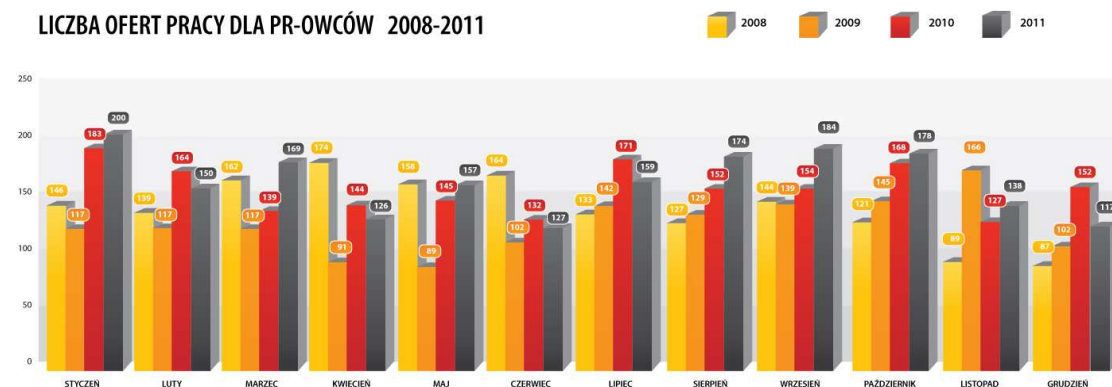


Agencje i firmy zapominają o kryzysie – jeszcze więcej ofert w 2011 roku

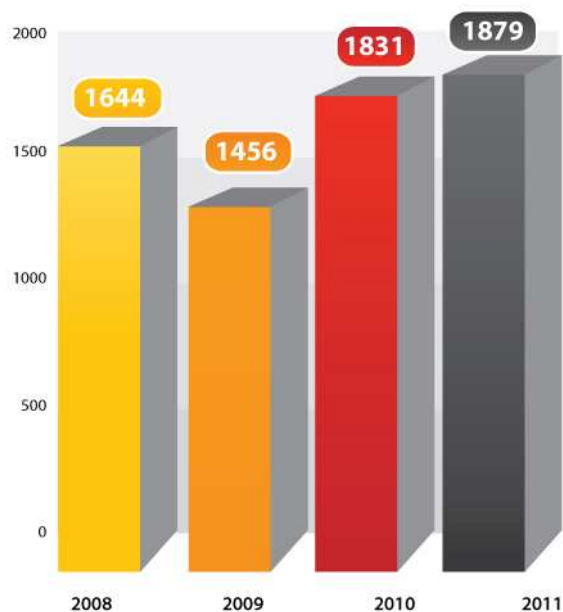
Wiosna i lato dla praktykantów, jesień dla specjalistów – tak w skrócie wyglądał rok 2011 dla PR-owców. Ogólnie klimat w branży PR uległ poprawie, o czym świadczy rekordowa liczba ogłoszeń w ubiegłym roku. Ze źródeł ofert zniknęła prasa, a agencje i firmy coraz rzadziej korzystają przy rekrutacji z pomocy pośredników.

Pod względem liczby ogłoszeń ubiegły rok był rekordowy – od pierwszego rocznego raportu w 2007 roku nie odnotowaliśmy tylu ogłoszeń. Po załamaniu w 2009 roku kolejne raporty roczne PRoTo.pl uwzględniały coraz więcej ofert. W 2011 roku było ich 1879, czyli o 48 ofert więcej niż w 2010 roku i aż o 423 więcej niż w kryzysowym 2009.



