

Jest praca w PR - 2010 rok rekordowy!

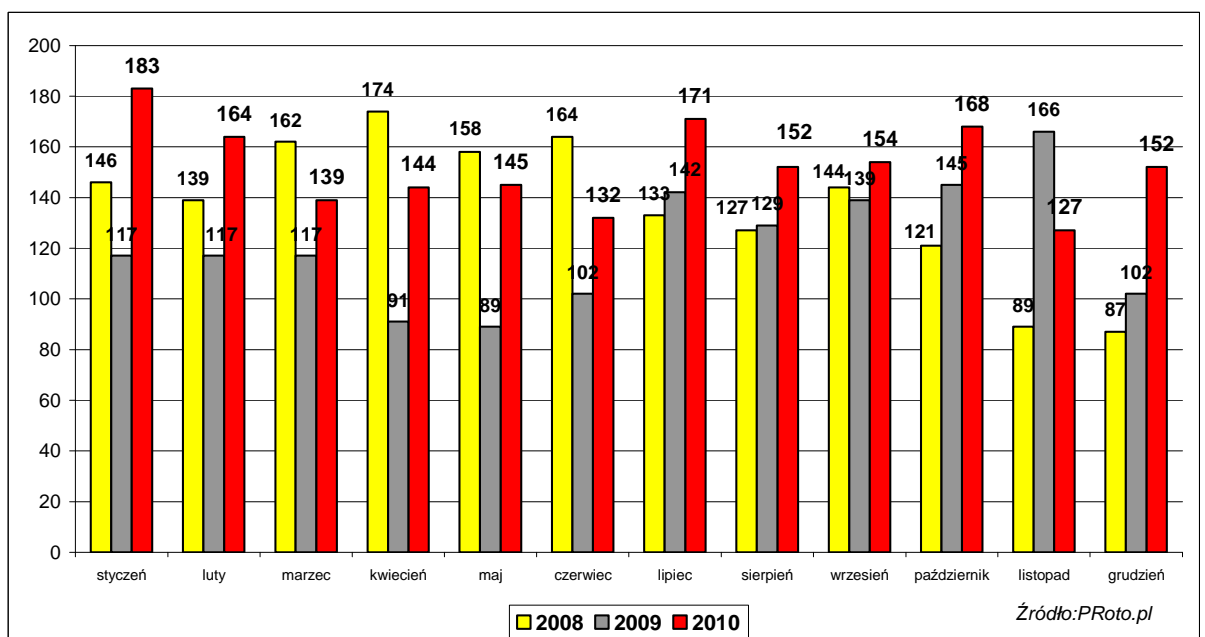
W 2010 pracodawcy zamieścili w mediach 1831 ofert dla PR-owców. To niespełna 400 więcej niż w ubiegłym roku. Tym samym rynek pracy dla specjalistów od komunikacji zwiększył się aż o 25 proc. Rekordową liczbę ogłoszeń odnotowaliśmy w styczniu, kiedy to było ich aż 183. Najtrudniej o pracę było w listopadzie, to zarazem jedyny miesiąc kiedy liczba ogłoszeń spadła poniżej 130.

Warto odnotować, że o 5 proc. w porównaniu z rokiem 2009 wzrosło zapotrzebowanie na konsultantów i asystentów. W pozostałych segmentach nie odnotowaliśmy większych zmian. Kolejny wniosek, jaki płynie z raportu, to marginalizacja prasy drukowanej. W ubiegłym roku liczba ogłoszeń publikowanych w ten sposób nie przekroczyła

