

Opis Badania

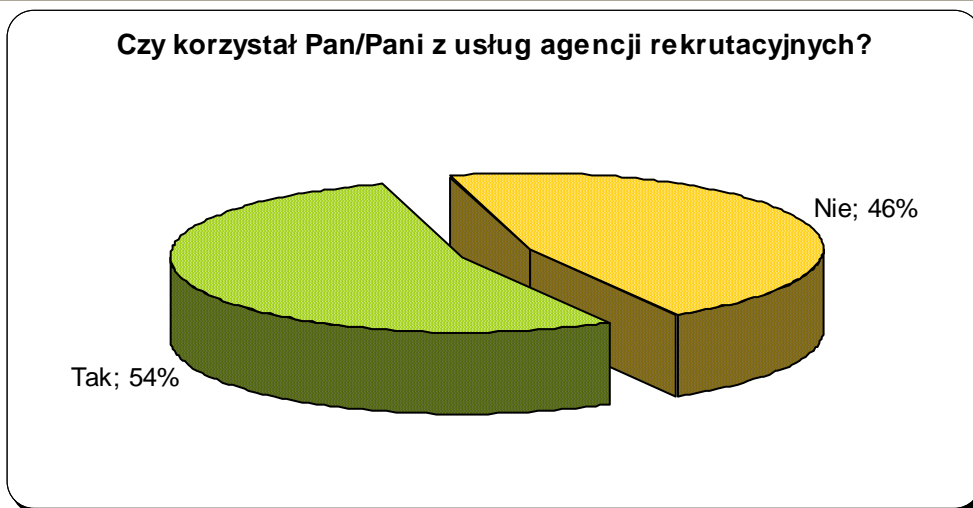
Badanie satysfakcji współpracy na linii pracodawca – agencja rekrutacyjna zostało przeprowadzone w czerwcu 2009 roku. Celem badania było krzyżowe sprawdzenie postrzegania się dwóch sektorów, gospodarki przedsiębiorców oraz agencji doradztwa personalnego, mających możliwość współpracy w obszarze rekrutacji i selekcji. Badanie tego typu stanowi drugą edycję badania przeprowadzonego na przełomie marca i kwietnia 2008 roku wśród członków dwóch prestiżowych stowarzyszeń SAZ i BCC. W tegorocznej edycji udział w badaniu wzięli nie tylko członkowie stowarzyszeń, ale również pracodawcy i pracownicy agencji rekrutacyjnych różnych branż, co daje możliwość szerszego spojrzenia na kwestie współpracy pomiędzy pracodawcami a agencjami. W tym roku do patronów badania dołączyła się między innymi Nowoczesna Firma która promowała badanie na swoich stronach.

Podstawą badania były ankiety opracowane przez socjologa Panią Dominikę Staniewicz. Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI (*Computer-Assisted Web Interviewing*). Respondenci ze środowiska zarówno agencji rekrutacyjnych jak również firm korzystających z usług agencji rekrutacyjnych droga internetową wypełniali elektroniczną wersję ankiety. Ze względu na dostępność badanych podmiotów, zastosowaliśmy nielosową metodę doboru próby. Response rate wynosiło 35% (przy założeniu, że nasza próba miała wynosić 300 osób – 104 wypełniło badanie).

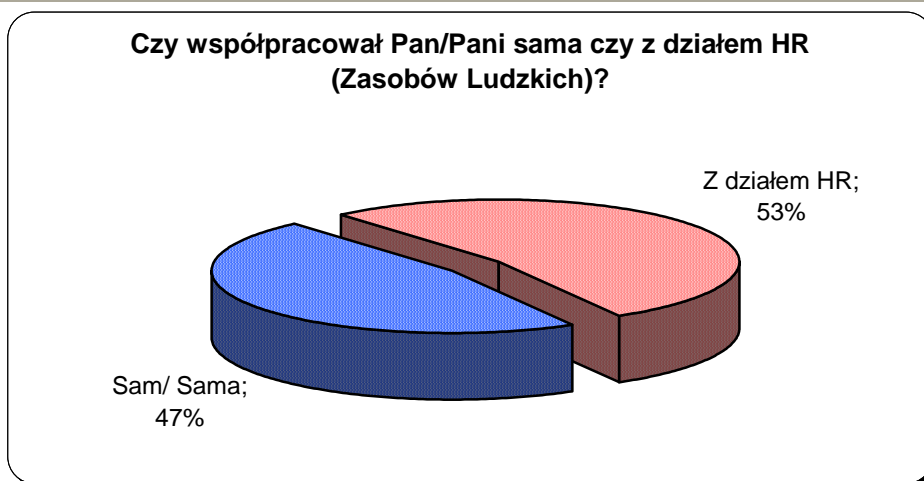
Badanie zostało przeprowadzone na terenie Rzeczypospolitej Polskiej zarówno w grupie przedsiębiorców jak i agencji rekrutacyjnych.

Wyniki ankiety przeprowadzonej na respondentach z grupy „pracodawców”.

| Czy korzystał Pan/Pani z usług agencji rekrutacyjnych? | N | % |
|--|----|------|
| tak | 52 | 54% |
| nie | 45 | 46% |
| Ogółem | 97 | 100% |

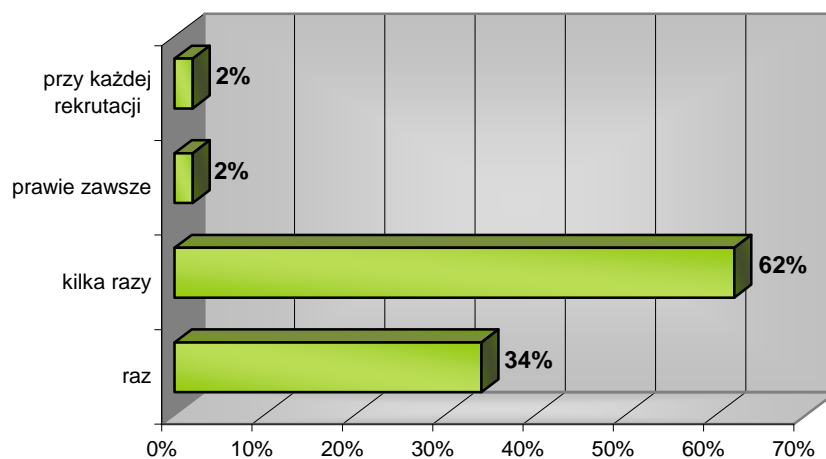


| Czy współpracował Pan/Pani sama czy z działem HR (Zasobów Ludzkich)? | N | % |
|--|----|------|
| Sam/ Sama | 22 | 47% |
| Z działem HR | 25 | 53% |
| Ogółem | 47 | 100% |



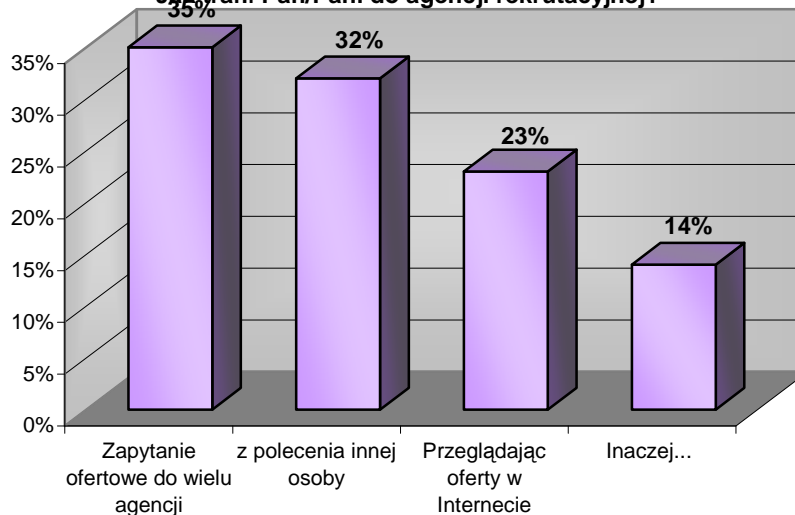
| Jak często w ciągu roku korzystał Pan/Pani z usług agencji pośrednictwa pracy? | N | % |
|--|----|------|
| raz | 16 | 34% |
| kilka razy | 29 | 62% |
| prawie zawsze | 1 | 2% |
| przy każdej rekrutacji | 1 | 2% |
| Ogółem | 47 | 100% |

Jak często w ciągu roku korzystał Pan/Pani z usług agencji pośrednictwa pracy?



| Jak trafił Pan/Pani do agencji rekrutacyjnej? | N | % |
|---|----|------|
| Zapytanie ofertowe do wielu agencji | 15 | 35% |
| z polecenia innej osoby | 14 | 32% |
| Przeglądając oferty w Internecie | 10 | 23% |
| Inaczej... | 6 | 14% |
| Ogółem | 43 | 100% |

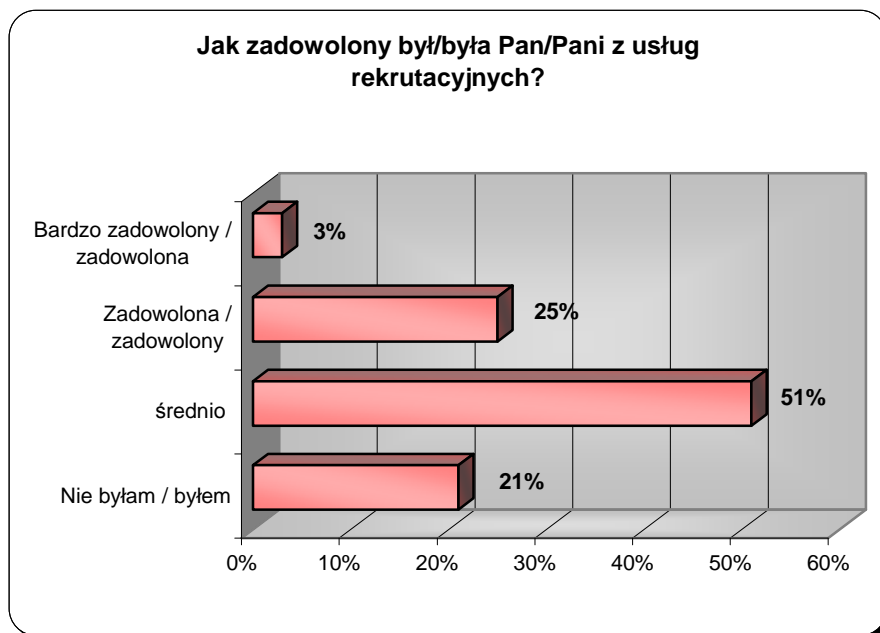
Jak trafił Pan/Pani do agencji rekrutacyjnej?



| Jak zadowolony był/była Pan/Pani z usług rekrutacyjnych? | N | % |
|--|----|-----|
| Nie byłem | 9 | 21% |
| średnio | 22 | 51% |
| Zadowolony/ zadowolona | 11 | 25% |
| bardzo zadowolony/zadowolona | 1 | 3% |

Ogółem

43 100%



Czy dostęp do agencji był prosty (skontaktowanie się)?

N

%

tak

40

93%

nie

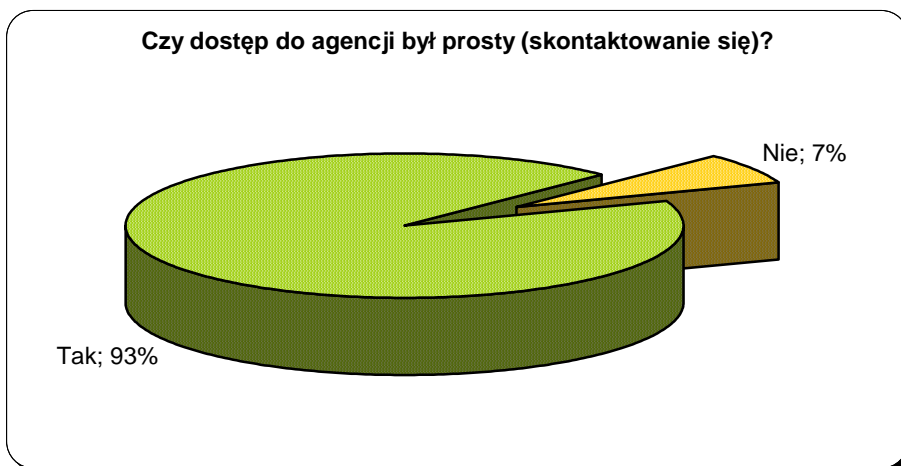
3

7%

Ogółem

43

100%



Czy strony internetowe agencji zawierają:

N

%

Adres i dane kontaktowe firmy

31

91%

Adresy mailowe osób odpowiedzialnych za rekrutację

19

56%

Dokumenty potrzebne do zawarcia umowy (umowy, formularze)

