EDYCJA 1.
2018

RAPORT Z BADANIA KOMPAS AUTOMOTIVE

PRZYGOTOWANIE

grupa HR Masters

silesia automotive & advanced manufacturing

2018

WPROWADZENIE

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami badania Kompas Automotive, które miało na celu zebranie informacji o członkach Klastra Silesia Automotive & Advanced Manufacturing w obszarach związanych z Monitoringiem rynku pracy czyli: **rekrutacją i selekcją, rotacją i absencją, wynagradzaniem, działaniami inwestycyjnymi i rozwojowymi oraz employer brandingiem**.

Badanie zostało przeprowadzone wśród firm należących do Klastra w oparciu o opracowania własne oraz analizę rynku i dostępne raporty.

CEL BADANIA

Porównanie i weryfikacja działań w badanych obszarach wśród firm należących do Klastra.

Wzmocnienie wizerunku i konkurencyjności organizacji w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim poprzez pokazanie trendów i rekomendacji.

Badanie obejmuje dane za pierwsze dwa kwartały 2018r.
N:30, 40 % - firmy duże, 40% firmy średnie, 20 % firmy małe

.

2018

CZĘŚĆ PIERWSZA

MONITORING RYNKU PRACY BRANŻY AUTOMOTIVE

2018

REKRUTACJA I SELEKCJA

Obszar badawczy obejmuje dane związane z potrzebami rekrutacyjnymi, oceną procesu rekrutacji oraz metod pozyskiwania i selekcji kandydatów.

POTRZEBY REKRUTACYJNE

Średni koszt procedury waha się pomiędzy 1000-2000 zł

OCENA SKUTECZNOŚCI PROCESU W STOSUNKU DO ZGŁASZANYCH POTRZEB **80 %**

55 % firm stale poszukuje PRACOWNIKÓW PRODUKCYJNYCH

Średni proces rekrutacji trwa od 5-20 dni w procesie uczestniczy 5-25 kandydatów miesięcznie

Średni proces rekrutacji na stanowiska administracyjne, menedżerskie, specjalistyczne, inżynierskie, IT) trwa od 35-120 dni

firmy Klastra preferują PRACĘ TYMCZASOWĄ - wyłącznie w odniesieniu do stanowisk produkcyjnych.

Z badań wynika, że największe potrzeby rekrutacyjne (od 30 -100 wakatów) występują na stanowiskach związanych z produkcją (blue-collar workers) : pracownicy produkcyjni, operatorzy maszyn, magazynierzy.
Na stanowiska wyższego szczebla (tzn white-collar workers) - administracja, stanowiska menedżerskie, specjalistyczne, inżynierskie, IT) zapotrzebowanie jest mniejsze.
Z badania wynika, że na stanowiskach wyższego szczebla rotacja jest niższa - specjaliści i menedżerowie wyraźnie nie są skłonni do częstej zmiany pracy, w przeciwieństwie do pracowników produkcyjnych.

według Eurostatu w lipcu 2018 roku stopa bezrobocia w Polsce wyniosła 3,5% . W Unii Europejskiej osiągnęła poziom 6,8%. Polska zajęła 3. miejsce w europejskiej czołówce krajów z najniższym bezrobociem.

2018

POTRZEBY REKRUTACYJNE - zatrudnianie obcokrajowców

Firmy zrzeszone w Klastrze przede wszystkim zatrudniają obywateli Ukrainy - głównie na stanowiskach produkcyjnych (operator maszyn, magazyn, kontrola jakości). Istotną grupę stanowią również osoby zatrudnione na stanowiskach inżynierskich, menedżerskich i specjalistycznych. Najwięcej jest zatrudnianych obywateli Ukrainy, ale też pojawiają się obywatele: Korei Południowej, Japonii, Rumunii, Włoch, Portugalii.
Pomimo braków kadrowych wydaje się, że firmy nie decydują się masowo na zatrudnianie obcokrajowców.
Powstrzymują ich wymagania prawne oraz różnice kulturowe.

TRENDY I REKOMENDACJE

Badania IOM (Międzynarodowej Organizacji do Spraw Migracji) i BCC z 2017r. oraz dane Urzędu ds. Cudzoziemców potwierdzają rosnące potrzeby pracodawców w zatrudnianiu cudzoziemców. Obywatele Ukrainy są na ten moment najliczniejszą grupą imigrantów w Polsce.

wśród firm Klastra średni procent zatrudnionych cudzoziemców w stosunku do wszystkich zatrudnionych wynosi 2,17 %

W 2017r. liczba zezwoleń wydanych dla obywateli Ukrainy przekroczyła 150 tys.
Oprócz imigrantów z Ukrainy, pojawili się obywatele z Białorusi (18 tys.) , Indii (8 tys.) oraz Wietnamu (12,5 tys.).

Główne problemy związane z zatrudnieniem cudzoziemców wskazywane przez firmy to:
- trudne i skomplikowane procedury
- długi czas oczekiwania na uzyskanie dokumentów niezbędnych do podjęcia legalnej pracy
- szybkie rezygnacje z pracy - niechęć do związania się z firmą na dłużej i na stałe
- trudności i nieporozumienia związane z różnicami kulturowymi

W związku z brakiem wykwalifikowanych pracowników , firmy są skłonne zatrudniać spoza Polski na długi okres powyżej 9 miesięcy.

PROCES REKRUTACJI i SELEKCJI

Proces rekrutacji i selekcji jest przez firmy uważany za jedno z ważniejszych zadań należących do działu HR.
Wśród firm rośnie świadomość znaczenia zaangażowania w proces rekrutacji i selekcji zarówno HR jak i kadry kierowniczej.

57% FIRM
OCENIA SKUTECZNOŚĆ REKRUTACJI ZEWNĘTRZNEJ

80 % FIRM
OCENIA SKUTECZNOŚĆ REKRUTACJI WEWNĘTRZNEJ

Z badania wynika, że pomimo deklarowanego wysokiego wskaźnika skuteczności procesu firmy jednak korzystają ze wsparcia agencji rekrutacyjnych zarówno w rekrutacjach na stanowiska produkcyjne jak i specjalistyczne.

CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA SKUTECZNOŚĆ PROCESU

REKRUTACJA WEWNĘTRZNA
- silna marka firmy
- system poleceń pracowniczych
- jasne zasady procesu
- znajomość kultury organizacyjnej i branży - pozytywny wpływ na proces onboardingu
- współpraca na linii menedżer – HR, szybkość działania

REKRUTACJA ZEWNĘTRZNA
- duża baza potencjalnych kandydatów i kontaktów
- znajomość rynku pracy
- specjalizacja w branży
- skuteczność i zaangażowanie rekrutera
- współpraca bezpośrednia na linii agencja- firma

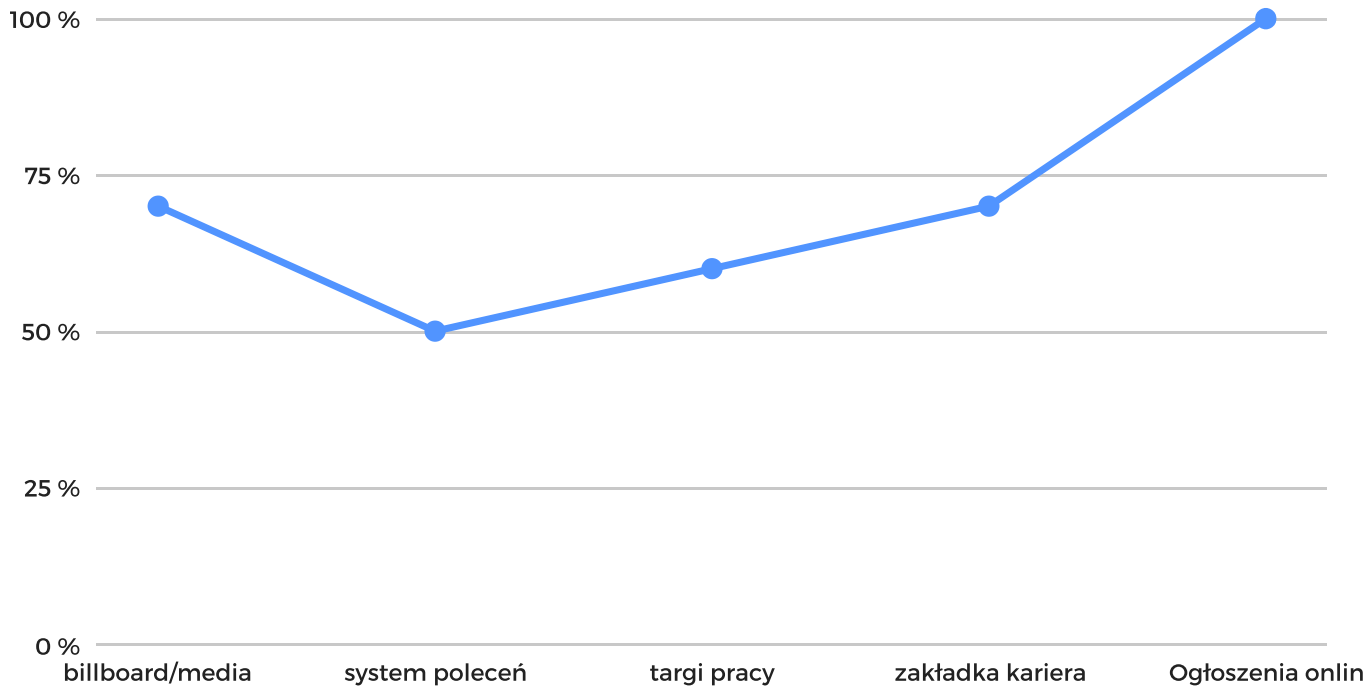
OGŁOSZENIE to połowa sukcesu

KTO? - GRUPA DOCELOWA – dostosowanie treści i komunikatu, z odniesieniem do potrzeb
CO? - WIZERUNEK FIRMY – treść spójna z innymi komunikatami marketingowymi
JAK? -KOMUNIKACJA – konkretny, zwięzły, bez zbędnych szczegółów oraz wydumanych wymagań
GDZIE? - MIEJSCE PUBLIKACJI – określenie gdzie jest grupa docelowa

POZYSKIWANIE PRACOWNIKÓW

Pozyskanie odpowiednich i wykwalifikowanych pracowników z roku na rok jest coraz trudniejsze. Firmy prześcigują się w sposobach dotarcia do potencjalnych kandydatów.

STOSOWANE PRZEZ ORGANIZACJE METODY POZYSKIWANIA PRACOWNIKÓW



Z badania wynika, że 100 % badanych firm korzysta z ogłoszeń online i uważa, je za najbardziej efektywne i skuteczne metody pozyskiwania nowych pracowników.

Chętnie są wykorzystywane również ogłoszenia w miejscach publicznych (billboardy/ reklamy na autobusach, radiu) oraz media społecznościowe i strona www (zakładka kariera).

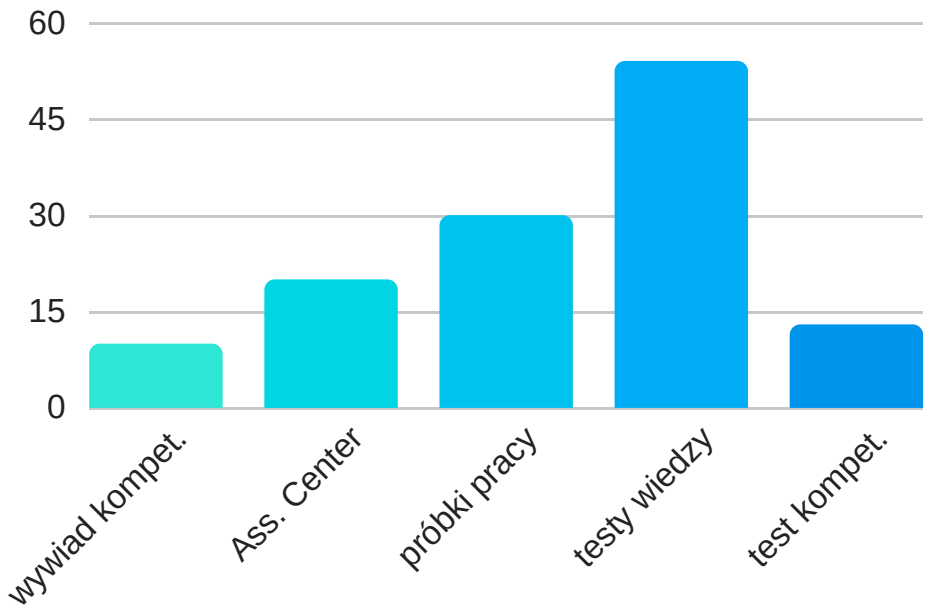
Inne stosowane metody pozyskiwania kandydatów:

