



CO CZEKA BRANŻĘ
HR W 2017 ROKU?

Co czeka branżę HR w 2017 roku?

Rok 2016 upłynął przede wszystkim pod znakiem rynku pracownika, ciekawych kampanii rekrutacyjnych i wizerunkowych oraz zwiększenia znaczenia działów HR. Pracodawcy stają się coraz bardziej świadomi tego, jak duży wpływ na powodzenie rekrutacji ma candidate experience, czyli doświadczenie kandydatów, które wynoszą z udziału w procesach rekrutacyjnych. Równie ważną tendencją jest bardziej świadome podejście firm do swoich aktualnych pracowników, a tym samym skoncentrowanie na działaniach wizerunkowych skierowanych do wewnątrz firmy.

Wierzymy w to, że 2017 rok przyniesie wiele dobrych zmian w branży rekrutacyjnej. Aby sprawdzić, jakie są prognozy związane z rozwojem HR zrealizowaliśmy badanie, którego wyniki prezentujemy w niniejszej publikacji.

Spis treści:

1. Top trendy w HR 2017

- Procesy związane z HR i rekrutacją, które wpłyną na pracę działów HR
- Technologie związane z HR i rekrutacją, które wpłyną na pracę rekruterów

2. Priorytety 2017 – na co działy HR będą przeznaczają swój czas i pieniądze

- Koszty obszarów działań HR
- Czas na aktywności angażujące HR

3. Rekrutacja

- Koszty działań rekrutacyjnych w 2017 roku
- Liczba prowadzonych rekrutacji
- Weryfikowanie kandydatów w internecie

4. Employer branding

- Wydatki na employer branding w 2017 roku
- Prowadzenie działań employer brandingowych
- Employer branding zewnętrzny vs wewnętrzny

Top trendy

TOP 3 procesów, które wpłyną na pracę HR

 Większy nacisk na komunikację wewnętrzną i budowanie zaangażowania

 Dbanie o komunikację z kandydatami

 Niestandardowe metody rekrutacji

TOP 3 technologii, które wpłyną na pracę HR

 Direct search

 Oparcie większej części etapów rekrutacji na technologiach

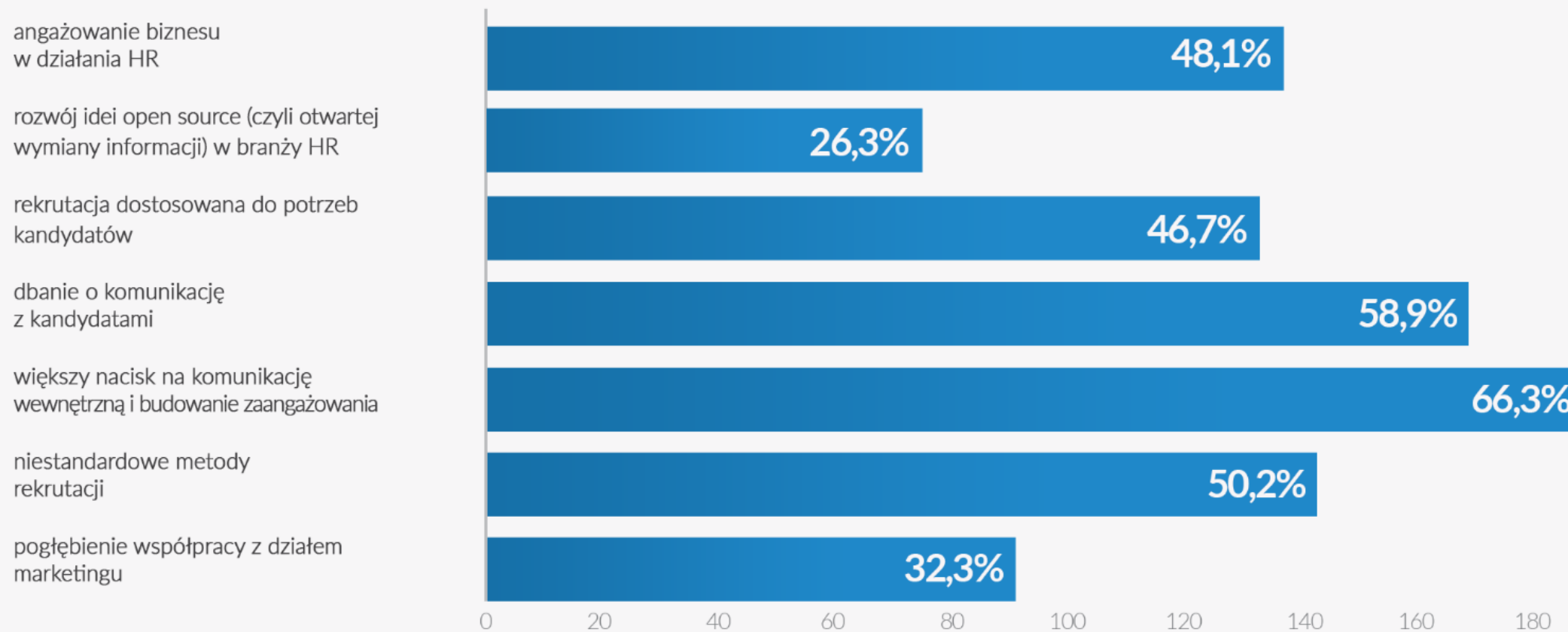
 Dopasowanie ofert pracy i zakładek kariera do wersji mobilnej