2

6%

Informacje podstawowe na temat procesu rekrutacji

18

53%

Referencje od klientów

16

47%

Referencje od kandydatów

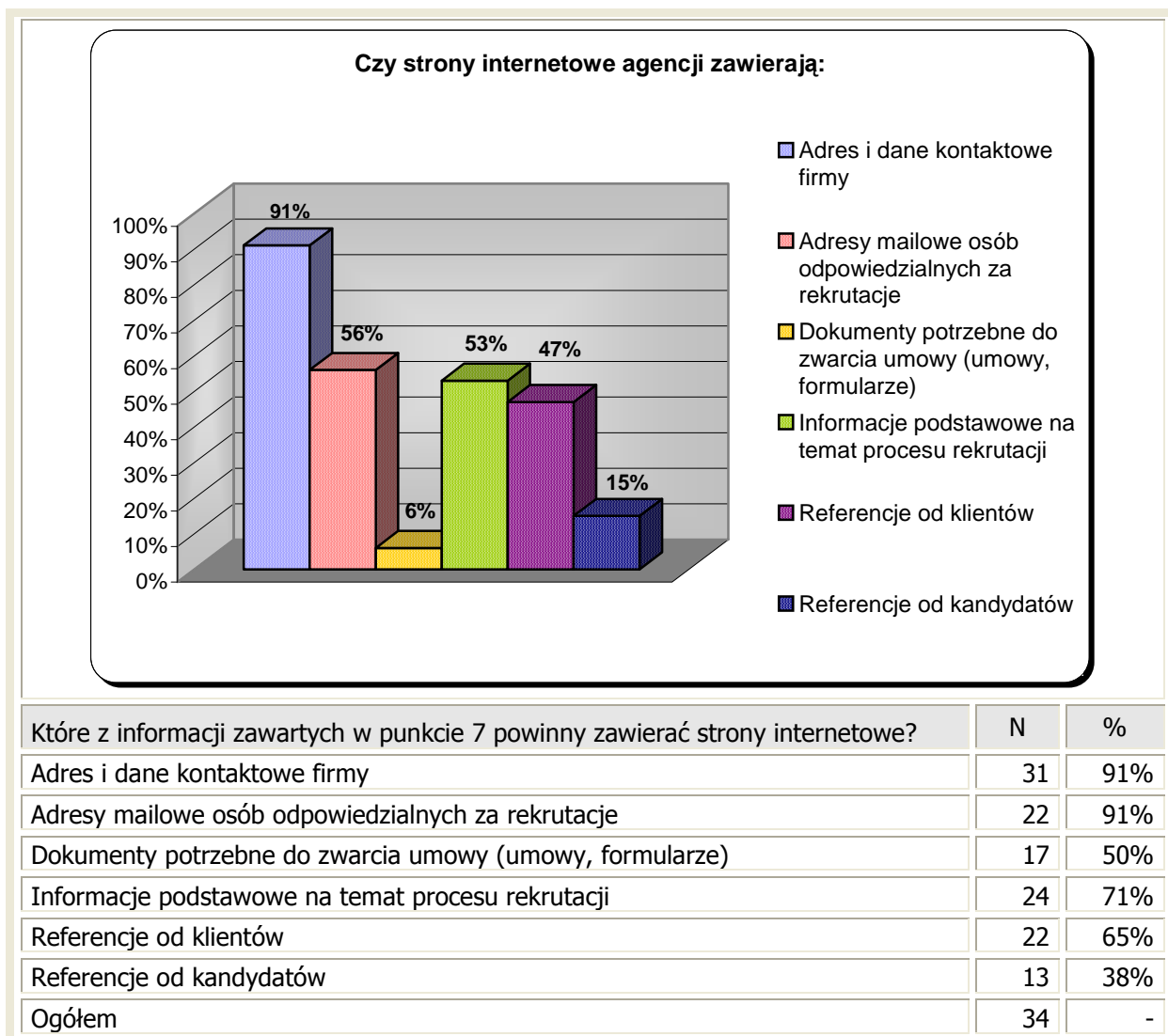
5

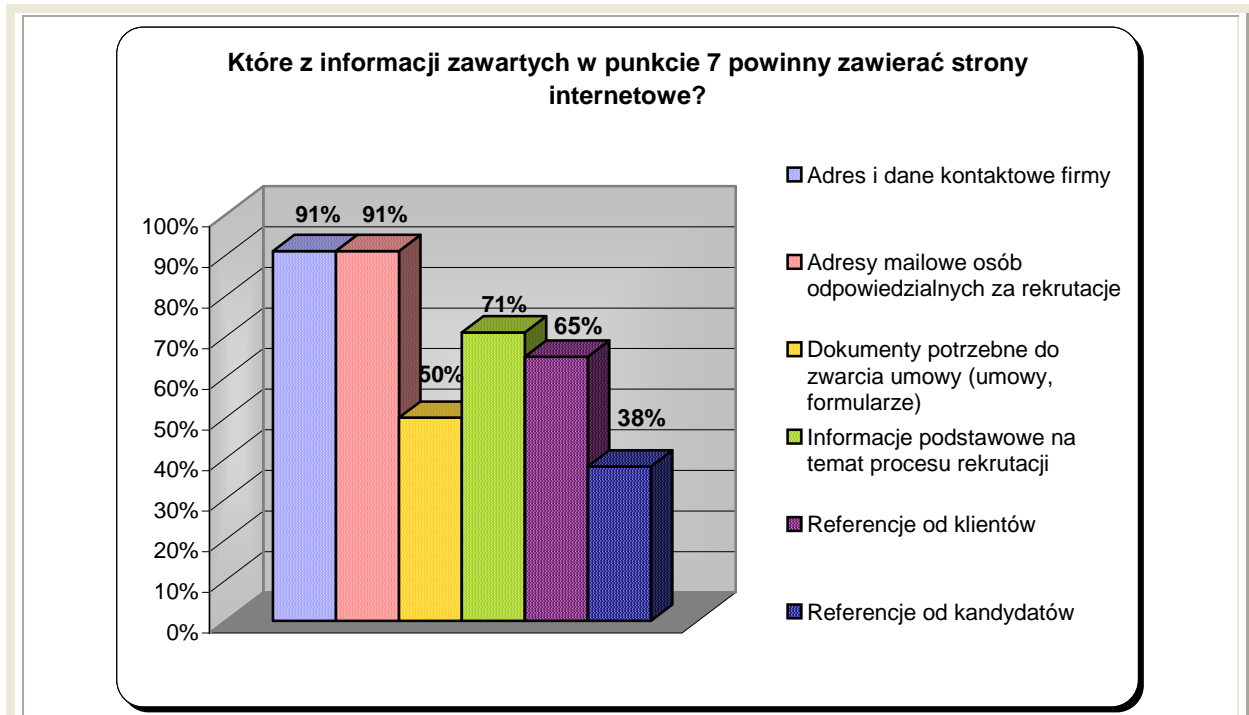
15%

Ogółem

34

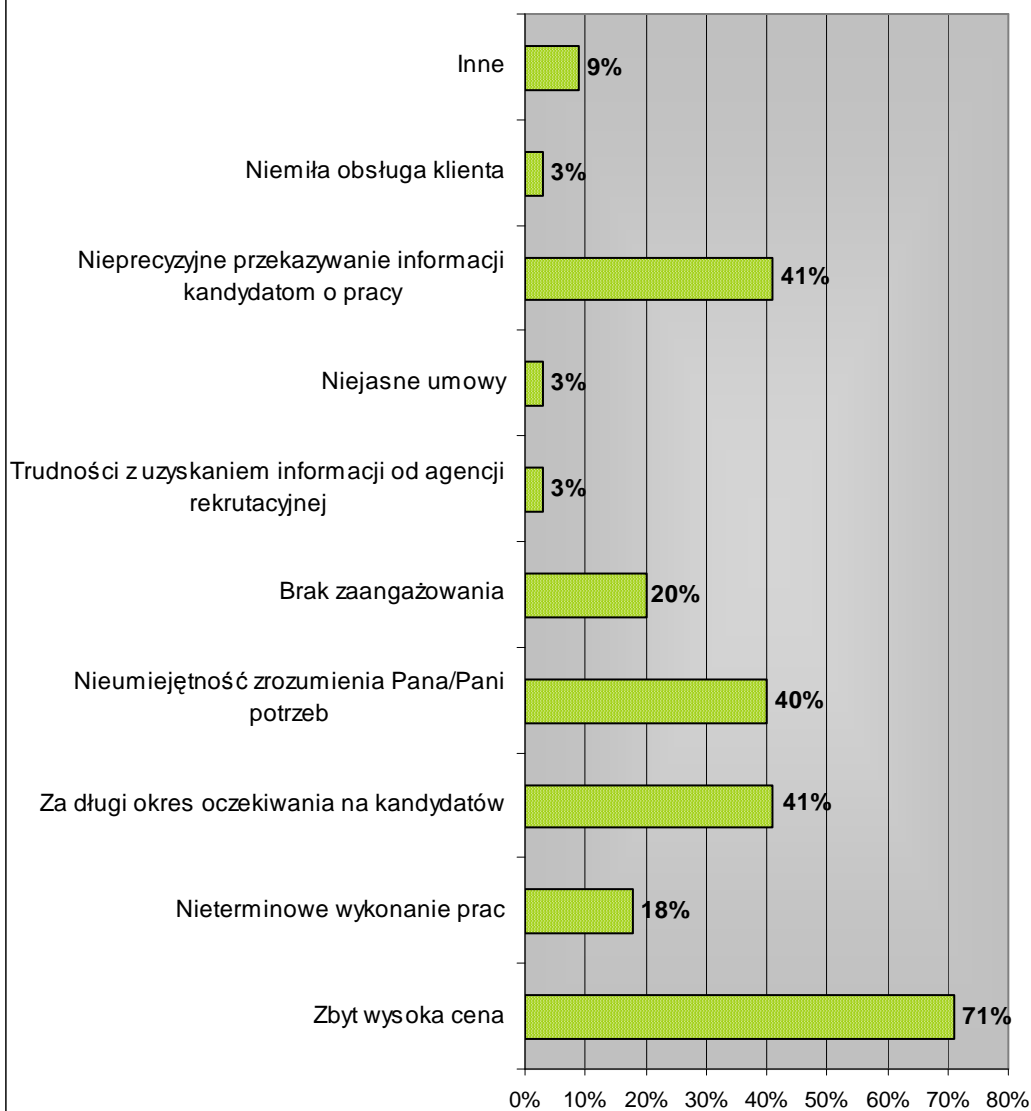
-





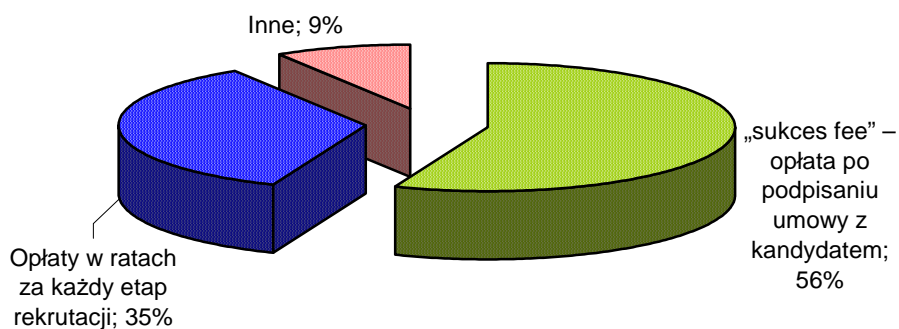
| W jakim procencie rekrutacje były udane? | N | Śr |
|--|----|------|
| Ogółem | 34 | 48% |
| | | |
| Jakie problemy napotkał Pan/Pani we współpracy z agencją? | N | % |
| Zbyt wysoka cena | 24 | 71% |
| Nieterminowe wykonanie prac | 6 | 18% |
| Za długi okres oczekiwania na kandydatów | 14 | 41% |
| Nieumiejętność zrozumienia Pana/Pani potrzeb | 11 | 40% |
| Brak zaangażowania | 7 | 20% |
| Trudności z uzyskaniem informacji od agencji rekrutacyjnej | 1 | 3% |
| Niejasne umowy | 1 | 3% |
| Nieprecyzyjne przekazywanie informacji kandydatom o pracy | 14 | 41% |
| Niemiała obsługa klienta | 1 | 3% |
| Inne | 3 | 9% |
| Ogółem | 34 | 100% |

Jakie problemy napotkał Pan/Pani we współpracy z agencją?



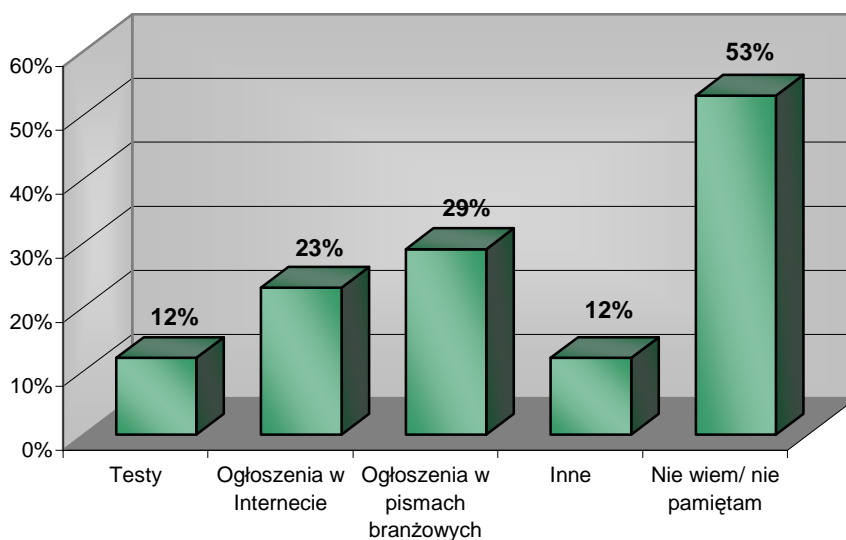
| Z jakiego systemu wynagradzania korzystał Pan/Pani najczęściej przy współpracy z agencją? | N | % |
|---|----|------|
| „sukces fee” – opłata po podpisaniu umowy z kandydatem | 19 | 56% |
| Opłaty w ratach za każdy etap rekrutacji | 12 | 35% |
| Inne | 3 | 9% |
| Ogółem | 34 | 100% |

Z jakiego systemu wynagradzania korzystał Pan/Pani najczęściej przy współpracy z agencją?



