

MOTYWACJE POLSKICH PR-OWCÓW – RAPORT PORTALU PROTO.PL

Wstęp

Portal PRoto.pl przeprowadził w dniach 19 sierpnia - 14 września 2010 czwartą już edycję badania na temat warunków zatrudnienia i motywacji polskich pracowników branży PR. Anonimową ankietę wypełniły **623 osoby**, związane z branżą public relations.

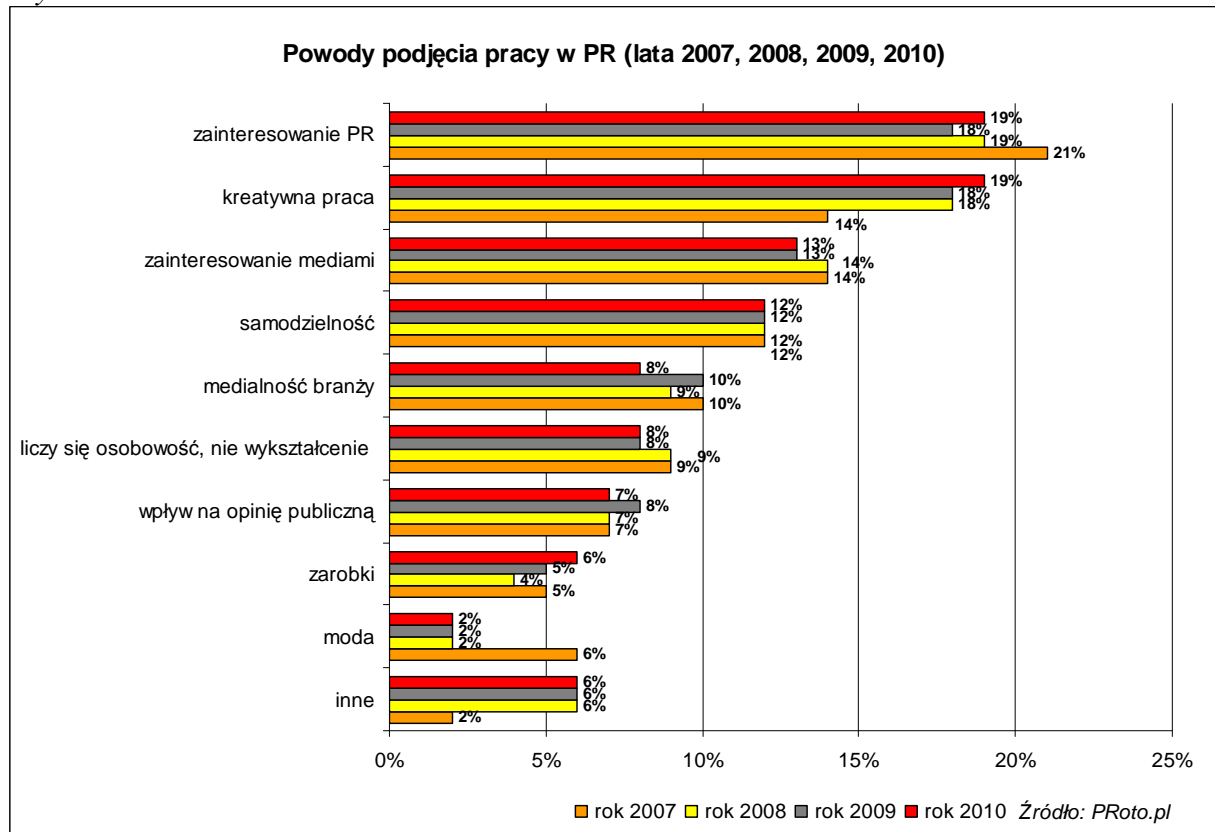
1. Dla PR-owca pieniądze się nie liczą. No chyba, że jest mężczyzną.

Kreatywna praca i zainteresowanie PR- to dwa powody, które od lat respondenci uznają za najważniejsze przy podejmowaniu pracy w tej branży. Oba uzyskały w tym roku o 1 proc. głosów więcej niż w roku ubiegłym.

Zarobki to powód, który zajął przedostatnią lokatę - wskazało go 6 proc. badanych, o 1 proc. więcej niż w zeszłorocznej edycji.

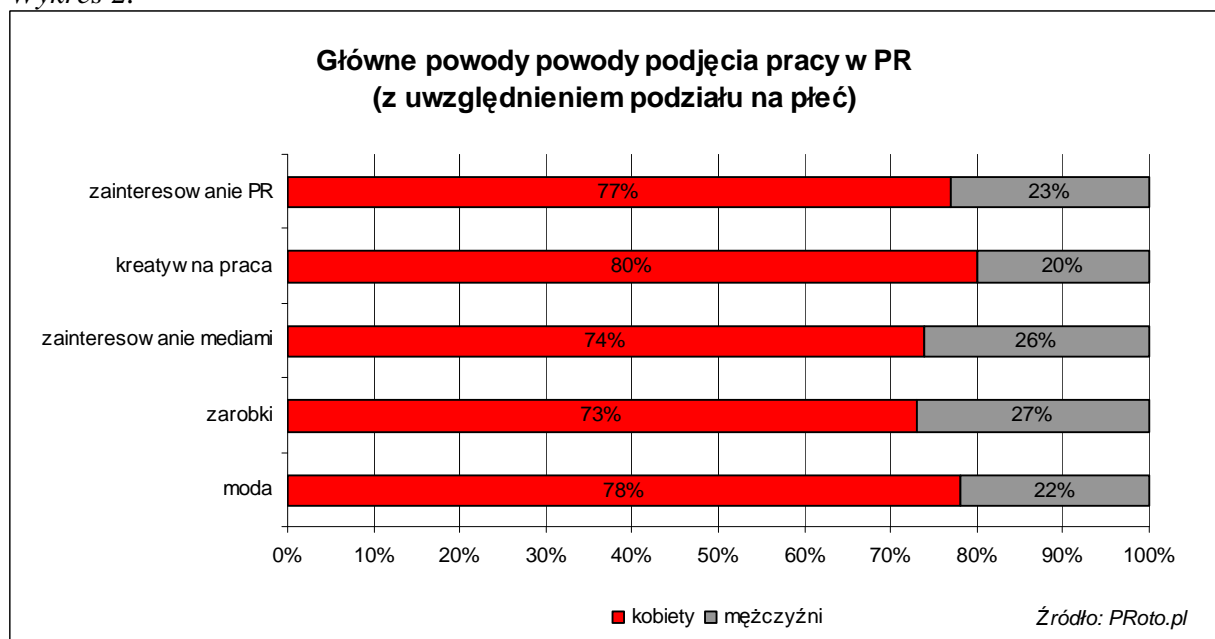
Jednym słowem, PR-owcy nie pracują w zawodzie dla pieniędzy. Przynajmniej na poziomie deklaracyjnym.

Wykres 1.



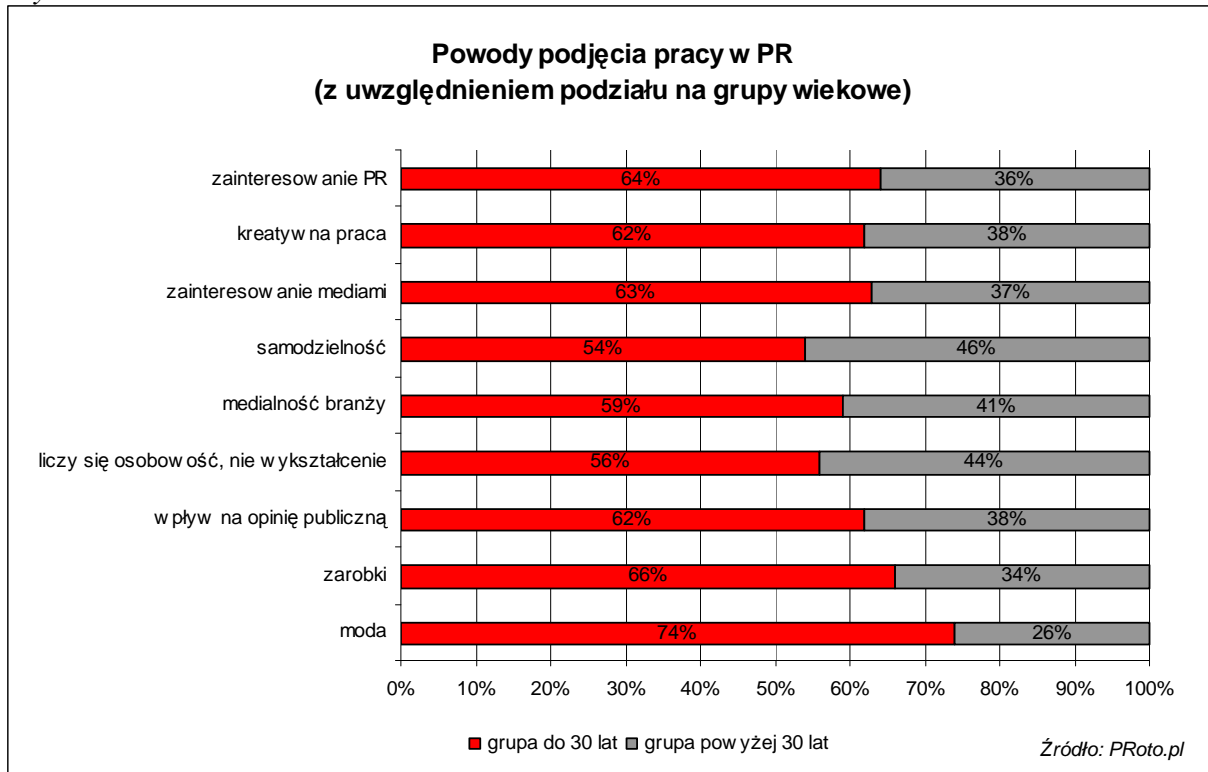
Jednak, jeśli powodom podejmowania pracy w PR przyrzeć się bliżej, okaże się, że **zarobki są najważniejszą przyczyną wyboru tego zawodu przez mężczyzn**. Dla kobiet liczy się możliwość wykazania się **kreatywnością oraz ...moda na ten zawód**.

Wykres 2.



Respondenci z grupy wiekowej powyżej 30 roku życia zdecydowanie częściej jako powód podjęcia pracy w PR wskazują możliwość **samodzielnego** realizowania działań oraz to, że liczy się osobowość, a nie wykształcenie. Natomiast **dla młodszych respondentów większe znaczenie ma moda oraz zarobki.**

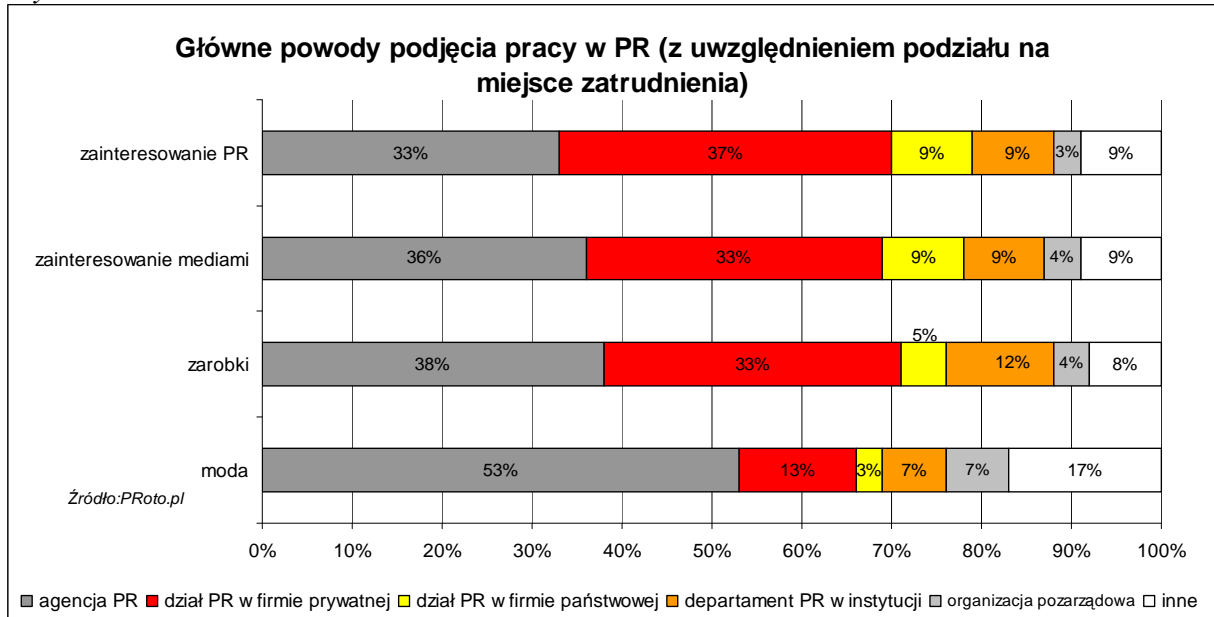
Wykres 3.



Moda to powód podjęcia pracy dla **PR-owców zatrudnionych w agencjach PR (53 proc.)**. Najbardziej na ten powód wskazywali pracownicy zatrudnieni w firmie państwowej. Także oni oraz pracownicy PR w organizacjach pozarządowych w najmniejszym stopniu stawiają na zarobki jako powód wyboru zawodu.

Zarobki, jako powód podjęcia pracy w PR, były wybierane najczęściej przez respondentów pracujących w **agencjach PR (38%)**. Można więc przypuszczać, że to tam zarabia się najlepiej, podczas gdy najmniej intratne posady czekają na PR-owców w organizacjach non-profit i firmach państwowych.

Wykres 4.

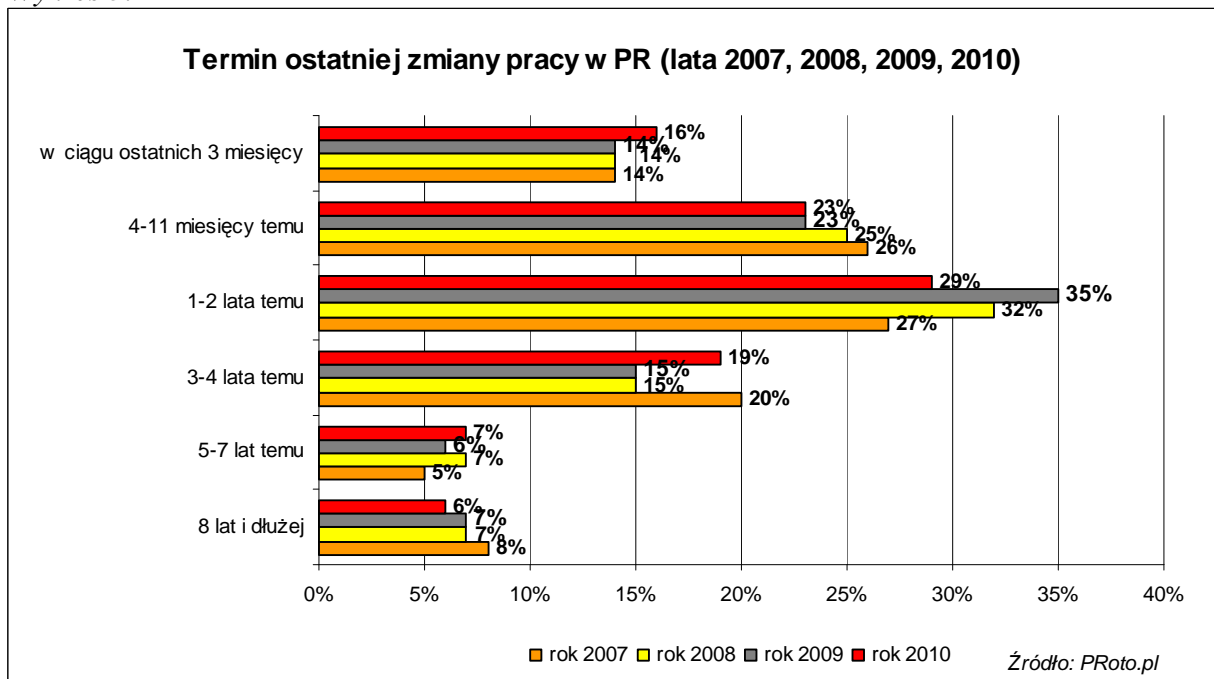


Gdyby scalić wyniki wykresów 2, 3 i 4 można by powiedzieć, że moda to jeden z głównych powodów, dla których pracę w zawodzie wybierają osoby do 30 roku życia, zatrudnione w agencjach.