- współpraca z agencjami
- targi pracy (w tym na uczelniach wyższych)
- systemy poleceń pracowniczych
- portale specjalistyczne
- ulotki, tablice ogłoszeń
- programy praktyk i staży

STOSOWANE METODY SELEKCJI

Proces doboru osoby na dane stanowisko powinien za każdym razem przebiegać w ustandaryzowany sposób, z wykorzystaniem takich samych narzędzi selekcji, co ułatwia codzienną pracę i pozwala zachować wiedzę w organizacji a w przypadku rekrutacji wspiera obiektywizm w ocenie kandydatów.

Wszystkie firmy (100%) w badaniu określiły rozmowę kwalifikacyjną jako podstawowe narzędzie selekcji kandydatów



54 % firm podczas procesu selekcji stosuje testy wiedzy a 25 % stosuje próbki pracy. Na wybrane stanowiska wyższego szczebla przeprowadzana jest procedura Assessement Center. Testy kompetencyjne i wywiady kompetencyjne (behawioralne) wykorzystywane są przez ok. 10 % firm.

TRAFNOŚĆ PROGNOSTYCZNA METOD SELEKCJI

Próbki pracy (work sample test)
Wywiady utrukturyzowane (pytania behawioralne)
Testy zdolności poznawczych (myślenie analityczne, koncepcyjne, innowacyjność)
Testy wiedzy zawodowej i kompetencyjne
Zatrudnienie próbne (tryout)
Wywiady nieustrukturalizowane
Ośrodki oceny (assesment center)

źródło: P.Prokopowicz, „Rekrutacja oparta na dowodach"

2018

ROTACJA I ABSENCJA

Obszar badawczy obejmuje dane związane rotacją i absencją pracowników z rozbiciem na grupy stanowiskowe.

Koszt zastąpienia odchodzącego pracownika na stanowisko specjalistyczne lub menedżerskie to równowartość jego rocznego wynagrodzenia.

ŚREDNIE WSKAŹNIKI ROTACJI wg firm Klastra SA&AM biorących udział w badaniu

3,3 %	Stanowiska produkcyjne
1,5 %	Stanowiska administracyjne
1 %	Stanowiska inżynierskie/specjalistyczne
1 %	Stanowiska menedżerskie
1 %	Stanowiska IT
19 %	Pracownicy tymczasowi

Najwyższy wskaźnik rotacji możemy zaobserwować na stanowiskach produkcyjnych - pracowników tymczasowych. Jest to jest zbieżne z sygnałami z branży - wskaźnik rotacji od kilku lat jest na najwyższym poziomie w stosunku do innych stanowisk. Z badań wynika, że osoby na wyższych stanowiskach nie są tak skłonne do zmiany pracodawcy - podchodzą do zmiany bardziej ostrożnie. Widać korelację pomiędzy wskaźnikiem rotacji a długością procesu rekrutacji i selekcji na te stanowiska, który może nawet wynosić 120 dni.

Rotacja nie zawsze jest monitorowana przez firmy (brak danych). Im większa organizacja tym bardziej właściwe wydaje się zbieranie danych dotyczących ilości odchodzących i zatrudnianych pracowników.

średnia liczba dni niezdolności do pracy z powodu choroby to 4,78

Precyzyjne określenie kiedy wskaźnik może być określony jako wysoki (lub niski) jest niezwykle trudne i uzależnione od wielu czynników (region, polityka firmy, specyfika pracy, opinia o pracodawcy itp). Wskaźnik rotacji pracowniczej można uznać za wysoki, jeżeli odejścia pracowników zaczynają mieć odczuwalny negatywny wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa.

2018

ŚREDNI CZAS ZATRUDNIENIA WG FIRM KLASTRA SA&AM BIORĄCYCH UDZIAŁ W BADANIU

5 lat Stanowiska produkcyjne
6 lat Stanowiska administracyjne
5- 6 lat Stanowiska inżynierskie/specjalistyczne, menedżerskie, IT

Pracownicy tymczasowi - wyniki bardzo zróżnicowane - obserwowana duża rotacja

Wszystkie firmy po okresie próbym w zasadzie przedłużają umowy, niezależnie od stanowiska, a pracownicy nie rezygnują z pracy.
Wyjątek stanowią tutaj pracownicy produkcji - 13 % nie są przedłużane umowy.

Odsetek nowo-zatrudnionych pracowników (do 3 miesięcy), którzy opuścili organizację w ciągu I i II kwartału 2018 wyniósł średnio 10,7 % przy wartościach skrajnych 0,07 % - 70 %

Odsetek menedżerów, ze stażem ponad 5 lat, którzy opuścili organizację w ciągu I i II kwartału 2018 wynosi 1,71 %

Średnia liczba dni absencji jednodniowych przypadająca na jednego pracownika: w I i II kwartale 2018 wyniosła: 3.24 dnia

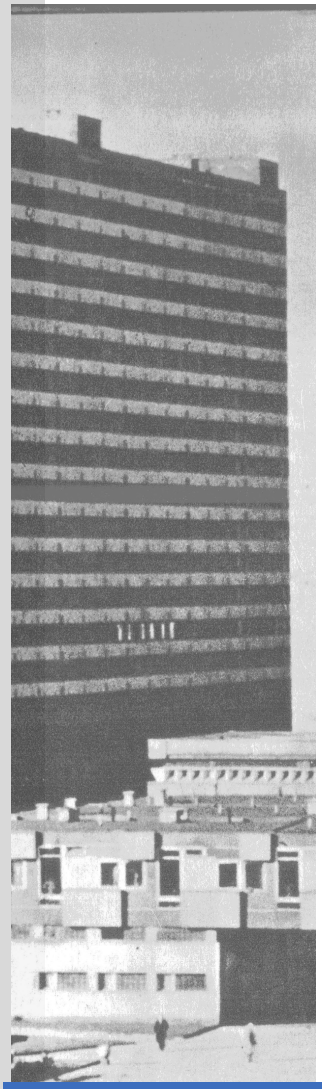
Średni odsetek pracowników, którzy zrezygnowali z pracy na własne żądanie w skali miesiąca:

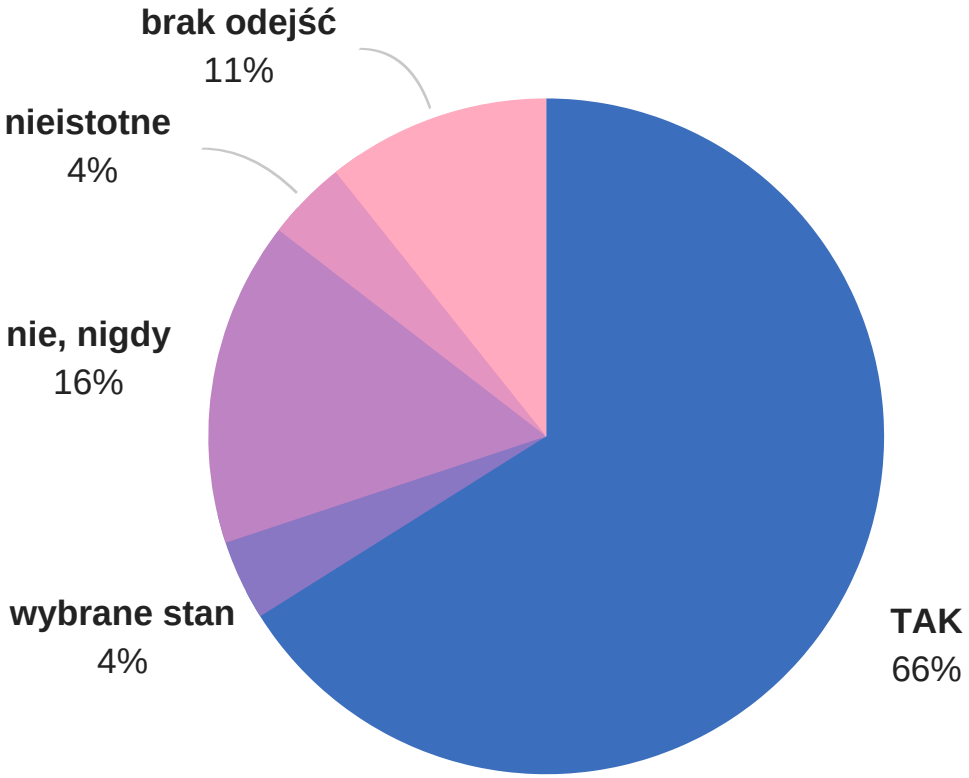
8 % Stanowiska produkcyjne
0,75 % Stanowiska administracyjne
0,75 % Stanowiska inżynierskie/specjalistyczne
0,1 % Stanowiska menedżerskie
1 % Stanowiska IT
19 % Pracownicy tymczasowi

EXIT INTERVIEW

To rozmowa przeprowadzana z pracownikiem, który zdecydował się opuścić organizację, przeprowadzana przez przełożonego lub przedstawiciela HR, w mniej lub bardziej formalny sposób.

66 % badanych firm deklaruje, że przeprowadza exit interview niezależnie od stanowiska





KLUCZOWE PYTANIA PRACODAWCY:

Jaki jest główny powód odejścia?

Dlaczego praca nie spełniła oczekiwań?

Co by mogło wpłynąć na zmianę decyzji?

CO JAKO PRACODAWCA FIRMA ZROBI Z TĄ WIEDZĄ?

TYPOWE CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA ODEJŚCIE Z PRACY (OD NAJBARDZIEJ ISTOTNEGO)

problemy komunikacyjne (dojazd)
zmianowy system pracy (produkcja)
wysokość wynagrodzenia
możliwość rozwoju

WYNAGRADZANIE

JAWNOŚĆ WYNAGRODZEŃ

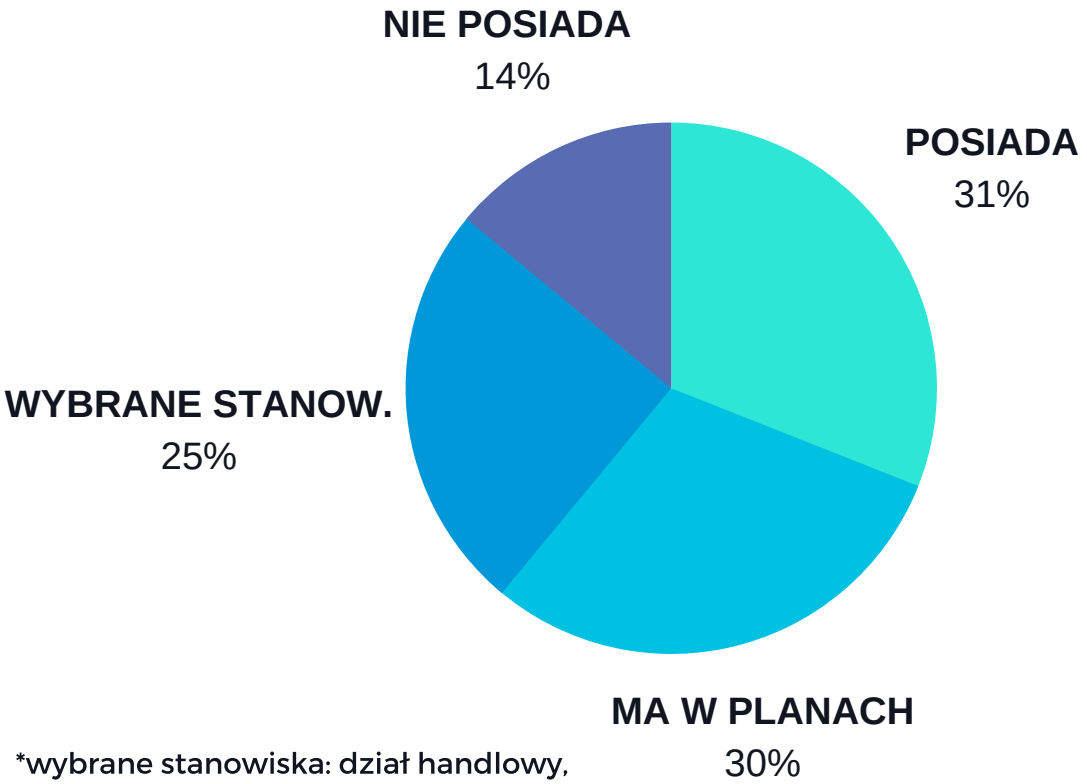
Pewne zaskoczenie budzi fakt, iż wynagrodzenia (i inne benefity) coraz częściej stanowią jawną informacją.
Coraz więcej firm podaje tę informację po prostu od razu w ogłoszeniu (lub nawet w reklamie, na przykład na plakacie, ulotce czy billboardzie).
Chociaż wydaje się kontrowersje to pytanie o oczekiwane warunki finansowe podczas wstępnej rozmowy telefonicznej jest oszczędnością czasu dla obu stron.