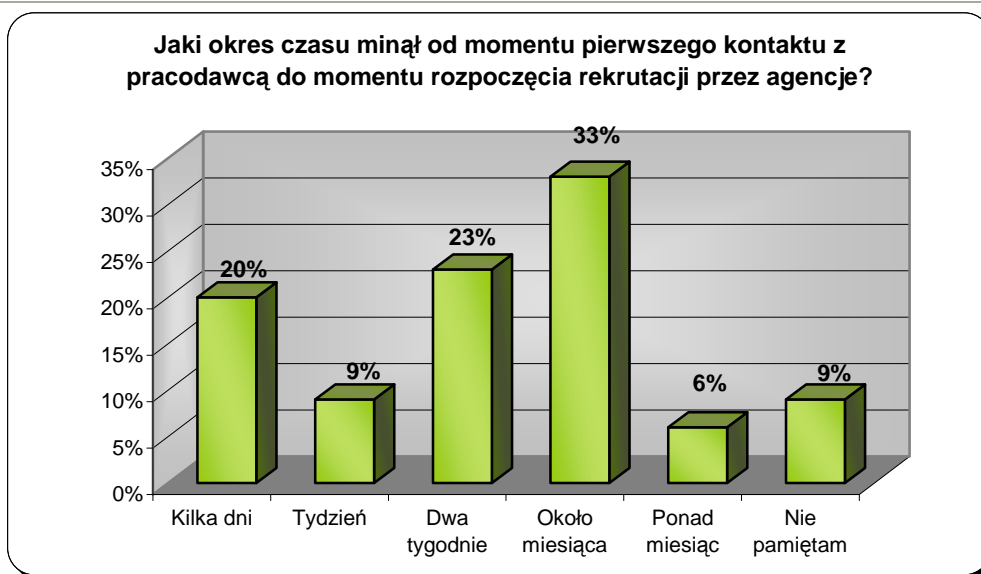
| Czy poza podstawową opłatą były pobierane dodatkowe za: | N | % |
|---|----|-----|
| Testy | 4 | 12% |
| Ogłoszenia w Internecie | 8 | 23% |
| Ogłoszenia w pismach branżowych | 10 | 29% |
| Inne | 4 | 12% |
| Nie wiem/ nie pamiętam | 18 | 53% |
| Ogółem | 34 | - |

Czy poza podstawową opłatą były pobierane dodatkowe za:

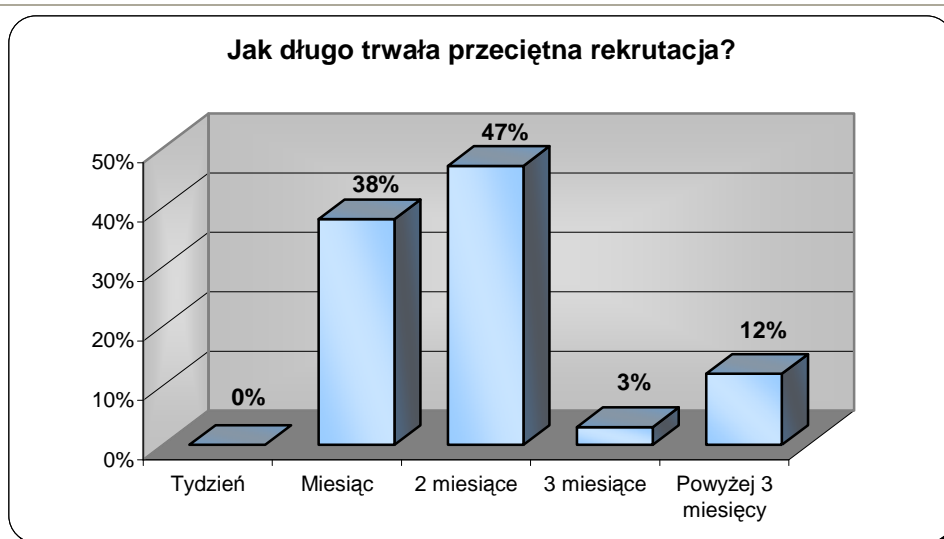


| Jaki okres czasu minął od momentu pierwszego kontaktu z agencją do momentu rozpoczęcia rekrutacji przez agencję? | N | % |
|--|---|-----|
| Kilka dni | 7 | 20% |
| Tydzień | 3 | 9% |

| | | |
|----------------|----|------|
| Dwa tygodnie | 8 | 23% |
| Około miesiąca | 11 | 33% |
| Ponad miesiąc | 2 | 6% |
| Nie pamiętam | 3 | 9% |
| Ogółem | 34 | 100% |



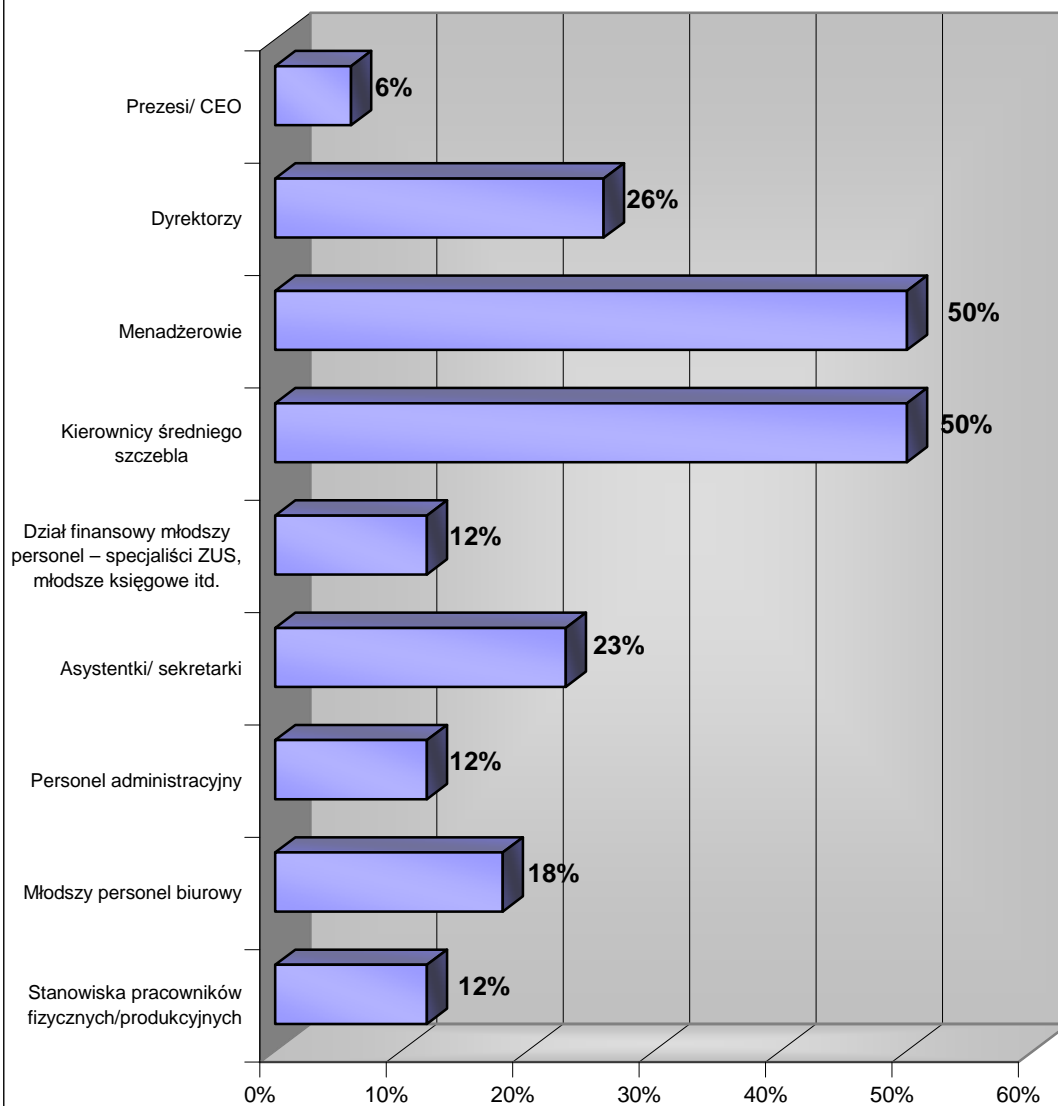
| Jak długo trwała przeciętna rekrutacja? | N | % |
|---|----|------|
| Tydzień | 0 | 0% |
| Miesiąc | 13 | 38% |
| 2 miesiące | 16 | 47% |
| 3 miesiące | 1 | 3% |
| Powyżej 3 miesięcy | 4 | 12% |
| Ogółem | 34 | 100% |



| Przy jakich stanowiskach najczęściej korzysta Pan/Pani z usług agencji rekrutacyjnych? | N | % |
|--|---|---|
|--|---|---|

| | | |
|--|----|-----|
| Stanowiska pracowników fizycznych/produkcyjnych | 4 | 12% |
| Młodszy personel biurowy | 6 | 18% |
| Personel administracyjny | 4 | 12% |
| Asystentki/ sekretarki | 8 | 23% |
| Dział finansowy młodszy personel – specjaliści ZUS, młodsze księgowie itd. | 4 | 12% |
| Kierownicy średniego szczebla | 17 | 50% |
| Menadżerowie | 17 | 50% |
| Dyrektorzy | 9 | 26% |
| Prezesi/ CEO | 2 | 6% |
| Ogółem | 34 | - |

Przy jakich stanowiskach najczęściej korzysta Pan/Pani z usług agencji rekrutacyjnych?



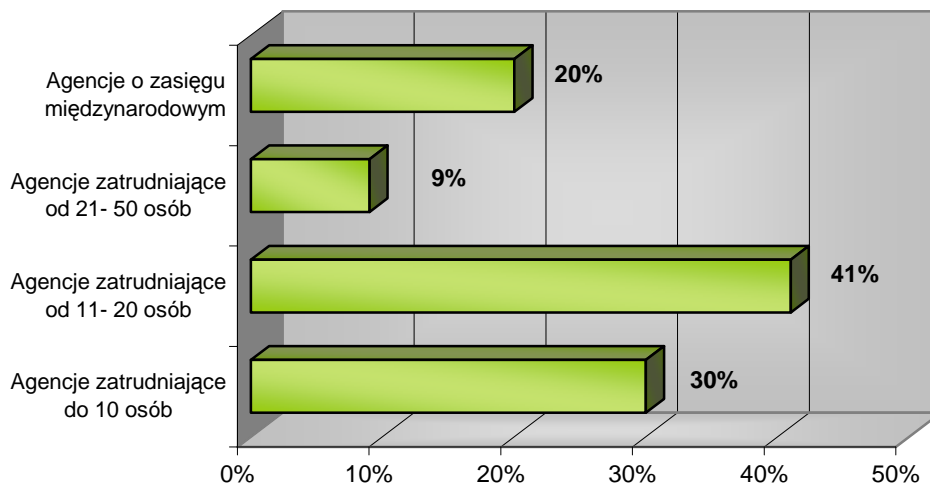
| Jakiej wielkości agencje zatrudnienia najlepiej spełniają swoje zadanie Pani/Pana zdaniem? | N | % |
|--|----|-----|
| Agencje zatrudniające do 10 osób | 10 | 30% |
| Agencje zatrudniające od 11- 20 osób | 14 | 41% |
| Agencje zatrudniające od 21- 50 osób | 3 | 9% |
| Agencje o zasięgu międzynarodowym | 7 | 20% |

Ogółem

34

100%

Jakiej wielkości agencje zatrudnienia najlepiej spełniają swoje zadanie Pani/Pana zdaniem?



Jakie korzyści płyną z korzystania z agencji zatrudnienia?

