

Trendy HR w sektorze RTV/AGD

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 RTV/AGD” ma na celu lepsze poznanie tego ważnego dla gospodarki Polski sektora. Celem badania było poznanie obecnej sytuacji oraz planów firm działających w branży RTV/AGD: 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 RTV/AGD. Ankieta on-line zawierająca 20 pytań, została przeprowadzona w okresie: 08.11 - 30.11.2012 r. W ankiecie wzięli udział przedstawiciele firm różnej wielkości, w tym największych producentów sprzętu RTV/AGD w Polsce. Uzyskane odpowiedzi pozwoliły na przedstawienie trendów w polityce HR tego sektora.

Prezentacja wyników badania

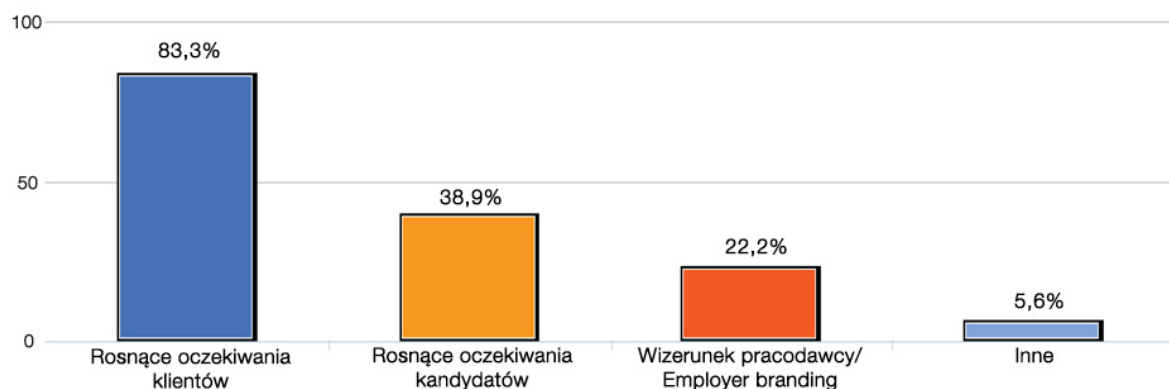
Wyniki badania ManpowerGroup „Trendy HR w sektorze RTV/AGD” pozwalają na poznanie obecnej sytuacji oraz długoterminowych trendów w polityce personalnej. Przedstawiają one obraz stojących przed branżą wyzwań, a także prognoz dot. zatrudnienia. Uzyskane informacje umożliwiają nie tylko na analizę obecnej kondycji sektora RTV/AGD 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 firmy z sektora RTV/AGD odczuwają spowolnienie gospodarcze. Jest to opinia zdecydowanej większości respondentów (72%), których firmy doświadczają negatywnych skutków spowolnienia gospodarczego. W pytaniu otwartym, dotyczącym obecnej sytuacji na rynku, zdecydowana większość ankietowanych zauważa znaczne pogorszenie i ocenia aktualną koniunkturę jako słabą i niestabilną. Niewielki procent ankietowanych dobrze ocenia aktualne warunki do prowadzenia biznesu.