1

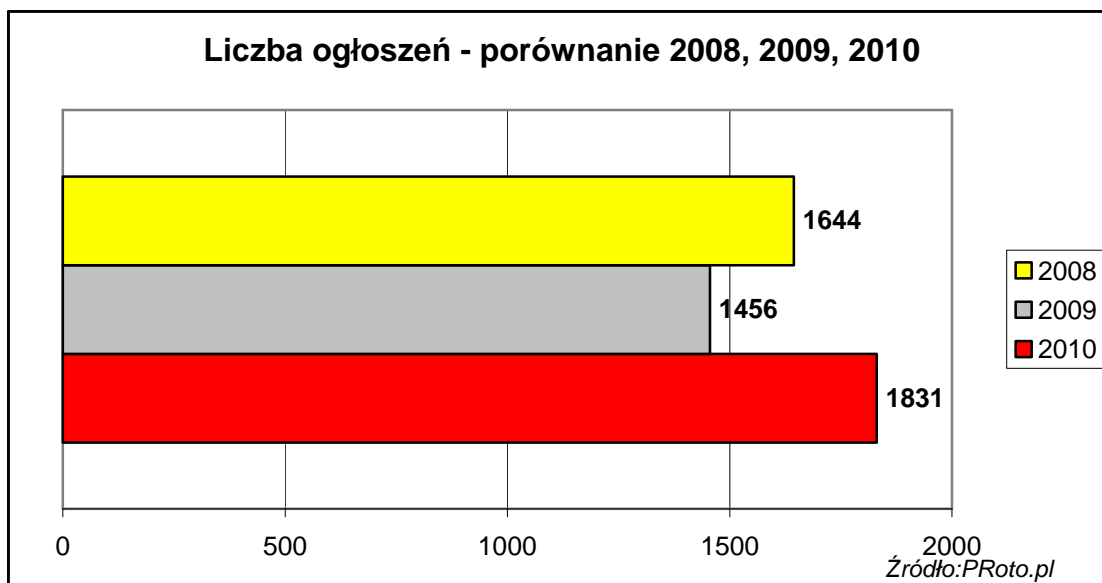
proc.

Wyk.1



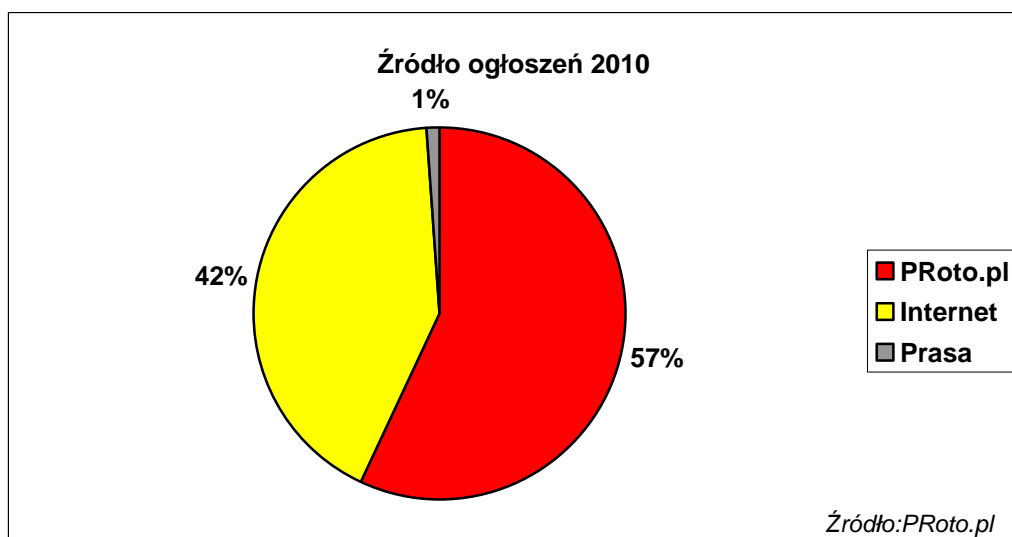
Wyk.