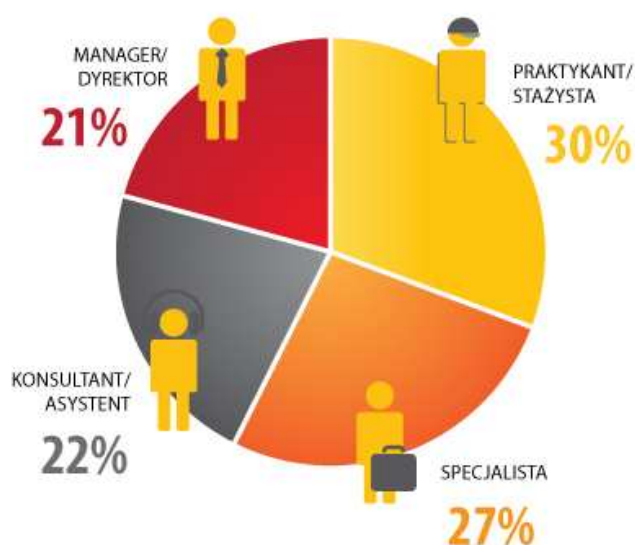
Najlepszym sezonem na poszukiwanie pracy w ubiegłym roku był początek roku – w styczniu na kandydatów czekało 200 ofert (zwłaszcza za sprawą dużego popytu na praktykantów i specjalistów) oraz początek jesieni – we wrześniu były 184 ogłoszenia. W 2010 roku najlepszym miesiącem dla PR-owców poszukujących pracy był styczeń i lipiec.

PORÓWNANIE ROCZNEJ LICZBY OFERT



W 2011 roku pracę najłatwiej było znaleźć osobom aplikującym na praktyki i staże. Drugą najbardziej pożądaną przez pracodawców grupą byli specjaliści, mimo, że w porównaniu do 2010 roku liczba ofert na tego typu stanowiska spadła z 647 do 502 ogłoszeń. Praktykanci najczęściej poszukiwani byli w styczniu, na wiosnę (od marca do maja) i w lecie (w okresie sierpień – wrzesień). Jesień należała natomiast do specjalistów – ogłoszenia na takie stanowiska pojawiały się najczęściej od października do grudnia, a także w lutym oraz czerwcu.

PROFIL STANOWISKA 2011



PROFIL STANOWISKA 2010

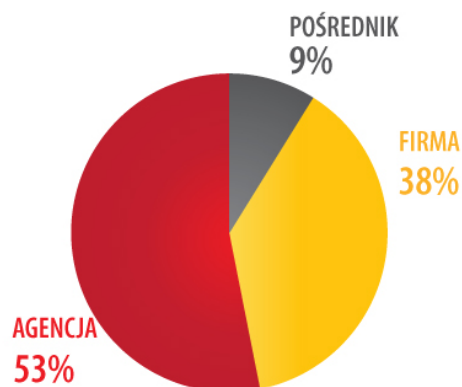


PROFIL STANOWISKA - PORÓWNIANIE 2008, 2009, 2010, 2011

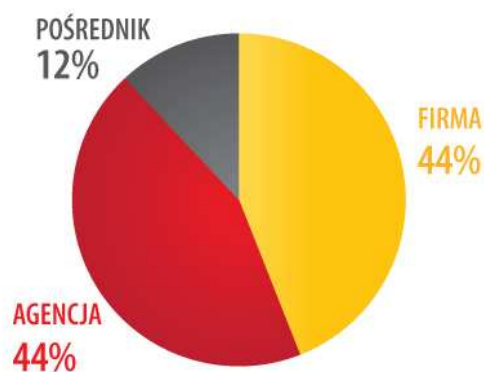


Firmy i agencje coraz rzadziej przeprowadzają rekrutację przy pomocy pośredników. W 2008 roku zamieścili oni 247 ofert, w kolejnych latach liczba ta stopniowo się zmniejszała. W 2011 od pośredników pochodziło już tylko 166 ofert. W porównaniu do 2010 roku zmniejszyła się także liczba ofert zamieszczanych przez firmy (z 818 do 715 ogłoszeń). Zwiększyła się natomiast aktywność agencji, których ogłoszenia stanowiły 44 proc. wszystkich ofert opublikowanych w 2010 roku. W 2011 ten odsetek wzrósł do 53 proc.