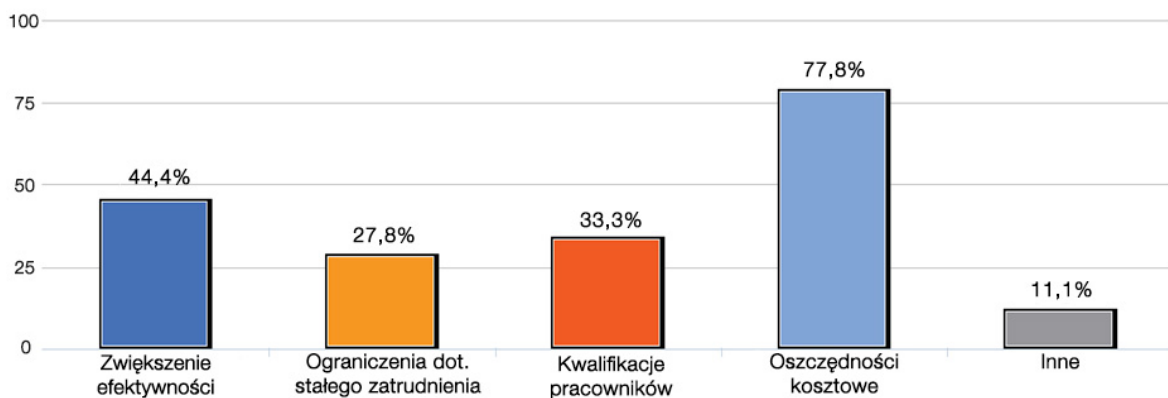
Największe wyzwanie, z którym obecnie zмага branża RTV/AGD to rosnące oczekiwania klientów; czynnik ten odczuwany jest przez 83% przedsiębiorców. Na drugim miejscu, z liczbą wskazań 39%, znalazły się rosnące oczekiwania kandydatów. Ważną, jednak mniej istotną kwestią, dla badanych okazał wizerunek pracodawcy, który jest wyzwaniem dla 18% ankietowanych firm. Zmiany demograficzne nie są wyzwaniem dla branży, nie zostały wskazane przez żadną badaną firmę.

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



Aby uzyskać szerszy obraz sektora, 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 (78%) i nacisk kładziony na zwiększenie efektywności (44%). 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 dot. kwalifikacji pracowników (33%) i ograniczenia dotyczące stałego zatrudnienia (28%).

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

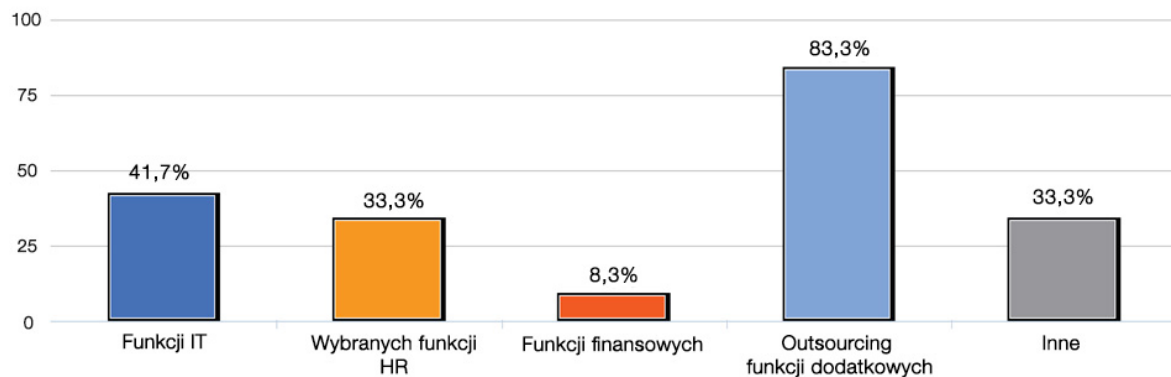


Outsourcing funkcji i elastyczne formy zatrudnienia

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 67% badanych firm z branży RTV/AGD.

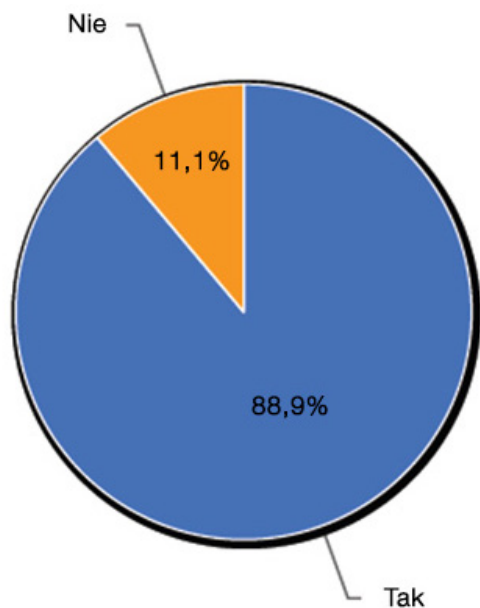
Wśród tych firm, które stosują outsourcing funkcji, zdecydowana większość (83%) wdrożyła outsourcing funkcji dodatkowych (np. sprząatanie, recepcja, ochrona), cztery na dziesięć firm korzysta z outsourcingu IT (42%) a co trzecia firma z outsourcingu wybranych funkcji HR (33%). Prawie co dziesiąty przedsiębiorca decyduje się na outsourcing funkcji finansowych (8%).