Procesy związane z HR i rekrutacją, które wpłyną na pracę działów HR

W 2017 roku największy wpływ na działania HR będą miały te procesy, które wiążą się z budowaniem relacji oraz usprawnianiem komunikacji. 66,3% rekruterów uważa, że na ich codzienną pracę wpłynie przede wszystkim zwiększenie nacisku na działania związane z komunikacją wewnętrzną i budowaniem zaangażowania. Według 58,9% pracowników działów HR jednym z najważniejszych procesów będzie dbałość o komunikację z kandydatem, natomiast na 3. miejscu znalazły się niestandardowe metody rekrutacji (50,2% wskazań).



Procesy, które wpłyną na pracę działów HR w 2017 roku

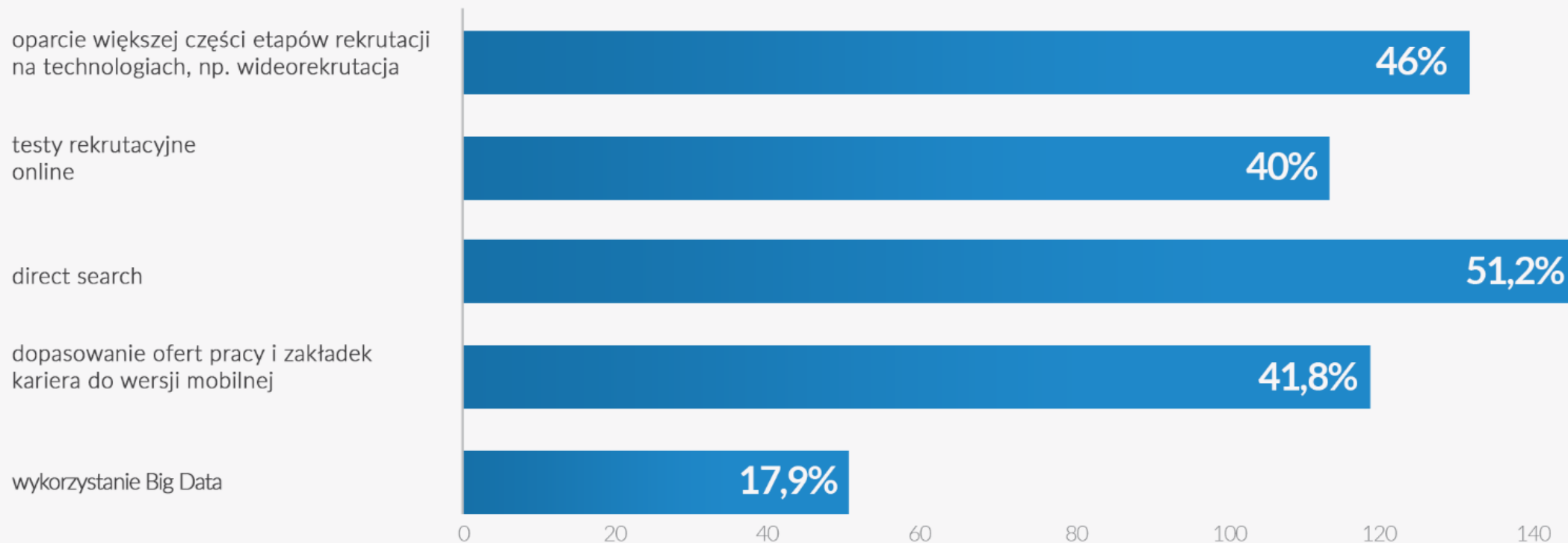


Technologie związane z HR i rekrutacją, które wpłyną na pracę rekruterów

Jako numer jeden wśród technologii, które będą miały największe znaczenie dla pracy rekrutera w 2017 roku, ankietowani wskazali direct search (51,2% odpowiedzi). Dla 46% rekruterów istotne będzie oparcie większej części procesów rekrutacyjnych na technologiach, takich jak wideorekrutacja. 