ŚREDNIA WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO WYNAGRODZENIA BRUTTO

3000 zł	Stanowiska produkcyjne
4722 zł	Stanowiska administracyjne
6069 zł	Stanowiska inżynierskie/specjalistyczne
9053 zł	Stanowiska menedżerskie
6727 zł	Stanowiska IT

WYNAGRODZENIA STANOWIĄ PODSTAWOWY KOSZT ORGANIZACJI

SYSTEM WYNAGRADZANIA POWIĄZANY ZE STRATEGIĄ FIRMY

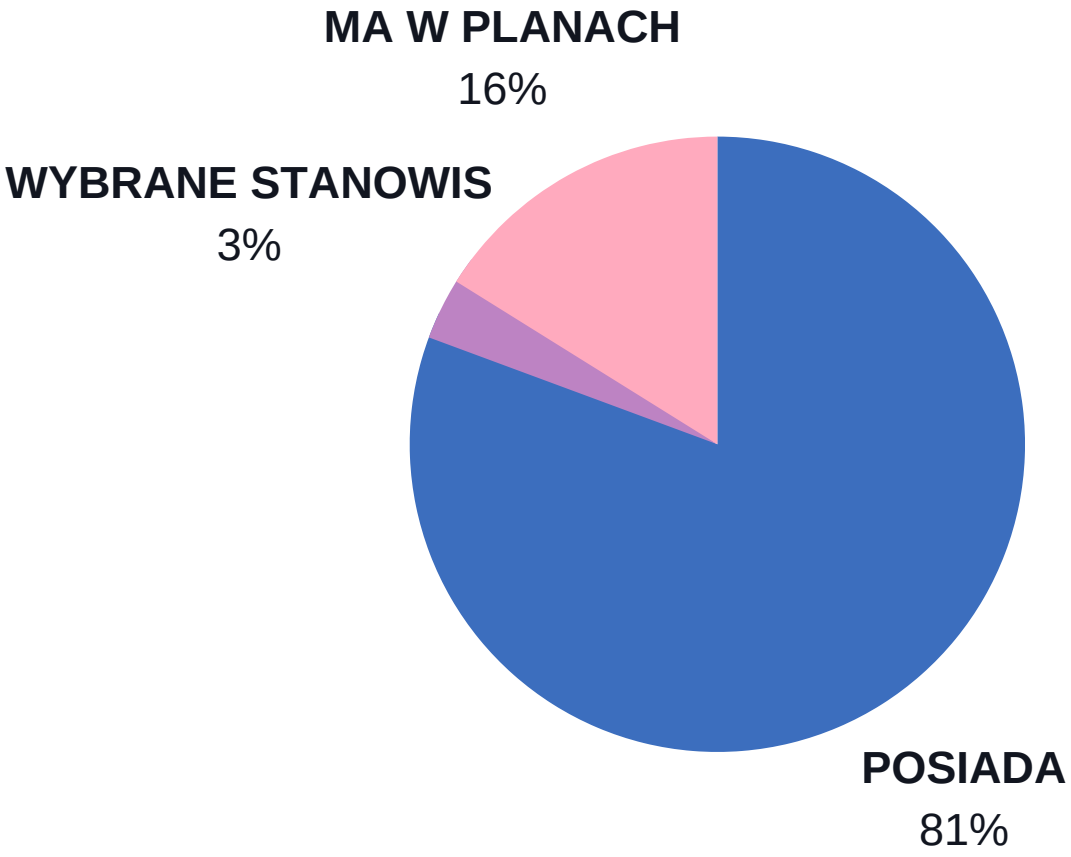


*wybrane stanowiska: dział handlowy, produkcja, obsługa klienta

PODWYŻKI, PREMIE, BENEFITY

CZY FIRMA POSIADA SYSTEMY PREMIOWE?

Większość firm stosuje system, postrzegając go jako ważny element polityki wynagradzania.



*wybrane stanowiska: głównie produkcja, ale też dział handlowy i obsługa klienta

81 % badanych firm posiada systemy premiowe, 16 % planuje wprowadzenia, 3 % posiada, ale na wybrane stanowiska

ŚREDNIA WYSOKOŚĆ PODWYŻEK (W SKALI ROKU) WYNIOSŁA 5,68 %

Na motywację pracowników przede wszystkim ma wysokość wynagrodzenia podstawowego. Świadczenia dodatkowe, benefity są brane pod uwagę wtedy, kiedy podstawa wynagrodzenia jest satysfakcjonująca.