N

%

Oszczędność czasu mojego personelu

17

50%

Większa możliwość otrzymania ciekawych kandydatów

19

56%

Możliwość usprawnienia procesu rekrutacyjnego

8

23%

Gwarancje, jakie dają agencje na kandydatów

7

20%

Stworzenie dodatkowego prestiżu dla nowych kandydatów

4

12%

Zmniejszenie kosztów rekrutacji

4

12%

Inne

1

3%

Nie ma żadnych korzyści

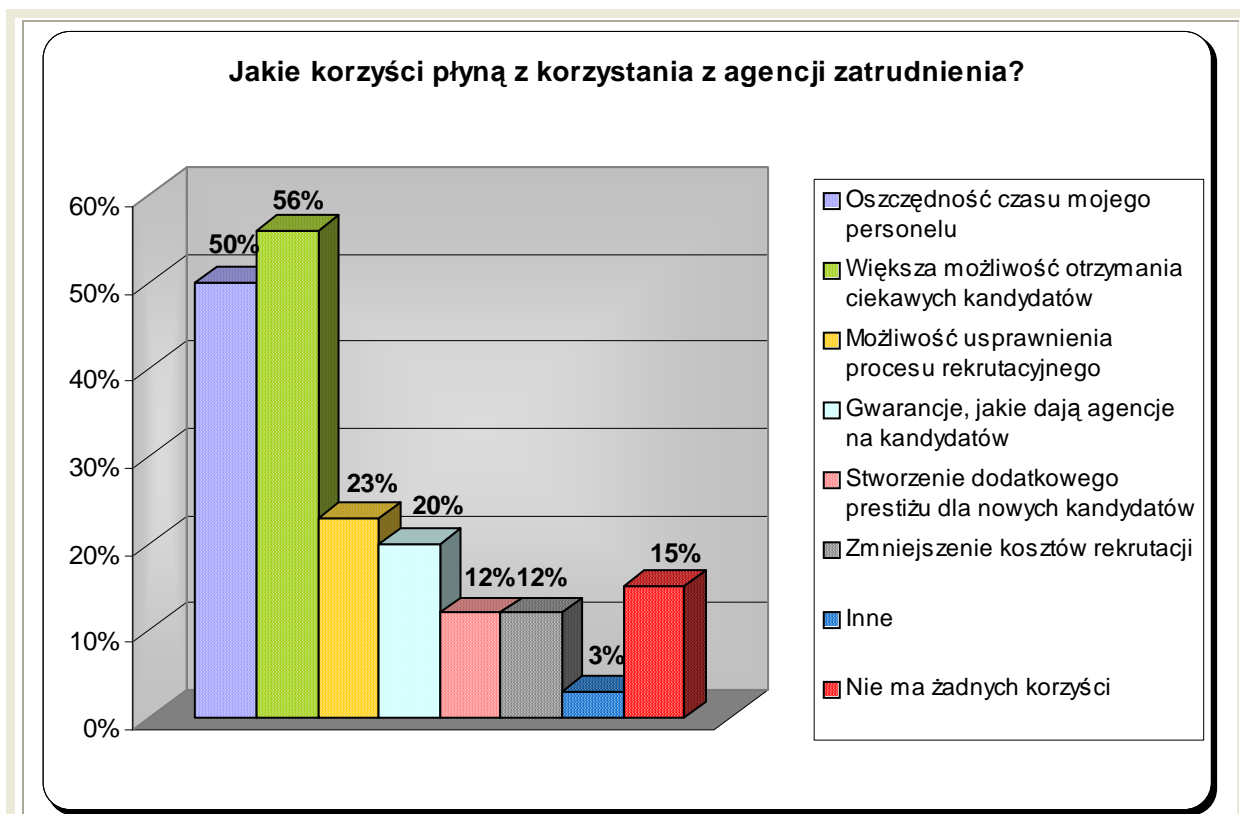
5

15%

Ogółem

26

100%



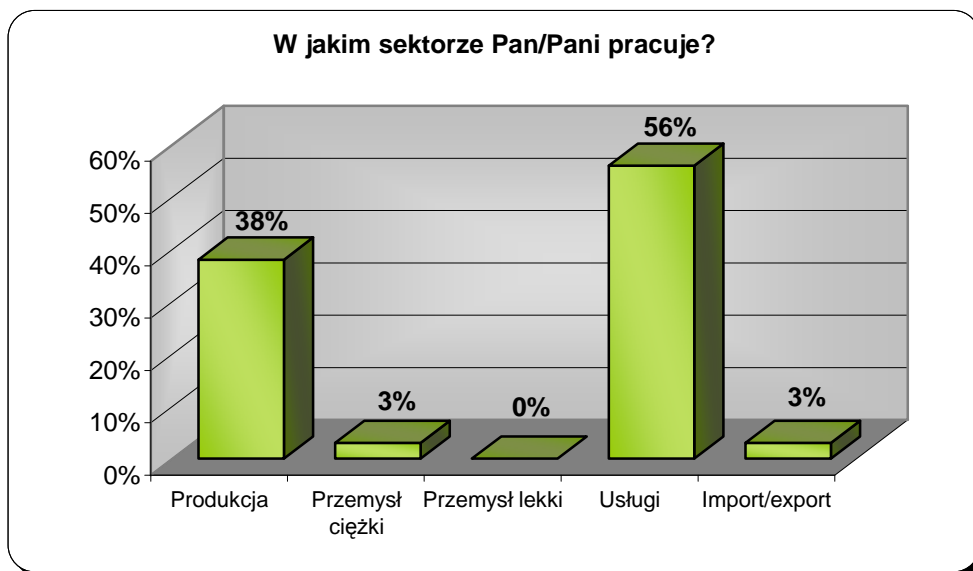
Jakie zmiany powinny nastąpić w sektorze agencji by współpraca była jeszcze lepsza, lub bardziej korzystna?

- **Większa możliwość otrzymania ciekawych kandydatów,**
- **Obniżenie stawek,**
- **Gwarancje, jakie dają agencje na kandydatów;**
- **Lepsza znajomość poszczególnych branż;**
- Stworzenie dodatkowego prestiżu dla nowych kandydatów,
- Zaangażowanie w to, co robią,
- Wszyscy pracujemy dla pieniędzy, ale ja np. nie tylko. Często jest tak, że agencja jest nastawiona wprost nieprzyzwoicie wyłącznie na pieniądze
- Obniżyć koszty, usprawnić proces selekcji, bardziej poznawać firmę poszukującą pracowników;
- Rzetelność i sumienność,
- Z mojego doświadczenia wynika, że agencje są skoncentrowane na stanowiska menedżerskie, powinny rozszerzać swoją ofertę o inne powiedzmy ogólnie "niższe" stanowiska. Ten trend jest obserwowany, ale moim zdaniem następuje to bardzo wolno;
- Zmniejszenie kosztów rekrutacji;
- Poprawić swój wizerunek u swoich kandydatów
- Agencje muszą być przygotowane do rekrutacji na konkretne stanowiska i branże!
- Zrozumienie oczekiwań klienta od kandydatów, precyzyjniejsza opinia (ocena) przedłożonych kandydatów.

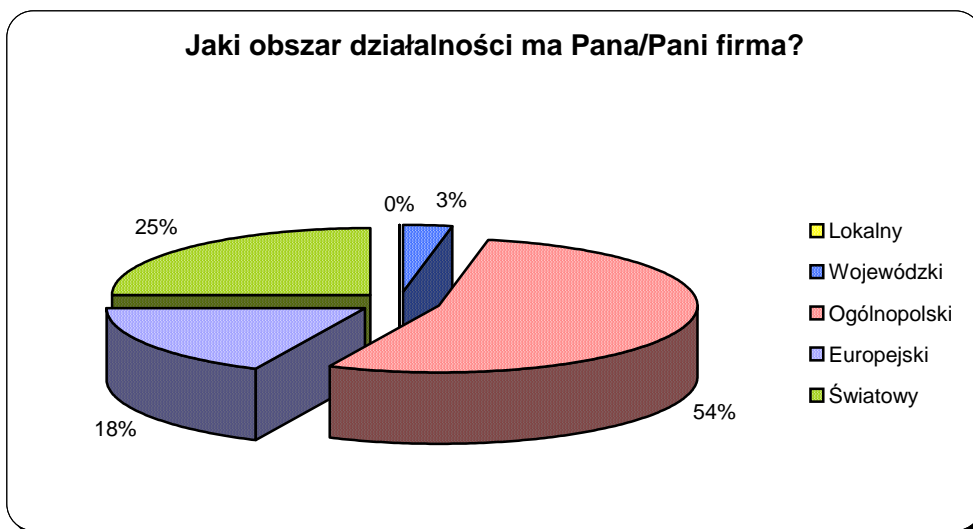
W jakim sektorze Pan/Pani pracuje?

| | N | % |
|-----------------|----|-----|
| Produkcja | 12 | 38% |
| Przemysł ciężki | 1 | 3% |
| Przemysł lekki | 0 | 0% |
| Usługi | 18 | 56% |

| | | |
|---------------|----|------|
| Import/export | 1 | 3% |
| Ogółem | 32 | 100% |



| Jaki obszar działalności ma Pana/Pani firma? | N | % |
|--|----|------|
| Lokalny | 0 | 0% |
| Wojewódzki | 1 | 3% |
| Ogólnopolski | 17 | 54% |
| Europejski | 6 | 18% |
| Światowy | 8 | 25% |
| Ogółem | 32 | 100% |

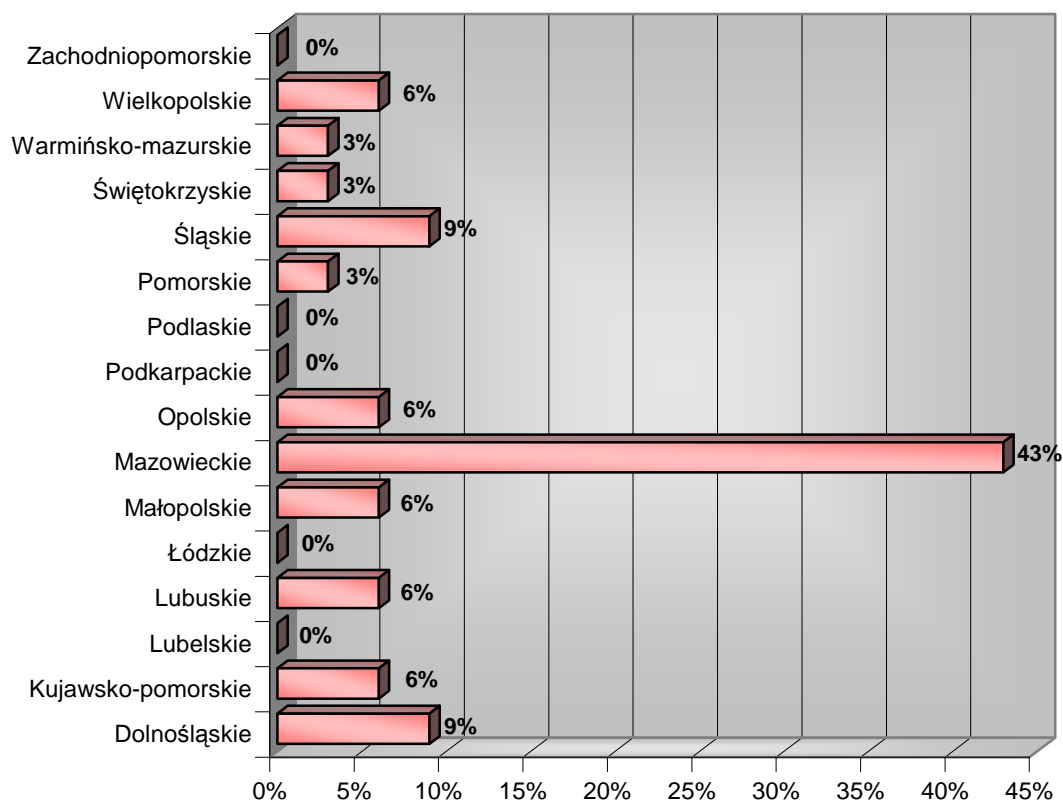


| Dla którego województwa prowadzone są najczęściej rekrutacje w Pana/Pani firmie? | N | % |
|--|---|----|
| Dolnośląskie | 3 | 9% |
| Kujawsko-pomorskie | 2 | 6% |