41,8% badanych uważa, że ważne dla działów HR będzie umożliwienie kandydatom wygodnego szukania pracy przez dostosowanie ofert pracy i zakładki kariera do wersji mobilnej.



Technologie, które wpłyną na pracę działów HR w 2017 roku



Priorytety 2017

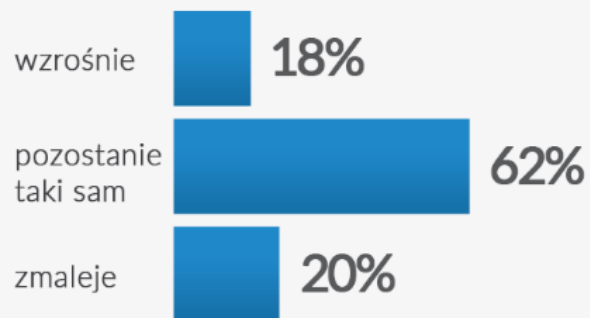
na co działy HR będą przeznaczają swój czas
i pieniądze

Koszty obszarów działań HR

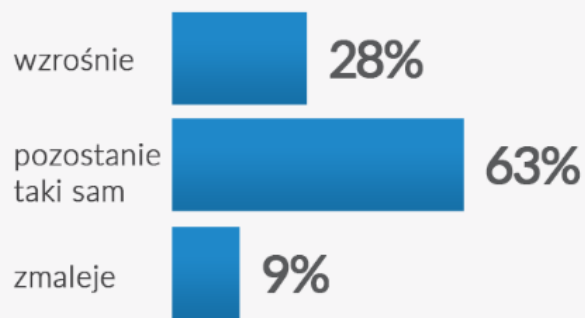
Koszty ponoszone na różnych obszarach pracy działów HR w większości firm pozostaną takie same, jak w 2016 roku. Poza rekrutacją i employer brandingiem wzrosną przede wszystkim w przypadku takich działań, jak szkolenia pracowników, benefits pracownicze i wyjazdy integracyjne.



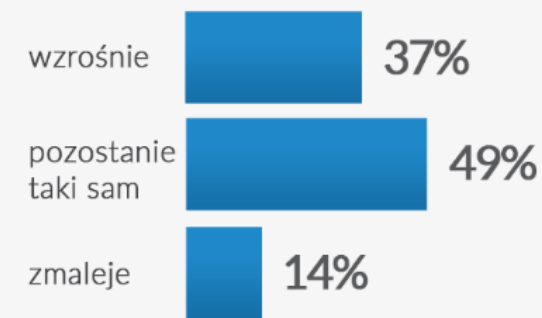
Wysokość budżetu na poszczególne działania HR w 2017 roku



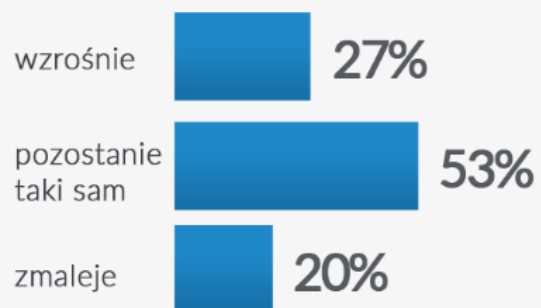
Wsparcie przy niestandardowych działaniach rekrutacyjnych