Wierność jednemu pracodawcy, a co to takiego?

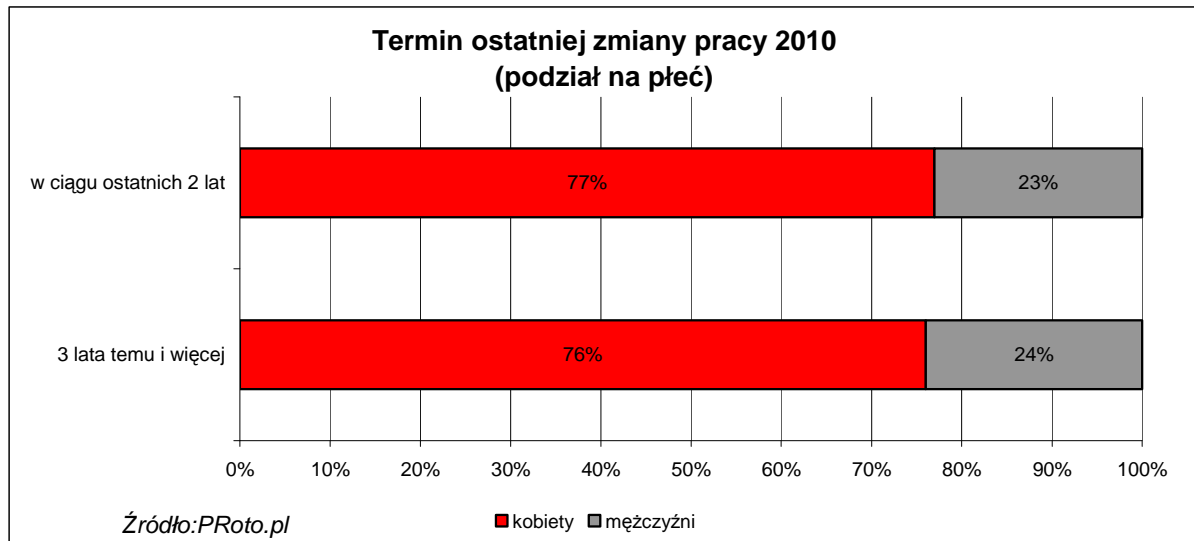
68% respondentów zmieniło pracę w ciągu ostatnich 2 lat. To o 4 proc. mniej niż w zeszłym roku. Jednocześnie o 4 proc. wzrósł odsetek PR-owców, którzy ostatnio pracę zmieniali 3-4 lata temu. Zaledwie 13% ankietowanych jest związanych z tym samym pracodawcą od ponad 5 lat (dokładnie tyle samo co w 2009).

Wykres 5.



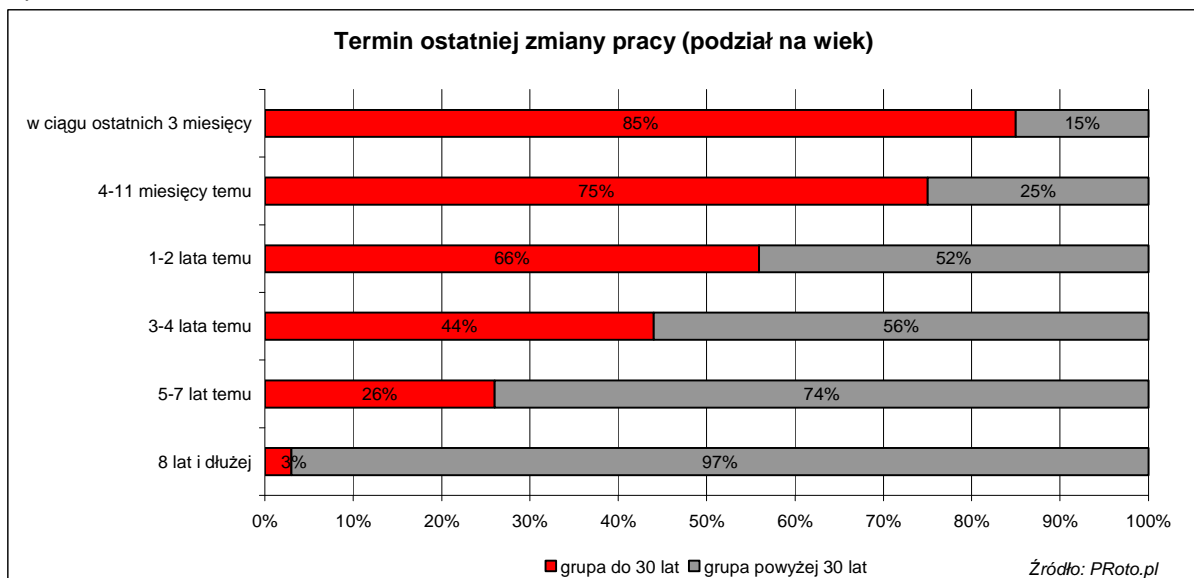
Mężczyźni częściej pozostają dłużej (ponad 3 lata) w tym samym miejscu pracy.

Wykres 6.

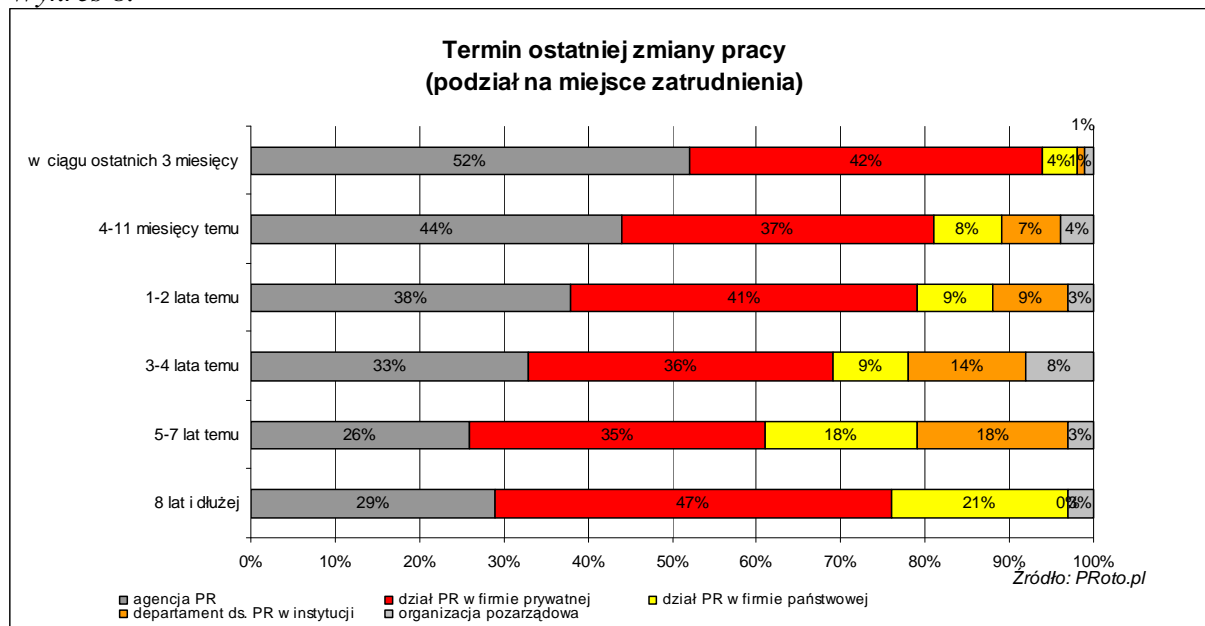


Wśród respondentów, którzy pracę zmienili w ciągu ostatnich 3 m-cy aż 85%, to osoby poniżej 30 roku życia.

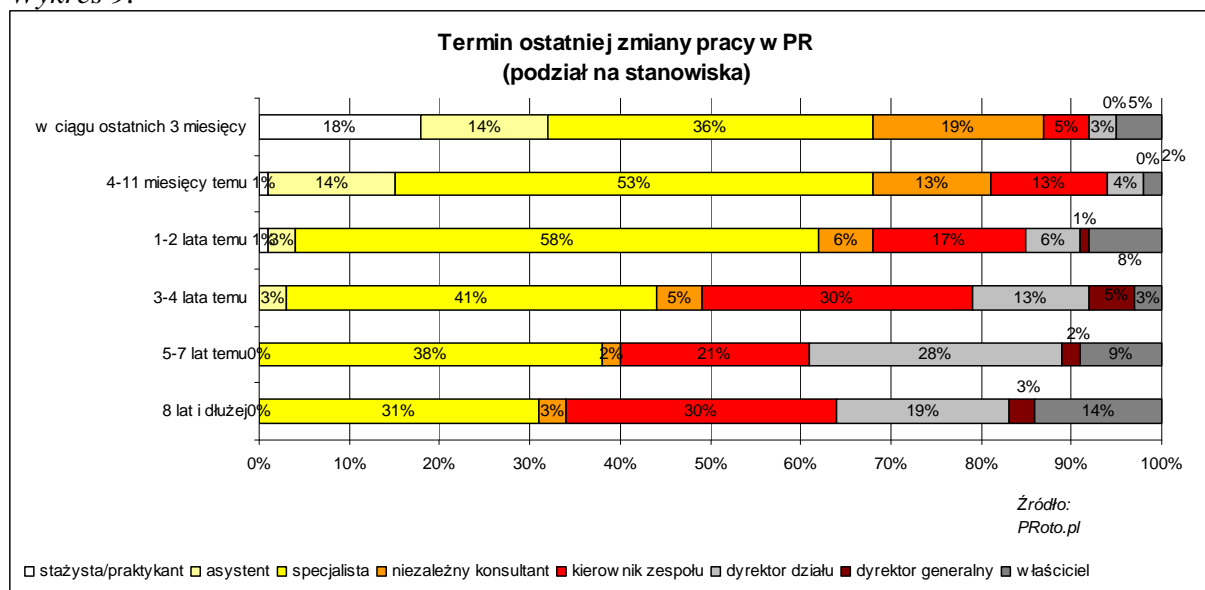
Wykres 7.



Wykres 8.



Wykres 9.



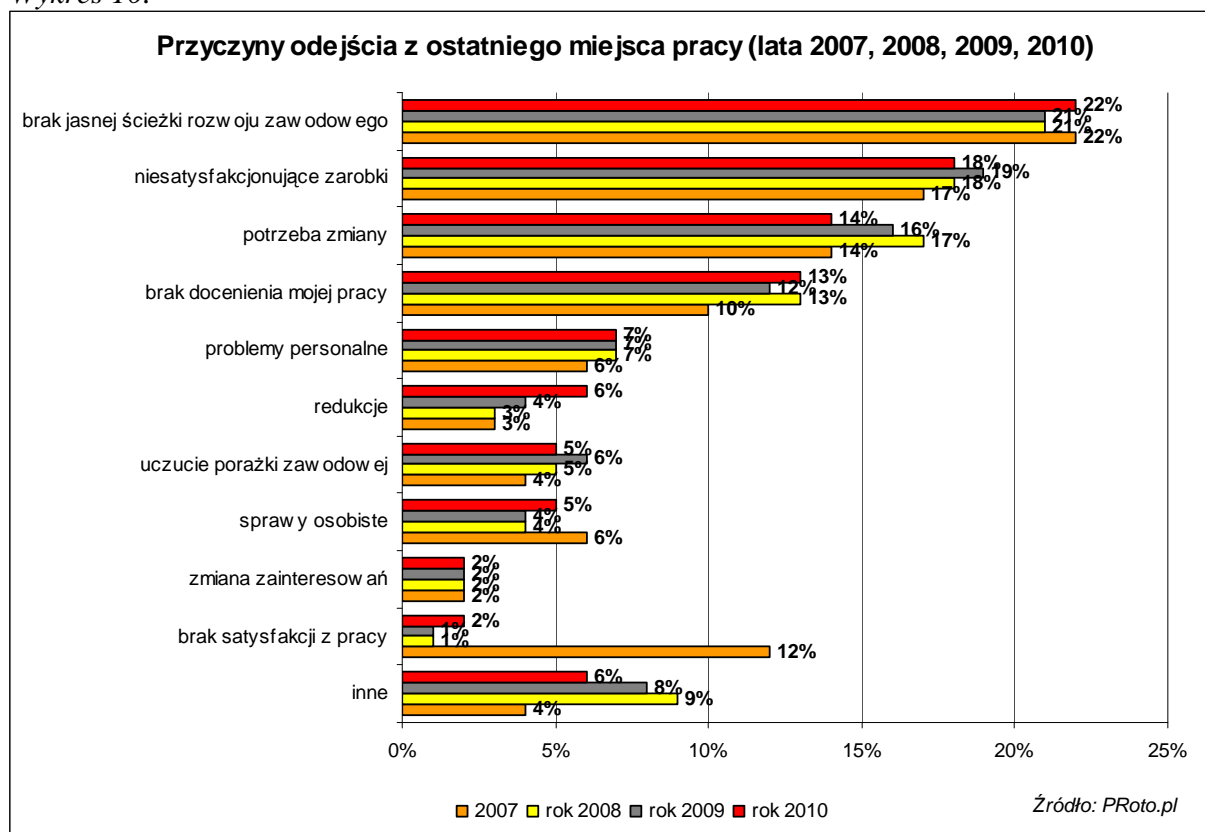
Kobiety odchodzą dla pieniędzy, mężczyźni – dla pochwał

Brak jasnej ścieżki rozwoju zawodowego był niezmiennie, trzeci rok z rzędu, najważniejszym powodem, dla którego PR-owcy mieli zmieniać pracę. Drugim, najczęściej wymienianym powodem odejścia z ostatniego miejsca pracy były niesatysfakcjonujące zarobki. (18 proc. wskazań). To zaskakujący wynik, jeśli weźmie się pod uwagę odpowiedzi respondentów z wyk.1 – zarobki nie są dla nich przecież główną pracą w PR.

14% jako przyczynę wskazało potrzebę zmiany (**spadek o 2% w porównaniu z ubiegłym rokiem**).