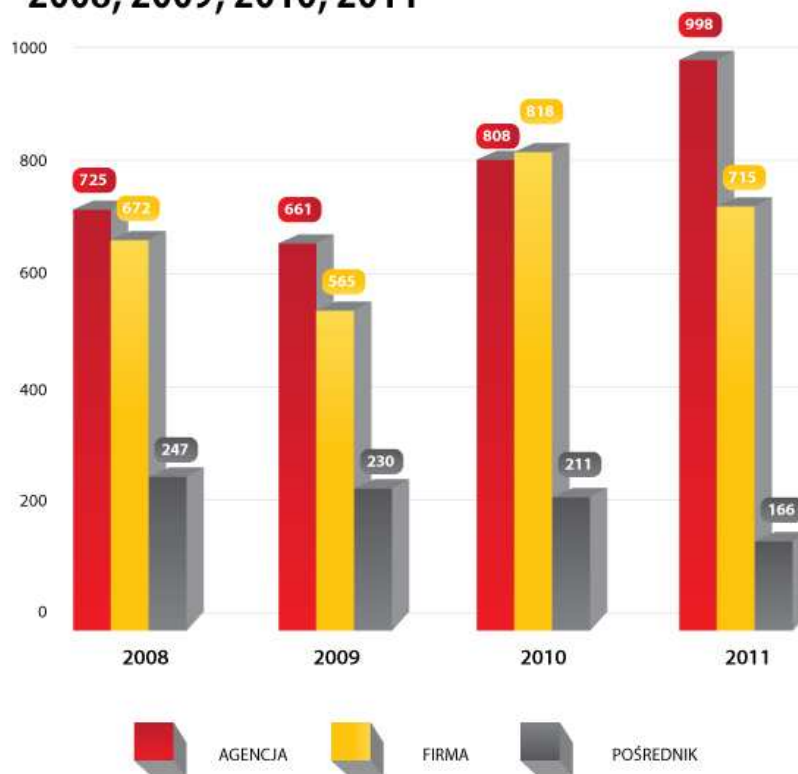
INSTYTUCJA ZAMIESZCZAJĄCA OGŁOSZENIE 2011



INSTYTUCJA ZAMIESZCZAJĄCA OGŁOSZENIE 2010

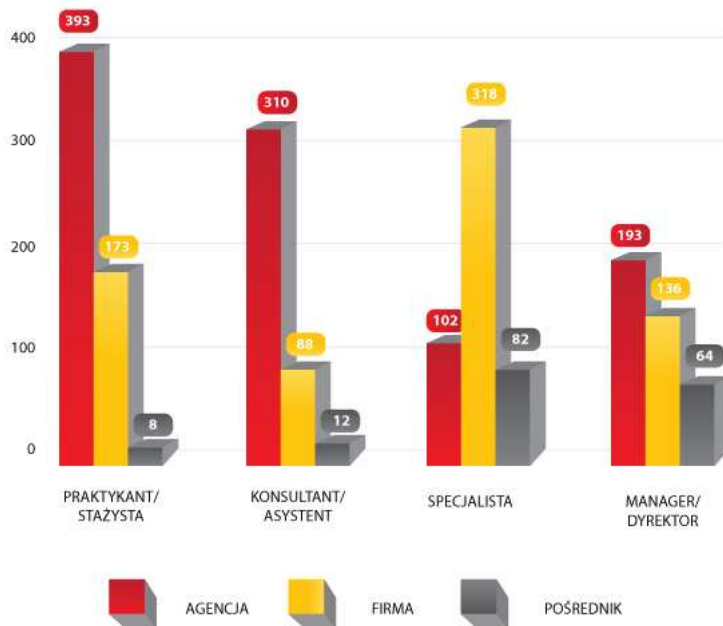


INSTYTUCJE - PORÓWNANIE 2008, 2009, 2010, 2011



Zamieszczanie ogłoszeń dla praktykantów i stażystów jest domeną agencji. Specjalistów poszukują najczęściej firmy. Ta prawidłowość wystąpiła zarówno w 2010, jak i w 2011 roku. W ubiegłym roku 39 proc. ofert agencji dotyczyło praktyk i staży. Ogłoszenia dla specjalistów stanowiły natomiast 44 proc. wszystkich ofert opublikowanych w 2011 roku przez firmy.