2



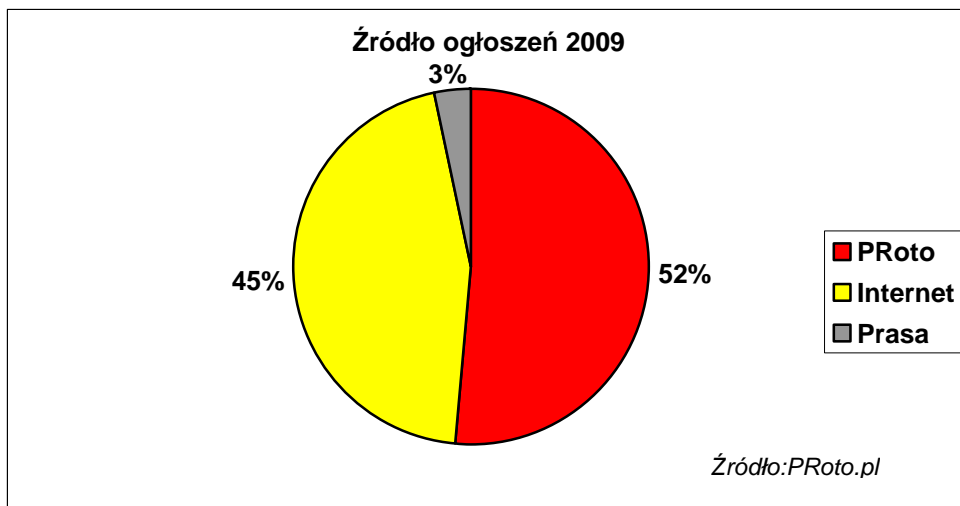
W 2010 roku ponad połowa wszystkich ogłoszeń napłynęła bezpośrednio do PRoto.pl (aż 1039 z 1831 ofert). Dwa lata temu różnica pomiędzy PRoto.pl a pozostałymi serwisami wynosiła 7 proc. Dominacja PRoto.pl jest coraz wyraźniejsza, bowiem w 2010 roku różnica ta była dwukrotnie większa. Jedynie jedno na sto ogłoszeń pochodziło z prasy drukowanej. To kontynuacja trendu spadkowego z 2009 roku.

Wyk. 3



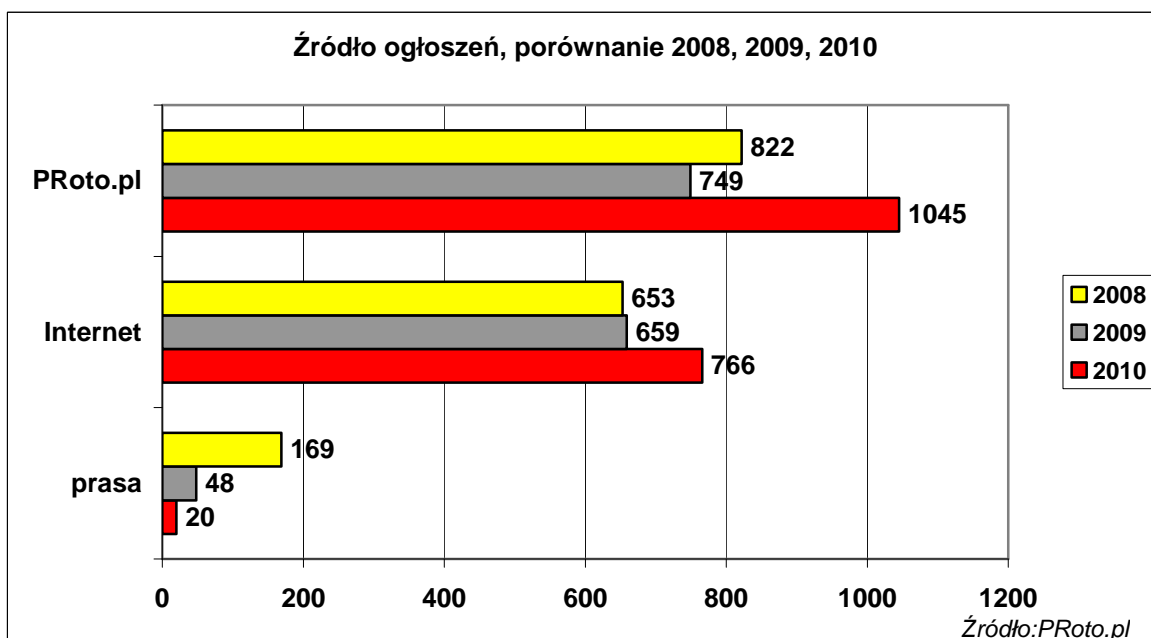
Wyk.

