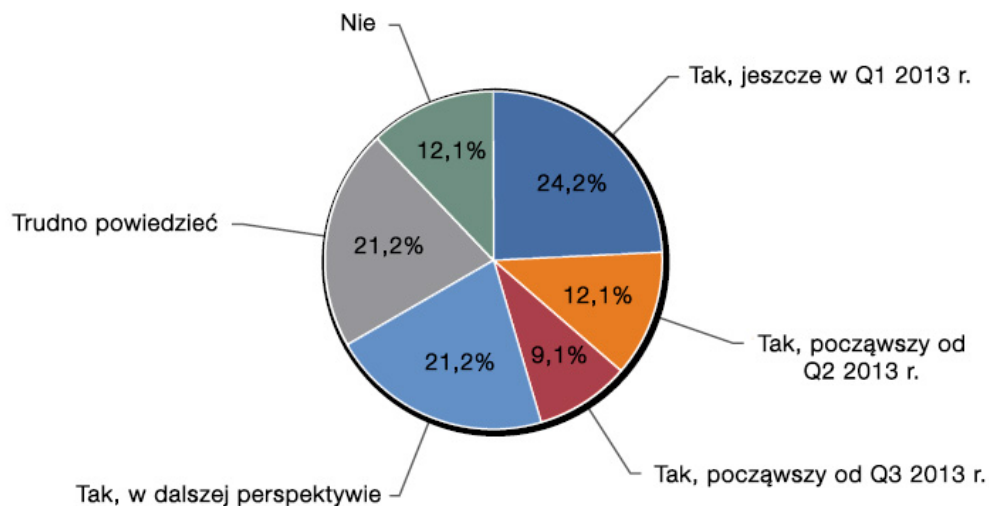
Rys. 6. Jak oceniają Państwo skuteczność stosowanych elastycznych form zatrudnienia i ich przełożenie na biznes?



Plany rekrutacyjne i związane z nimi wyzwania

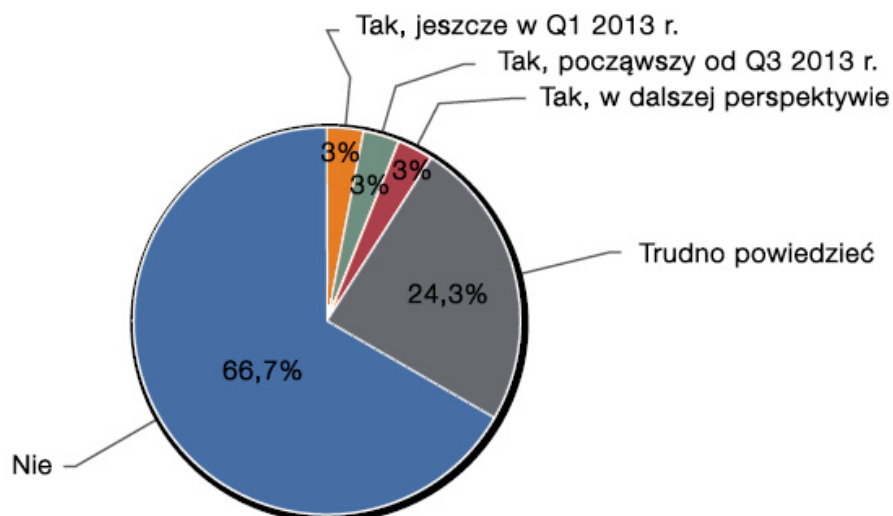
Prawie siedmiu na dziesięciu pracodawców (w sumie 67%) planuje zwiększyć zatrudnienie całkowite w najbliższych kwartałach lub też w dalszej perspektywie, w tym prawie jedna czwarta firm (24%) zwiększyła zatrudnienie już w I kwartale tego roku. To dobry sygnał rozwoju tej branży. Plany rekrutacyjne mogą również wynikać z trudności firm Automotive w pozyskaniu kandydatów z wymaganymi kwalifikacjami i doświadczeniem, na co ankietowani zwracali już uwagę w pierwszej części badania. Dwóch na dziesięciu badanych przedsiębiorców (21%) nie ma sprecyzowanych planów dot. zatrudnienia. Co ósma badana firma (12%) nie ma planów rekrutacyjnych na najbliższą przyszłość.

Rys. 7. Czy Państwa firma planuje wzrost zatrudnienia całkowitego (zatrudnienie stałe i/lub elastyczne formy zatrudnienia)?