Rys. 3. Jaki rodzaj outsourcingu stosuje Państwa firma?



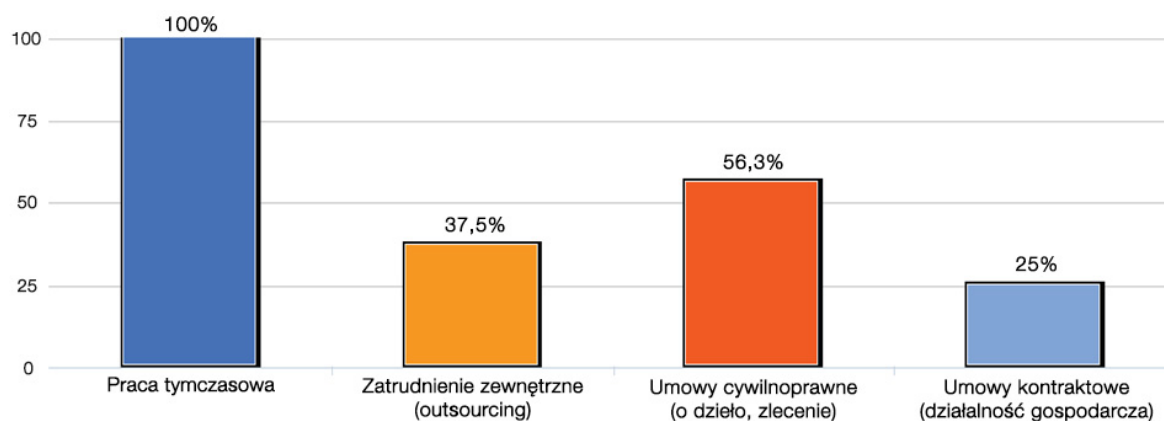
Specyfika wykonywanych zadań wpływa na rodzaj form zatrudnienia, z których korzystają przedsiębiorstwa z sektora RTV/AGD. Zdecydowana większość badanych firm korzysta z elastycznych form zatrudnienia (89%).

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



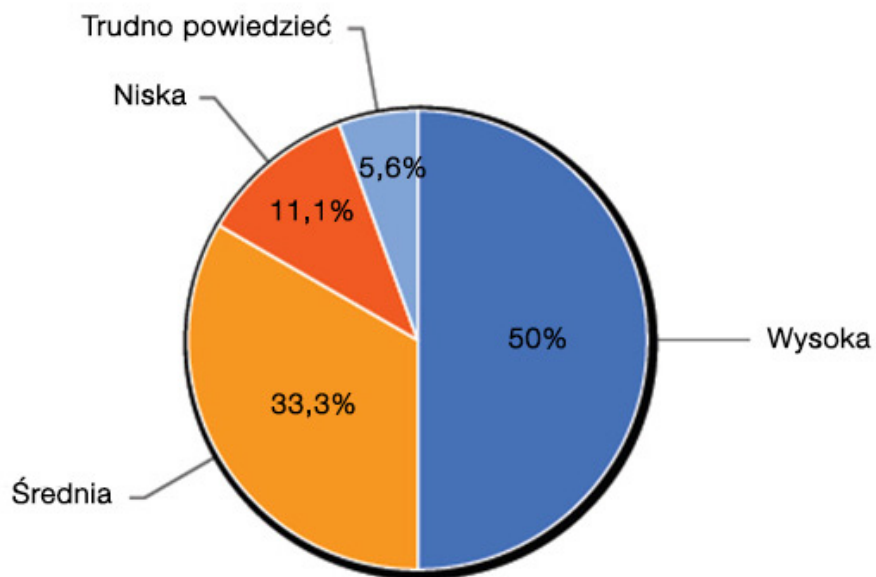
Spośród tych, którzy elastyczne formy zatrudnienia wdrożyli w swoich organizacjach, wszyscy korzystają z usługi pracy tymczasowej (100%). Bardzo często stosowane są też umowy cywilno-prawne, korzysta z nich 56% badanych przedsiębiorstw. Z zatrudnienia zewnętrznego korzysta co trzecia badana firma (37%), a co czwarty pracodawca (25%) decyduje się na umowy kontraktowe.