2018

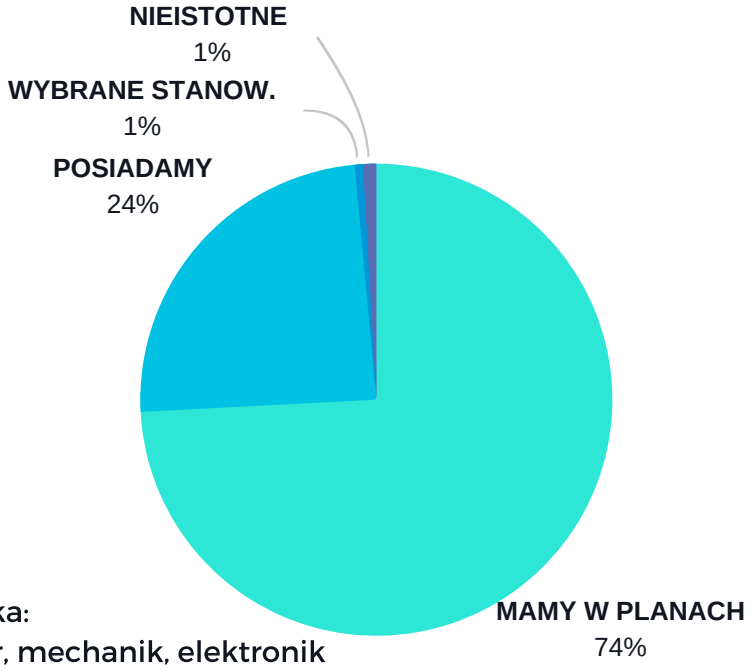
CZĘŚĆ DRUGA

POZYSKIWANIE PRACOWNIKÓW- EMPLOYER BRANDING, REKRUTACJA I SELEKCJA, ONBOARDING

POZYSKIWANIE PRACOWNIKÓW

Employer branding (EB, ang. budowanie wizerunku marki pracodawcy) to działanie organizacji ukierunkowane na budowanie wizerunku atrakcyjnego i odpowiedzialnego pracodawcy.
Działania zarówno EB wewnętrznego jak i zewnętrznego mogą być wykorzystywane w procesie rekrutacji oraz go wspierać. Celem rekrutacyjnej kampanii EB jest przede wszystkim dotarcie do potencjalnych kandydatów (przyszłych i byłych)

STRATEGIA POZYSKIWANIA PRACOWNIKÓW (spójne działania employer brandigowe, rekrutacyjne i marketingowe)



*wybrane stanowiska:
produkcja, operator, mechanik, elektronik

W skali 0-100, skuteczność działań jest oceniana przez firmy średnio na 80 %.

Z badania wynika, że większość firm widzi konieczność posiadania strategi związanej z pozyskiwaniem pracowników- niezależnie od stanowiska. Widać dużą świadomość znaczenia budowania wizerunku pracodawcy pożądanego i godnego zaufania.

Strategia employer brandingowa odpowiada na podstawowe pytania:

1. Dlaczego pracownik ma dołączyć do organizacji?
2. Dlaczego pracownik ma zostać w organizacji?
3. Dlaczego pracownik ma się starać i angażować się w pracę?
4. Dlaczego pracownik ma rekomendować tę firmę jako pracodawcę?
5. Dlaczego pracownik może wrócić do organizacji?

EVP (Employer/Employee Value Proposition) to unikalne wartości pracodawcy czyli zestaw cech wyróżniających firmę jako pracodawcę, pakiet korzyści dla kandydata.
Mają na celu przyciągnięcie do organizacji odpowiednich pracowników.

Ze wszyskich firm biorących udział w badaniu tylko 3 zadeklarowały posiadanie zdefiniowanych unikalnych wartości pracodawcy, a 5 ma w planach określenie EVP.

PRAKTYCZNE ZASTOSOWANIE EVP (PRZYKŁADY)

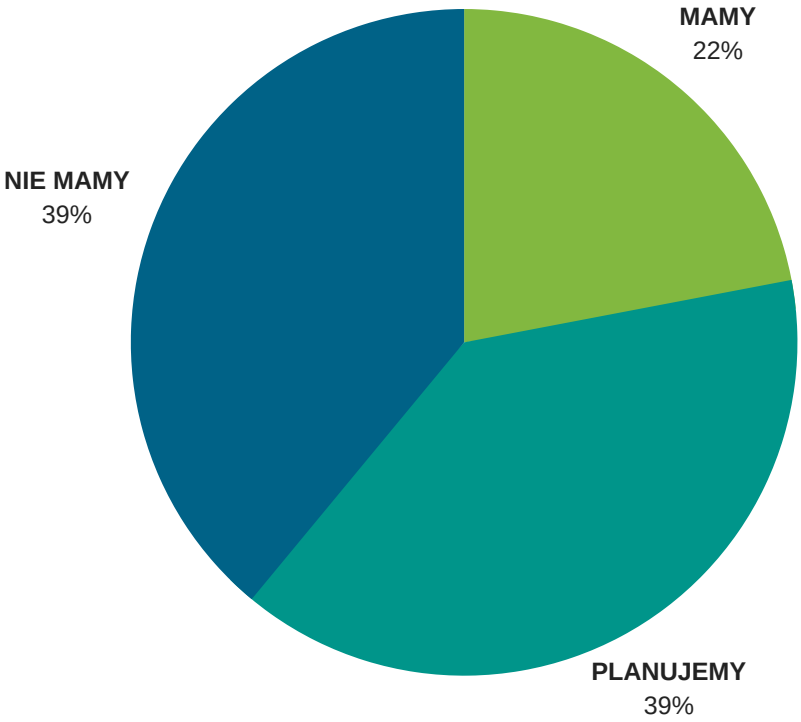
- KAMPANIA REKRUTACYJNA
- OGŁOSZENIA REKRUTACYJNE
- ROZMOWA KWALIFIKACYJNA
- PROCESY SELEKCJI
- TARGI PRACY
- KOMUNIKACJA MARKI PRACODAWCY
- DZIAŁANIA WIZERUNKOWE: STRONA INTERNETOWA FIRMY, SOCIAL MEDIA

Określenie przez organizację EVP nie jest łatwym zadaniem.
EVP opierają się na takich filarach jak: prawda, stabilność, atrakcyjność czy niepowtarzalność.
Pierwszym krokiem jest odniesienie do misji i wartości organizacji - czyli odpowiedź na pytania:
Jaka jest nasza kultura organizacyjna - gdzie jesteśmy i dokąd idziemy jako firma?
Kolejnym krokiem jest określenie, które z tych elementów będą kluczowe dla potencjalnych kandydatów.

EMPLOYER BRANDING - SZCZEROŚĆ I JASNY KOMUNIKAT

Działania employer brandingowe powinny być kierowane do obecnych i potencjalnych pracowników, zgodnie z celami biznesowymi organizacji. Warto pamiętać o pracownikach, którzy opuścili naszą firmę.