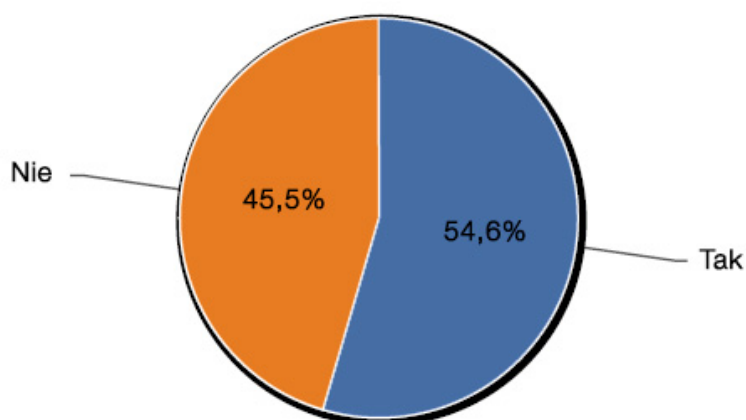
Deklaracje dot. braku planów redukcji zatrudnienia, to sygnał optymizmu firm Automotive jeśli chodzi o najbliższe miesiące. Wśród odpowiadających na pytanie dot. zmniejszenia całkowitego zatrudnienia największą grupę stanowią pracodawcy, którzy nie planują redukcji zatrudnienia w najbliższych kwartałach (67%) a także ci, którzy wahają się jeszcze z decyzjami kadrowymi (24%). Tylko jeden przedsiębiorca na dziesięciu planuje zmniejszenie całkowitego zatrudnienia (w sumie 9%).

Rys. 8. Czy Państwa firma planuje zmniejszenie zatrudnienia całkowitego (zatrudnienie stałe i/lub elastyczne formy zatrudnienia)?



Ponad połowa ankietyowanych przedsiębiorstw z branży Automotive (55%), ma trudności z pozyskaniem kandydatów na istotne dla działalności firmy stanowiska. Pracodawcy zostali zapytani o przyczyny tego zjawiska. Dla większości przedsiębiorców, którzy odpowiedzieli na pytanie otwarte, podstawowym powodem odczuwanych problemów z rekrutacją pracowników jest brak kandydatów z odpowiednimi kwalifikacjami, który wynika z wysokich wymagań pracodawców, ograniczonej liczby specjalistów na rynku, brak mobilności pracowników a także z dużego popytu na specjalistów, którzy posiadają wymagane kompetencje – zarówno inżynierów jak i pracowników z wykształceniem zawodowym. Powodu takiej sytuacji wielu spośród badanych upatruje w złym modelu kształcenia zawodowego i drastycznemu ograniczeniu liczby szkół zawodowych w końcu lat 90-tych.

Rys. 9. Czy Maja Państwo problem z pozyskaniem kandydatów na istotne dla działalności firmy stanowiska?

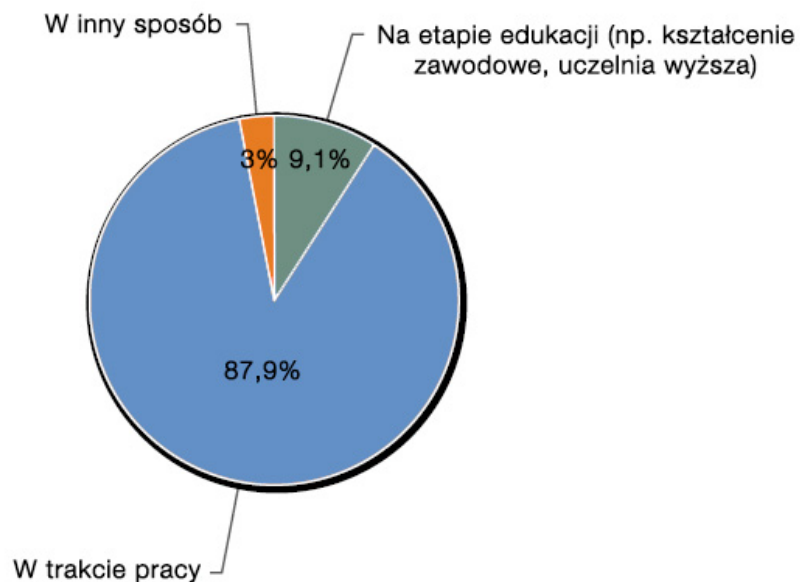


Pośród najtrudniejszych do obsadzenia, respondenci podawali przede wszystkim stanowiska związane z produkcją: **inżynierowie** (produkcji, procesu, jakości, konstruktorzy, automatycy), **wykwalifikowani pracownicy produkcji** (technicy utrzymania ruchu, ustawiacze wtryskarek, operatorzy pras, operatorzy maszyn skrawających, mechanicy, narzędziowcy) i **wykwalifikowani pracownicy fizyczni** (spawacze, szwaczki, elektrycy, lakiernicy).