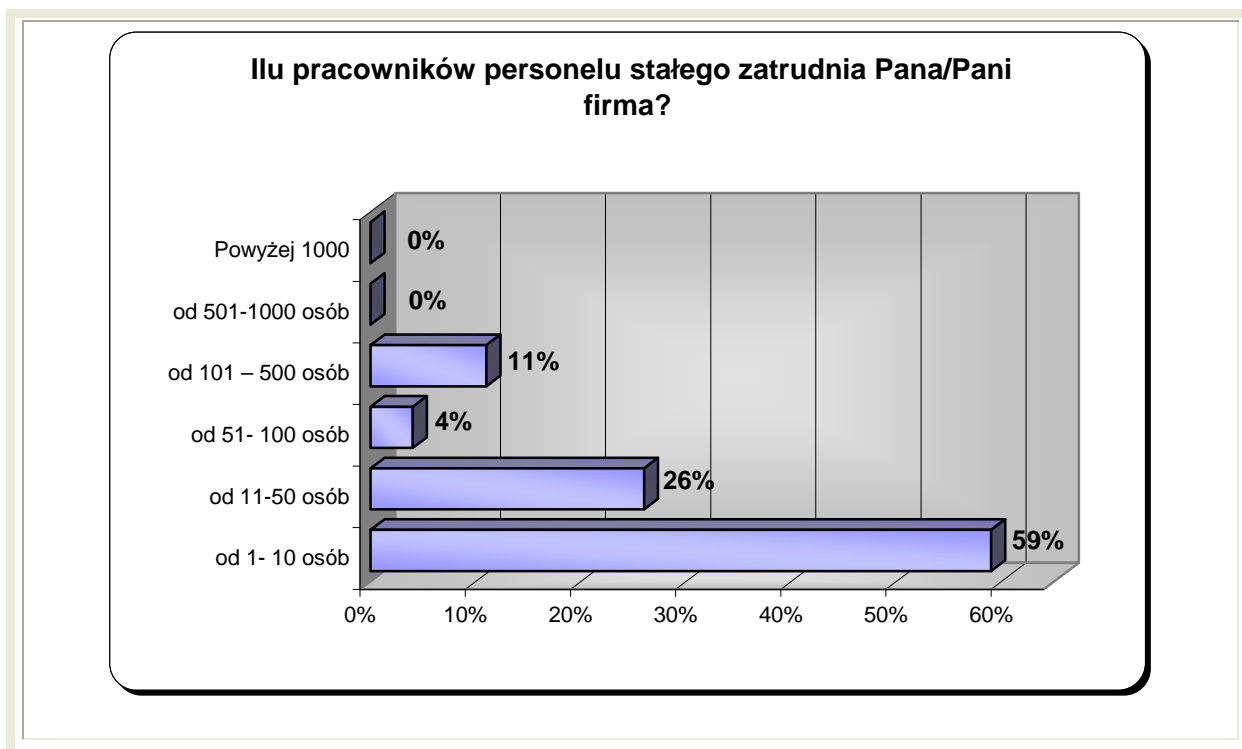
Business Centre Club i agencja rekrutacyjna Labor
Wyniki badania satysfakcji ze współpracy pracodawców z agencjami rekrutacyjnymi, wrzesień 2009

| | | |
|---------------------|----|------|
| Lubelskie | 0 | 0% |
| Lubuskie | 2 | 6% |
| Łódzkie | 0 | 0% |
| Małopolskie | 2 | 6% |
| Mazowieckie | 13 | 43% |
| Opolskie | 2 | 6% |
| Podkarpackie | 0 | 0% |
| Podlaskie | 0 | 0% |
| Pomorskie | 1 | 3% |
| Śląskie | 3 | 9% |
| Świętokrzyskie | 1 | 3% |
| Warmińsko-mazurskie | 1 | 3% |
| Wielkopolskie | 2 | 6% |
| Zachodniopomorskie | 0 | 0% |
| Ogółem | 32 | 100% |
| | | |

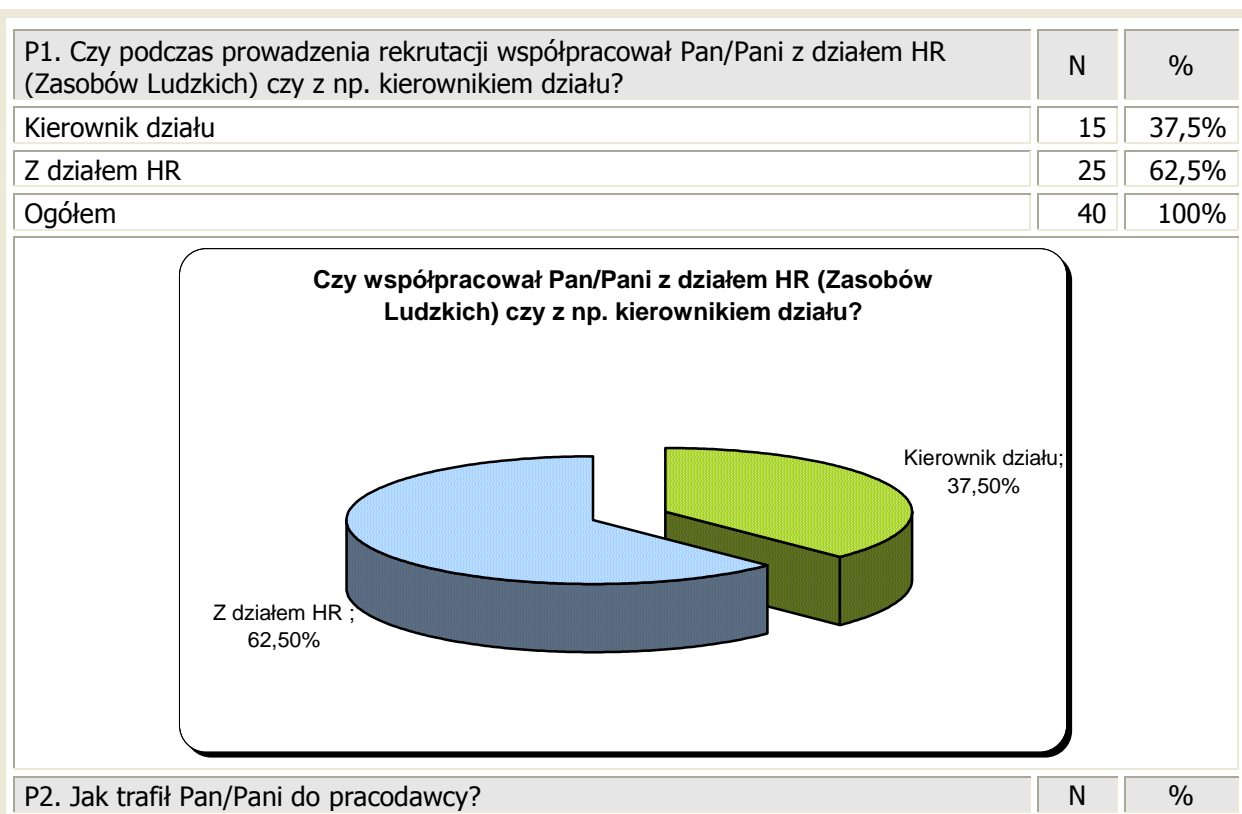
Dla jakiego województwa prowadzone są najczęściej rekrutacje w Pana/Pani firmie?



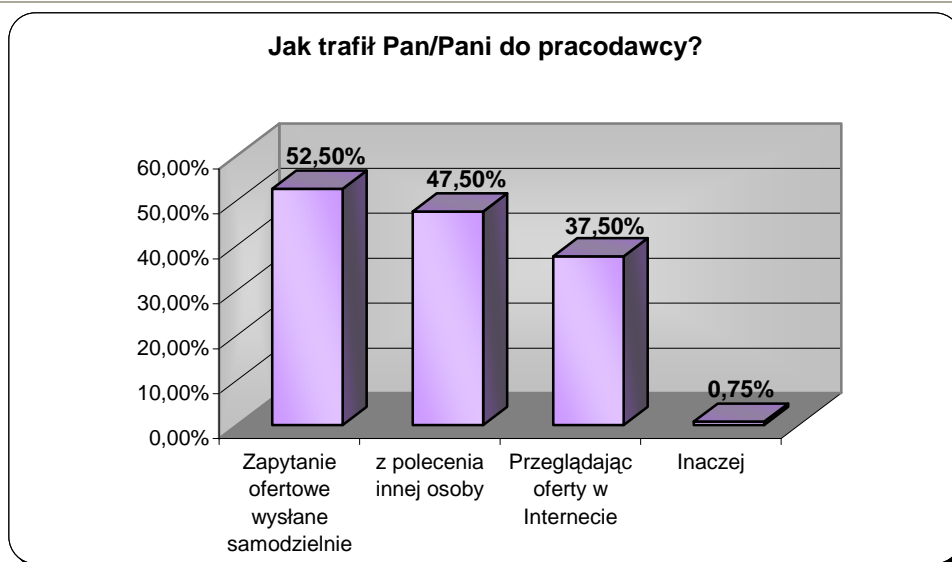
| Jakiej wielkości jest Pana/Pani firma? | N | % |
|--|----|------|
| od 1- 10 osób | 0 | 0% |
| od 11-50 osób | 4 | 12% |
| od 51- 100 osób | 9 | 28% |
| od 101 – 500 osób | 12 | 38% |
| od 501-1000 osób | 5 | 16% |
| powyżej 1000 | 2 | 6% |
| Ogółem | 32 | 100% |



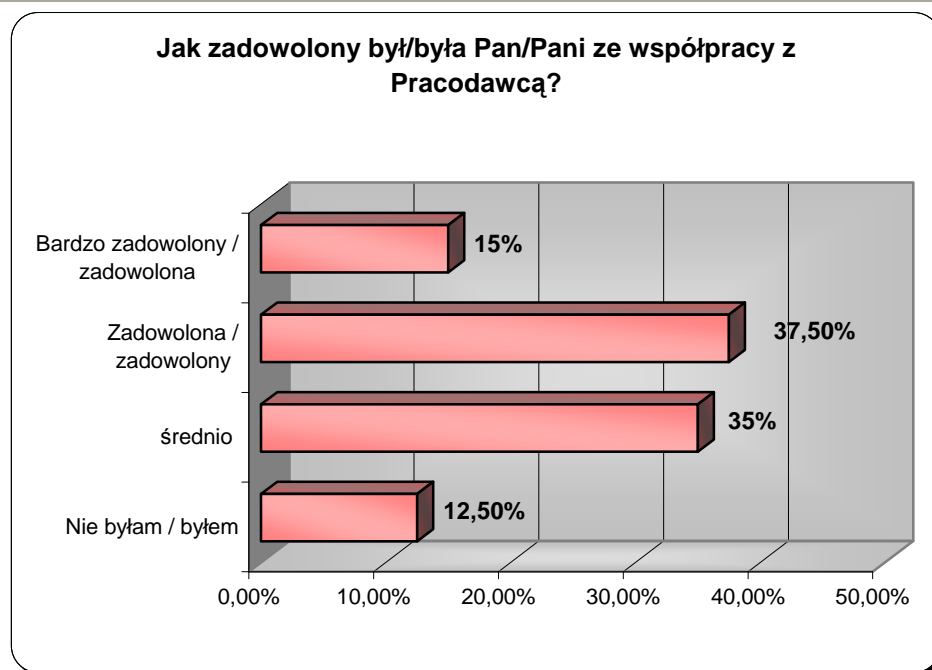
Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród pracowników agencji rekrutacyjnych.



| | | |
|---|----|-------|
| Zapytanie ofertowe wysłane samodzielnie | 21 | 52,5% |
| z polecenia innej osoby | 19 | 47,5% |
| Przeglądając oferty w Internecie | 15 | 37,5% |
| Inaczej | 3 | 0,75% |
| Ogółem | 40 | - |



| P3. Jak zadowolony był/była Pan/Pani ze współpracy z Pracodawcą? | N | % |
|--|----|-------|
| Nie byłam / byłem | 5 | 12,5% |
| średnio | 14 | 35% |
| Zadowolona / zadowolony | 15 | 37,5% |
| Bardzo zadowolony / zadowolona | 6 | 15% |
| Ogółem | 40 | 100% |



| P4. Czy dostęp do klienta był łatwy (skontaktowanie się)? | N | % |
|---|----|------|
| Tak | 12 | 39% |
| Nie | 19 | 61% |
| Ogółem | 31 | 100% |

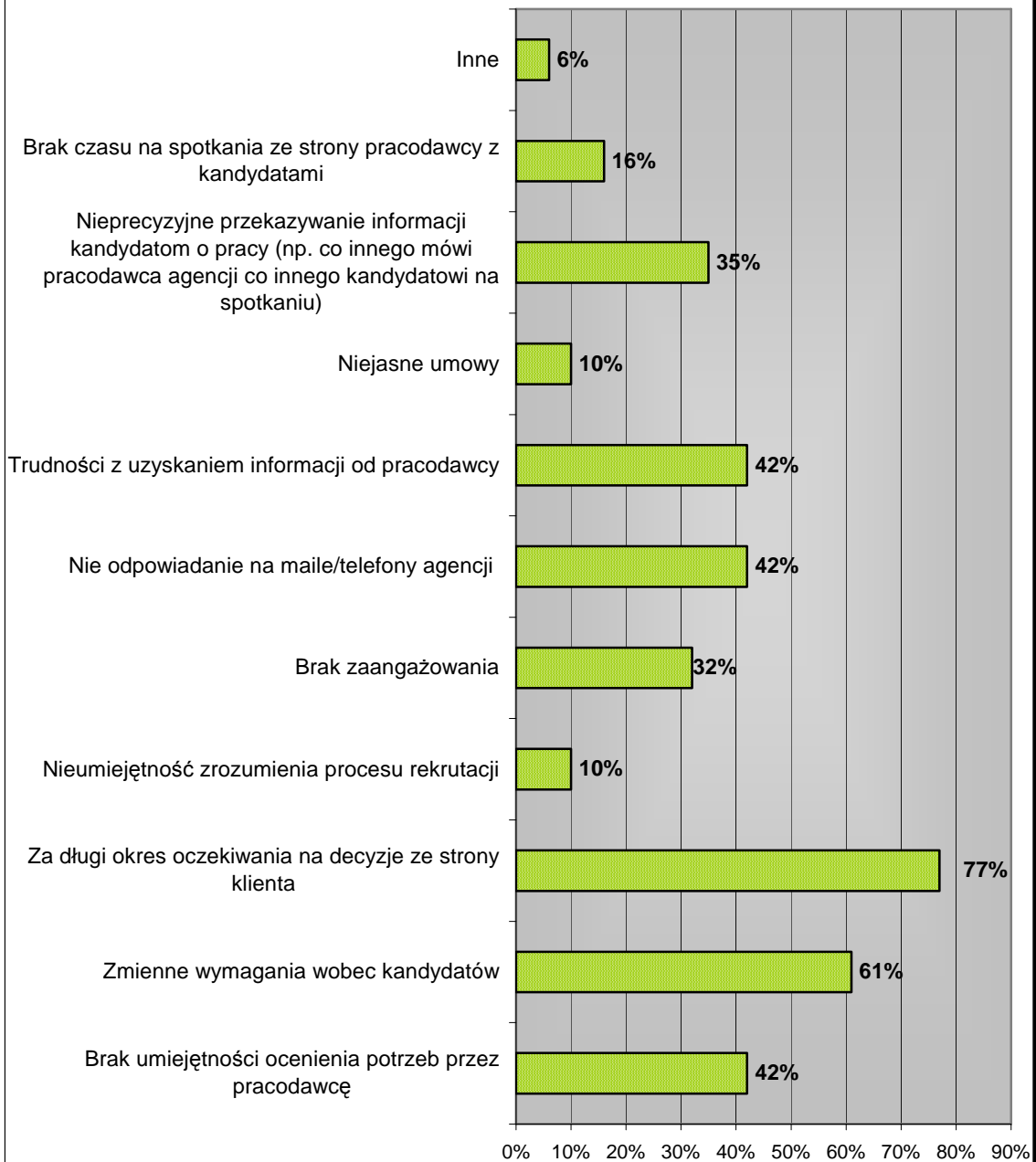
Czy dostęp do klienta był łatwy (skontaktowanie się)?