STRATEGIA EMPLOYER BRANDINGOWA



Tylko 22 % badanych firm posiada strategię employer brandingową, ale 39 % planuje wdrożenie takiej strategii w najbliższym czasie. Firmy sygnalizują brak zasobów, aby realizować efektywnie działania EB.

Główne sygnalizowane braki to:
- brak odpowiednich kompetencji
- brak wyspecjalizowanych pracowników
- braki kadrowe - brak działu HR
- brak czasu

EMPLOYER BRANDING- ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Za działania EB w w badanych organizacjach głównie odpowiadają działy HR, w dalszej kolejności Zarządy czy działy administracyjne. Wskazywano też na działania zlecane z centrali i brak wpływu na wybór działań lokalnie.

62,5%

FIRM NIE MIERZY SKUTECZNOŚCI PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ EB

37,5 %

FIRM MIERZY SKUTECZNOŚĆ PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ EB

SKUTECZNOŚĆ EB JEST NAJCZĘŚCIEJ MIERZONA POPRZEZ:

- ocenę wskaźnika rotacji
- ilość i jakość napływających aplikacji
- badanie zaangażowania pracowników
- spotkania z pracownikami i anonimowe ankiety (skrzynki pomysłów)

CANDIDATE EXPERIENCE

Ocena doświadczenie i wrażeń kandydata z procesu rekrutacji.
Coraz więcej organizacji świadomie monitoruje i poprawia proces kontaktu z kandydatami.
Kandydaci do pracy szczególnie zwracają uwagę na skrócenie procesów rekrutacyjnych oraz na możliwość uzyskania informacji zwrotnej z procesu.

Czy firmy Klastra monitorują proces Candidate Experience?

92 % badanych firm nie przeprowadza badania procesu Candidate Experience. Kilka firm (4%) przeprowadza takie badanie na wybrane stanowiska a 4 % uważa to badanie nieistotne ze względu na specyfikę swojej działalności.

PRZEGLĄD DZIAŁAŃ EB STOSOWANYCH PRZEZ FIRMY KLASTRA

DZIAŁANIA WEWNĘTRZNE

- nagrody jubileuszowe dla pracowników z określonym regulaminem stażem pracy u pracodawcy (podkreślenie wagi długoterminowej współpracy)
- działania CSR (współpraca z fundacjami, stowarzyszeniami)
- promowanie firmy przez aktualnych pracowników
- tworzenie godnego środowiska pracy, przyjaznej atmosfery pracy i możliwości rozwoju
- system benefitów konsultowany z pracownikami
- polityka otwartych drzwi zarządu dla wszystkich pracowników
- miesięczne informacyjne spotkania dla wszystkich pracowników
- wewnętrzna gazeta
- INTRANET - system wewnętrznej komunikacji
- imprezy integracyjne (spotkania wigilijne, mikołajki, piknik rodzinny i inne)
- konkursy dla pracowników
- akcje prozdrowotne
- ukierunkowanie na rekrutacje wewnętrzne

DZIAŁANIA ZEWNĘTRZNE

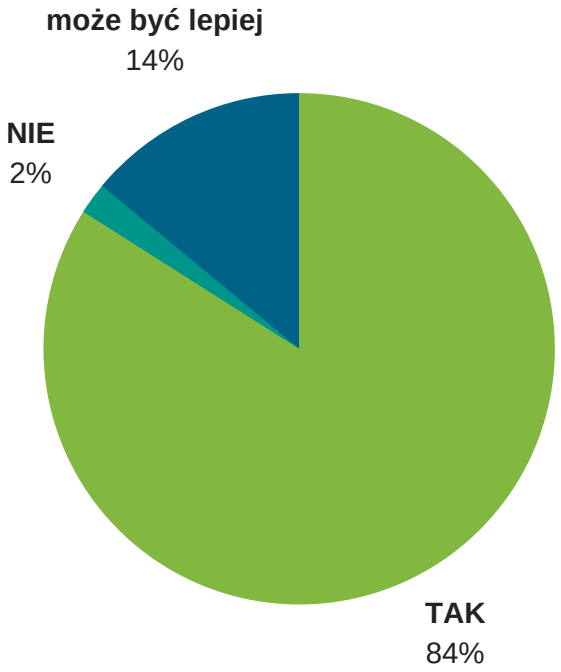
- działania edukacyjne: reklamy w szkołach technicznych, klasy patronackie, szkolenia dla studentów i uczniów technikum, studia dualne, programy stażowe
- aktywność w social mediach - budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy
- proces rekrutacji i selekcji: dbałość o wizerunek pracodawcy podczas procesu rekrutacji (podziękowanie za udział w procesie, informacja zwrotna itp.)
- działalność ekspercka: publikacje ogólnopolskie lub branżowe, blog firmowy
- targi pracy
- rekrutacja: ogłoszenia rekrutacyjne, banery (autobusy), ulotki, reklamy (przystanki autobusowe, radio, FB), zakładka kariera/praca na stronie www
- działania charytatywne (organizacja i udział)

REKRUTACJA I SELEKCJA - ODPOWIEDZIALNOŚĆ I ZAANGAŻOWANIE

Firmy biorące udział w badaniu dostrzegają znaczenie procesu dla organizacji - odpowiedzialność nie jest tylko po stronie HR.
W równym stopniu zaangażowani są : zarząd, menedżerowie, kierownicy każdego szczebla (brygadziści, kierownicy liniowi, liderzy techniczni) jak i HR.
W konsekwencji odpowiedzialność za proces również jest rozłożona pomiędzy HR i kadrę zarządzającą.

TO BARDZO POZYTYWNY TREND ŚWIADCZĄCY O DOJRZAŁOŚCI ORGANIZACJI.

CZY OSOBY ZAJMUJĄCE SIĘ PROCESEM REKRUTACJI I SELEKCJI POSIADAJĄ ODPOWIEDNIE KOMPETENCJE?