KTO KOGO SZUKA PROFIL STANOWISKA A INSTYTUCJA ZAMIESZCZAJĄCA OGŁOSZENIE



Za sprawą agencji i firm mieszczących się w Warszawie, w ubiegłym roku najwięcej ofert pochodziło z województwa mazowieckiego. Tak samo, jak w 2010 roku, poza Mazowszem najwięcej miejsc pracy czekało na Dolnym Śląsku oraz w Małopolsce, mimo że w porównaniu do 2010 roku pojawiło się tam o 39 ofert mniej. Najmniej pracy dla PR-owców było we wschodnich województwach oraz zachodniopomorskim i lubuskim.

MIEJSCA OFEROWANEJ PRACY W 2011 r. – WOJEWÓDZTWO



GŁÓWNE WOJEWÓDZTWA, W KTÓRYCH MOŻNA BYŁO ZNALEŹĆ ZATRUDNIENIE - PORÓWNANIE 2010/2011



Wśród najczęściej wymaganych przez pracodawców języków w 2011 roku królował angielski oraz niemiecki. Wzmianka o angielskim pojawiła się w 1323 ogłoszeniach (jako język preferowany lub jako język dodatkowy) czyli w 70 proc. wszystkich ofert z zeszłego roku. Mimo powszechnie wymaganej znajomości języków obcych, w 2011 roku odnotowaliśmy także 7 ogłoszeń w których pracodawcy przyznali, że nie oczekują znajomości jakiegokolwiek języka obcego.

NAJCZĘŚCIEJ WYMAGANE JĘZYKI W 2011 r.