4



Wyk.

5



Do trzech najpopularniejszych źródeł ogłoszeń zaliczają się więc szczegółowo kolejno: PRoto.pl z 1039 ogłoszeniami, Pracuj.pl - z 457, portal Infopraca – z 223. W ubiegłym roku PRoto.pl było także portalem najczęściej wykorzystywanym przez pracodawców do poszukiwania pracowników. Wszystkie ogłoszenia nadesłane do PRoto.pl zostały umieszczone w dziale „Ogłoszenia o pracę” – w zakładce zatytułowanej „Szukasz pracy?”.

(tab.

1)

Tab.

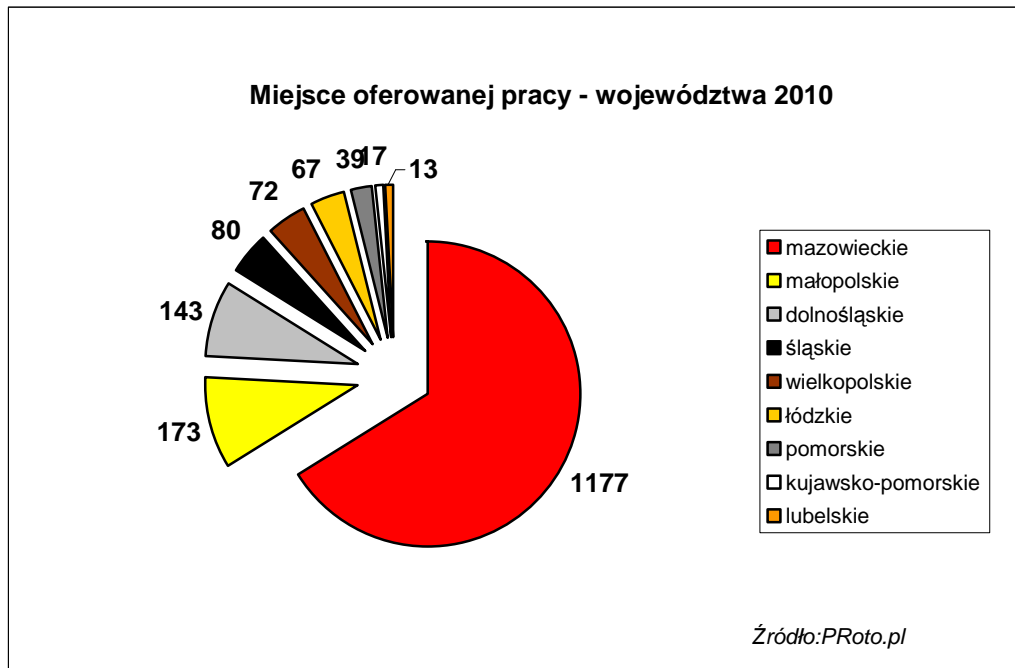
1

| | |
|--------------|------|
| PRoto.pl | 1039 |
| Pracuj.pl | 457 |
| Infopraca.pl | 223 |

Jak co roku najwięcej, bo blisko dwie trzecie, ogłoszeń pochodziło z województwa mazowieckiego. To powrót do poziomu sprzed dwóch lat. **Na najbardziej rozwiniętych lokalnych rynkach PR-owych liczba ogłoszeń zwiększała się proporcjonalnie do wzrostu liczby wszystkich ofert. Z kolei w regionach, gdzie branża PR dopiero wzrasta, odnotowaliśmy mniej ofert.**