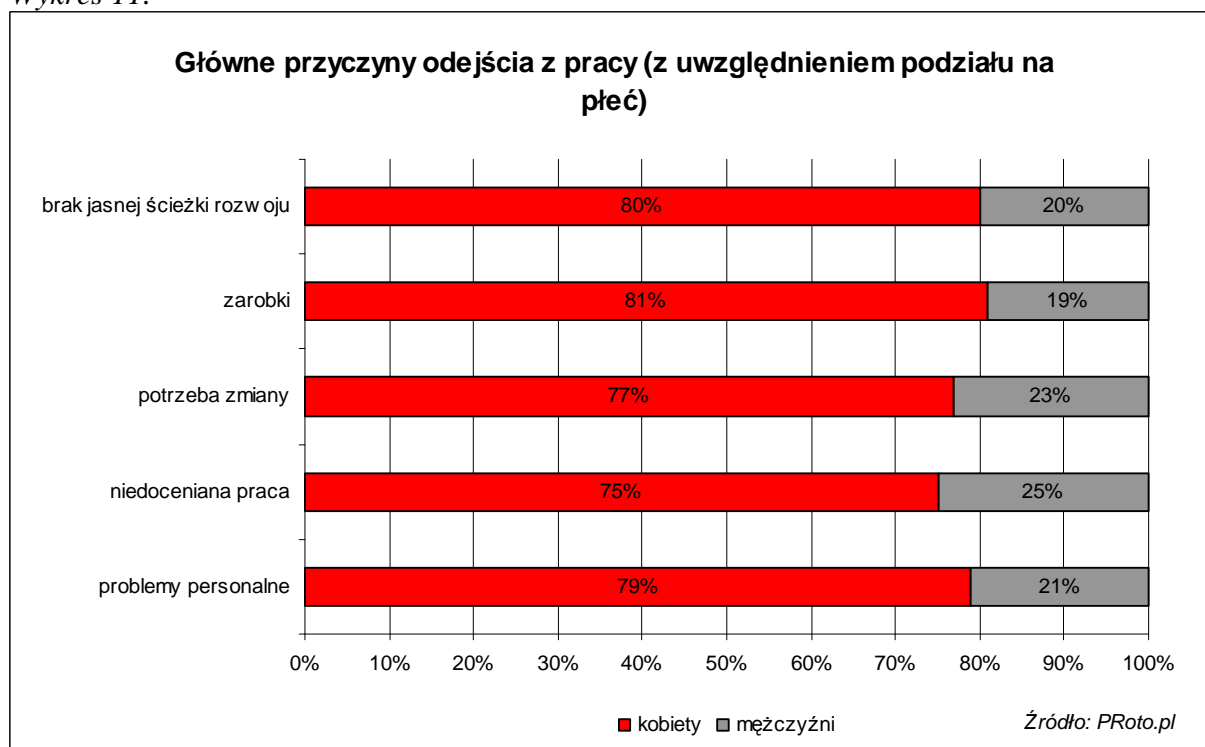
Brak satysfakcji, na równi ze zmianą zainteresowań, to najrzadziej wskazywane przyczyny zmiany pracy (po 2 proc. wskazań).

Wykres 10.



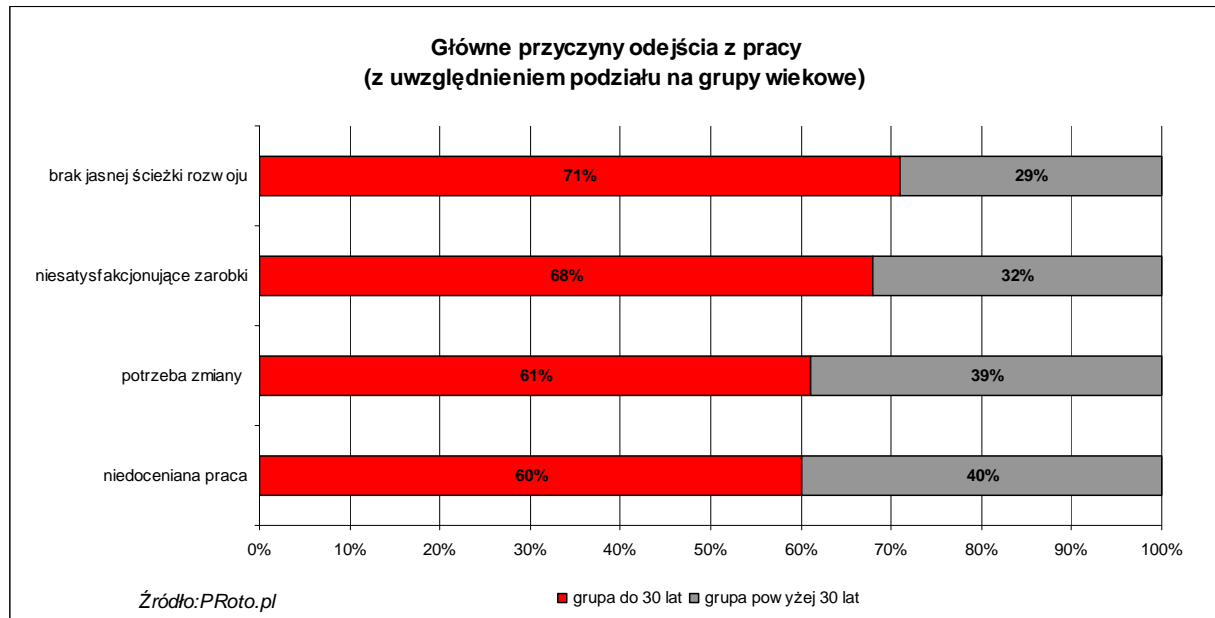
Kobiety zmieniają pracę, gdy nie są zadowolone ze swoich zarobków, mężczyźni - gdy czują się niedoceniani.

Wykres 11.

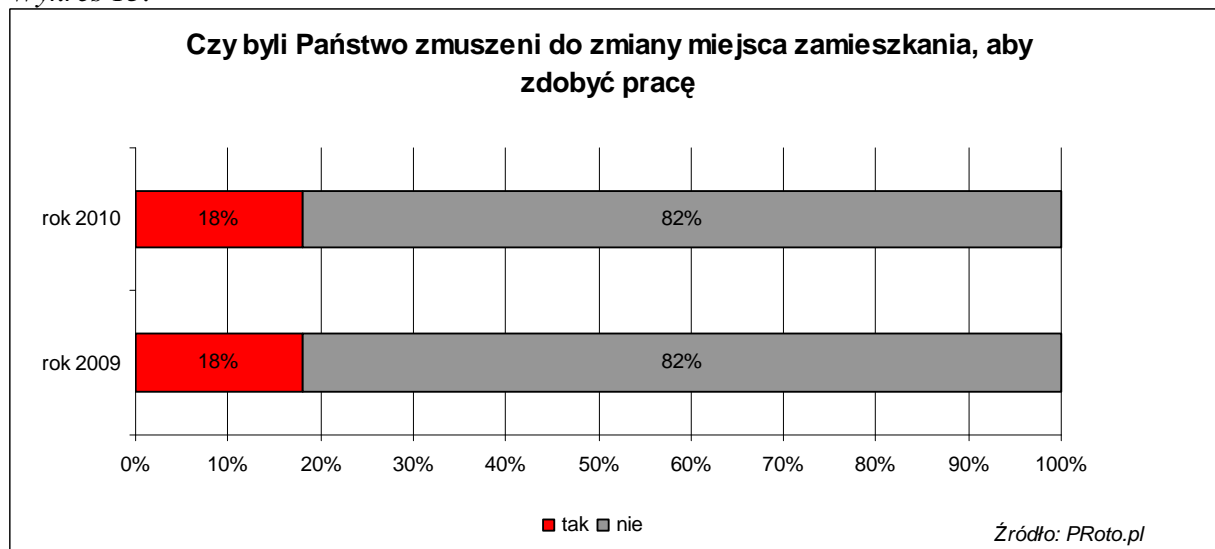


Respondenci z grupy wiekowej poniżej 30 roku życia **częściej odchodzą z pracy z powodu braku jasnej ścieżki rozwoju i zarobków**. Natomiast dla grupy powyżej 30 roku życia powodem przejścia do nowego miejsca pracy jest brak docenienia przez obecnego pracodawcę.

Wykres 12



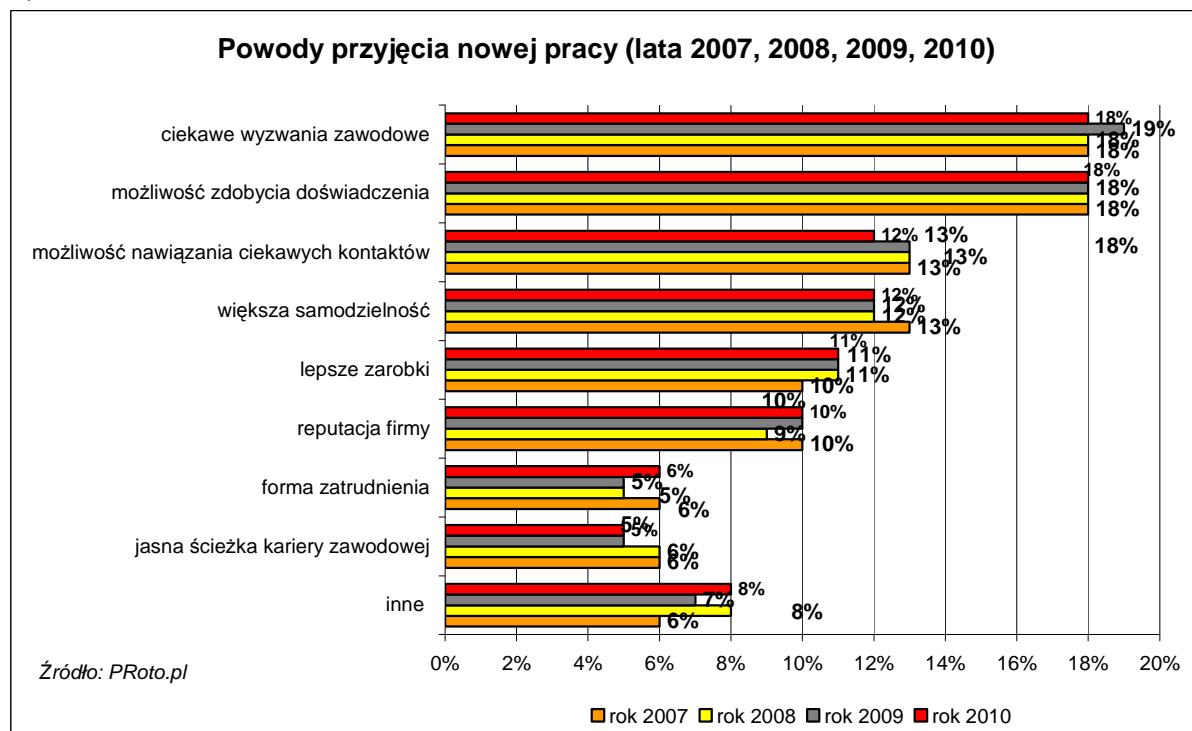
Wykres 13.



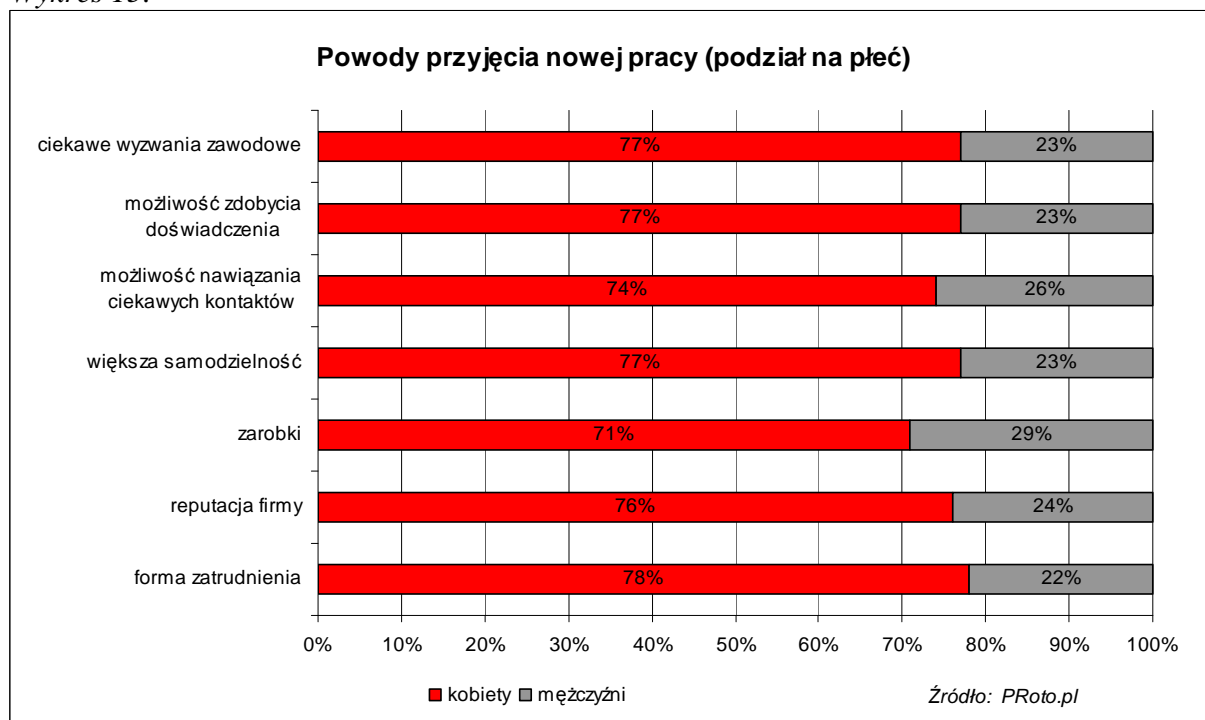
Ciekawe wyzwania zawodowe i możliwość zdobycia doświadczenia – to główne i równorzędne (po 18 proc. wskazań) powody, dla których PR-owcy przyjmowali nową pracę. Pierwszy powód wybrało 1% respondentów mniej niż rok temu. Po 12% ankieterów wybrało odpowiedź „możliwość nawiązania ciekawych kontaktów” (1 proc. mniej niż rok temu i dwa lata temu) oraz samodzielność.

Dla młodszych respondentów (grupa poniżej 30 roku życia) ważniejsza niż dla starszych była **możliwość zdobycia doświadczenia oraz reputacja firmy**. Dla starszych liczyła się forma zatrudnienia, większa samodzielność oraz ciekawe wyzwania zawodowe. (wyk. 16.)

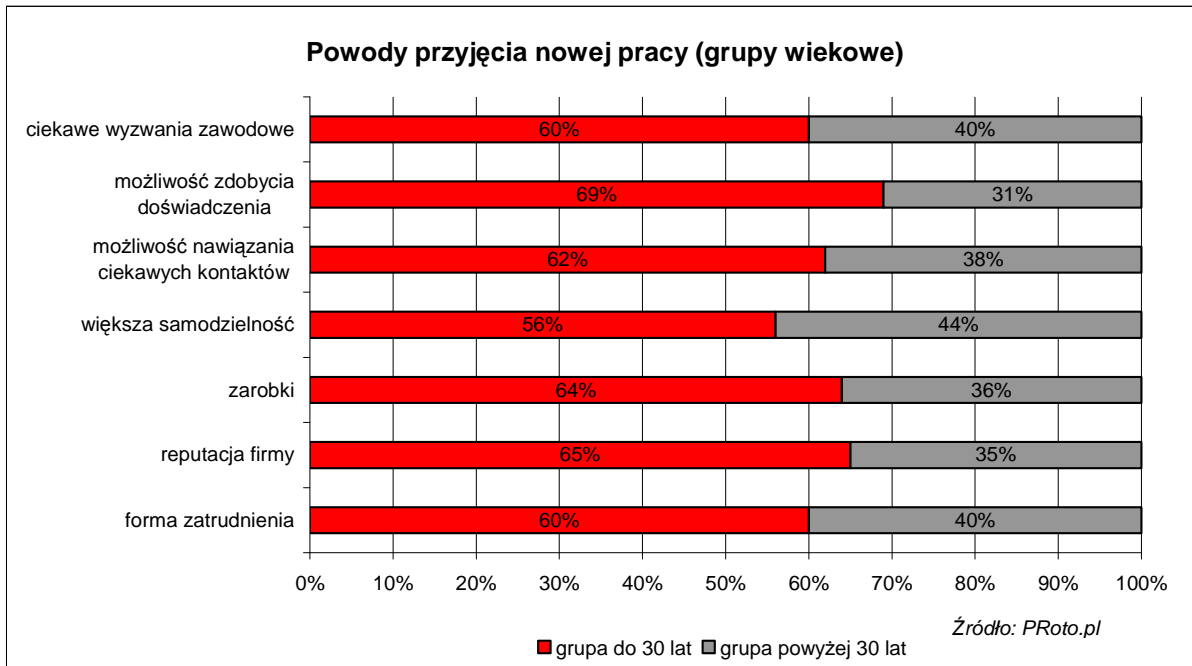
Wykres 14.