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



Połowa ankietowanych firm (50%) uważa elastyczne formy zatrudnienia i ich przełożenie na biznes za wysoko skuteczne rozwiązanie. Co trzeci badany pracodawca (33%) średnio ocenia skuteczność elastycznych form zatrudnienia a jeden na dziesięciu (11%) jako skuteczne w niewielkim stopniu.

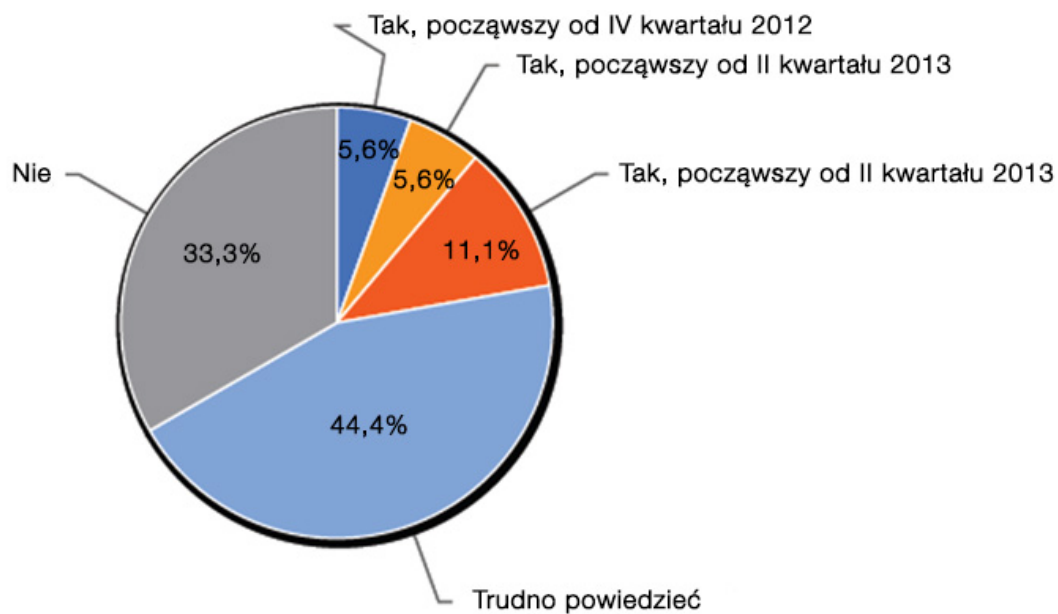
Rys. 6. Jak oceniają Państwo skuteczność stosowanych elastycznych form zatrudnienia i ich przełożenie na biznes?