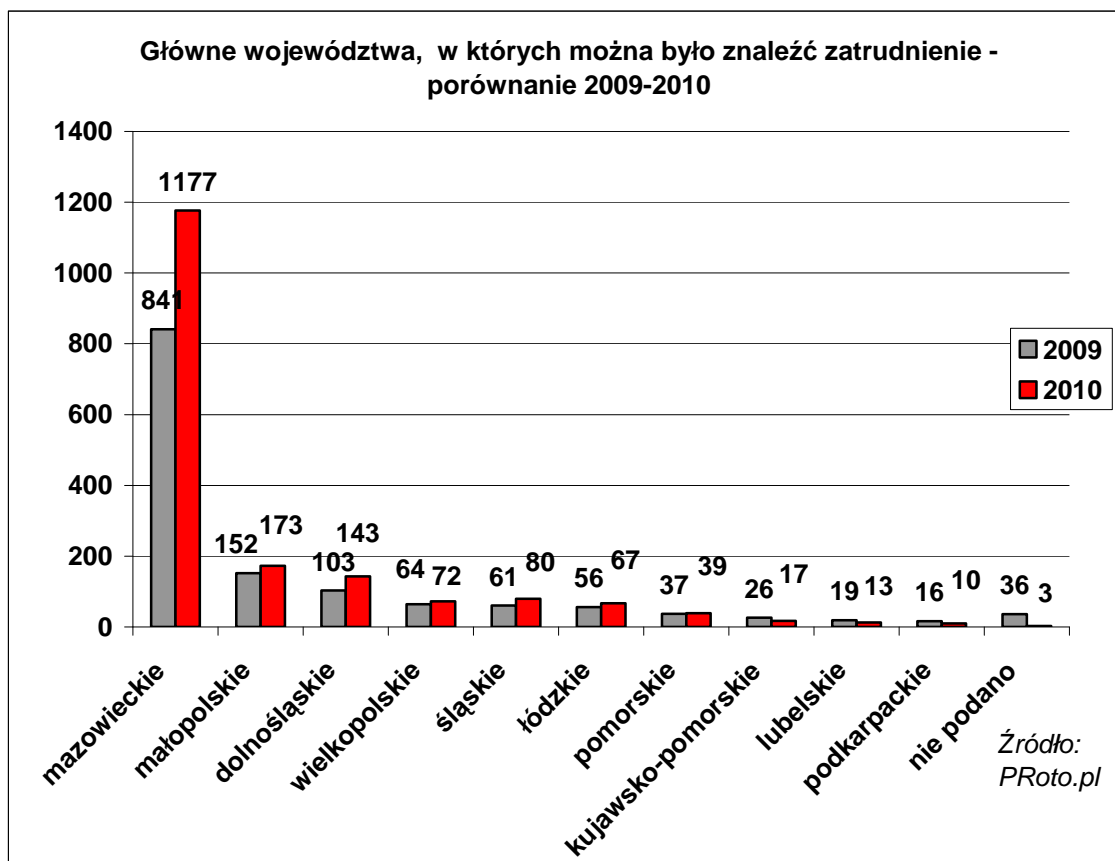
Wyk.

6



Wyk.