Zapytani o przyczyny trudności w pozyskaniu kandydatów pracodawcy wskazywali przede wszystkim: brak kandydatów z odpowiednimi kwalifikacjami i doświadczeniem, zły model kształcenia zawodowego, wysokie oczekiwania finansowe kandydatów, wysokie wymagania samych przedsiębiorców, niekorzystne lokalizacje przedsiębiorstw – mała podaż kandydatów.

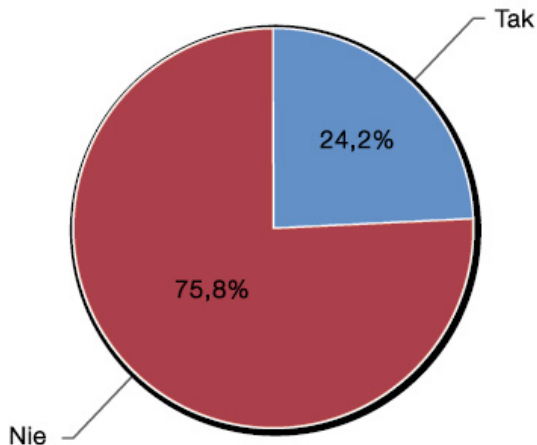
Analizując listę stanowisk, z których pozyskaniem firmy mają trudności, kompetencje twarde kandydatów, zdobywane na etapie edukacji, wydają się czynnikiem ważnym – jednak dla 89% ankietowanych pracodawców ważne na danym stanowisku umiejętności są nabywane w trakcie pracy. Tylko 9% ankietowanych zadeklarowało, że kluczowe umiejętności pracownicy zdobywają na etapie edukacji (kształcenie zawodowe, uczelnie wyższe).

Rys. 10. W jaki sposób Państwa zdaniem kluczowe dla firmy kompetencje są nabywane przez przyszłych pracowników?



Rotacja pracowników dla większości firm z sektora Automotive nie jest problemem. Trzech na czterech badanych pracodawców (76%) zadeklarowało, że to zjawisko nie jest dla nich odczuwalne. Dla jednej czwartej ankietowanych (24%) rotacja stanowi wyzwanie.

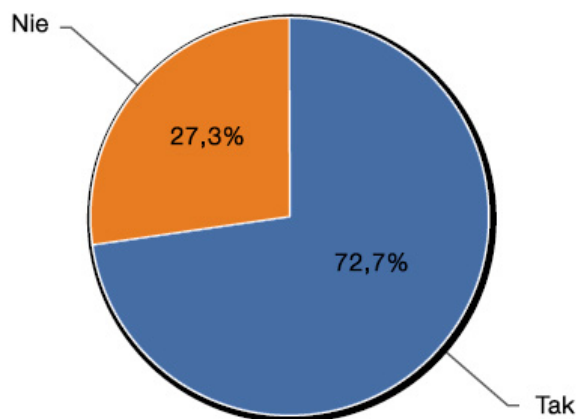
Rys. 11. Czy rotacja jest odczuwalnym problemem dla Państwa firmy?



Wynagrodzenia płacowe i pozapłacowe

Czynnik płacowy odgrywa istotną rolę. Prawie dziewięciu na dziesięciu badanych pracodawców (88%) zwiększyło wynagrodzenia w 2012 r. Jeśli chodzi o plany pracodawców dot. 2013 r., to blisko trzech na czterech respondentów (73%) deklaruje, że w jego firmie nastąpi wzrost pensji pracowników. Zdecydowana mniejszość badanych (27%) nie planuje podwyżek w 2013 r.