Plany rekrutacyjne i związane z nimi wyzwania

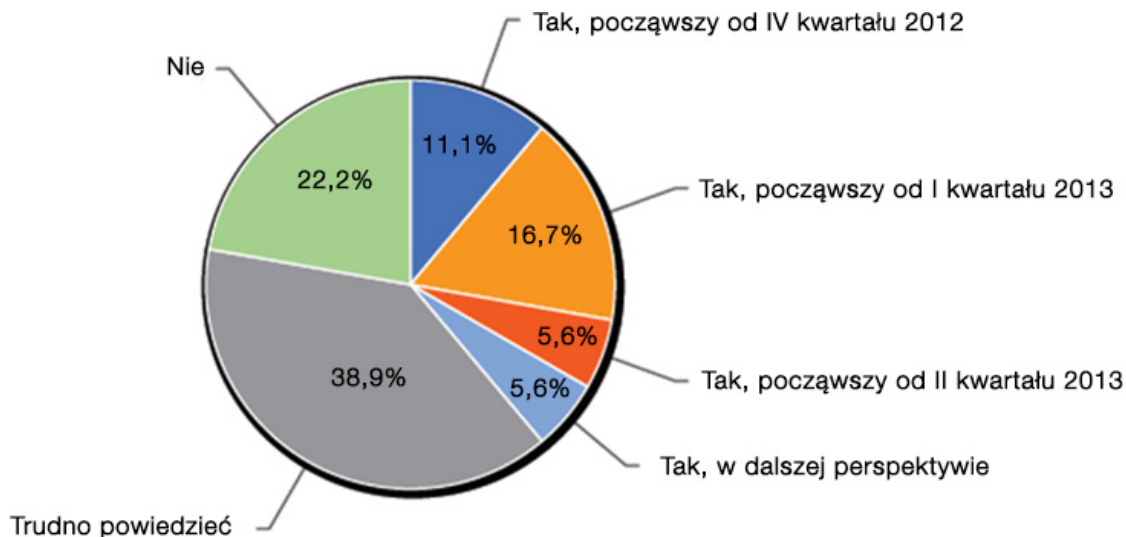
Ponad czterech na dziesięciu pracodawców (44%) nie ma sprecyzowanych planów dot. zatrudnienia, co może być efektem oczekiwania na poprawę sytuacji na rynku. Co trzecia badana firma (33%) nie ma planów rekrutacyjnych na najbliższą przyszłość. Tylko co piąty badany przedsiębiorca (22%) zamierza zwiększyć zatrudnienie całkowite w najbliższych kwartałach lub też w dalszej perspektywie.

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



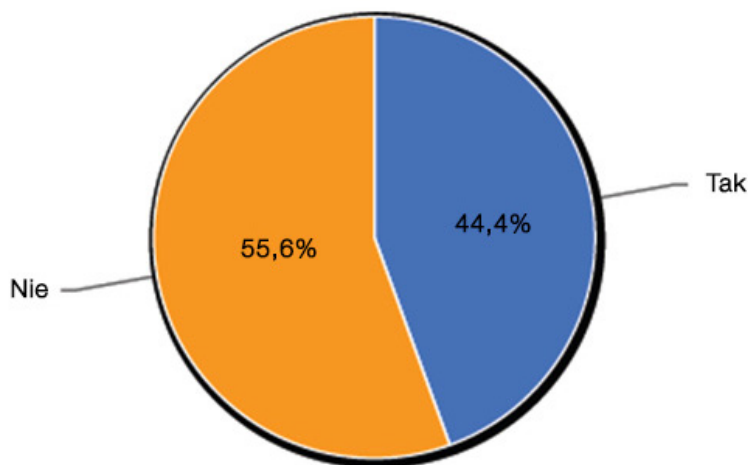
Wśród odpowiadających na pytanie dot. zmniejszenia całkowitego zatrudnienia największą grupę stanowią pracodawcy, którzy planują redukcję zatrudnienia w najbliższych miesiącach (w sumie 39%) a także ci, którzy wahają się jeszcze z decyzjami kadrowymi (39%). Co piąty ankietowany przedsiębiorca (22%) nie planuje zwolnień.

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



Prawie połowa ankietowanych przedsiębiorstw z branży RTV/AGD (44%), ma problemy 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 ograniczonej liczby specjalistów na rynku, brak mobilności pracowników a także z dużego popytu na specjalistów, którzy posiadają wymagane kompetencje.