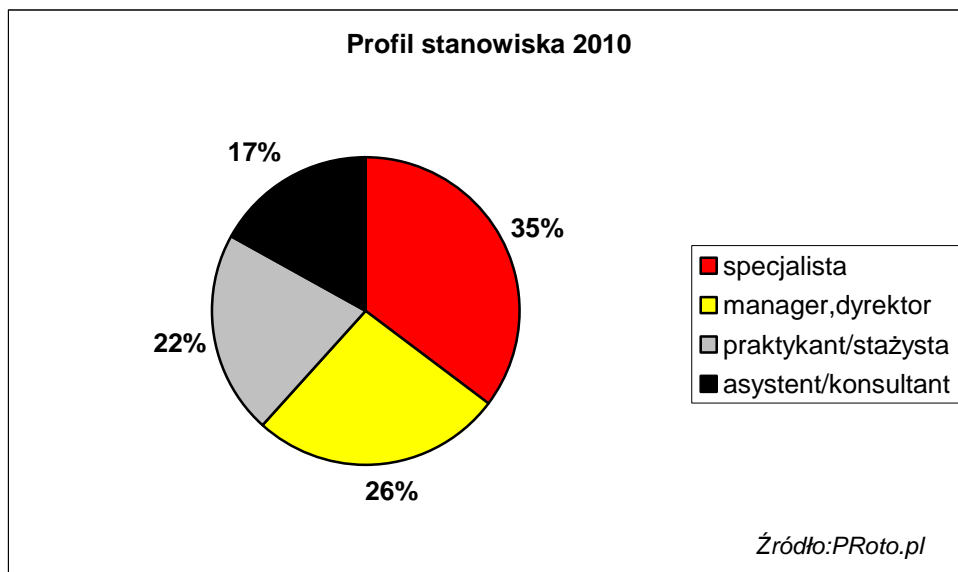
7



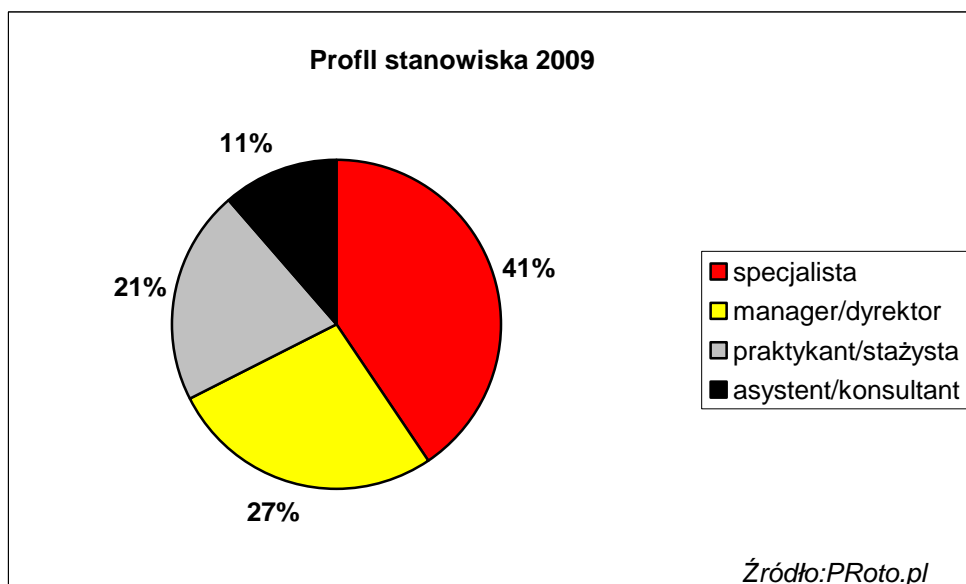
Kolejny rok z rzędu najwięcej ofert skierowanych było do specjalistów – 35 proc. wszystkich ofert było przeznaczone właśnie dla nich. 26 proc. ogłoszeń dotyczyło managerów i dyrektorów. Zaś nieco mniej, bo 22 proc. ogłoszeniodawców poszukiwało praktykantów i stażystów. Blisko co piąte ogłoszenie dotyczyło asystentów/konsultantów. Porównując ze sobą ostatnie dwa lata, należy zwrócić uwagę na dwie tendencje.

Pierwsza to niemal niezmienną strukturą rynku, jeśli chodzi o najwyższe stanowiska i praktykantów.

Druga to 6-procentowy wzrost liczby ogłoszeń skierowanych do asystentów i konsultantów, kosztem specjalistów. Oznacza to, że 2010 roku częściej zatrudniały agencje, gdzie stanowisko konsultanta jest tożsame ze specjalistą.