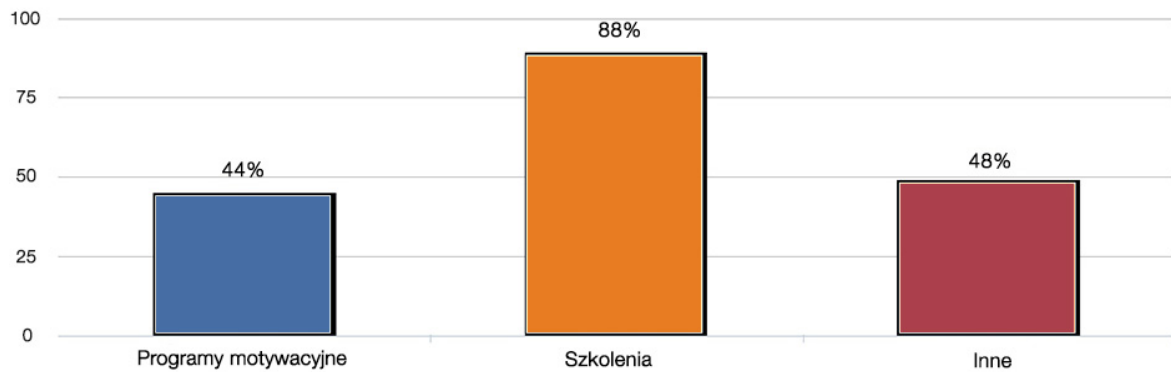
Rys. 12. Czy planowany jest wzrost wynagrodzeń w Państwa firmie w 2013 r.?



Inną formą poprawy warunków zatrudnienia są dodatkowe benefity, które oferują trzy na cztery badane firmy (76%). Przedsiębiorstwa stosują różne formy dodatków pozapłacowych. Najpopularniejszym są szkolenia, które wykorzystuje 88% firm a także różne programy motywacyjne, które funkcjonują w 44% badanych przedsiębiorstw z branży Automotive.

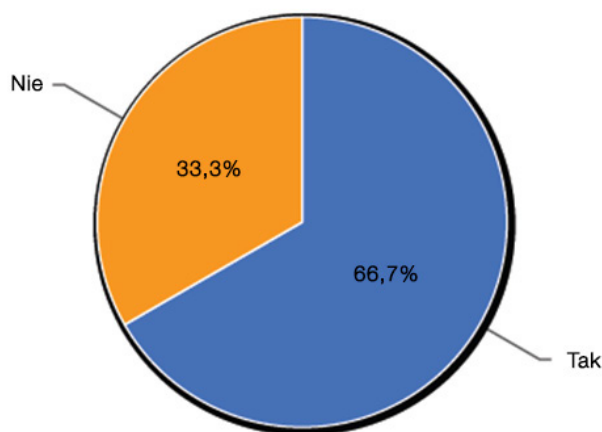
Prawie połowa badanych (48%) wybrała opcję „inne benefity”. Respondenci w uzupełniającym pytaniu otwartym wskazywali tutaj przede wszystkim na premie, dofinansowanie do obiadów, dofinansowanie do rekreacji, prywatną opiekę medyczną, spotkania integracyjne zespołu, pikniki rodzinne.

Rys. 13. Jakie dodatkowe benefity Państwa firma oferuje pracownikom?



Motywacja zespołu to ważny czynnik dla pracodawców z sektora Automotive. Duża część firm chce znać poziom zadowolenia pracowników z wykonywanej pracy i z firmy, w której są zatrudnieni. Badanie satysfakcji regularnie przeprowadza 67% przedsiębiorstw, które wzięły udział w badaniu ManpowerGroup.

Rys. 14. Czy badają Państwo satysfakcję pracowników?



Wnioski z badania

Przeprowadzone przez ManpowerGroup badanie „Trendy HR w sektorze Automotive” wykazało, że spowolnienie gospodarcze jest odczuwane przez ponad połowę badanych firm. Największe wyzwania zewnętrzne z jakimi zmagają się firmy z tej branży, to przede wszystkim rosnące oczekiwania klientów, jak również coraz bardziej odczuwalny niedobór kandydatów z odpowiednimi kwalifikacjami i doświadczeniem. Jeśli chodzi o wewnętrzne trudności przedsiębiorstw, to dotyczą one przede wszystkim wyników finansowych; oszczędności kosztowe i zwiększenie efektywności to cele, które stawia sobie zdecydowana większość firm z branży Automotive.