Pomimo wskazanych obszarów do rozwoju, kompetencje oceniane są bardzo wysoko.
Większość firm deklaruje zaangażowanie kadry zarządzającej w wybór kandydatów - średnio w 80 %.
Część firm deklaruje odpowiednie przeszkolenie kadry menedżerskiej, które ma wpłynąć na wzrost efektywności procesu.

silesia automotive & advanced manufacturing

REKRUTACJA I SELEKCJA - EFEKTYWNOŚĆ I STANDARYZACJA PROCESU

Proces doboru osoby na dane stanowisko powinien za każdym razem przebiegać w ustandaryzowany sposób, z wykorzystaniem takich samych narzędzi selekcji. Dlaczego? Wystandaryzowanie wszelkich procesów ułatwia codzienną pracę i realizację zadań, pozwala zachować wiedzę w organizacji a w przypadku rekrutacji wspiera obiektywizm w ocenie kandydatów.

WAŻNE ASPEKTY ZWIĄZANE ZE STANDARYZACJĄ TO:

OBIEKTYWIZM – oparcie się w procesie na sprawdzonych narzędziach selekcyjnych ułatwia ostateczny wybór kandydata i pozwala na spojrzenie na kandydata w sposób obiektywny.

JASNY PODZIAŁ ODPOWIEDZIALNOŚCI – kiedy w procesie pozyskiwania kandydatów , na każdym etapie, wszystkie zaangażowane osoby od początku wiedzą za co odpowiadają.

POUFNOŚĆ - zapewnienie dyskrecji osobom biorącym udział w procesie, zachowaniem przepisów obowiązującego prawa ochrony danych osobowych (RODO).

WAŻNE ASPEKTY ZWIĄZANE Z EFEKTYWNOŚCIĄ TO:

Ocena efektywności procesu rekrutacji i selekcji stanowi ważny element polityki personalnej.

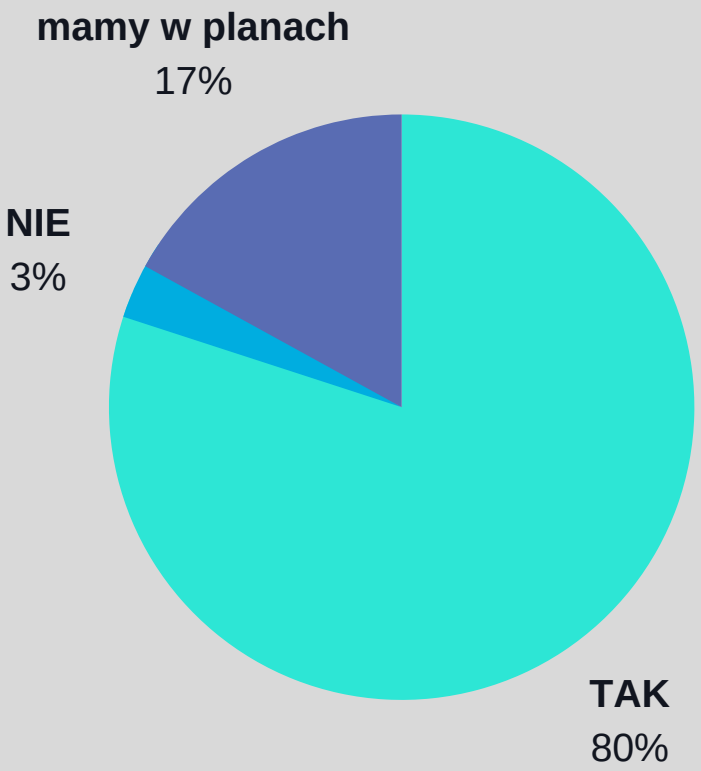
Przykładowe wskaźniki badania efektywności procesu
- rekrutacji i selekcji:
- ilość zgłoszonych kandydatów (w rozbiciu na kanały rekrutacji),
- jakość aplikacji,
- atrakcyjność oferty,
- średni czas trwania procesu,
- koszt zatrudnienia pracownika,
- poziom satysfakcji menedżera,
- koszty/wskaźnik rotacji,
- ocena procesu przez kandydata (candidate experience).

PROCES WDRAŻANIA NOWYCH PRACOWNIKÓW

ONBOARDING

Istotą procesu adaptacji jest przekazywanie informacji, o samej pracy, o zespole, o firmie i obowiązujących w niej dokumentach i procedurach. Z punktu widzenia pracodawcy, równie ważne jest przyswojenie i utrwalenie przez każdego pracownika dobrych wzorów zachowań i postaw. Brak informacji sprzyja obojętności, bierności, co powoduje spadek efektywności pracownika - szczególnie jest to niebezpieczne do osób, dla których jest to pierwsza praca.

Firma przeprowadza procedurę adaptacji nowych pracowników



SKUTECZNOŚĆ PROWADZONYCH PROCEDUR JEST OCENIANA WYSOKO

85 %

SYSTEM ADAPTACJI NOWYCH PRACOWNIKÓW

Kto jest odpowiedzialny za proces adaptacji (wdrażania) nowych pracowników?

- bezpośredni przełożony
- dział HR
- opiekun wdrożenia
- inne: BHP i dział jakości

Dzięki wdrożonym systemom adaptacji pracowników - odejścia po okresie próbnym prawie się nie zdarzają

JEŚLI FIRMY POSIADAJĄ SYSTEM ADAPTACJI (WDRAŻANIA) NOWYCH PRACOWNIKÓW, TO SKŁADA SIĘ ON Z NASTĘPUJĄCYCH ELEMENTÓW

- okres ochronny
- szkolenia stanowiskowe (wewnętrzne) oraz zapoznawanie z zadaniami i celami
- staż w działach ściśle współpracujących z działem, w którym jest zatrudniony pracownik
- wdrożenie w dziale docelowym z opiekunem
- określenie obowiązków i przedstawienie struktury organizacji firmy
- zapoznanie pracownika ze współpracownikami i przełożonym
- opieka menedżerska i współpraca zespołowa
- welcome pack
- szczegółowe zapoznanie z zasadami funkcjonowania firmy (zasady wynagradzania, czas pracy, zabezpieczenia socjalne, motywacja materialna)
- gra korporacyjna
- szkolenie z 5S, Kaizen
- opiekun pracownika (Buddy)
- ustandaryzowane programy adaptacyjne dla grup stanowiskowych - czas trwania 3 miesiące

DZIĘKUJEMY ZA
UWAGĘ