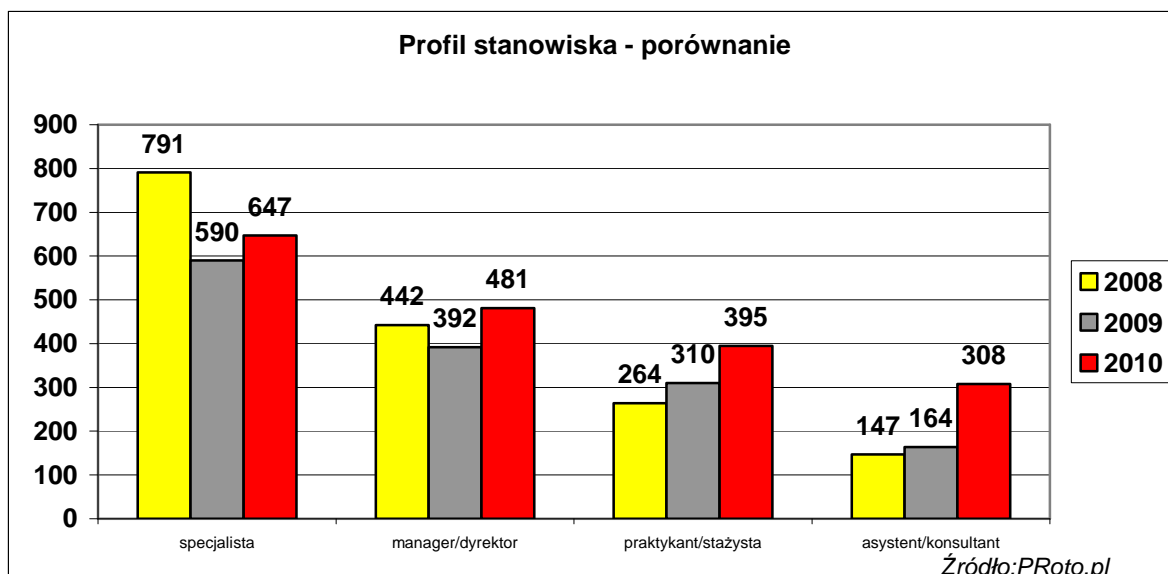


Wyk.9



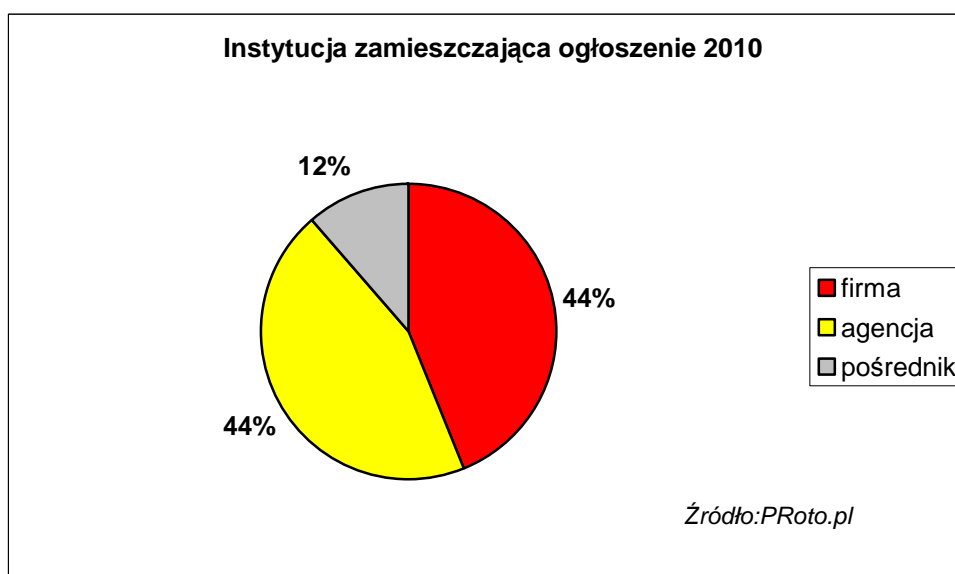
Co ciekawe, obok konsultantów/asystentów największy wzrost ilościowy dotyczył ofert dla managerów i dyrektorów. W 2010 roku było ich aż o 89 więcej niż w 2009.

Wyk.