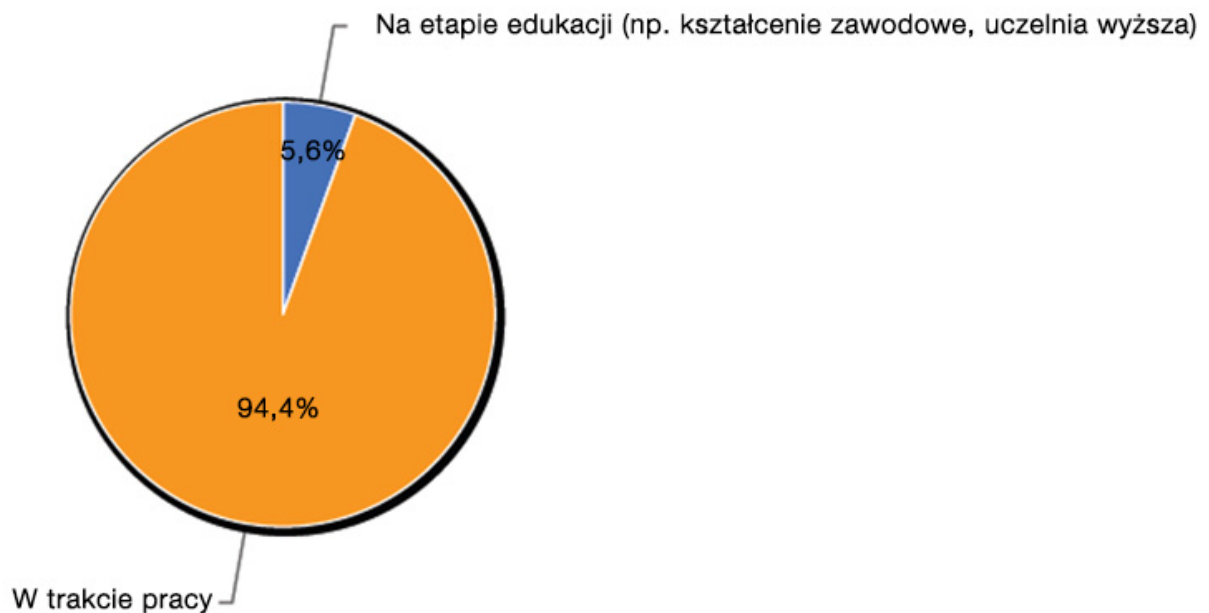
Rys. 9. Czy Maja Państwo problem z pozyskaniem kandydatów na istotne dla działalności firmy stanowiska?



Pośród najtrudniejszych do obsadzenia, respondenci podawali przede wszystkim stanowiska inżynierów: inżynierów produkcji, inżynierów elektroników, inżynierów ze znajomością urządzeń gazowych, inżynierów jakości, technologów, konstruktorów. Poza tą grupą zawodową firmy RTV/AGD mają problem z pozyskaniem techników, pracowników utrzymania ruchu, kierowników średniego szczebla, kierowników magazynów, programistów technologów CNC i operatorów maszyn CNC, operatorów wtryskarek, tokarzy, frezerów, ślusarzy, narzędziowców, elektryków. spedytatorów, kierowców, a także stanowiska kierownicze i związane ze sprzedażą.

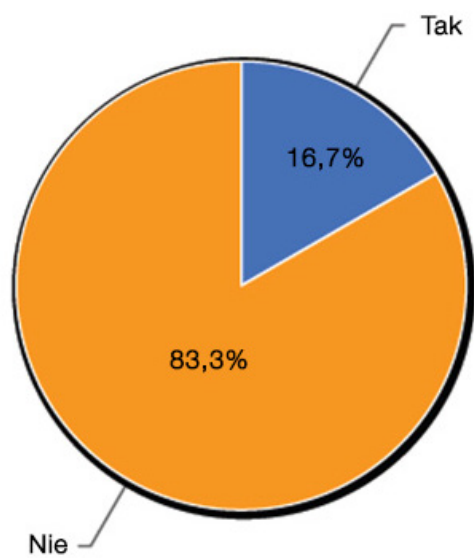
Analizując listę stanowisk, z których pozyskaniem firmy mają trudności, kompetencje twarde kandydatów, zdobywane na etapie edukacji, wydają się czynnikiem ważnym – jednak dla 94% ankietowanych pracodawców ważne na danym stanowisku umiejętności są nabywane w trakcie pracy. Tylko 6% ankietowanych zadeklarowało, 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 RTV/AGD nie jest problemem. Ponad ośmiu na 10 pracodawców (83%) zadeklarowało, że to zjawisko nie jest dla nich odczuwalne. Tylko co szósty ankietowany (17%) jest innego zdania.