Wykres 15.

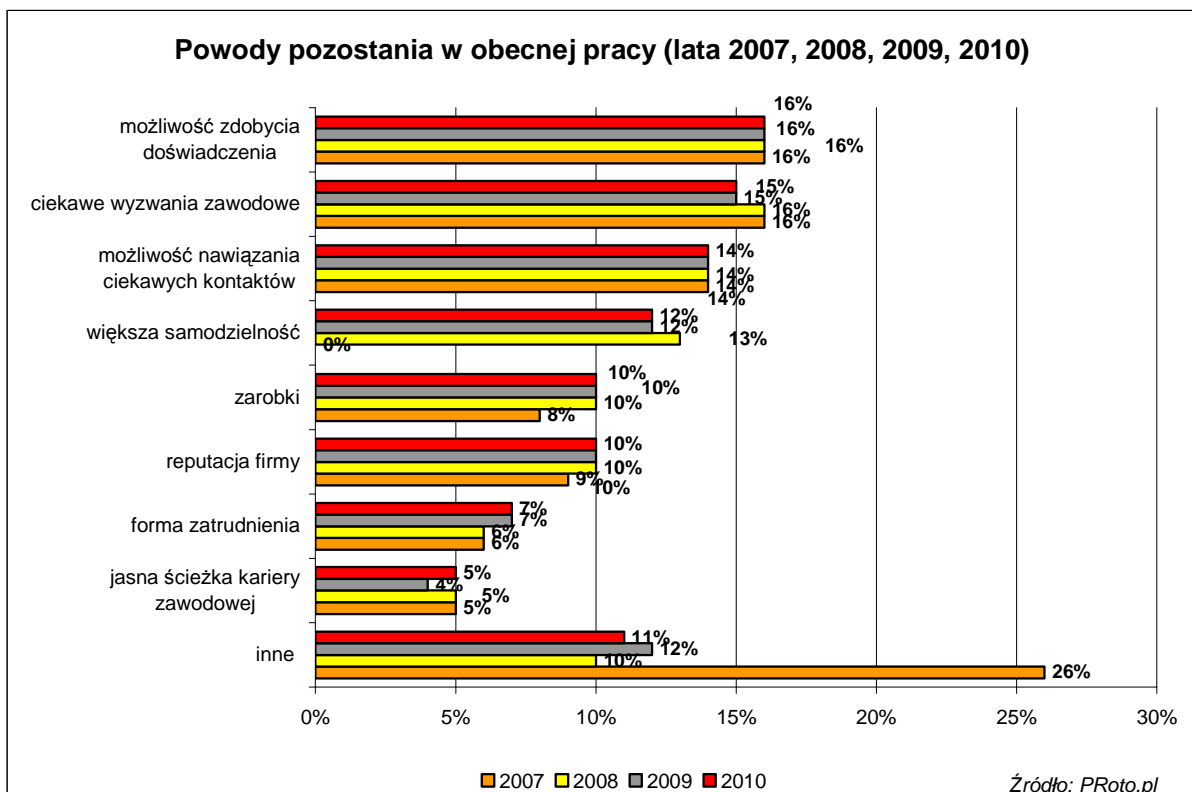


Wykres 16.



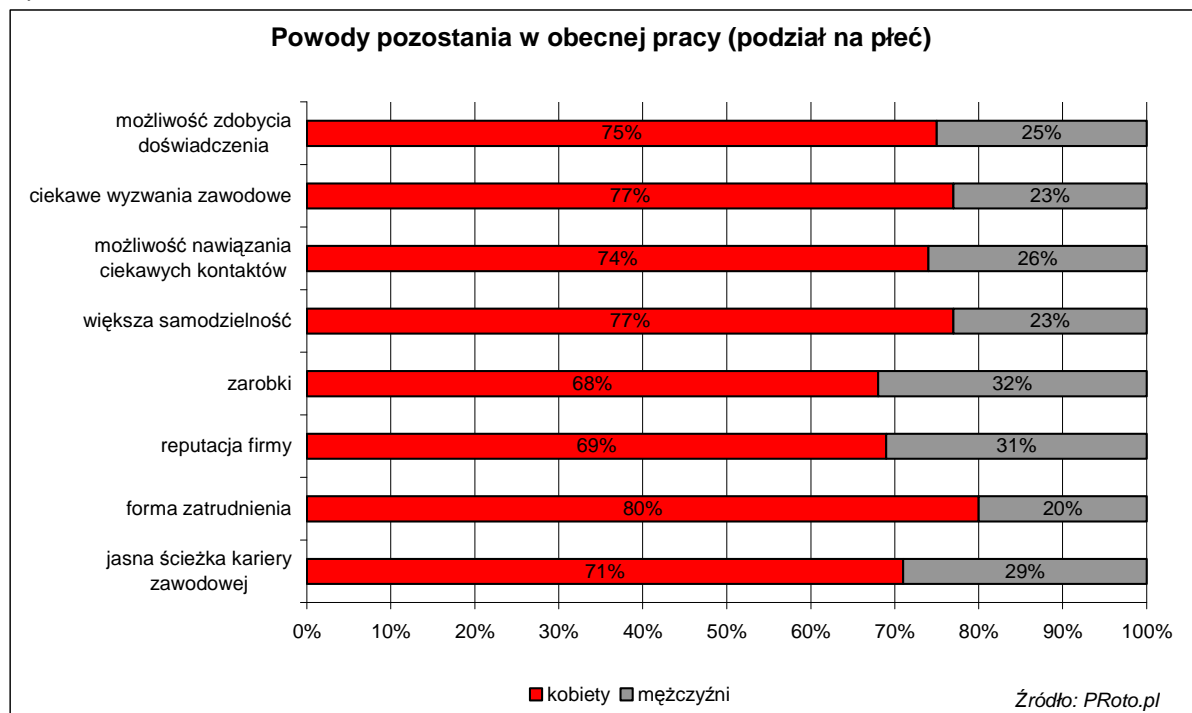
Trzy pierwsze odpowiedzi o powodach pozostania w obecnej pracy są identyczne w kolejnej edycji badania. 16% respondentów pozostaje w obecnym miejscu pracy ze względu na **możliwość zdobycia doświadczenia**, 15% respondentów za powód pozostania w obecnej pracy podało **ciekawe wyzwania zawodowe**, 14% zaś - szansę nawiązania ciekawych kontaktów.

Wykres 17.



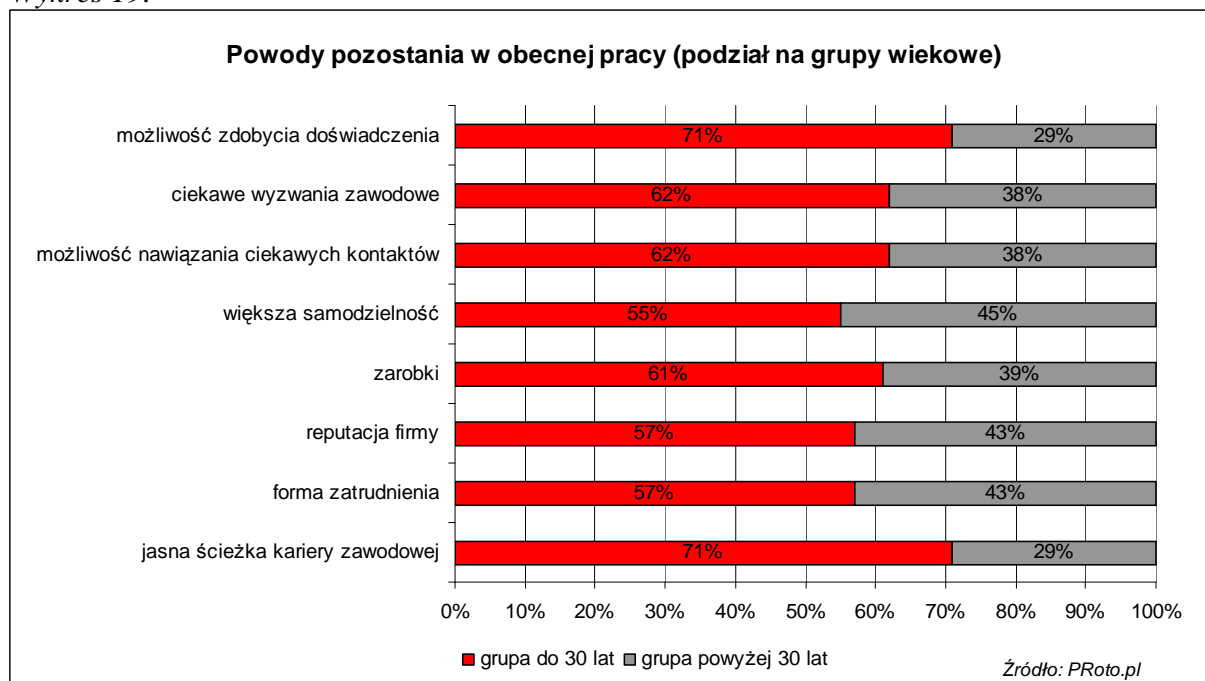
Czynnik "samodzielność" nie był badany w 2007.

Wykres 18.

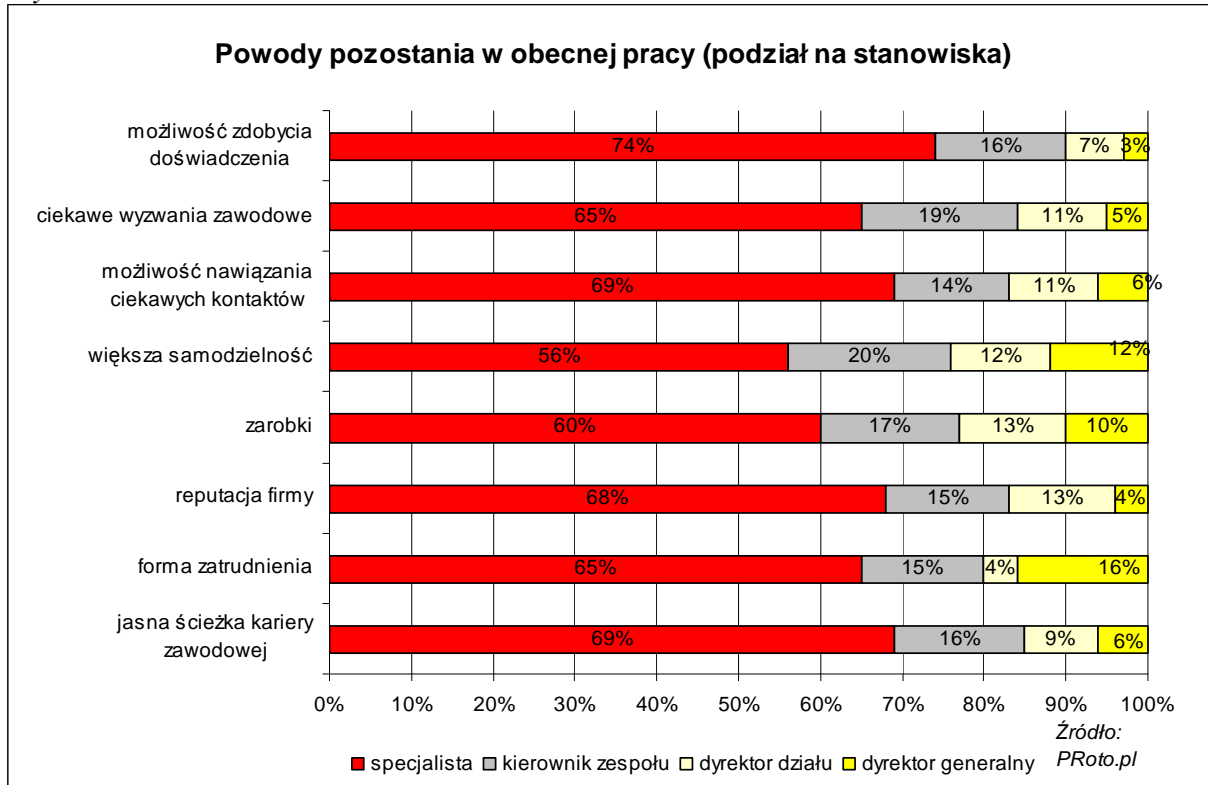


Osoby poniżej 30 roku życia najczęściej (71%) wskazywały na możliwość zdobycia doświadczenia jako powód pozostania w obecnej pracy. Dla nich także ważniejsza jest, niż dla ich starszych kolegów, jasna ścieżka kariery zawodowej
Dla osób powyżej 30 roku życia powodem pozostania jest najczęściej większa samodzielność.

Wykres 19.



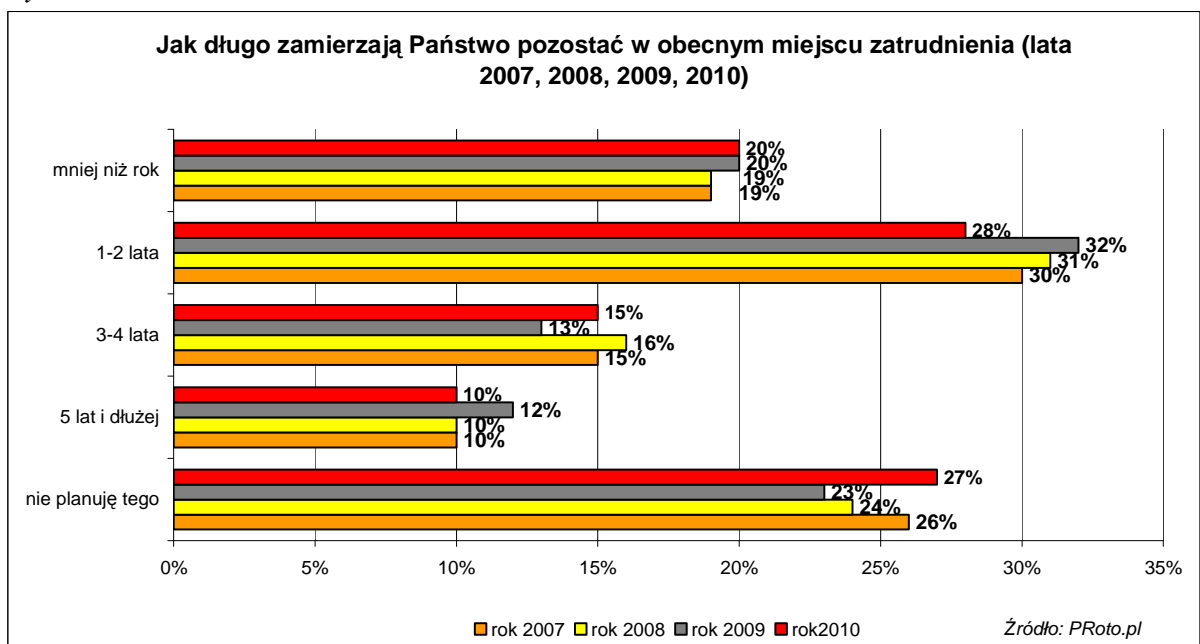
Wykres 20.