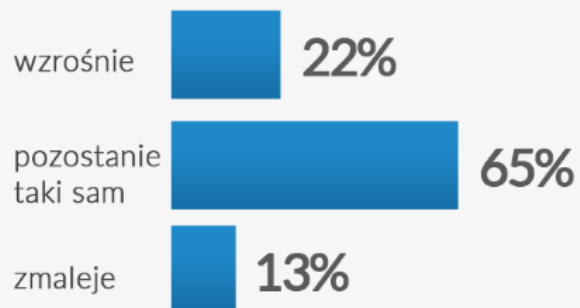
Benefity pracownicze



Szkolenia pracowników



Wyjazdy integracyjne



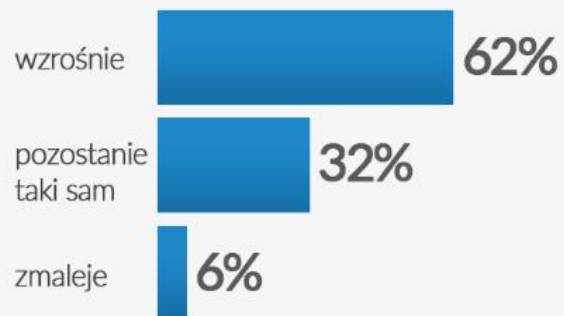
Onboarding

Czas przeznaczony na aktywności angażujące HR

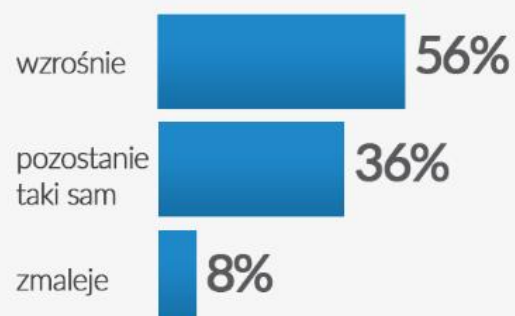
Czas poświęcony na aktywności angażujące pracowników działów HR w 2017 roku w porównaniu z rokiem ubiegłym zwiększył się przede wszystkim w zakresie rekrutacji i employer branding, a także współpracy z biznesem, motywowania i angażowania pracowników oraz prowadzonych niestandardowych działań rekrutacyjnych. Porównywalną do 2016 roku ilość czasu pracownicy działu HR poświęcą na współpracę z marketingiem, a także na zarządzanie talentami.



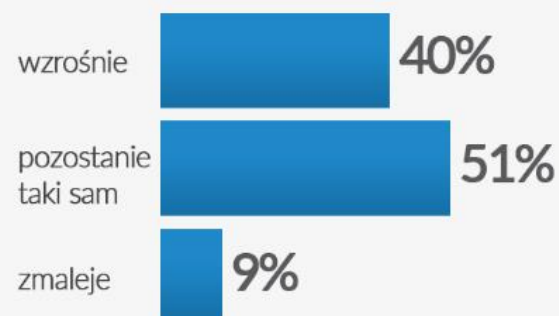
Ilość czasu przeznaczanego na poszczególne działania angażujące działy HR w 2017 roku