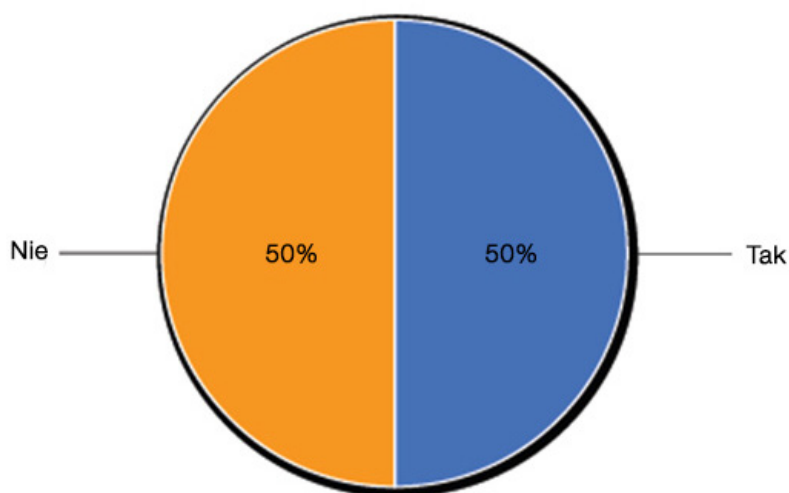
Rys. 11. Czy rotacja jest odczuwalnym problemem dla Państwa firmy?



Wynagrodzenia płacowe i pozapłacowe

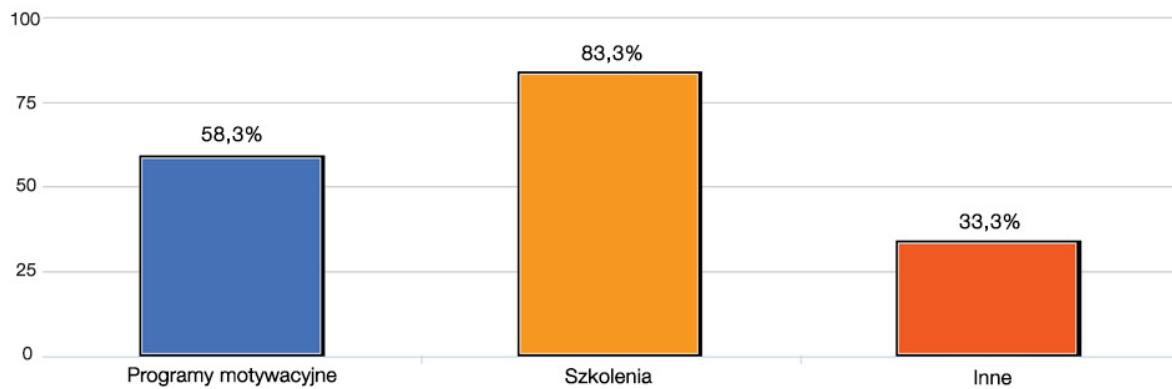
Czynnik płacowy odgrywa istotną rolę. Prawie trzech na czterech badanych pracodawców (72%) zwiększyło wynagrodzenia w 2012 r. Jeśli chodzi o plany pracodawców, to połowa respondentów (50%) zadeklarowała, że w ich firmie nastąpi wzrost pensji pracowników również najbliższych kwartałach. Druga połowa firm (50%) nie planuje podwyżek w 2013 r.

Rys. 12. Czy planowany jest wzrost wynagrodzeń w Państwa firmie w IV kwartale 2012 r. lub w 2013 r.?