1184

ANGIELSKI



522

NIE PODANO



60

ANGIELSKI
I/LUB NIEMIECKI



43

ANGIELSKI,
DRUGI JĘZYK ATUTEM

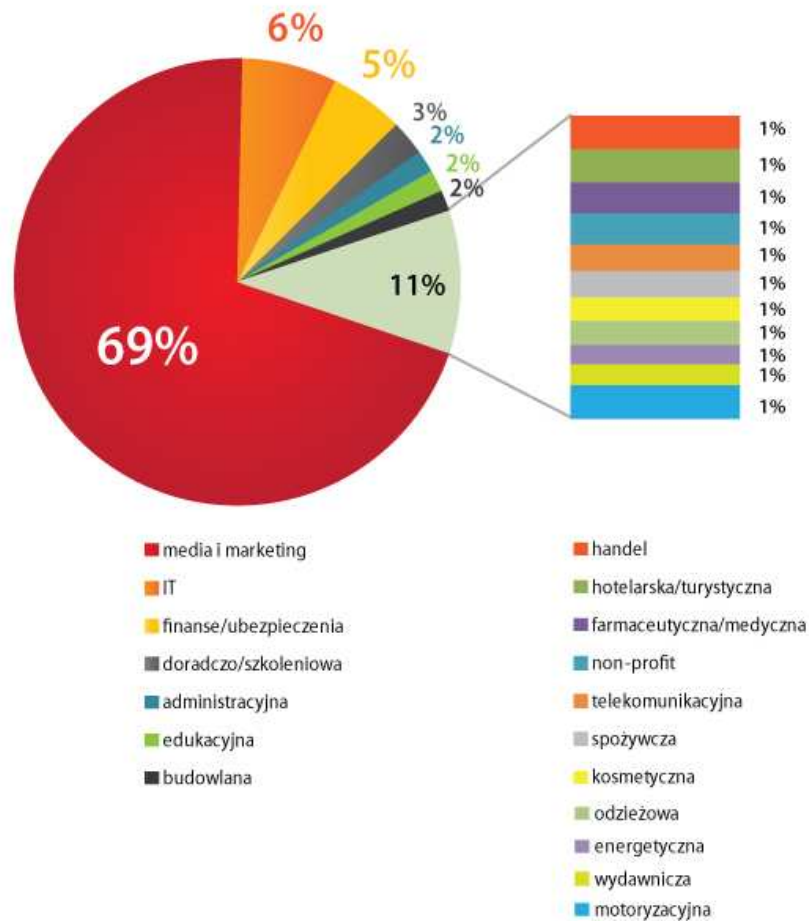


13

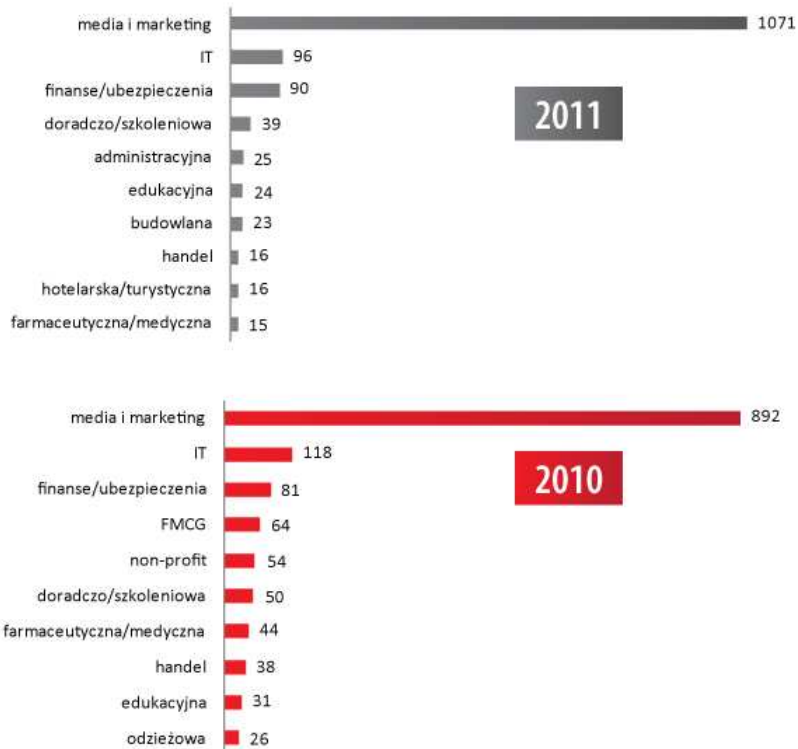
ANGIELSKI
I/LUB INNE

W 2011 roku najwięcej ogłoszeń pochodziło z branży medialno-marketingowej, do której zaliczyliśmy również agencje PR. Z zestawienia 10 branż najczęściej poszukujących PR-owców w 2011 roku zniknęły branże FMCG, non-profit oraz odzieżowa. Zastąpiły je branże administracyjna, budowlana i hotelarsko-turystyczna. Pierwsza trójka pozostała bez zmian – zarówno w 2010, jak i w 2011 roku najwięcej ogłoszeń, poza branżą medialno-marketingową, pochodziło z branży IT oraz finansowo-ubezpieczeniowej.