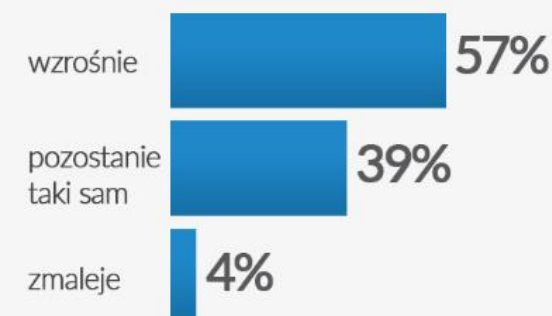
Rekrutacja



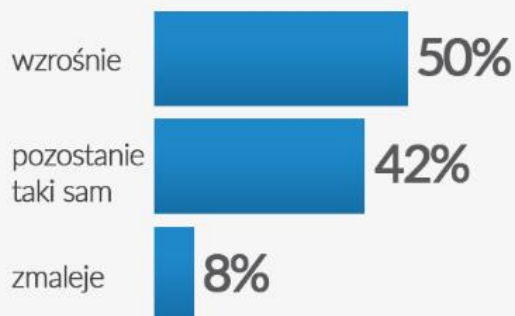
Employer branding



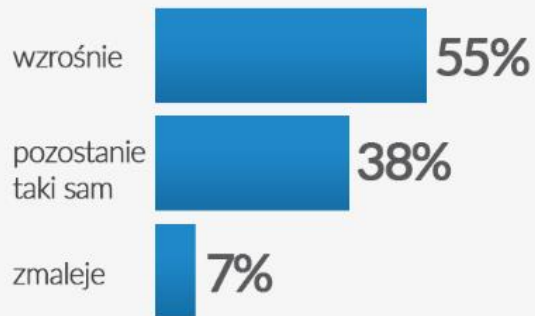
Współpraca z działem marketingu



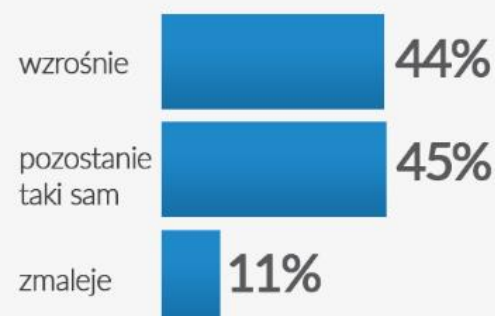
Współpraca z biznesem



Niestandardowe działania rekrutacyjne



Motywowanie i angażowanie pracowników



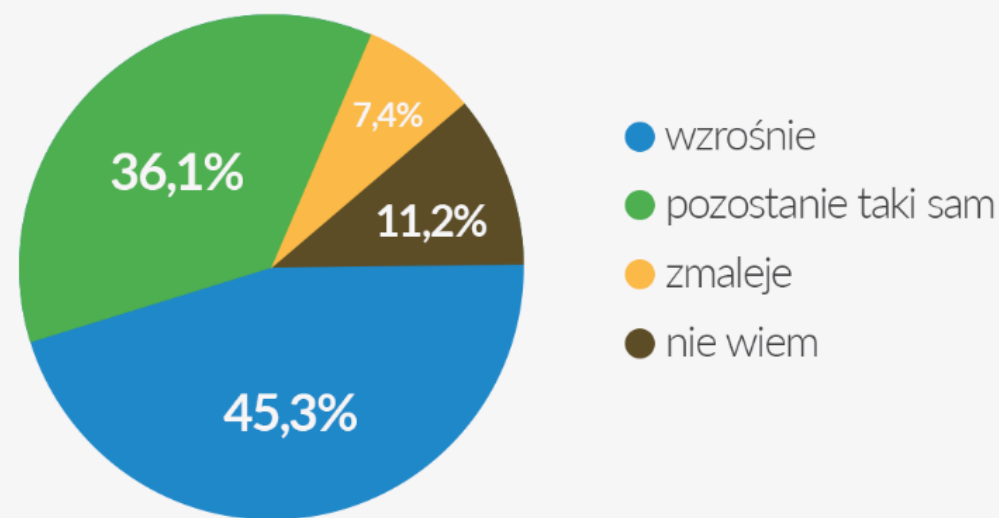
Zarządzanie talentami

Rekrutacja

Koszty działań rekrutacyjnych w 2017 roku

Jak pokazują wyniki badania, w ciągu najbliższych 12 miesięcy działy HR przeznaczą więcej pieniędzy na działania rekrutacyjne niż w 2016 roku. 45,3% rekruterów deklaruje, że budżet, który przeznaczą ich pracodawcy na prowadzenie procesów rekrutacyjnych, będzie w tym roku większy w porównaniu z zeszłym. W przypadku 36,1% badanych koszty rekrutacji będą takie same jak w roku ubiegłym, a 7,4% respondentów deklaruje, że wyda na nią w tym roku mniej pieniędzy.

