



ASSOCIATION OF BUSINESS SERVICE LEADERS
IN THE CZECH REPUBLIC
Hvězdova 1734/2c
140 00 Praha 4

Pes v kanceláři, relaxační zóna, práce z domova: v oblasti podnikových služeb začal boj o pracovníky

Firmy působící v oblasti sdílených podnikových služeb dnes hledají tisíce pracovníků. Zaměstnavatelé proto často přistupují jak ke zvyšování mzdového ohodnocení, tak i k přehodnocování nefinančních benefitů. O zaměstnance bojují i speciálními podmínkami. Vyplývá to ze mzdového průzkumu agentury Grafton Recruitment i z šetření asociace ABSL mezi jednotlivými firmami z oboru podnikových služeb.

Nejčastěji poptávanými pozicemi jsou pracovníci do helpdesku a specialisté na síťové technologie, systémovou podporu či virtualizaci. Uplatnění v tomto segmentu najdou i specialisté na zákaznickou péči, HR manažeři a administrátoři, manažeři nábory, ohodnocení či benefitů, účetní, finanční analytici, nákupčí anebo logistici. Pro všechny přitom platí - čím více jazyků ovládají, tím vyšší je jejich mzda. Nejlepší podmínky pak získají ti zaměstnanci, kteří ovládají nedostatkové jazyky, jako je němčina, holandština či skandinávské jazyky.

Vzhledem k velkému množství otevřených pracovních pozic a klesajícímu počtu aktivních uchazečů roste konkurence mezi firmami, které jsou po období víceméně stabilních mezd nuceny navyšovat mzdy. Ty už dnes platí za nadstandardní a očekávat se dá jejich další růst. „Zaměstnavatelé musí rovněž přistupovat k přehodnocení požadavků na nové pracovníky. Nabírají proto i kandidáty s kratší praxí a více příležitostí se objevuje i pro čerstvé absolventy, kteří disponují dobrou jazykovou vybaveností,“ říká Martin Ježek, obchodní ředitel Grafton Recruitment. Jonathan Appleton, ředitel ABSL, pak dodává: „Z důvodu nedostatku českých pracovníků se firmy z oboru podnikových služeb také začínají aktivně zajímat o nábor zaměstnanců ze zahraničí, kteří tvoří už třetinu lidí v oboru. Nábor z ciziny, především ze zemí mimo EU, však stále brzdí celá řada administrativních procesů.“

Příklady mezd v oboru sdílených podnikových služeb





Manažer zákaznických služeb si nejen v Praze, ale i v Brně a Ostravě dnes vydělá až 80 tisíc Kč měsíčně, v ostatních regionech se jeho mzda pohybuje mezi 55 a 60 tisíci. Specialista zákaznické péče s dvěma a více lety zkušeností si v Praze a Jihlavě vydělá 35 tisíc Kč, v Brně, Liberci či Ústí nad Labem 30 tisíc a v ostatních regionech 25 až 28 tisíc Kč. Pokud však hovoří nikoli jedním, ale dvěma cizími jazyky, vydělá si zhruba o 10 % více. Účetní se dvěma a více lety zkušeností a znalostí dvou cizích jazyků si v Praze vydělá 40 tisíc Kč, v Brně či Ostravě 30 tisíc a v Jihlavě 33 tisíc. Pracovník IT podpory s jedním cizím jazykem v Praze má mzdu 35 tisíc Kč, v ostatních regionech kolem 30 tisíc, přičemž opět platí, že s každým dalším jazykem plat narůstá zhruba o 10 %.

„Aby byly pro zaměstnance atraktivnější, začínají firmy revidovat také nabídku benefitů – například zvyšují příspěvek na penzijní či životní připojištění, zvyšují délku dovolené, zavádějí plně hrazený příspěvek na stravování, nebo se podílí až do sta procent na nákladech na dopravu do zaměstnání. Dbají také na zlepšování pracovních podmínek svých zaměstnanců,“ komentuje Martin Ježek s tím, že objevovat se začínají i velmi inovativní benefity jako například „children friendly“ office (kancelář přátelská k dětem) anebo dokonce „dog friendly“ office (kancelář přátelská ke psům). Možnost práce z domu anebo relaxace v příjemné odpočinkové zóně dnes patří k top benefitům, které zaměstnance osloví.

K úspěšnému náboru zaměstnanců ovšem dnes již dobrá mzda a benefity nestačí. Firmy musí kandidáty zaujmout již v průběhu jejich oslovení. Z šetření ABSL na posledním HR clubu, kterého se zúčastnilo více než 40 personalistů, vyplynulo, že již 90 % firem z tohoto segmentu pro účely recruitmentu nevyužívá pouze standardní pracovní inzerci, ale i brandové marketingové kampaně. Více než polovina respondentů využívá outdoorovou reklamu či rozhlas, 40% realizuje též placené kampaně na Facebooku. Velmi oblíbenými prostředky jsou i veletrhy pracovních příležitostí a samozřejmě LinkedIn. To je ostatně i důvod, proč se součástí náborových týmů stává i marketingový manažer. Vše sleduje jeden cíl, zvýšit povědomí o značce, ukázat firmu jako dobrého zaměstnavatele. *„Pro lidi dnes už není důležité jen to, kolik si vydělají, ale také prestiž, která spočívá v tom, pro kterou společnost pracují,“* komentuje Jonathan Appleton.

Na posledním setkání HR clubu ABSL se odborníci shodli i na tom, že je velmi důležité zkrátit proces náboru. Podle šetření mezi personalisty z oboru sdílených podnikových služeb trvá nábor zpravidla měsíc, u IT pozic však i dva až tři měsíce, což není optimální.

O ABSL



ABSL (Association of Business Service Leaders in the Czech Republic) je organizace sdružující společnosti působící v segmentu sdílených podnikových služeb. Jde o segment, který představuje silný zdroj zaměstnanosti v České republice. ABSL vznikla v roce 2013 s cílem podporovat společnosti z oblasti podnikových služeb, sdílet best practises a pomáhat s rozvojem aktivit svých členů i jiných subjektů působících v tomto segmentu. Zároveň ABSL poskytuje podporu zahraničním investorům, kteří chtějí v ČR zřídit svá centra podnikových služeb. Více informací naleznete na www.absl.cz.

Kontakty pro média

Marta Lipovská

PR Consultant

E-mail: marta.lipovska@prcom.cz

GSM: +420 606 716 555