BRANŻE, W KTÓRYCH NAJCZĘŚCIEJ OFEROWANO ZATRUDNIENIE

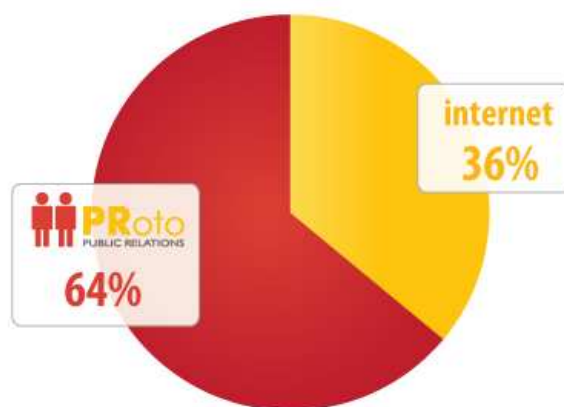


NAJBARDZIEJ POPULARNE BRANŻE W 2010 i 2011 ROKU

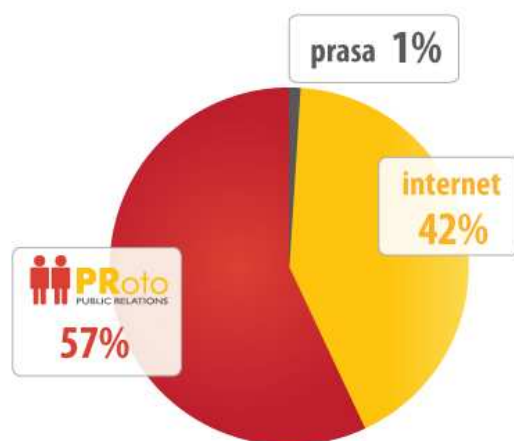


W 2011 roku ze źródeł ogłoszeń zniknęła prasa. Już w 2010 roku drukowane ogłoszenia stanowiły jedynie 1 proc. wszystkich ofert. Wzrosła natomiast przewaga PRoto.pl nad innymi źródłami internetowymi. Z naszego serwisu pochodziło w zeszłym roku 64 proc. wszystkich ogłoszeń dla PR-owców. Do pozostałych popularnych źródeł zaliczyć można portale pracuj.pl i portal infopraca.pl.

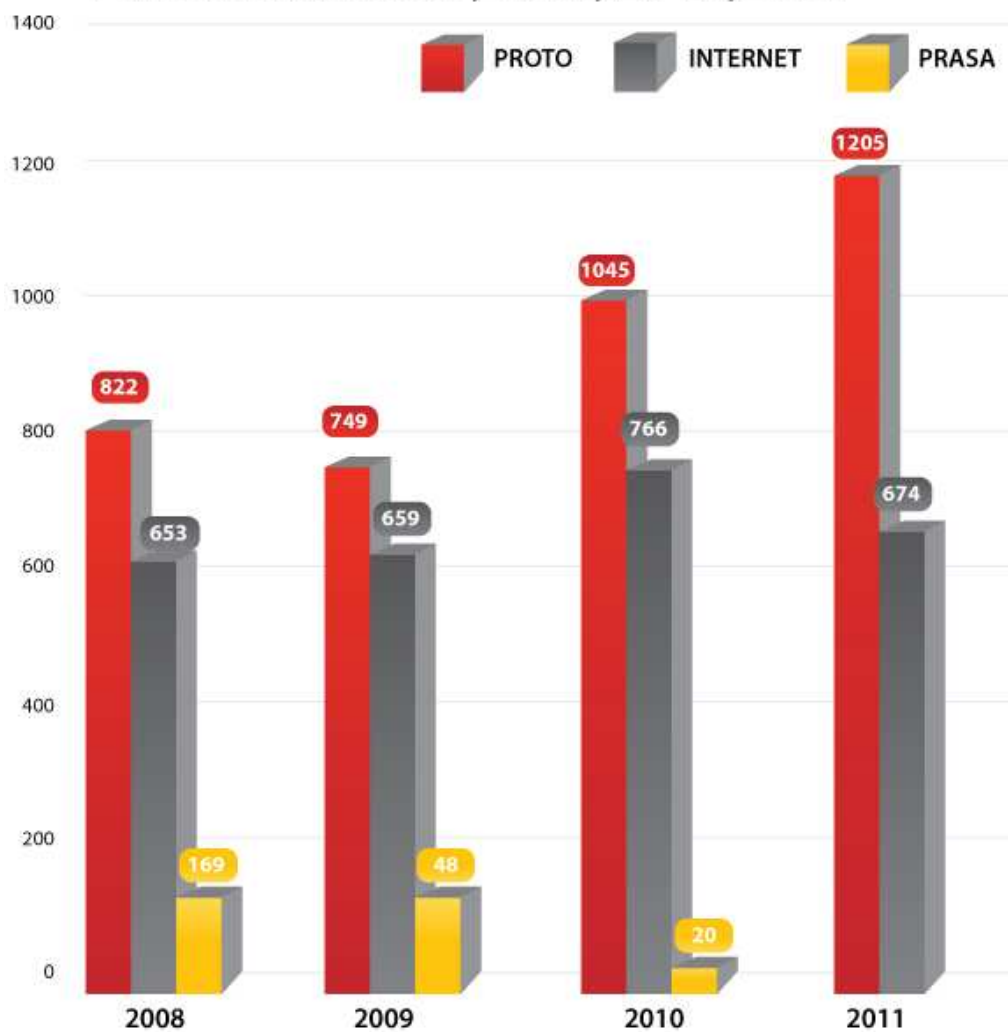
ŹRÓDŁA OFERT W 2011 r.