Budżet, jaki firmy przeznaczą na działania rekrutacyjne w 2017 roku w porównaniu do 2016



Liczba prowadzonych rekrutacji

W perspektywie przyszłych 12 miesięcy pracownicy działów HR planują zwiększenie liczby rekrutacji. 60% z nich deklaruje, że w 2017 roku wzrośnie liczba prowadzonych przez nich procesów rekrutacyjnych. Co piąty rekruter przeprowadzi tyle samo rekrutacji, ile w 2016 roku, natomiast niecałe 8% zrekrutuje mniej osób w porównaniu z ubiegłymi miesiącami.

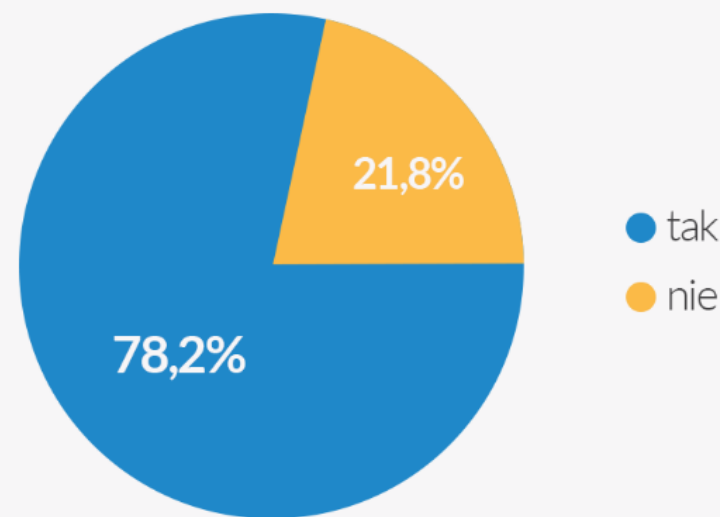
Liczba prowadzonych rekrutacji w 2017 roku w porównaniu do 2016



Weryfikowanie kandydatów w internecie

Rekruterzy coraz rzadziej zatrudniają pracowników bez ich uprzedniej weryfikacji w internecie. Prawie 80% z nich w ciągu ostatnich 12 miesięcy sprawdzało kandydatów na portalach biznesowo-rekrutacyjnych lub społecznościowych, zanim podjęli decyzję o ich zatrudnieniu lub zakwalifikowaniu do kolejnych etapów rekrutacji.

Czy w 2016 roku sprawdzałaś/sprawdzałeś kandydata na portalach społecznościowych lub biznesowo-rekrutacyjnych przed podjęciem decyzji o zatrudnieniu/zakwalifikowaniu do kolejnych etapów rekrutacji?



Employer branding

Wydatki na employer branding w 2017 roku

Świadomość HR-owców na temat konieczności inwestowania w budowanie wizerunku pracodawcy widocznie wzrasta. 41,9% pracowników działów HR deklaruje, że w tym roku zwiększy się ich budżet przeznaczony na employer branding. Co trzecia osoba zajmująca się employer brandingiem w 2017 roku będzie miała do dyspozycji taki sam budżet na działania wizerunkowe jak w roku ubiegłym, a 5,6% mniejszy.

41,9% pracodawców zwiększy swój budżet na działania EB w 2017 roku

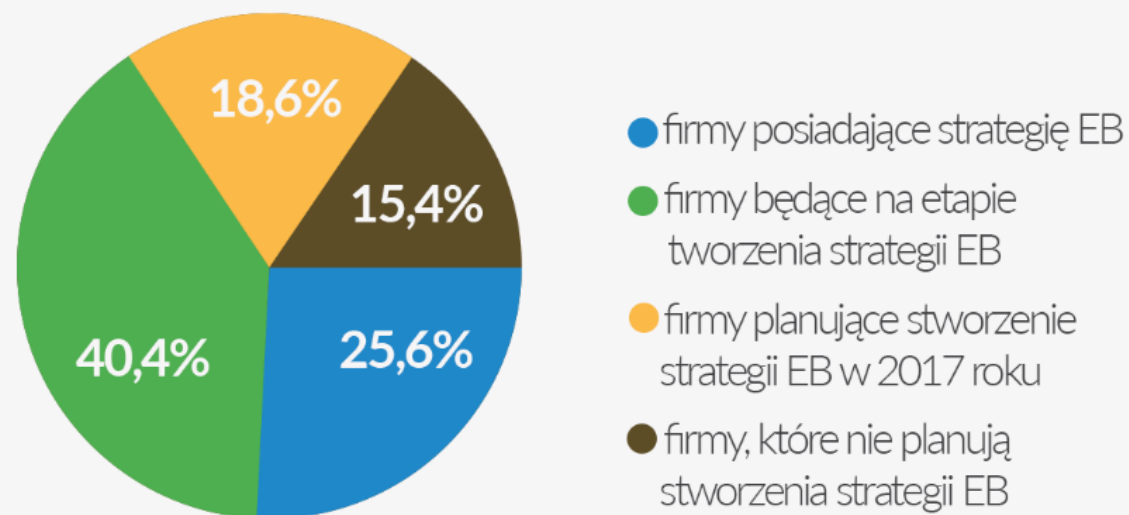
Budżet, jaki firmy przeznaczą na działania employer brandingowe w 2017 roku w porównaniu do 2016