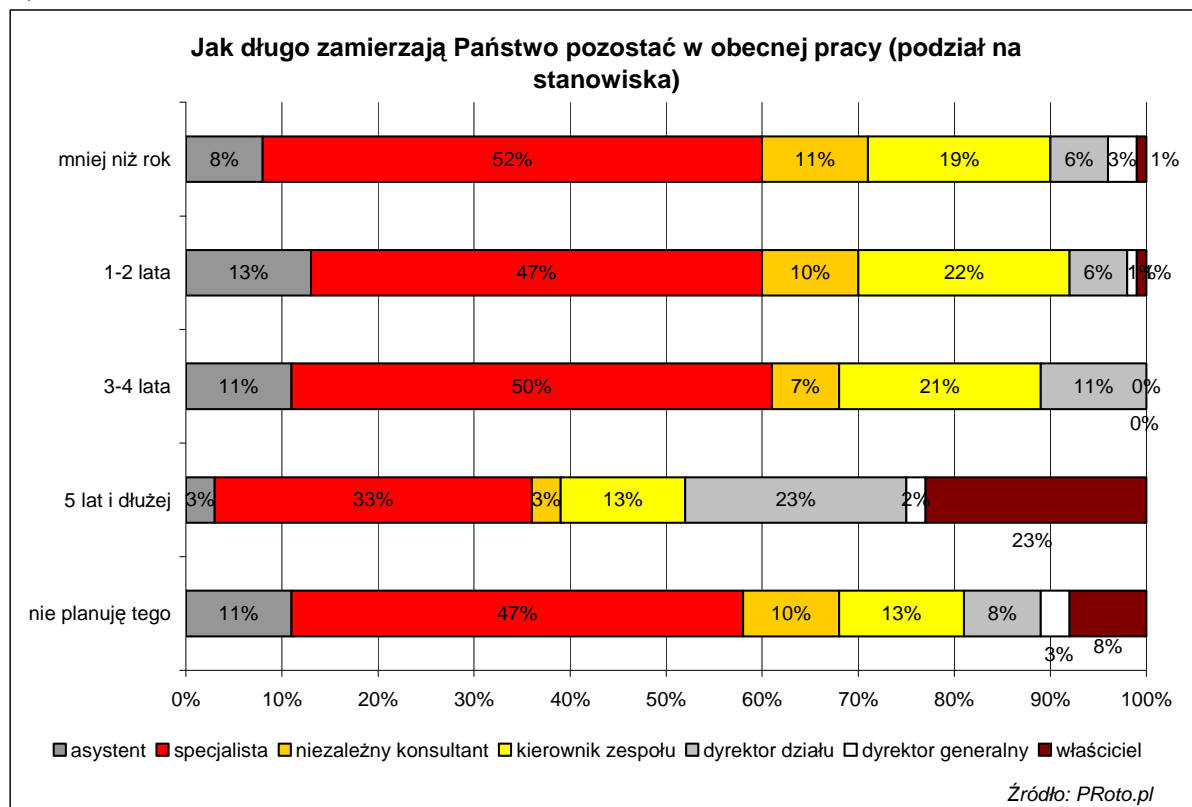
A może jednak wysłać CV?

48% respondentów zamierza pozostać w swoim obecnym miejscu zatrudnienia nie dłużej niż 2 lata (to mniej o 4% w porównaniu z zeszłym rokiem). Osób, które planują pozostać 5 lat i dłużej w firmie, w której obecnie pracują jest o 2% mniej, co w zeszłym roku. Aż 27% (więcej o 4 % r/r) nie robi w ogóle takich planów. Jednym słowem, PR-owcy są wierniejsi pracodawcom.

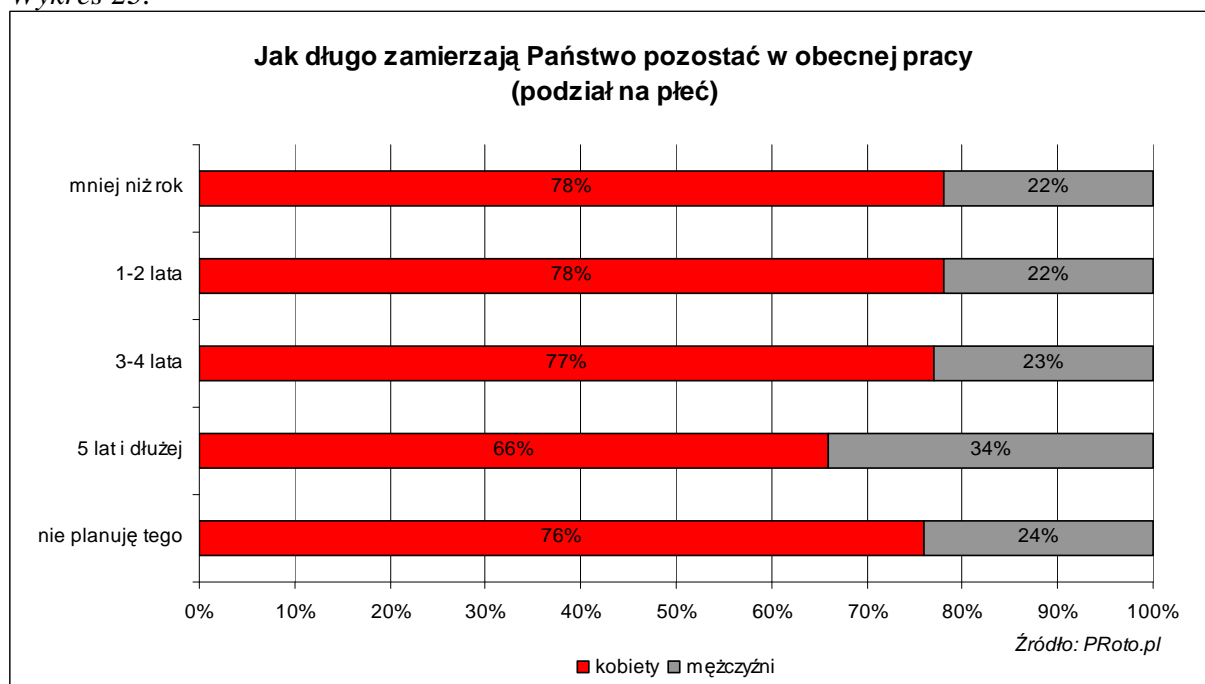
Wykres 21.



Wykres 22.

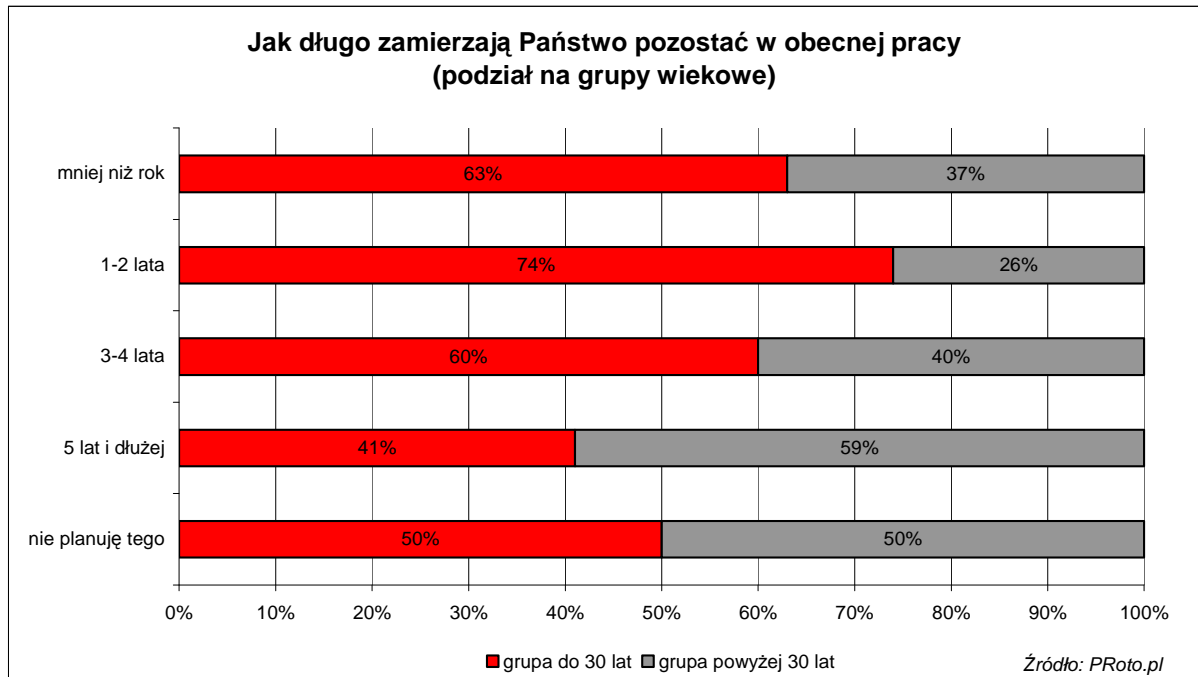


Wykres 23.



Respondenci z grupy wiekowej powyżej 30 roku życia częściej deklarują chęć pozostania w obecnym miejscu zatrudnienia ponad 5 lat.

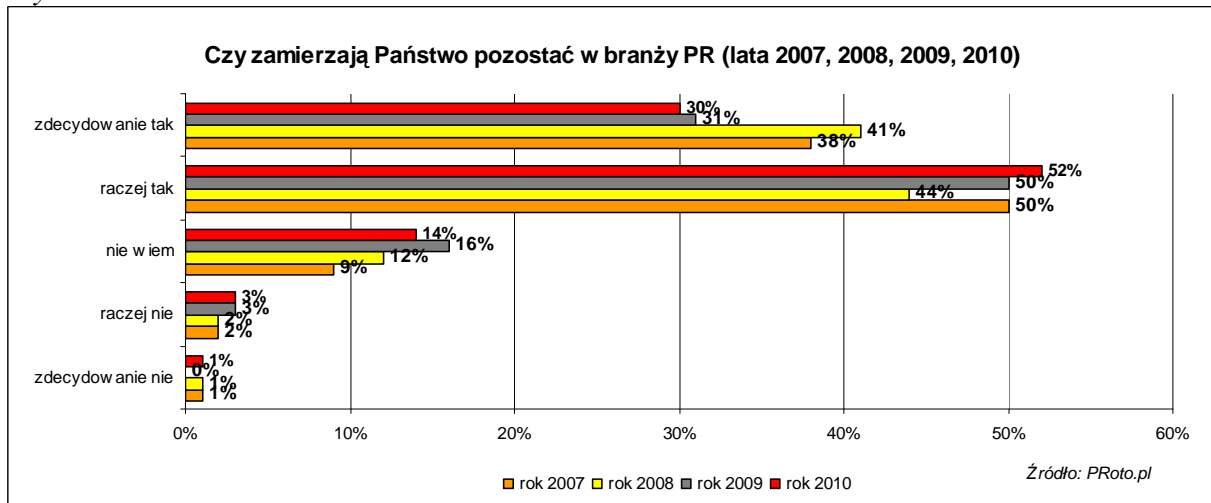
Wykres 24.



PR - czy to moja bajka?

Ponad 80% respondentów wiąże swoją przyszłość zawodową z branżą public relations. To wynik bardzo zbliżony do zeszłorocznego. Sprecyzowanych planów w tym względzie nie ma 14% osób biorących udział w badaniu.

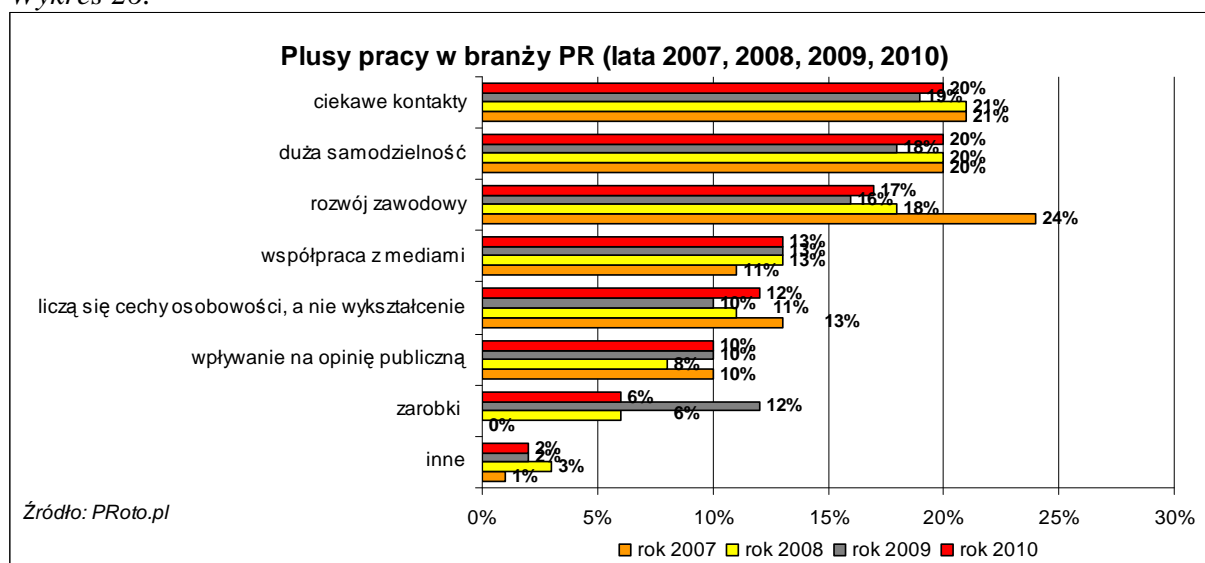
Wykres 25.



Plusy dodatnie i plusy ujemne

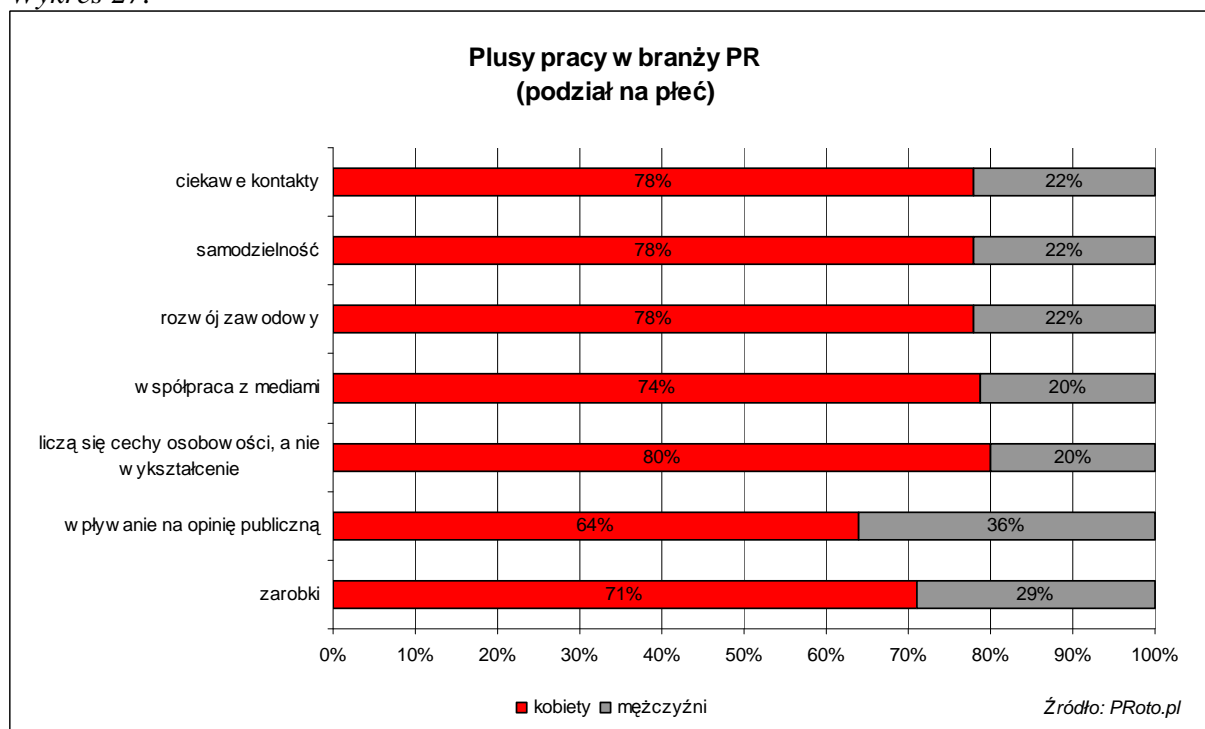
Możliwość nawiązania ciekawych kontaktów i duża samodzielność to wciąż najważniejsze zalety pracy w zawodzie PR-owca, ich znaczenie nieco wzrosło w porównaniu z poprzednim rokiem (odpowiednio o 1 i 2 proc). Zaledwie 6% respondentów zaznaczyło odpowiedź „zarobki” jako plusy pracy w branży. To o 6 punktów procentowych mniej niż rok temu. Być może to dowód na to, że PR-owcy liczyli na podwyżki po czasie kryzysowej odwilży, a płaca w zawodzie nie wzrosła, choć zadań nie ubyło.