ŹRÓDŁA OFERT W 2010 r.



ŹRÓDŁO OFERT - PORÓWNANIE 2008, 2009, 2010, 2011



NAJPOPULARNIEJSZE ŹRÓDŁA OFERT



Komentarz Kingi Kubiak, Dyrektor Wydawniczej PRoto.pl



Branża, która opiera się na know-how praktykantów nie może się rozwijać, a jej przedstawiciele nie mogą cieszyć się szacunkiem ani w mediach, ani w oczach opinii publicznej. A tak niestety wyglądała sytuacja branży PR w roku ubiegłym, w którym w public relations poszukiwano przede wszystkim praktykantów i stażystów. Można się cieszyć z dużej liczby ofert, z tego, że w ostatnich miesiącach roku nie było widocznego w radykalnie zmniejszonej liczbie ofert załamania, jak przed kryzysowym 2009. Można się cieszyć, że w kryzysowych czasach zapotrzebowanie na PR-owców nie maleje, a także rozpowszechnia się także w innych poza mazowieckim województwach. Nie można jednak zapominać o tym, że właśnie w trudnym 2009 roku w branży najchętniej poszukiwano specjalistów i managerów, bo – najwidoczniej – wierzono w to, że to właśnie oni będą wiedzieli, jak skutecznie pracować nad wizerunkiem firm i budować relacje z otoczeniem.

Metodologia badania

Analiza ogłoszeń o pracę obejmuje publikacje z polskimi ofertami pracy w branży PR na różnych stanowiskach.

Ogłoszenia pochodzą z:

- źródła własnego – ogłoszenia bezpośrednio przysłane do Redakcji PRoto,
- stron internetowych zawierających ogłoszenia o pracę:
 - www.pracuj.pl
 - www.hrk.pl
 - www.aaaby.pl
 - www.praca.gratka.pl
 - www.praca.onet.pl
 - www.infopraca.pl
 - www.jobsales.pl
 - www.jobexpress.pl
 - www.jobfinder.pl
 - www.wakaty.com.pl

- www.topjobs.pl
- www.jobs.pl
- www.bigram.pl
- www.grafton.pl
- www.jobaid.pl
- www.goldenline.pl
- www.poznan.pajeczyna.pl
- www.csinfo.org
- www.grapevinejobs.pl
- www.ibroker.pl
- www.gazetapraca.pl
- www.pracownik24.pl
- www.praca.pl
- www.jobmatch.pl
- www.absolvent.pl
- www.tablica.pl

Do analizy wybierane są ogłoszenia:

- oferujące pracę dla PR-owców
- z ogólnie rozumianej branży PR oraz z innych, wyspecjalizowanych dziedzin PR, np. eventy, konferencje prasowe:
- oferujące pracę w działach marketingu / promocji, gdy w obowiązkach jest wymieniona obsługa PR.