Aby zwiększyć swoją efektywność, firmy z branży Automotive często decydują się na wdrażanie nowych jeszcze na rynku polskim rozwiązań, takich jak outsourcing funkcji czy elastyczne formy zatrudnienia, z których korzysta trzech na czterech badanych pracodawców. Ankietowani bardzo dobrze oceniają skuteczność stosowanych elastycznych form zatrudnienia i ich przełożenie na biznes. Najczęściej stosowanym rozwiązaniem jest praca tymczasowa.

Wzrost zatrudnienia całkowitego (zatrudnienie stałe i/lub elastyczne formy zatrudnienia) jest jednym ze wskaźników dobrej koniunktury w danej branży. Badane firmy Automotive podchodzą do tego tematu optymistycznie, zdecydowana większość deklaruje zwiększenie zatrudnienia w najbliższych kwartałach. Optymizm ten potwierdza pytanie o redukcję, które są rozważane przez zdecydowaną mniejszość firm.

Plany rekrutacyjne, które ma siedmiu na dziesięciu pracodawców, to dobry sygnał dla branży. Mogą one wynikać również z trudności z pozyskaniem kandydatów do pracy na kluczowe dla działalności organizacji stanowiska, które zadeklarowała ponad połowa badanych firm. Wyzwaniem dla przedsiębiorców jest pozyskanie pracowników z odpowiednimi kwalifikacjami, przede wszystkim na stanowiska inżynierów, techników, wykwalifikowanych pracowników fizycznych i wykwalifikowanych pracowników produkcji.

Przyczyn tych trudności respondenci upatrują przede wszystkim w braku dostępnych kandydatów. Wyniki te potwierdza coroczne globalne badanie „Niedobór talentów”, które ManpowerGroup prowadzi w Polsce od 2008 r. Raport z 2012 r. wskazuje, że inżynierowie, wykwalifikowani pracownicy fizyczni i technicy to kwalifikacje, z których pozyskaniem firmy w Polsce mają największy problem¹.

¹ „Niedobór talentów” to coroczne badanie ManpowerGroup prowadzone na próbie blisko 40 tys. respondentów w 41 krajach na świecie, w tym 750 w Polsce. Ankietowani to osoby odpowiedzialne za politykę personalną w małych, średnich i dużych firmach.

W związku z wyzwaniami firm Automotive – dotarciem do odpowiednich kandydatów, zwiększeniem rentowności i efektywności – przedsiębiorcy decydują się na współpracę z agencjami zatrudnienia, zarówno w kwestii rekrutacji jak i współpracy w zakresie pracy tymczasowej lub outsourcingu funkcji. Według ekspertów ManpowerGroup sytuacja będzie jeszcze ewoluowała i outsourcing, zarówno funkcji HR, jak i funkcji i procesów, będzie jeszcze częściej stosowany przez firmy z tego sektora. ManpowerGroup w Polsce już teraz obserwuje, wśród swoich klientów z branży Automotive, z którymi firma współpracuje w zakresie usługi pracy tymczasowej, coraz większe zainteresowanie outsourcingiem procesów i funkcji – rozwiązaniami, które gwarantują nie tylko dostęp do kadr, ale również przekazanie zarządzania zespołem i odpowiedzialności za wyniki.

Z przeprowadzonego przez ManpowerGroup badania „Trendy HR w sektorze Automotive”, wyłania się obraz branży, która zmaga się z wieloma wyzwaniami współczesnego świata pracy. Odpowiedzią na wiele z nich jest zrozumienie, że to Talent jest kluczem do sukcesu w Erze Człowieka². Talenty, czyli pracownicy o kluczowych dla danej organizacji kompetencjach, są kapitałem współczesnych firm. Przedsiębiorcy, którzy jako pierwsi docenią rolę kapitału ludzkiego, odniosą przewagę konkurencyjną na dzisiejszym, szybko zmieniającym się rynku pracy.

² Era Człowieka została ogłoszona przez ManpowerGroup w styczniu 2011 r. podczas Światowego Forum Ekonomicznego (WEF) w Davos, w Szwajcarii. Wkrótce potem nasileniu uległy obserwowane zjawiska, które warunkowały tę przemianę - klęski żywiołowe, przewroty polityczne, niepokoje społeczne, gospodarcze oraz niepewności finansowe. Obowiązujące systemy przestały gwarantować stabilność, a dotychczasowy układ sił w światowej gospodarce uległ zmianie. Wszystko to miało wpływ na działania przedsiębiorców. Pojawiły się nowe wyzwania i zagrożenia dla rynku pracy. Zauważenie nadejścia nowej ery było możliwe dzięki temu, że eksperci ManpowerGroup od 60 lat śledzą i analizują dane makroekonomiczne, co pozwala identyfikować panujące uwarunkowania, w istotny sposób wpływające na świat pracy. Więcej informacji na ten temat zawiera raport „Przewodnik po Erze Człowieka” dostępny bezpłatnie na stronie www.manpowergroup.pl.