Wykres 26.

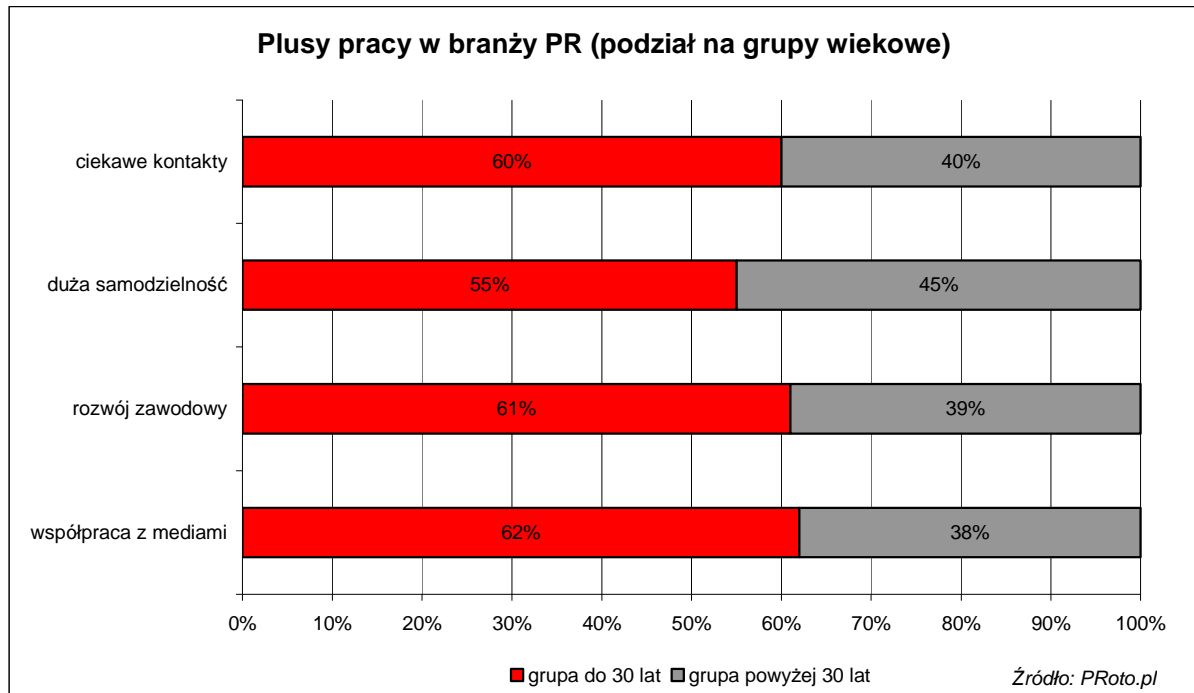


Respondenci – mężczyźni częściej jako plusy pracy w PR wskazują możliwość wpływania na opinię publiczną i zarobki. Dla kobiet częściej niż dla mężczyzn liczy się to, że o przynależności zawodowej decydują cechy osobowości, niekoniecznie wykształcenie; większe znaczenie mają dla nich także: ciekawe kontakty, które mogą nawiązać dzięki zawodowi, a także samodzielność i rozwój.

Wykres 27.



Wykres 28.



Dla osób powyżej 30 roku życia najbardziej liczy się duża samodzielność, podczas gdy dla ich młodszych kolegów po fachu (respondenci poniżej 30 roku życia) najważniejsza, wśród wymienianych zalet pracy, jest współpraca z mediami.

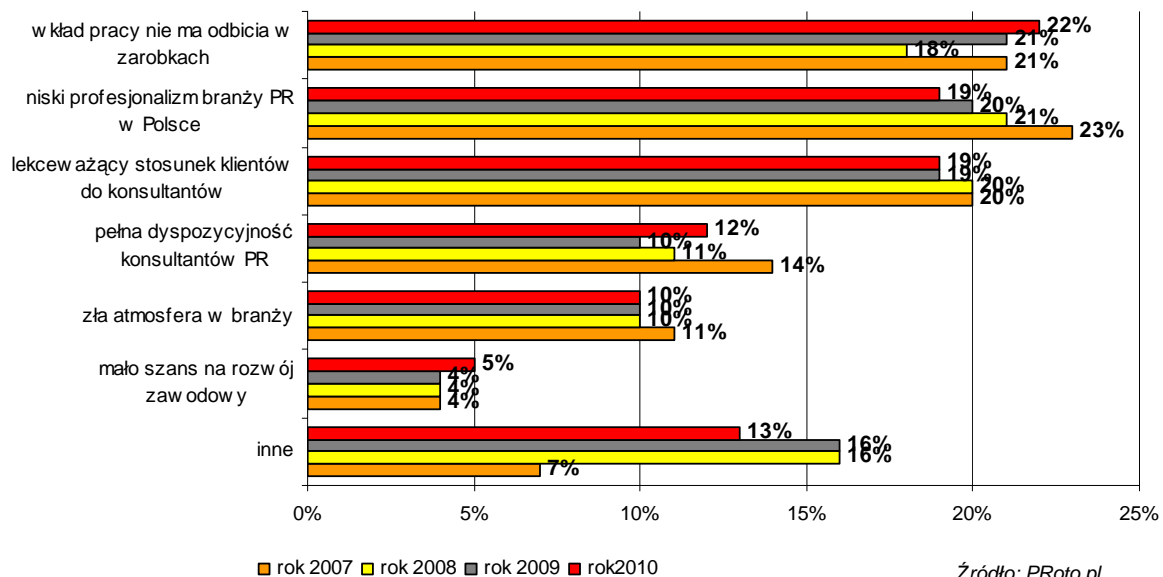
„Wkład w pracę nie ma odbicia w zarobkach” – tę odpowiedź najczęściej wskazywali respondenci zapytani o minusy pracy w branży - 22 proc. To o jeden proc. więcej niż rok temu, ale aż 4 proc. więcej niż w 2008.

Kolejnym najczęściej wymienianym minusem jest niski profesjonalizm branży (19 proc. wskazań). Czynniki te, choć jest w pierwszej trójce ciemnych stron pracy w PR, z roku na rok jest wybierany przez minimalnie mniejszą liczbę respondentów.

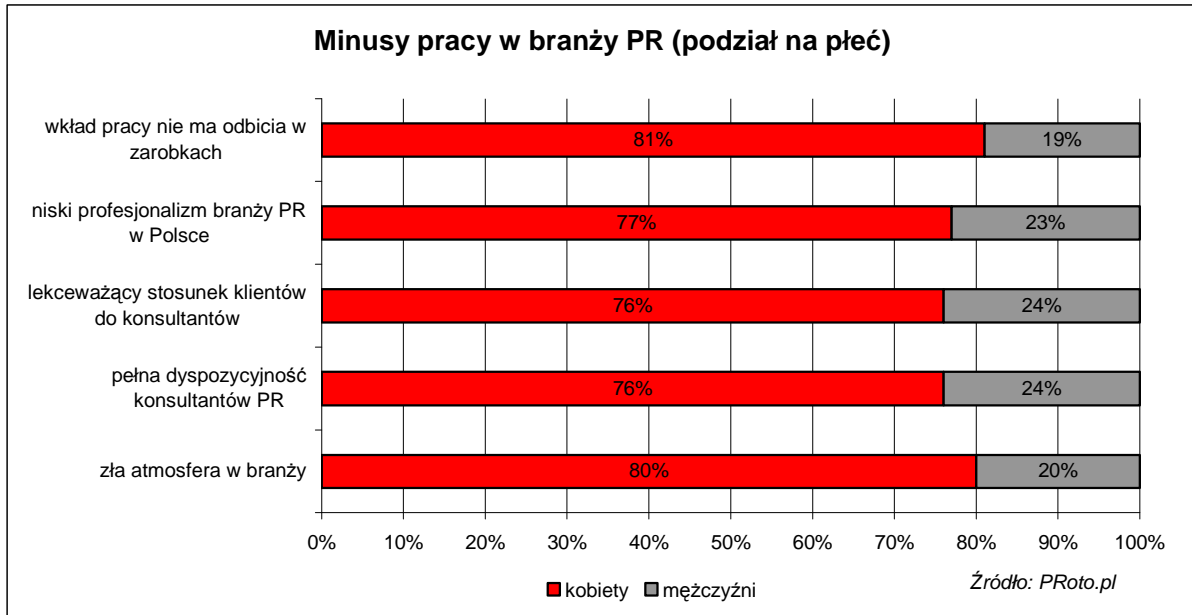
PR-owcy nie lubią też, gdy klienci ich lekceważą – to trzeci najczęściej wskazywany czynnik demotywujący.

Wykres 29.

Minusy pracy w branży PR (lata 2007, 2008, 2009, 2010)



Wykres 30.

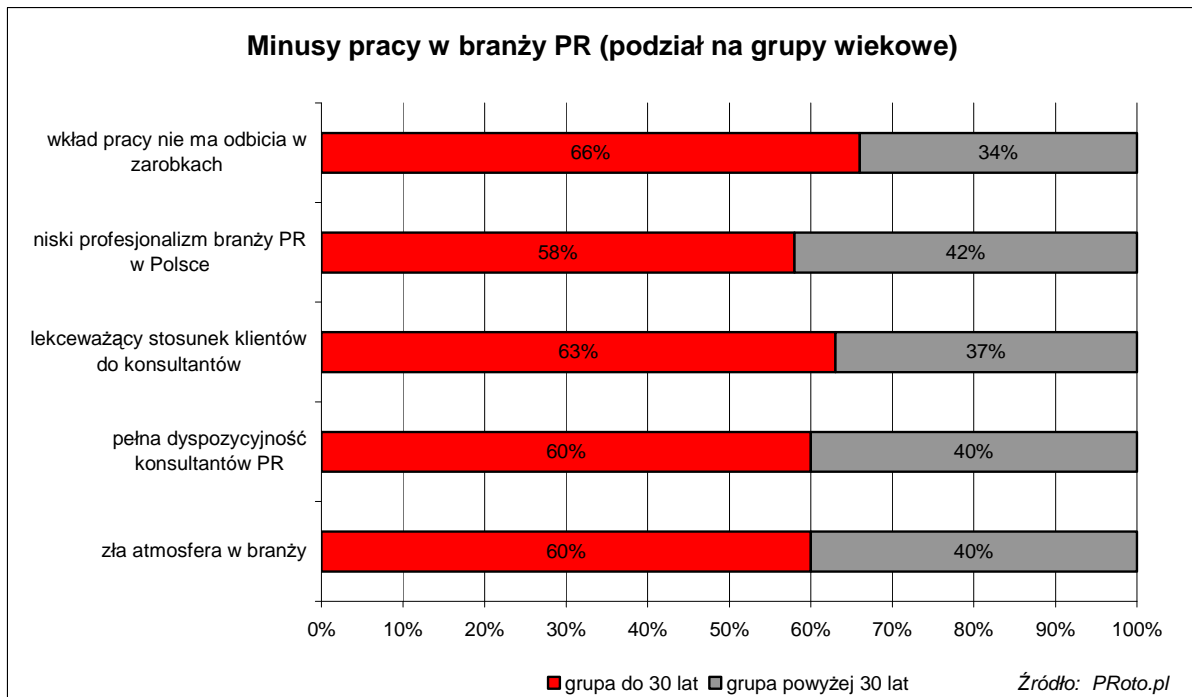


Dla kobiet, które wzięły udział w ankiecie największym problemem jest to, że wkład pracy nie ma odbicia w zarobkach, podczas gdy na ten mankament pracy w zawodzie PR-owca zwraca uwagę najmniejszy procent mężczyzn.

Czyżby byli także w tym sfeminizowanym zawodzie opłacani lepiej?

Respondentom poniżej 30 roku życia najbardziej doskwiera fakt, że wkład pracy nie ma odzwierciedlenia w zarobkach. Bardziej doświadczeni pracownicy najczęściej zauważają zaś niski profesjonalizm branży.

Wykres 31.



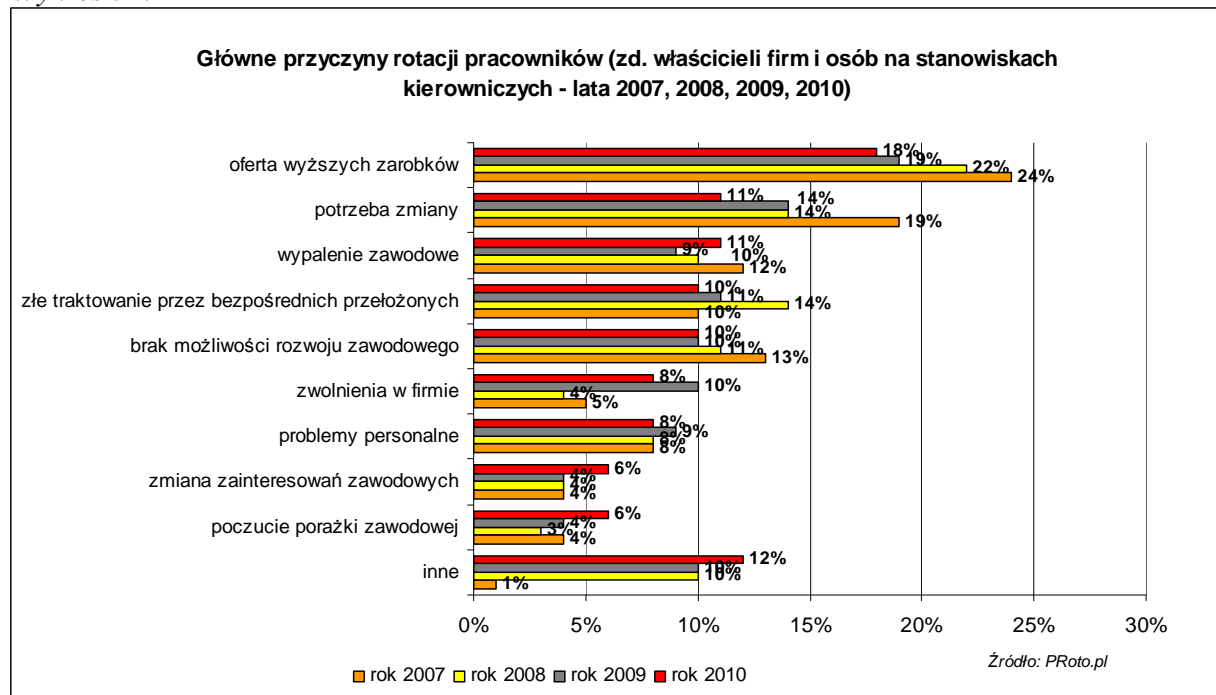
Pańskie oko konia tuczy

Lepsze zarobki i potrzeba zmiany to zdaniem szefów najczęstsze przyczyny rotacji pracowników. (odpowiednio 18 i 11 proc.) Ten ostatni czynnik szefowie wymieniali jednak w tym roku, w zestawieniu z ubiegłym, rzadziej (różnica 3 punktów procentowych), częściej wskazując na wypalenie zawodowe (również 11 proc.).