Nie; 61% Tak; 39%

| P5. W jakim procencie rekrutacje były udane? | N | Średnia |
|--|----|---------|
| Ogółem | 31 | 65% |
| | | |

| P6. Jakie problemy napotkał Pan/Pani we współpracy z klientem? | N | % |
|--|----|-----|
| Brak umiejętności oceny potrzeb przez pracodawcę | 13 | 42% |
| Zmienne wymagania wobec kandydatów | 19 | 61% |
| Za długi okres oczekiwania na decyzje ze strony klienta | 24 | 77% |
| Nieumiejętność zrozumienia procesu rekrutacji | 3 | 10% |
| Brak zaangażowania | 10 | 32% |
| Nie odpowiadanie na maile/telefony agencji | 13 | 42% |
| Trudności z uzyskaniem informacji od pracodawcy | 13 | 42% |
| Niejasne umowy | 3 | 10% |
| Nieprecyzyjne przekazywanie informacji kandydatom o pracy (np. co innego mówi pracodawca agencji co innego kandydatowi na spotkaniu) | 11 | 35% |
| Brak czasu na spotkania ze strony pracodawcy z kandydatami | 5 | 16% |
| Inne | 2 | 6% |
| Ogółem | 31 | - |

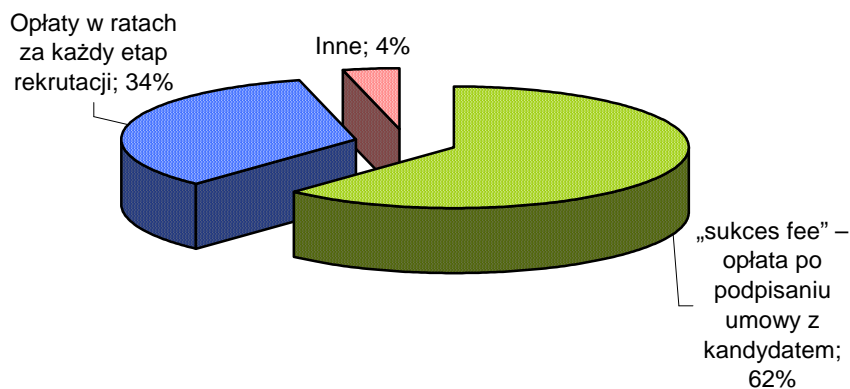
Jakie problemy napotkał Pan/Pani we współpracy z klientem?



P7. Z jakiego systemu wynagradzania korzystał Pan/Pani najczęściej przy współpracy z pracodawcą?

| | N | % |
|--|----|------|
| „sukces fee” – opłata po podpisaniu umowy z kandydatem | 18 | 62% |
| Opłaty w ratach za każdy etap rekrutacji | 10 | 34% |
| Inne | 1 | 4% |
| Ogółem | 29 | 100% |

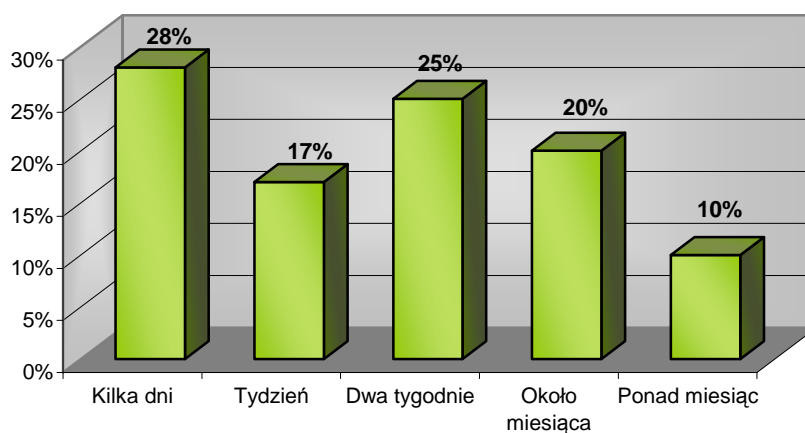
Z jakiego systemu wynagrodzenia korzystał Pan/Pani najczęściej przy współpracy z pracodawcą?



P8. Jaki okres czasu minął od momentu pierwszego kontaktu z pracodawcą do momentu rozpoczęcia rekrutacji przez agencje?

| | N | % |
|----------------|----|------|
| Kilka dni | 8 | 28% |
| Tydzień | 5 | 17% |
| Dwa tygodnie | 7 | 25% |
| Okolo miesiąca | 6 | 20% |
| Ponad miesiąc | 3 | 10% |
| Ogółem | 29 | 100% |

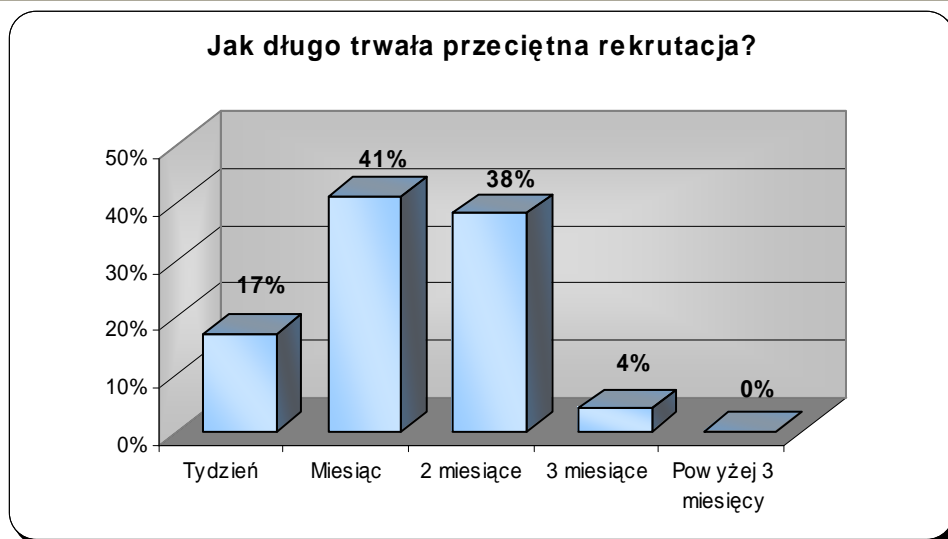
Jaki okres czasu minął od momentu pierwszego kontaktu z pracodawcą do momentu rozpoczęcia rekrutacji przez agencje?



P9. Jak długo trwała przeciętna rekrutacja? (zakończona rekrutacja = podpisana umowa przez kandydata)

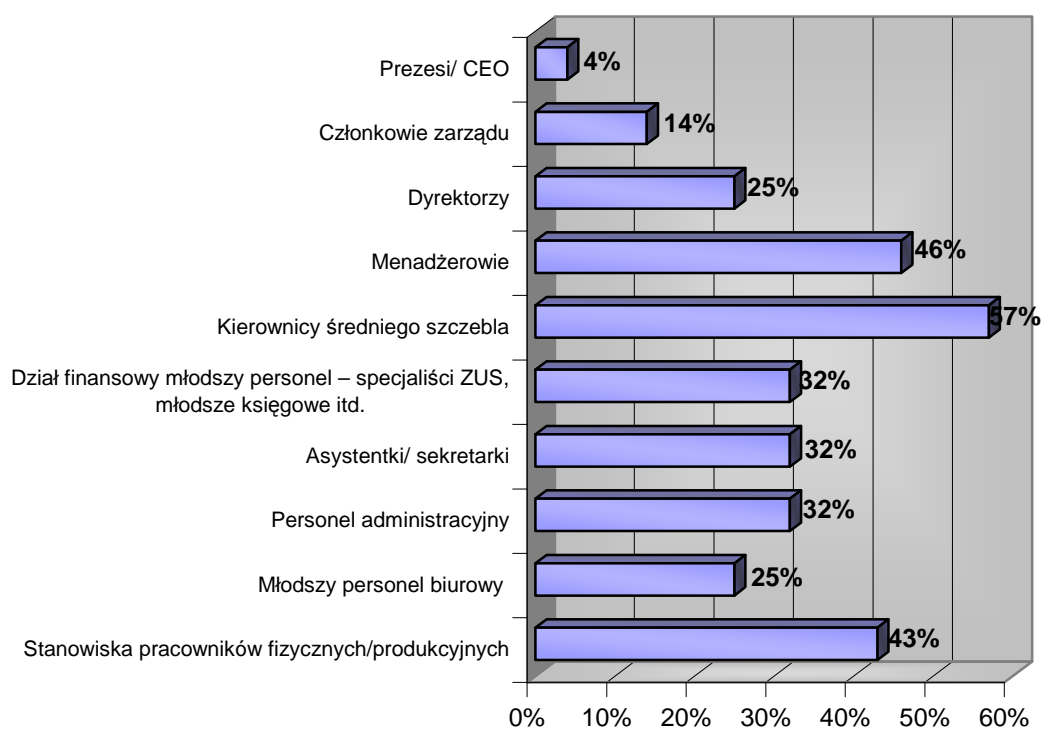
| | N | % |
|---------|----|-----|
| Tydzień | 5 | 17% |
| Miesiąc | 12 | 41% |

| | | |
|--------------------|----|------|
| 2 miesiące | 11 | 38% |
| 3 miesiące | 1 | 4% |
| Powyżej 3 miesięcy | 0 | 0% |
| Ogółem | 29 | 100% |



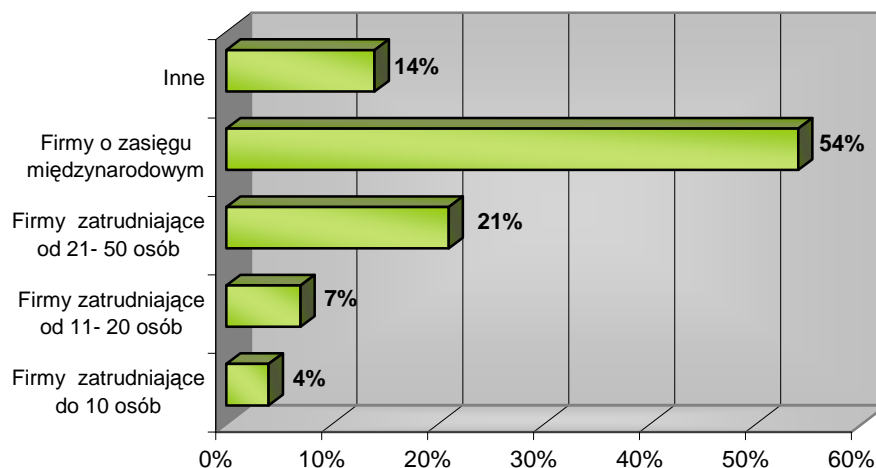
| P10. Przy jakich stanowiskach najczęściej pracuje Pan/Pani ? | N | % |
|---|----|------|
| Stanowiska pracowników fizycznych/produkcyjnych | 12 | 43% |
| Młodszy personel biurowy | 7 | 25% |
| Personel administracyjny | 9 | 32% |
| Asystentki/ sekretarki | 9 | 32% |
| Dział finansowy młodszy personel – specjaliści ZUS, młodsze księgowo itd. | 9 | 32% |
| Kierownicy średniego szczebla | 16 | 57% |
| Menadżerowie | 13 | 46% |
| Dyrektorzy | 7 | 25% |
| Członkowie zarządu | 4 | 14% |
| Prezesi/ CEO | 1 | 4% |
| Ogółem | 28 | 100% |

Przy jakich stanowiskach najczęściej pracuje Pan/Pani ?



| P11. Jakiej wielkości firmy najlepiej współpracują z agencjami Pani/Pana zdaniem? | N | % |
|---|----|------|
| Firmy zatrudniające do 10 osób | 1 | 4% |
| Firmy zatrudniające od 11- 20 osób | 2 | 7% |
| Firmy zatrudniające od 21- 50 osób | 6 | 21% |
| Firmy o zasięgu międzynarodowym | 15 | 54% |
| Inne | 4 | 14% |
| Ogółem | 28 | 100% |

**Jakiej wielkości firmy najlepiej współpracują z agencjami
 Pani/Pana zdaniem?**



P12. Jakie zmiany powinny nastąpić w sektorze pracodawców by współpraca była jeszcze lepsza, lub bardziej korzystna?