ManpowerGroup™

ManpowerGroup w Polsce

ManpowerGroup, światowy lider innowacyjnych rozwiązań dla rynku pracy, od 2001 roku wspiera swoich klientów i kandydatów w Polsce. W Polsce ManpowerGroup posiada 40 agencji i jest obecny w 25 miastach w całym kraju. Organizacja oferuje unikalne usługi dla firm i kandydatów poprzez: ManpowerGroup™ Solutions, Manpower® oraz Experis™. Usługi ManpowerGroup w Polsce obejmują pracę tymczasową, rekrutację stałą i badanie kompetencji pracowników, zatrudnienie zewnętrzne, outsourcing procesów, doradztwo personalne, zarządzanie karierą i outplacement.

ManpowerGroup dba o najwyższe standardy świadczonych usług. Firma jest członkiem-założycielem Polskiego Forum HR (wcześniej Związek Agencji Pracy Tymczasowej), którego priorytetem jest gwarancja jakości i etyki działania agencji zatrudnienia. ManpowerGroup współpracuje z organizacjami, które wpływają na rozwój biznesu: Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Związkiem Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce (ABSL), Amerykańską Izbą Handlową i Francuską Izbą Przemysłowo-Handlową.

W Erze Człowieka, gdy potencjał ludzki staje się siłą napędową wzrostu gospodarczego a talent wyznacznikiem konkurencyjności firm, ManpowerGroup w Polsce i na świecie umożliwia owocną współpracę pomiędzy organizacjami i talentami, których one potrzebują aby wzmocnić swoją pozycję i zwiększyć potencjał pracowników. ManpowerGroup pomaga budować przewagę rynkową klientów i kandydatów, z którymi współpracuje, tworząc dla nich innowacyjne, efektywne rozwiązania, dzięki którym mogą oni osiągnąć więcej niż oczekiwali i odnieść sukces w zmieniającym się świecie pracy.

Więcej o ManpowerGroup w Polsce na stronie www.manpowergroup.pl.

ManpowerGroup

ManpowerGroup™ (NYSE: MAN) jest światowym liderem innowacyjnych rozwiązań dla rynku pracy. Tworzymy i dostarczamy wysoce skuteczne rozwiązania, które pomagają klientom osiągać cele biznesowe i zwiększać konkurencyjność. Dzięki ponad 60-letniemu doświadczeniu ManpowerGroup – firma warta 22 miliardów dolarów – oferuje pracodawcom pełen wachlarz innowacyjnych rozwiązań, które podnoszą efektywność i pozwalają odnieść sukces w Erze Człowieka. Rozwiązania te są odpowiedzią na wszelkie potrzeby firm w obszarze talentów: od rekrutacji i badania kompetencji, poprzez szkolenia i zarządzanie karierą do zatrudnienia zewnętrznego, outsourcingu procesów i doradztwa personalnego.

ManpowerGroup posiada największą w branży sieć obejmującą prawie 3 800 biur w 82 krajach, dzięki której łączy globalną perspektywę z wiedzą o trendach na rynku pracy i zrozumieniem lokalnych uwarunkowań. Pozwala to każdego roku odpowiadać na potrzeby 400 000 klientów, w tym małych i średnich przedsiębiorstw ze wszystkich sektorów oraz największych światowych korporacji.

Rozumiejąc siłę ludzkiego potencjału i cele biznesowe firm ManpowerGroup skutecznie wspiera klientów i kandydatów, by osiągnęli więcej, niż wydawało się możliwe. Łącząc firmy z talentami ManpowerGroup prowadzi do rozwoju przedsiębiorstw, buduje sukces osobisty i wspiera równowagę społeczną. Te silne więzi umacniają i napędzają świat pracy. Innowacyjne rozwiązania ManpowerGroup dostarczane są przez ManpowerGroup™ Solutions, Manpower®, Experis™ oraz Right Management®.

Więcej o tym jak ManpowerGroup pomaga firmom odnieść sukces w Erze Człowieka na stronie www.manpowergroup.com.