Po 10% respondentów przyznało, że powodem odejścia ich pracowników jest złe traktowanie przez bezpośrednich przełożonych i brak możliwości rozwoju.

W tym roku musiało być mniej zwolnień - tę odpowiedź, jako powód konieczności zmiany pracy, wskazało **2% mniej szefów**.

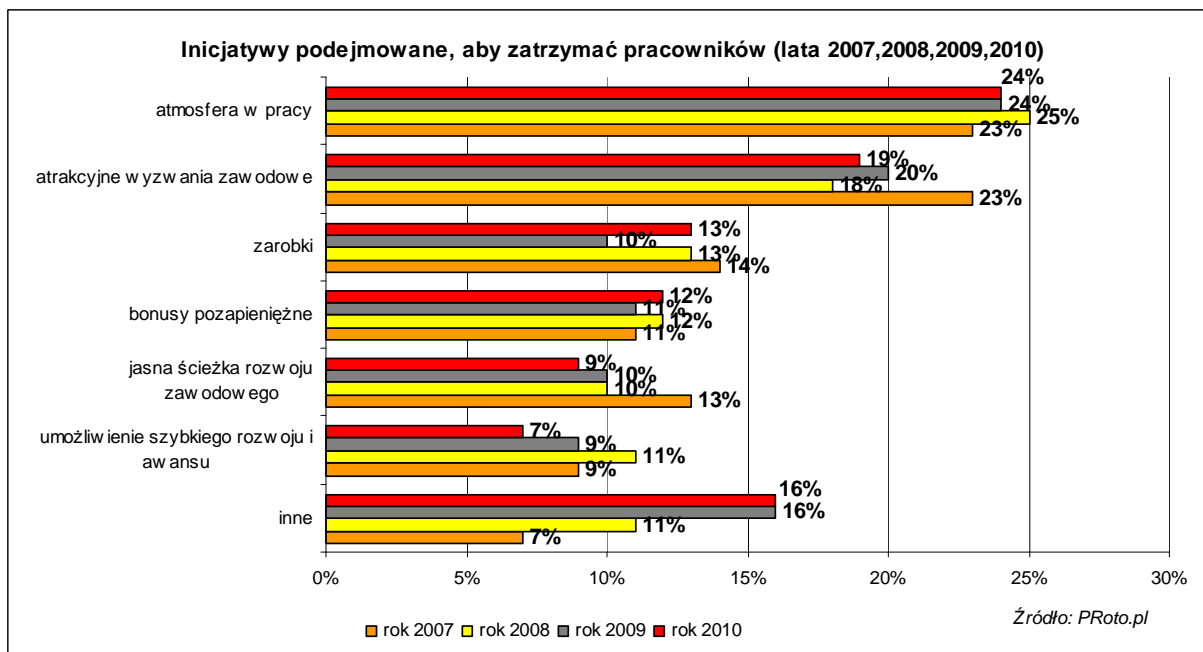
Wykres 32.



„Tworzenie dobrej atmosfery w pracy” w tym roku, podobnie jak w dwóch poprzednich, to główna inicjatywa podejmowana, aby zatrzymać pracowników. Atrakcyjne wyzwania zawodowe stara się stwarzać pracownikom 19% szefów – to drugi czynnik motywujący przez nich wymieniany.

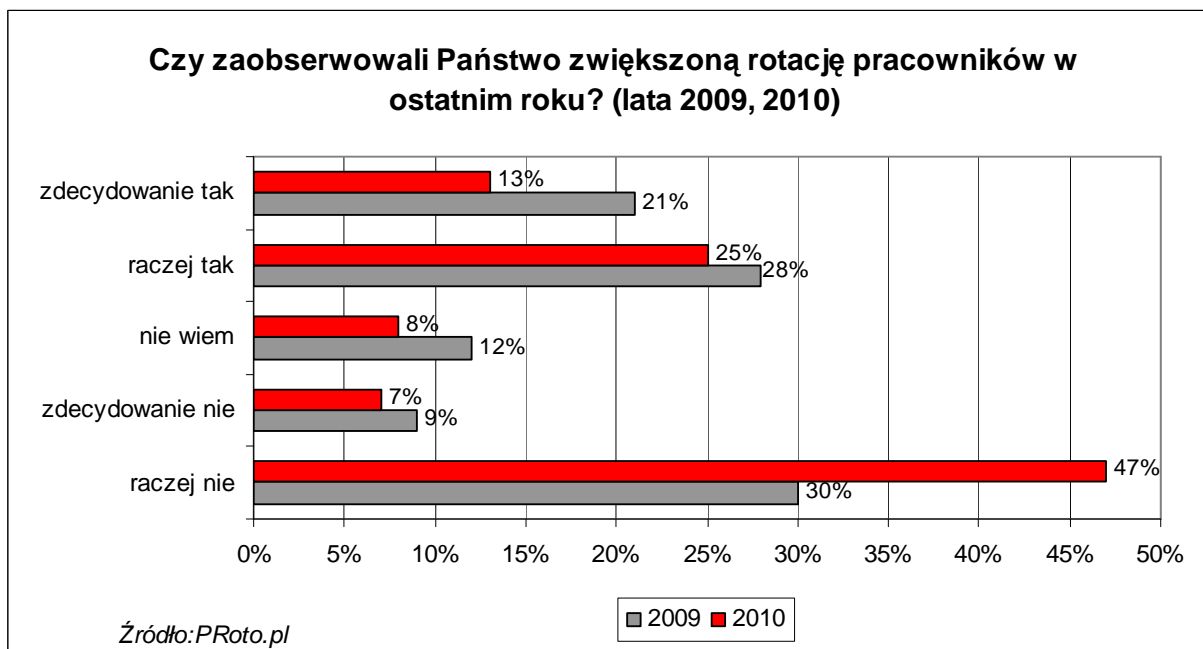
Kadra kierownicza, przekonana, że PR-owcy odchodzą z pracy dla lepszych pieniędzy, częściej motywuje ich właśnie wynagrodzeniem. Tę odpowiedź wskazało 13 proc. osób na stanowiskach kierowniczych – to o 3% więcej niż w zeszłym roku i tyle samo, co dwa lata temu, a więc przed kryzysem. Co ciekawe, choć szefowie deklarują, że podnoszą płacę, PR-owcy wciąż uważają, że wkład pracy odzwierciedlenia w zarobkach nie ma. (wyk. 29)

Wykres 33.



W tym roku pracodawcy zdecydowanie częściej niż w poprzednim nie zauważyli zwiększonej rotacji pracowników. **Odpowiedź „raczej nie” wskazało aż 17% więcej osób z kadry kierowniczej niż rok temu.** Ich spostrzeżenia potwierdzają także deklaracje PR-owców, którzy częściej chcą zostać u jednego pracodawcy dłużej niż 3 lata. (por. wyk. 21)

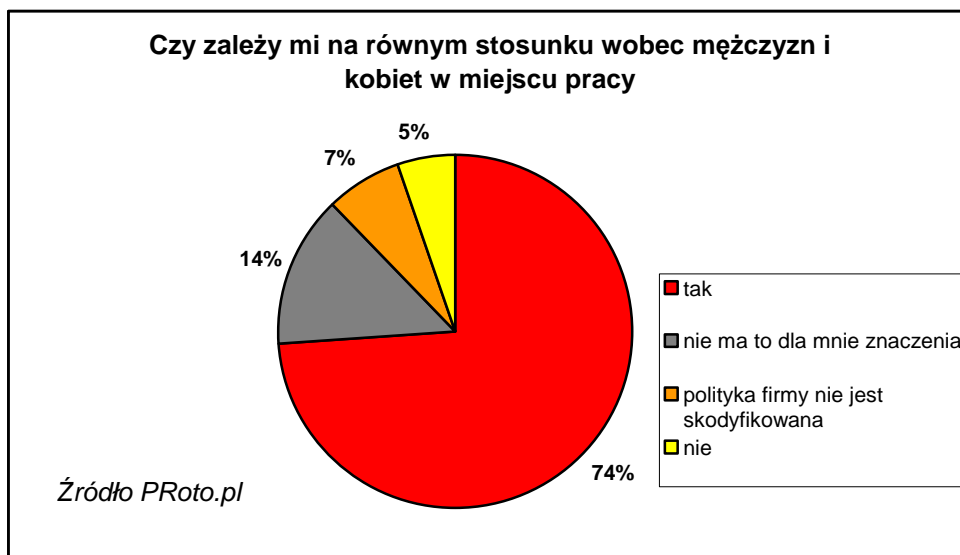
Wykres 34.



Równouprawnienie ze względu na płeć...

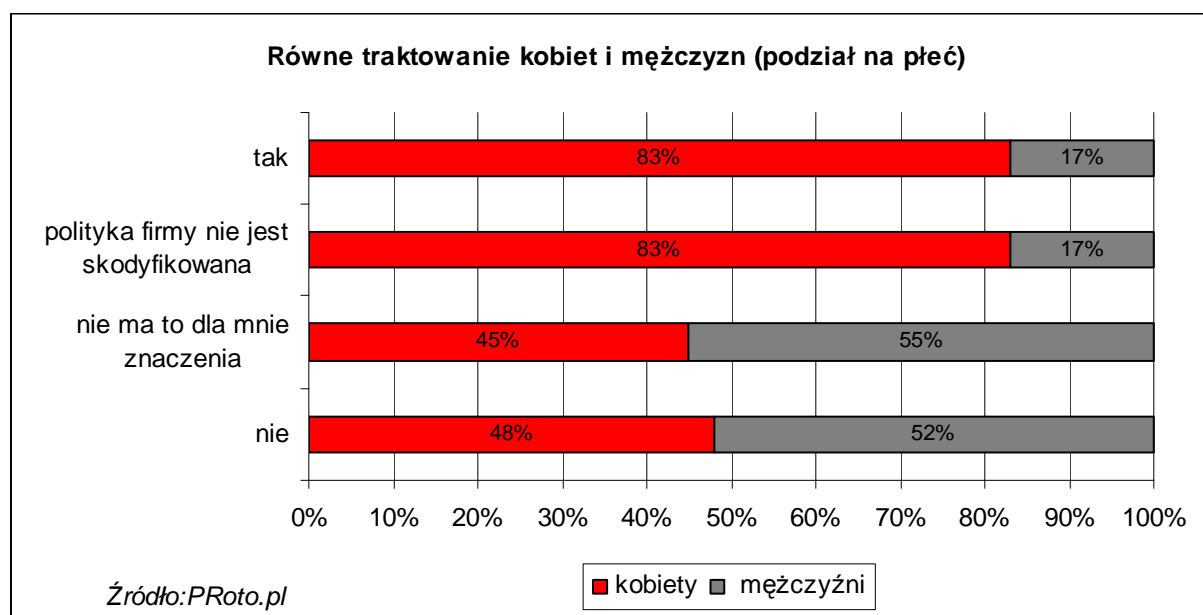
W 2010 roku po raz pierwszy spytaliśmy respondentów o to, czy liczy się dla nich równe traktowanie kobiet i mężczyzn w miejscu pracy. Co ciekawe, przeważająca większość (74%) odpowiedziała twierdząco na to pytanie. Były to jednak głównie kobiety.

Wykres 35.



To także głównie kobiety zauważały, że polityka firmy nie jest skodyfikowana w tym zakresie. Potwierdza to ich wrażliwość na kwestie równouprawnienia. Dla mężczyzn bowiem czynnik ten nie ma większego znaczenia (panowie taką odpowiedź wybierali najczęściej).

Wykres 35a



...i orientację seksualną

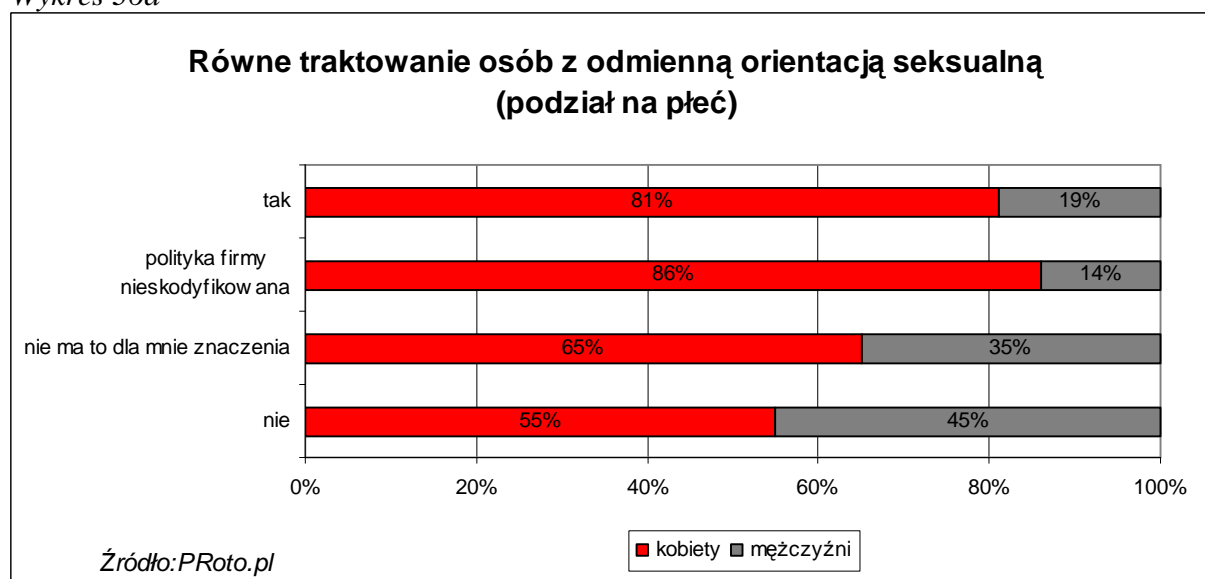
W tegorocznej edycji badania po raz pierwszy pytamy także, czy równe traktowanie osób o odmiennej orientacji seksualnej ma znaczenie w miejscu pracy. I w tym wypadku okazuje się, że PR-owcy w większość zaznaczali odpowiedź twierdzącą (62 proc.). Był to jednak niższy odsetek niż przy pytaniu o równouprawnienie ze względu na płeć.

Wykres 36



I tym razem kobiety częściej wskazywały odpowiedź twierdzącą. Równe traktowanie osób z odmienną orientacją seksualną jest ważne dla 81 proc. respondentek.