Prowadzenie działań employer brandingowych

W dobie rynku pracownika i coraz większej świadomości rekruterów na temat candidate experience dbanie o wizerunek pracodawcy stało się niemal koniecznością. Okazuje się jednak, że tylko co czwarta firma posiada zdefiniowaną strategię employer brandingową. 40,4% firm wciąż pozostaje na etapie jej tworzenia, a niecałe 20% planuje stworzenie jej w tym roku.

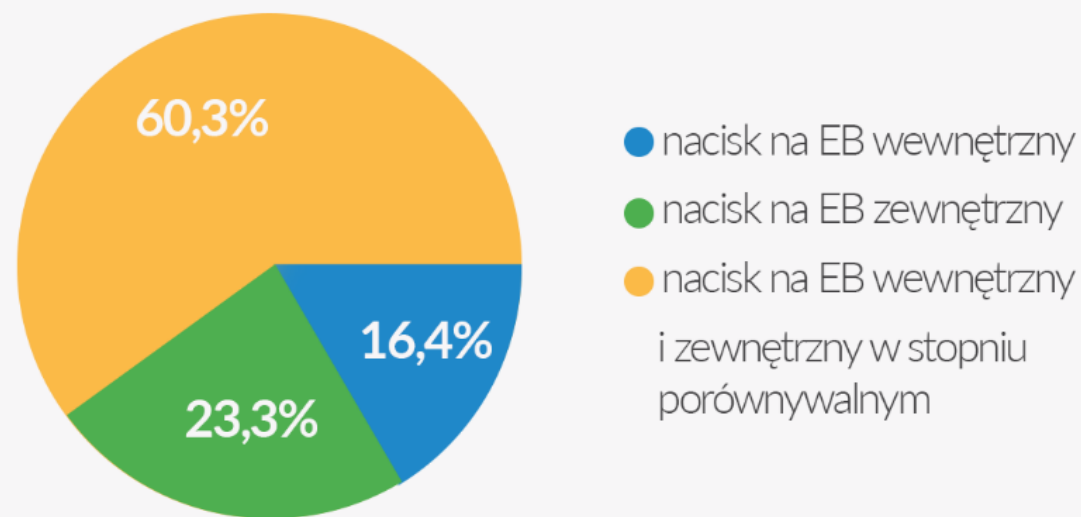
Strategia EB w firmach w Polsce



Employer branding zewnętrzny vs wewnętrzny

Według deklaracji pracowników działów HR 23,3% firm w 2017 roku położy największy nacisk na employer branding zewnętrzny, czyli działania skierowane do potencjalnych kandydatów. Z kolei dla 16,4% najważniejsze będą działania związane z employer brandingiem wewnętrznym, którego odbiorcami są obecni pracownicy organizacji. Nacisk na employer branding zarówno zewnętrzny, jak i wewnętrzny będzie istotny dla 60,3% organizacji.

EB zewnętrzny vs wewnętrzny w firmach w Polsce



Cytowanie wyników za podaniem źródła:
Raport GoldenLine „Co czeka branżę HR w 2017 roku?”

Nasze marki:



GoldenLine Sp. z o.o
01-217 Warszawa
ul. Kolejowa 5/7

Sprawdź naszą ofertę

<https://www.goldenline.pl/oferta>