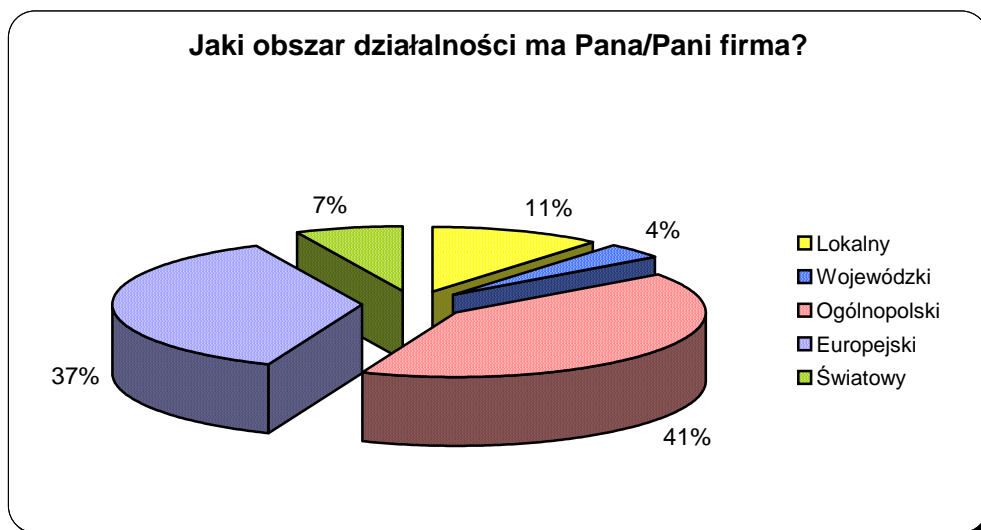
- Unikanie zmian decyzji w trakcie projektu, dokładne uzgadnianie profilii;
 - Uelastycznienie przepisów dot. pracowników tymczasowych, ulgi przy zatrudnianiu pracowników sezonowych;
 - Potrzeba zrozumienia zalet zlecenia rekrutacji firmom zewnętrznym.
- Odpowiedzialne podchodzenie do tematu - nie traktowanie rozmów z Agencją jako sondażu;
- Zrozumienie przez pracodawców wartości dodanej pracy agencji;
 - Jasna komunikacja potrzeb;
 - Muszą być pewni, że potrzebują outsourcingu. Kiedy już się zdecydują to muszą agencji ufać i z nią współpracować
 - Większe zaangażowanie - precyzja przy określaniu oczekiwań wobec kandydatów - szybkie podejmowanie decyzji o przedstawionych kandydatach;
 - łatwiejszy kontakt do siebie, otwartość na agencje niekoniecznie o międzynarodowej renomie, przejrzystą i sprawną komunikację między Pracodawcą a agencją podczas prowadzenia projektu-szybszy czas reakcji na emaile i telefony, dostosowanie swoich wymagań do oferowanej płacy;
 - Otworzyć się na nowe formy zatrudnienia, bardziej ufać APT, angażować się w proces rekrutacji;
 - Lepsze zrozumienie rynku i dostępności kandydatów, szybsze reagowanie w procesach rekrutacji (feedback, spotkania z kandydatami, decyzyjność);
 - Lepsze zrozumienie zasad działania pracy tymczasowej i pochodnych;
 - Nastawienie. Pracodawcy traktują agencje "z góry" zamiast jako równorzędnego partnera biznesowego;
 - większa otwartość na współpracę z różnego rodzaju specjalistami z dziedziny HR, mniejsze zadufanie w swoje umiejętności i możliwości;
 - ustalenie i doprecyzowanie kanałów i form bieżącej komunikacji, tylko wtedy możliwe jest dostosowanie kandydatów do wymagana klienta;
 - Szybszą reakcją dotyczącą terminów rozmów kwalifikacyjnych;

P13. Jaki obszar działalności ma Pana/Pani firma?

N

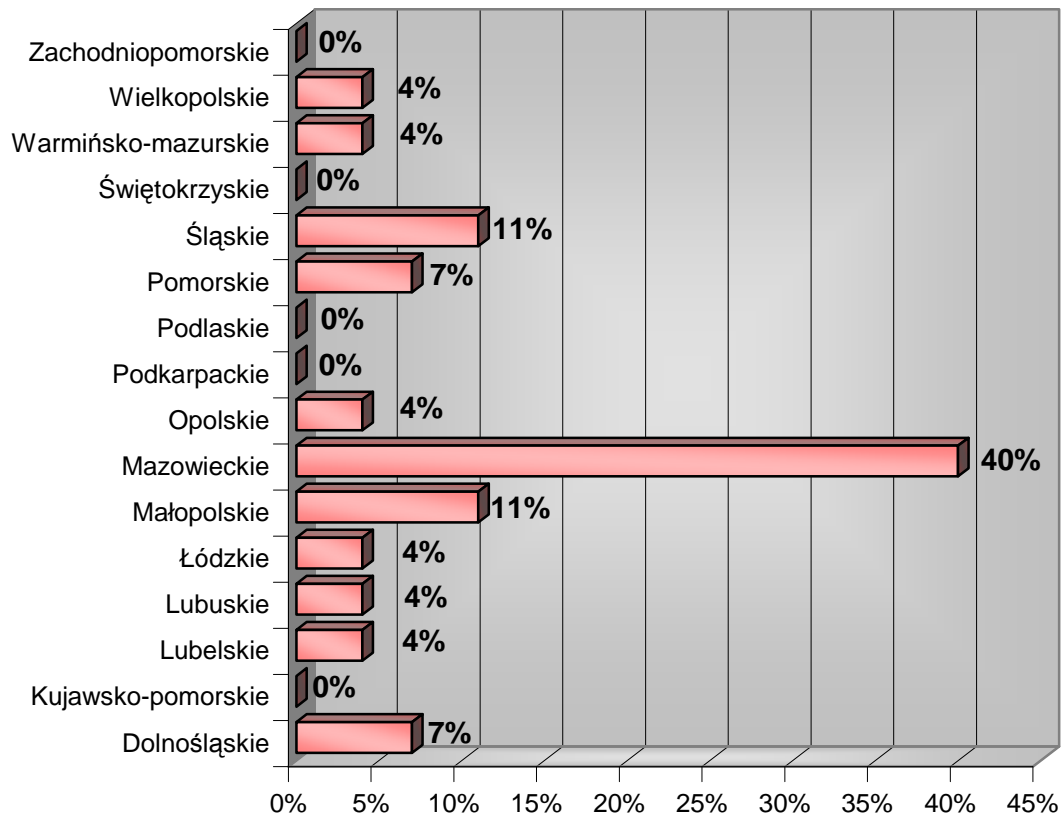
%

| | | |
|--------------|----|------|
| Lokalny | 3 | 11% |
| Wojewódzki | 1 | 4% |
| Ogólnopolski | 11 | 41% |
| Europejski | 10 | 37% |
| Światowy | 2 | 7% |
| Ogółem | 27 | 100% |



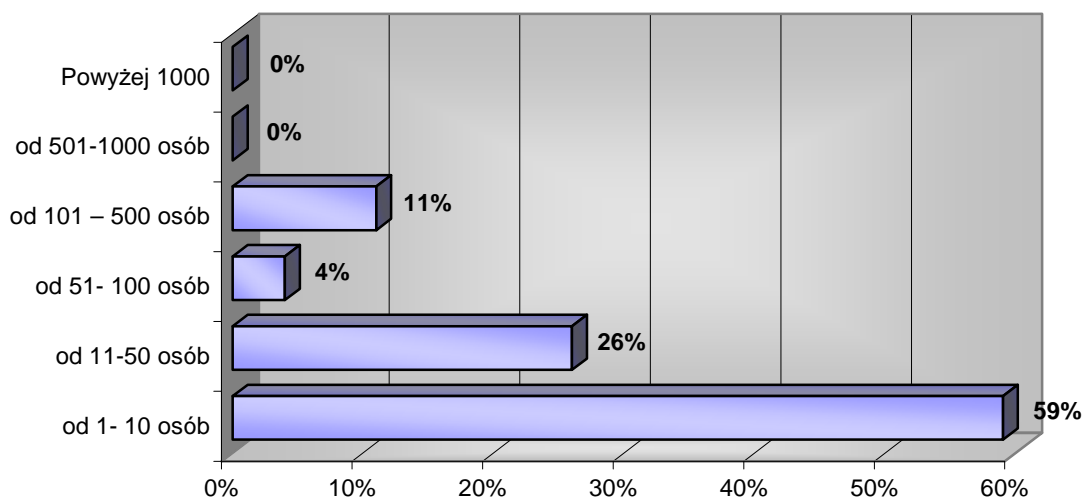
| P14. Dla którego województwa prowadzone są najczęściej rekrutacje? | N | % |
|--|----|------|
| Dolnośląskie | 2 | 7% |
| Kujawsko-pomorskie | 0 | 0% |
| Lubelskie | 1 | 4% |
| Lubuskie | 1 | 4% |
| Łódzkie | 1 | 4% |
| Małopolskie | 3 | 11% |
| Mazowieckie | 11 | 40% |
| Opolskie | 1 | 4% |
| Podkarpackie | 0 | 0% |
| Podlaskie | 0 | 0% |
| Pomorskie | 2 | 7% |
| Śląskie | 3 | 11% |
| Świętokrzyskie | 0 | 0% |
| Warmińsko-mazurskie | 1 | 4% |
| Wielkopolskie | 1 | 4% |
| Zachodniopomorskie | 0 | 0% |
| Ogółem | 27 | 100% |

Dla jakiego województwa prowadzone są najczęściej rekrutacje?



| P15. Ilu pracowników personelu stałego zatrudnia Pana/Pani firma? | N | % |
|---|----|------|
| od 1- 10 osób | 16 | 59% |
| od 11-50 osób | 7 | 26% |
| od 51- 100 osób | 1 | 4% |
| od 101 – 500 osób | 3 | 11% |
| od 501-1000 osób | 0 | 0% |
| Powyżej 1000 | 0 | 0% |
| Ogółem | 27 | 100% |

Ilu pracowników personelu stałego zatrudnia Pana/Pani firma?



Wnioski z badania:

Wśród badanych przedsiębiorców z usług agencji rekrutacyjnych minimum jednokrotnie korzystało 54% respondentów, których ponad połowa, bo 54% należy do firm o zasięgu ogólnopolskim, 25% działa na rynku światowym zaś 18% na europejskim. W porównaniu do pierwszej edycji badania z zeszłego 2008 roku możemy zauważyć spadek liczby przedsiębiorców, którzy korzystają z agencji zatrudnienia o 12 punktów procentowych. Zmniejszenie to wynika prawdopodobnie z aktualnej sytuacji rynkowej – spadku liczby rekrutacji i ograniczenia zatrudnienia. Rekrutacje, które zlecane były agencjom dotyczyły głównie województw Mazowieckiego 43%, Śląskiego i Dolnośląskiego po 9% odpowiedzi respondentów. W zestawieniu z wynikami z ostatniego badania nastąpił wzrost liczby rekrutacji na terenie województwa mazowieckiego z 25% do 43% oraz spadek liczby rekrutacji, na tenarach województwa Śląskiego i Dolnośląskiego o 2 punkty procentowe.

Wśród badanych przedsiębiorców praktycznie nie nastąpiła zmiana w częstotliwości w korzystaniu z usług agencji rekrutacyjnych. Wyniki obecnego badania są bardzo podobne do tych uzyskanych rok temu wśród przebadanych członków stowarzyszenia BCC i SAZ. Obecnie 34% respondentów miało okazję korzystać jednorazowo z usług agencji rekrutacyjnych, 62% korzystało z pomocy w rekrutacji kilkakrotnie zaś prawie zawsze współpracuje z agencjami rekrutacyjnymi 4% przebadanych pracodawców.