Wykres 36a



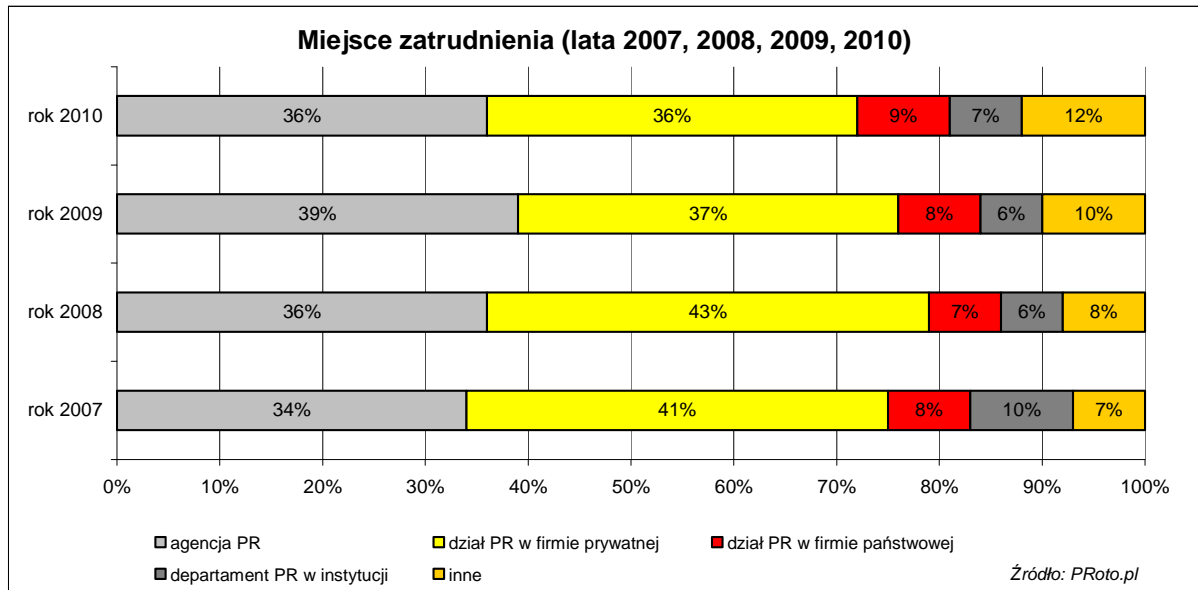
W badaniu udział wzięli

W tegorocznej edycji badania wzięło udział 623 respondentów. 36% z nich jest zatrudnionych w agencjach PR, a 36% - w działach PR firm prywatnych. 9% ankietowanych, to pracownicy działów PR firm państwowych, a 7% - departamentów PR w instytucjach.

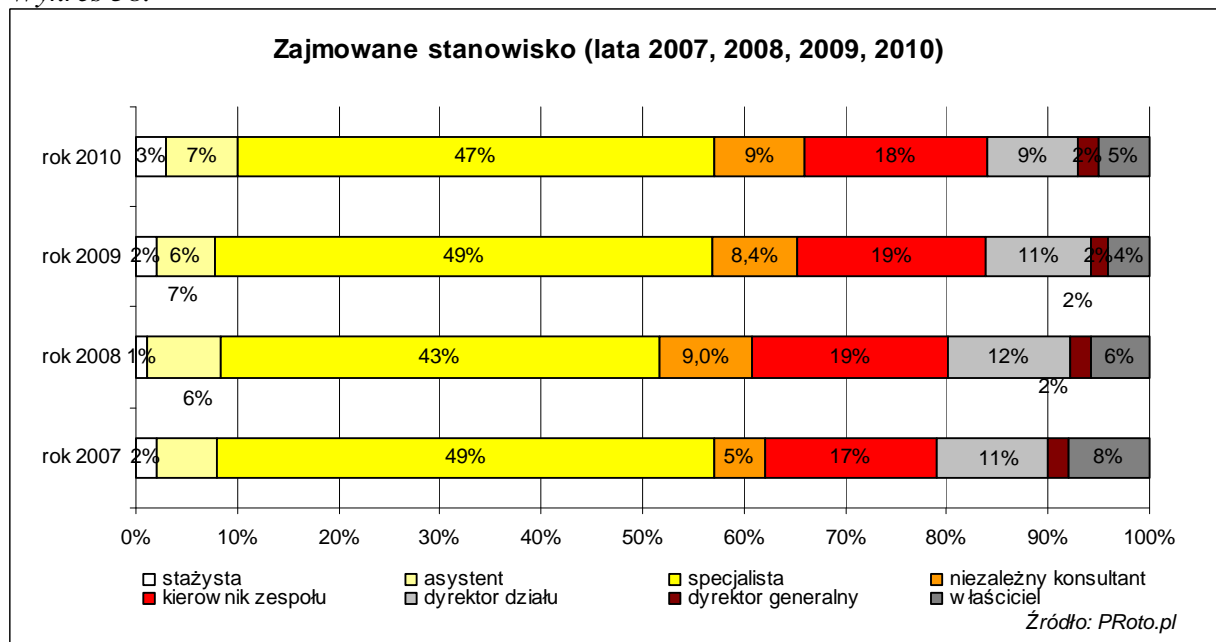
Zdecydowana większość respondentów jest związana z województwem mazowieckim. Najliczniej reprezentowana grupa wiekowa znajduje się w przedziale od 22 do 30 roku życia (60%).

47% spośród respondentów zajmuje stanowiska specjalistów, 18% - kierowników zespołu, 9% - dyrektorów działu, tyle samo - to niezależni konsultanci. Wśród biorących udział w badaniu znalazło się też 5% właścicieli firm.

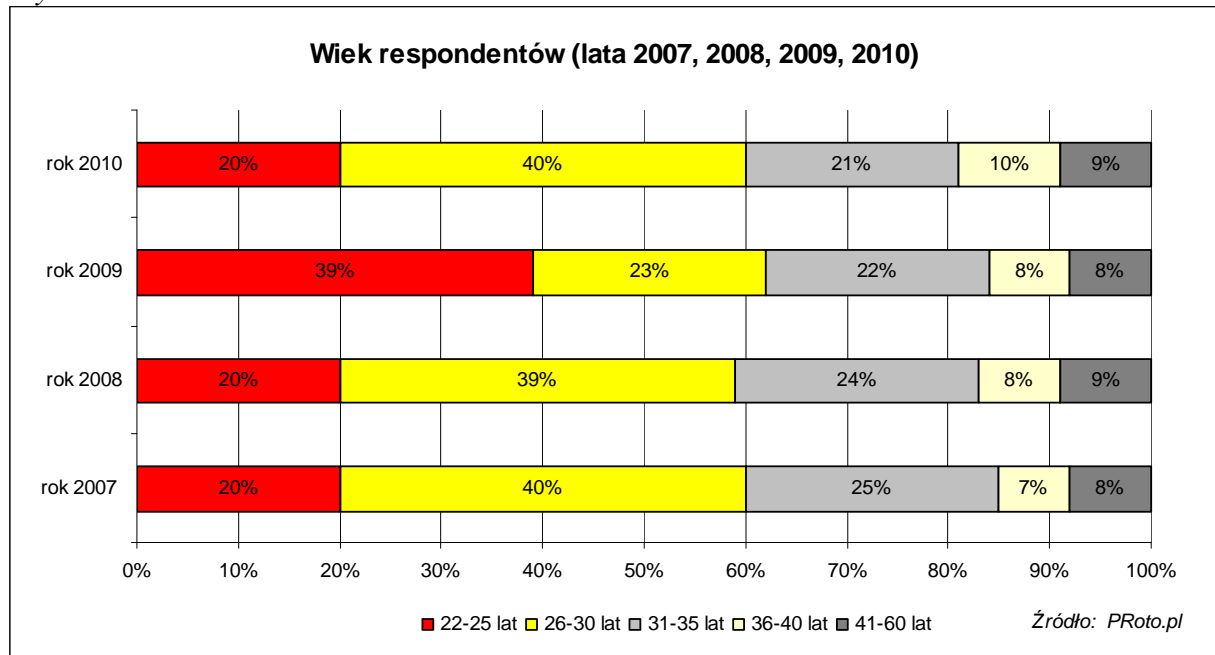
Wykres 37



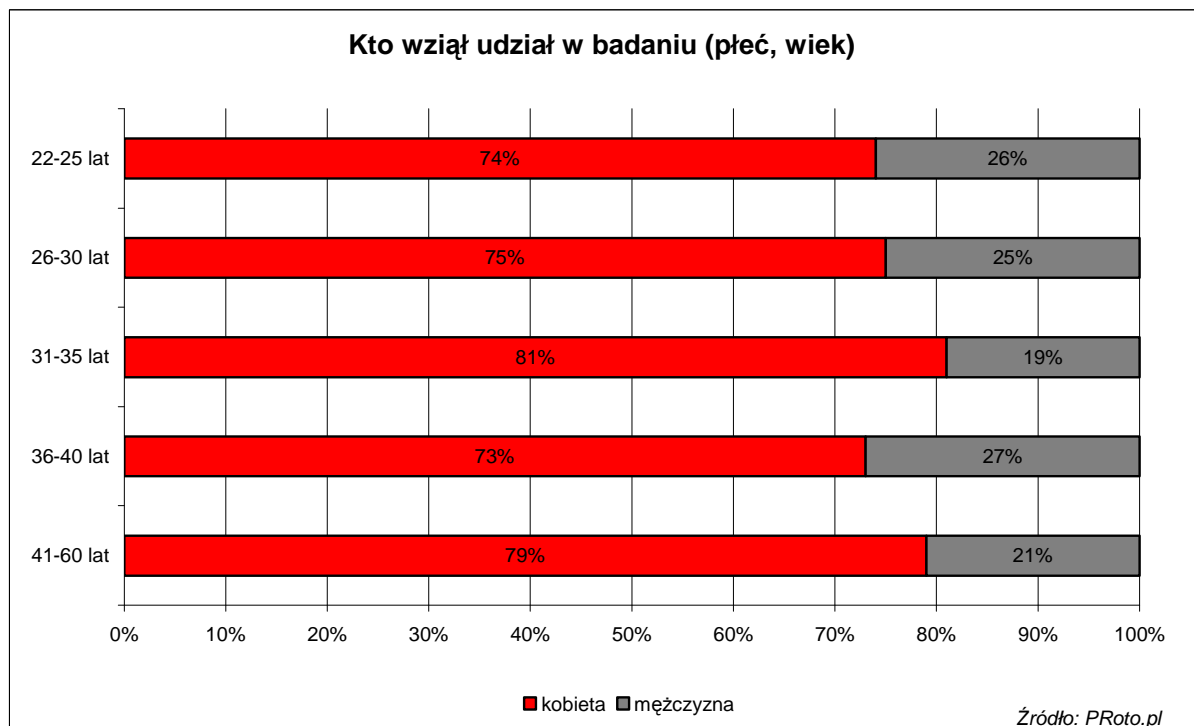
Wykres 38.



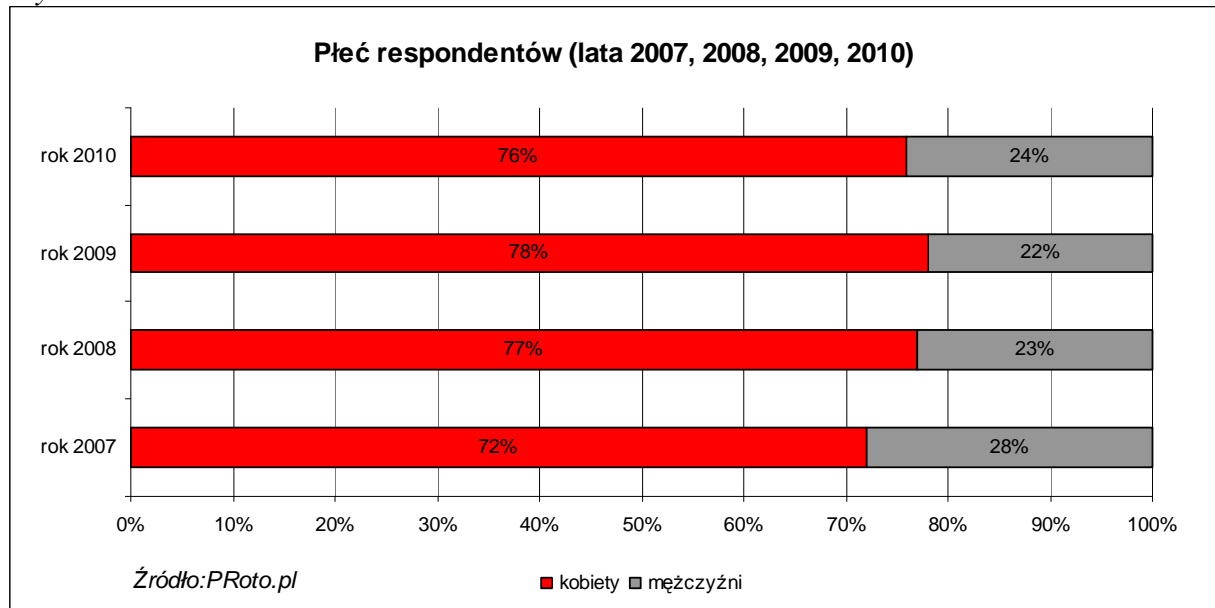
Wykres 39



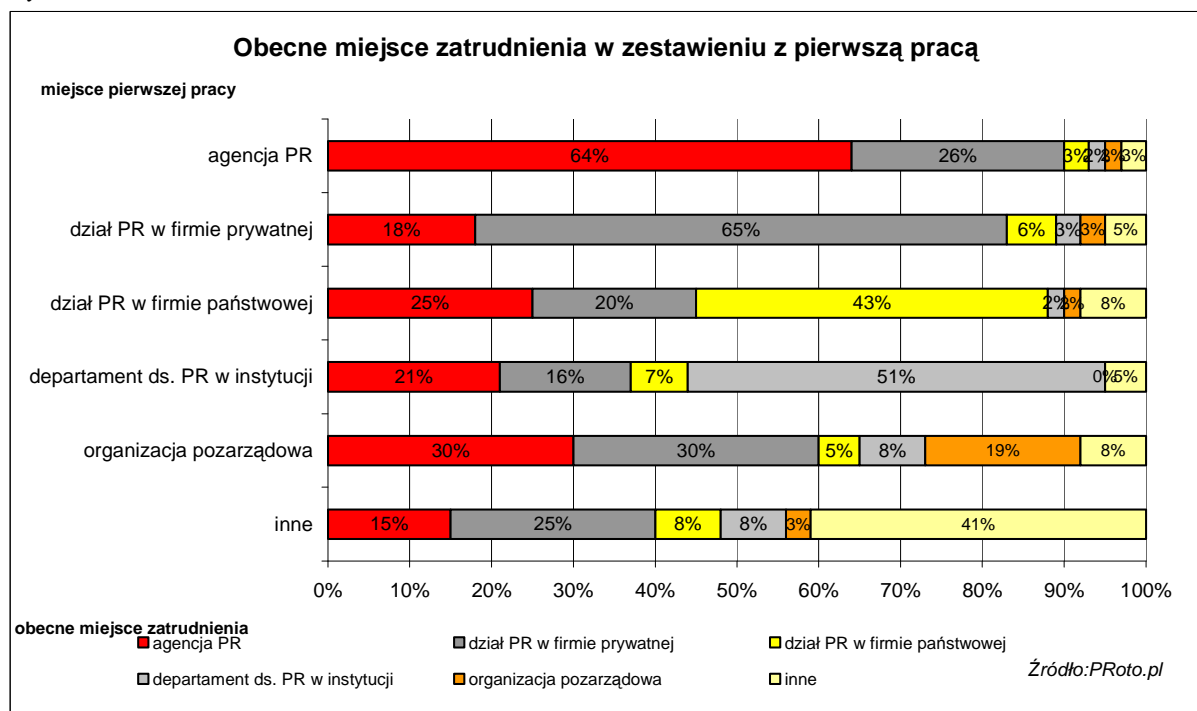
Wykres 40



Wykres 41



Wykres 42



Wykres 43