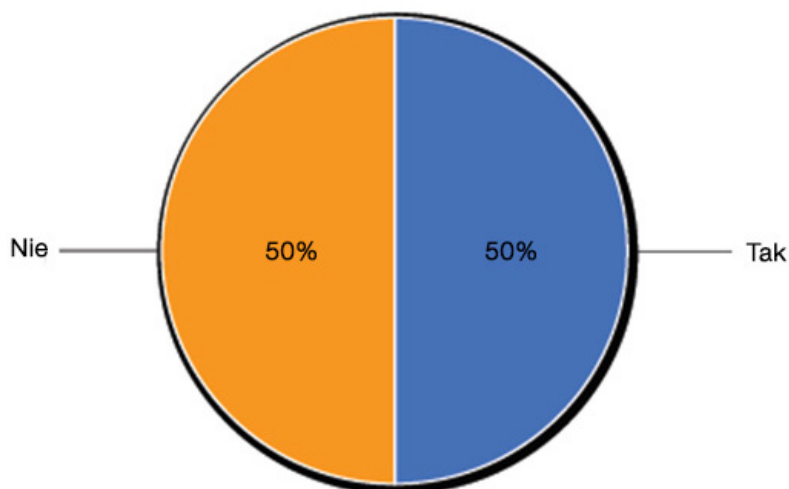
Inną formą poprawy warunków zatrudnienia są dodatkowe benefity, które oferuje większość badanych firm (67%). Przedsiębiorstwa stosują różne formy dodatków pozapłacowych. Najpopularniejszym są szkolenia, które wykorzystuje 83% firm a także różne programy motywacyjne, które funkcjonują w 58% badanych przedsiębiorstw z branży RTV/AGD.

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



Motywacja zespołu to ważny czynnik dla pracodawców z sektora RTV/AGD. Duża część firm chce znać poziom zadowolenia pracowników z wykonywanej pracy i z firmy, w której są zatrudnieni. Badanie satysfakcji regularnie przeprowadza 50% 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 RTV/AGD” potwierdziło, że spowolnienie gospodarcze jest odczuwane przez zdecydowaną większość 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. 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 RTV/AGD.

Aby zwiększyć swoją efektywność, firmy z branży RTV/AGD często decydują się na wdrażanie nowych jeszcze na rynku polskim rozwiązań, takich jak outsourcing funkcji czy elastyczne formy zatrudnienia, z których korzysta dziewięciu na dziesięciu badanych pracodawców. Anketowani 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. Jednak badane firmy RTV/AGD nie podchodzą do tego tematu zbyt optymistycznie, zdecydowana większość wstrzymuje się z decyzjami kadrowymi, lub nie planuje zwiększać zatrudnienia w najbliższych kwartałach. Wyniki są zbieżne z innym badaniem ManpowerGroup¹. Według „Barometru Manpower Perspektyw Zatrudnienia”, który przedstawia plany firm dot. tworzenia nowych miejsc pracy w nadchodzących kwartałach, perspektywy dotyczące początku 2013 r. nie są optymistyczne, zdecydowana większość firm w Polsce wstrzymuje swoje decyzje kadrowe. Wyniki raportu są najmniej optymistyczne od 5-ciu lat, gdy badanie zostało wprowadzone w naszym kraju.

Plany rekrutacyjne, które ma jednak co piąty badany pracodawca firm z sektora RTV/AGD. Mogą one wynikać między innymi z trudności z pozyskaniem kandydatów do pracy na kluczowe dla działalności organizacji stanowiska, które zadeklarowała blisko połowa badanych firm. Wyzwaniem dla przedsiębiorców jest pozyskanie pracowników z odpowiednimi kwalifikacjami, przede wszystkim na stanowiska inżynierów, ale również techników, pracowników utrzymania ruchu, wykwalifikowanych pracowników fizycznych i kierowników.

¹ Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia to kwartalne badanie pracodawców, które ma na celu zmierzenie intencji firm dot. zwiększenia lub zmniejszenia całkowitego zatrudnienia w ich oddziale w najbliższym kwartale. Badanie ManpowerGroup jest przeprowadzane od 5-ciu lat w Polsce i od ponad 50-ciu lat na świecie. Uczestniczy w nim ponad 65 tys. pracodawców w 42 krajach, w tym 750 firm w Polsce. Anketowani to osoby odpowiedzialne za politykę personalną w małych, średnich i dużych firmach. 65 tys. pracodawców w 42 krajach, w tym 750 firm w Polsce. Anketowani to osoby odpowiedzialne za politykę personalną w małych, średnich i dużych firmach.

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 problem².

W związku z wyzwaniami firm RTV/AGD – 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 RTV/AGD, 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 RTV/AGD”, wyłania się obraz branży, która zmagą się z wieloma wyzwaniami współczesnego świata pracy. Odpowiedzią na wiele z nich jest zrozumienie, że to Talent jest kluczem do sukcesu w Erze Człowieka³. 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 „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.

³ 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.