Wśród przebadanych pracowników agencji rekrutacyjnych 35% była średnio zadowolona ze współpracy z pracodawcami a 12,5% nie była w ogóle zadowolona. Aż 51 % badanych pracodawców była średnio zadowolona ze współpracy z agencjami rekrutacyjnymi zaś 21% oświadcza o niezadowoleniu. Daje to bardzo wysoki % poziomu niezadowolenia, co wpływa negatywnie na ocenę działających na rynku agencji zatrudnia. Należy jednak na ten aspekt spojrzeć z drugiej strony a

mianowicie z punktu widzenia również agencji rekrutacyjnych i ich doświadczeń ze współpracy z pracodawcami. Głównym czynnikiem wpływającym na niską i średnią ocenę współpracy ze strony pracodawcy jest m.in. za wysoka cena usług rekrutacyjnych, o czym wspomina 71% respondentów (wzrost o 6 punktów procentowych w porównaniu do zeszłego roku), za długi okres oczekiwana na kandydatów jak twierdzi 41% badanych (spadek o 11 punktów procentowych). 41% Respondentów uważa, że agencje nieprecyzyjnie przekazują Kandydatowi informacje o stanowisku, na które on aplikuje a 40% badanych uważa, że ich potrzeby nie są rozumiane przez drugą stronę. Możemy, zatem zaobserwować w porównaniu do pierwszego badania zarówno aspekty pozytywne jak i negatywne dotyczące oceny współpracy. Cieszącym jest fakt, iż czas oczekiwana na kandydatów zmniejszył się, wynika to prawdopodobnie z większej liczby dostępnych kandydatów na rynku pracy, co jest efektem masowych zwolnień głównie w branży budowlanej, przemysłowej i marketingowej. Należy jednak pamiętać, iż skrócenie czasu rekrutacji przy specjalistycznych i trudnych stanowiskach, na które ostatnimi czasy obserwujemy duży popyt na rynku pracy, niekiedy agencje nie są w stanie przyspieszyć całego procesu. Nieporozumienia na tym tle to oczywiście kwestia złego przepływu informacji pomiędzy klientem i agencją oraz nieświadomości realiów obecnego rynku pracy, co stanowi bardzo duże zagrożenie dla rozwoju i opinii na temat pracy agencji wśród jej potencjalnych klientów. Bardzo dobrym znakiem jest znaczny spadek niezadowolenia klientów z powodu mało przejrzyste skonturowanych umów, którymi posługują się agencje w tym wypadku możemy zaobserwować spadek z 23% do 3% odpowiedzi w tej kategorii. Niepokojącym zjawiskiem jest jednak wzrost przekonania o braku zrozumienia potrzeb klienta przez agencję z 27% do 40% odpowiedzi. Jest to prawdopodobnie objaw zarówno złego przepływu informacji jak i problemów z komunikacją po obu stronach.

Niezadowolenie z wysokości należności, jakie pracodawca musi ponieść w trakcie procesu rekrutacyjnego wynika prawdopodobnie z licznych dodatkowych opłat, które są sugerowane pracodawcy przez agencje rekrutacyjne jako dopełnienie skuteczności rekrutacji na dane stanowisko. Dodatkowe opłaty były pobierane wśród

29% respondentów za możliwość umieszczenia ogłoszenia rekrutacyjnego na łamach pisma branżowego, 23% badanych dopłacało za możliwość umieszczenia ogłoszenia na portalach pracy w Internecie zaś 12% respondentów otrzymało dodatkowych rachunek za przeprowadzenie testów wśród kandydatów. Koszta procesu rekrutacyjnego powinny być tak skonstruowane by wszelkie dodatkowe działania, które tak naprawdę powinny być standardem, zawierały się w opłacie podstawowej za usługę. Duża ilości nadprogramowych opłat wywołuje w pracodawcach poczucie nastawienia wyłącznie materialnego na oferowaną usługę wśród agencji, co przyćmiewa postrzeganie faktycznego poziomu zaangażowania w swoją pracę wśród pracowników agencji rekrutacyjnych.

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż agencje rekrutacyjne oferują różnego rodzaju możliwości rozliczania się z pracodawcami za wykonywaną przez siebie prace. Niezmiennie prym wiodzie system wynagradzania oparty o zasady „success fee” z jakiego korzysta 56% pracodawców, który jest dla nich niezwykle korzystny. 35% respondentów deklaruje rozliczenia oparte na opłatach za każdy kolejny etap rekrutacji, zaś 9 % rozlicza się w inny sposób. W porównaniu do wyników badania z zeszłego roku nastąpił spadek innych form rozliczania na rzecz „success fee” co z punktu widzenia pracodawców jest bardzo korzystne. Taki system wynagradzania nie tylko zabezpiecza pracodawcę przed poniesieniem dodatkowych kosztów, ale i pozwala na zapłacenie za usługę po realnym wykonaniu działa. Należy pamiętać jednak, iż jest ona dość ryzykowna dla agencji rekrutacyjnych gdyż wymaga poniesienia dużych kosztów związanych z rekrutacją, które zwracają się dopiero po zatrudnieniu i pojawieniu się kandydata w pracy. W obecnej sytuacji gospodarczej część mniejszych agencji może nie być w stanie zagwarantować takich warunków wynagradzania swoim klientom, co może skutkować poszukiwaniem innych form gratyfikacji lub po prostu doprowadzić do zamknięcia agencji.

Co mogłyby poprawić agencje rekrutacyjne by ich ocena w oczach klienta wypadła lepiej? Jak twierdzą nasi respondenci agencje zatrudnienia powinny popracować nad:

- *Obniżeniem stawek za usługi rekrutacyjne*
- *Dłuższą gwarancją, jaką dają na zrekrutowanego kandydata*
- *Lepszą znajomością poszczególnych branż, do których poszukują kandydatów*
- *Większą liczbą ciekawych kandydatów*
- *Zaangażowaniem w wykonywanie swojej pracy*
- *Rozszerzeniem rozpiętości i rangi stanowisk, na które rekrutują*
- *Poprawą wizerunku zarówno wśród kandydatów jak i klientów*

Wśród odpowiedzi możemy również wymienić następujące propozycje respondentów:

- „Obniżyć koszty, usprawnić proces selekcji, bardziej poznawać firmę poszukującą pracowników”
- „Wszyscy pracujemy dla pieniędzy, ale ja np. nie tylko. Często jest tak, że agencja jest nastawiona wprost nieprzyzwoicie wyłącznie na pieniądze”
- „Agencje muszą być przygotowane do rekrutacji na konkretne stanowiska i branże!”
- „Zrozumienie oczekiwań klienta od kandydatów, precyzyjniejsza opinia (ocena) przedłożonych kandydatów”
- „Z mojego doświadczenia wynika, że agencje są skoncentrowane na stanowiska menedżerskie, powinny rozszerzać swoją ofertę o inne powiedzmy ogólnie ”niższe” stanowiska. Ten trend jest obserwowany, ale moim zdaniem następuje to bardzo wolno”
- „Stworzenie dodatkowego prestiżu dla nowych kandydatów”

W przypadku agencji rekrutacyjnych niezadowolonych ze współpracy z pracodawcami było 12,5% badanych a średnio zadowolonych 35% respondentów. Jest to odsetek niższy niż wśród pracodawców aczkolwiek nie optymistyczny gdyż wskazuje pogorszenie oceny jakości współpracy w porównaniu z wynikami badania prowadzonego w zeszłym roku, gdzie niski poziom zadowolenia zadeklarowało 32% badanych. Źle ocenione elementy współpracy to m.in.

- za długi okres oczekiwania na decyzję ze strony Klienta, co zadeklarowało 77% respondentów. W porównaniu do poprzedniej edycji badania problem taki zauważa o 6% mniej respondentów, co bardzo dobrze lokuje na przyszłość w kontekście poprawy jakości współpracy pomiędzy pracodawcami a agencjami rekrutacyjnymi. Z punktu widzenia agencji rekrutacyjnych za długi czas oczekiwania na odpowiedź ze strony klienta może wpłynąć destruktywnie na cały proces rekrutacji. W tym wypadku należy pamiętać o istniejącej konkurencji na rynku, która może zaproponować zatrudnienie Kandydatowi szybciej i na lepszych warunkach. Za długi czas oczekiwania ma również wpływ na wizerunek pracodawcy, który po otrzymaniu opinii od niedoszłych pracowników może być omijany przez kandydatów szerokim łukiem.
- zmienne wymagania wobec Kandydatów, co zauważyło 61% badanych. Tu również możemy zaobserwować poprawę jeszcze bardziej optymistyczną w porównaniu do zeszłego roku, gdyż spadek nastąpił z 72%. Zmieniające się wymagania wobec kandydata w trakcie procesu rekrutacyjnego są znacznym utrudnieniem dla agencji rekrutacyjnej i skutkują nie rzadko rekomendowaniem niewłaściwych osób na dane stanowiska pracy, wydłużeniem czasu trwania procesu rekrutacyjnego a są to główne zarzuty pracodawców w stosunku do agencji zatrudnienia.
- po 42% odpowiedzi respondentów uzyskały odpowiedzi dotyczące problemów ze skontaktowaniem się z pracodawcą i nie odpowiadaniem na maile oraz telefony, trudności z uzyskaniem informacji od pracodawcy oraz braku umiejętności oceny własnych potrzeb. Niepokojącym jest fakt, iż wszystkim te trzy elementy w porównaniu do wyników badania z zeszłego roku odnotowały znaczny wzrost.

O tyle ile możemy zauważyć poprawę pewnych elementów współpracy po stronie pracodawców tj. przyśpieszenie procesu decyzyjnego i zmniejszenie rotacji wymagań wobec Kandydatów musimy zauważyć, iż rośnie odsetek pracodawców, z którymi kontakt jest utrudniony. Należy jednak pamiętać, iż obracając się w tej „miękkiej”

sferze działań, jaką jest np. proces rekrutacji przepływ informacji i właściwy poziom komunikacji odpowiadający obu stronom jest kluczowy w zakończeniu sukcesem takich długoterminowych przedsięwzięć. Odpowiedni poziom relacji i zrozumienia pozwala wypracować rozwiązania kompromisowe nawet w najtrudniejszych sytuacjach oraz sprzyja otwartości na nowe, niestandardowe rozwiązania np. w kwestii zatrudnienia.

Co zdaniem pracowników agencji mogliby poprawić klienci by współpraca ich obu układała się bardziej pomyślnie? Wg naszych respondentów reprezentujących stronę agencji klienci powinni:

- *Unikać zmian decyzji oraz profilu poszukiwanej osoby w trakcie projektu*
- *Jasno komunikować swoje potrzeby. Ustalić i doprecyzować kanały i formy bieżącej komunikacji, tylko wtedy możliwe jest dostosowanie kandydatów do wymagań klienta*
- *Zrozumieć wartość dodaną pracy agencji rekrutacyjnej*
- *Szybciej reagować w momencie ustalania terminów rozmów z kandydatami i podejmowania decyzji*
- *Otworzyć się na nowe formy zatrudnienia, bardziej ufać, angażować się w proces rekrutacji*
- *Lepiej zrozumieć zasady działania pracy tymczasowej i pochodnych*

Wśród odpowiedzi możemy również wymienić następujące propozycje respondentów:

- *„Łatwiejszy kontakt do siebie, otwartość na agencje niekoniecznie o międzynarodowej renomie, przejrzystą i sprawną komunikację między Pracodawcą a agencją podczas prowadzenia projektu-szybszy czas reakcji na emaile i telefony, dostosowanie swoich wymagań do oferowanej płacy”*
- *„Większa otwartość na współpracę z różnego rodzaju specjalistami z dziedziny HR, mniejsze zadufanie w swoje umiejętności i możliwości”*

- „Ustalenie i doprecyzowanie kanałów i form bieżącej komunikacji, tylko wtedy możliwe jest dostosowanie kandydatów do wymagań klienta”
- „Nastawienie. Pracodawcy traktują agencje ”z góry” zamiast jako równorzędnego partnera biznesowego”
- „Lepsze zrozumienie rynku i dostępności kandydatów, szybsze reagowanie w procesach rekrutacji (feedback, spotkania z kandydatami, decyzyjność)”
- „Potrzeba zrozumienia zalet zlecenia rekrutacji firmom zewnętrznym. Odpowiedzialne podchodzenie do tematu - nie traktowanie rozmów z Agencją jako sondażu”

Gdyby nie korzyści płynące ze współpracy a agencjami rekrutacyjnymi, pracodawcy na pewno nie korzystaliby z ich pomocy. Do głównych korzyści wymienianych przez klientów agencji rekrutacyjnych należą m.in:

- Większa możliwość otrzymywania ciekawych kandydatów, co stwierdza 56% respondentów
- Oszczędność czasu personelu, co deklaruje 50% badanych
- Możliwość usprawnienia procesu rekrutacyjnego, co jest ważne dla 23% badanych
- Gwarancje, jakie dają agencje na kandydatów, co wymienia 20% respondentów

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż w porównaniu do ostatniego badania pracodawcy w chwili obecnej bardziej doceniają możliwość otrzymywania ciekawszych kandydatów, zanotowaliśmy w tym przypadku wzrost aż o 25%. Ważnym elementem pozytywnym w pracy agencji rekrutacyjnych jest również wg. pracodawców jest zmniejszenie kosztów rekrutacji oraz stworzenie dodatkowego prestiżu dla nowych kandydatów.

Podsumowanie

Wyniki badania pokazują nam, że rynek rekrutacyjny zmienia się i dostosowuje do aktualnie panujących sytuacji w sferze gospodarczej. Możemy zaobserwować również sposób ewaluacji w relacjach pomiędzy pracodawcami a agencjami rekrutacyjnymi. Aby współpraca satysfakcjonowała w pełni obie strony należy wypracować wspólną ścieżkę efektywnej komunikacji i otworzyć się na potrzeby swojego partnera biznesowego. Właściwa komunikacja pomiędzy pracodawcami i agencjami zatrudnienia oraz wypracowanie wzajemnej linii porozumienia będzie kluczowym aspektem w procesie rekrutacyjnym, w który muszą być zaangażowane obie strony. Ważnym elementem, który przyczyni się do wypracowania lepszej jakości współpracy będzie również otwartość oraz poszerzenie spojrzenia na problemy oraz potrzeby naszego partnera.

Wprowadzenie takich zmian przyczyni się prawdopodobnie do podwyższenia jakości współpracy oraz rzeczowego i profesjonalnego podejścia do siebie obu stron biznesowych.

Badanie opracowały:

- Anna Szymkiewicz
 - Dominika Staniewicz
- z zespołu „Labor”