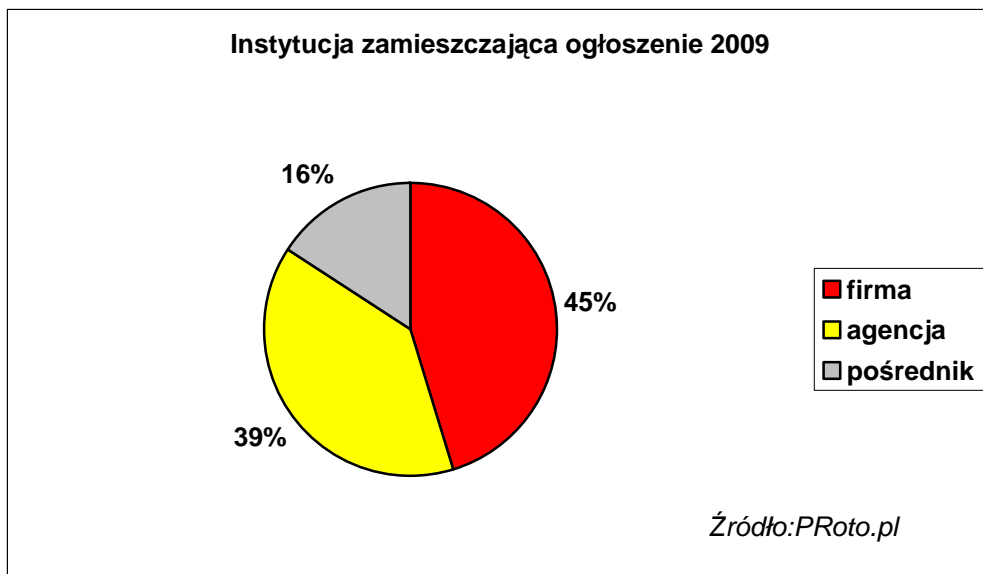
W 2010 zwiększyła się aktywność agencji. Procentowo poszukiwały one dokładanie takiej liczby nowych pracowników co firmy. Maleje z kolei aktywność pośredników, w ubiegłym roku ich ogłoszenia stanowiły zaledwie 12 proc. wszystkich. Wyk.

11



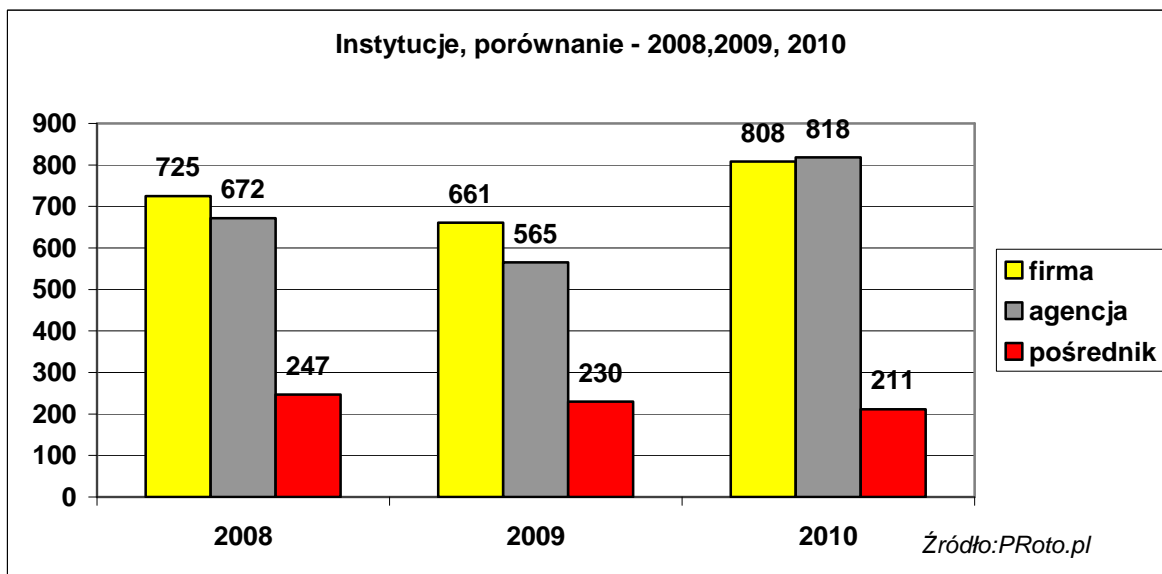
Jak widać oferty pośredników już w 2009 roku należały do mniejszości. Na przestrzeni ostatnich miesięcy ten rynek skurczył się dodatkowo o 4 proc.

Wyk. 12

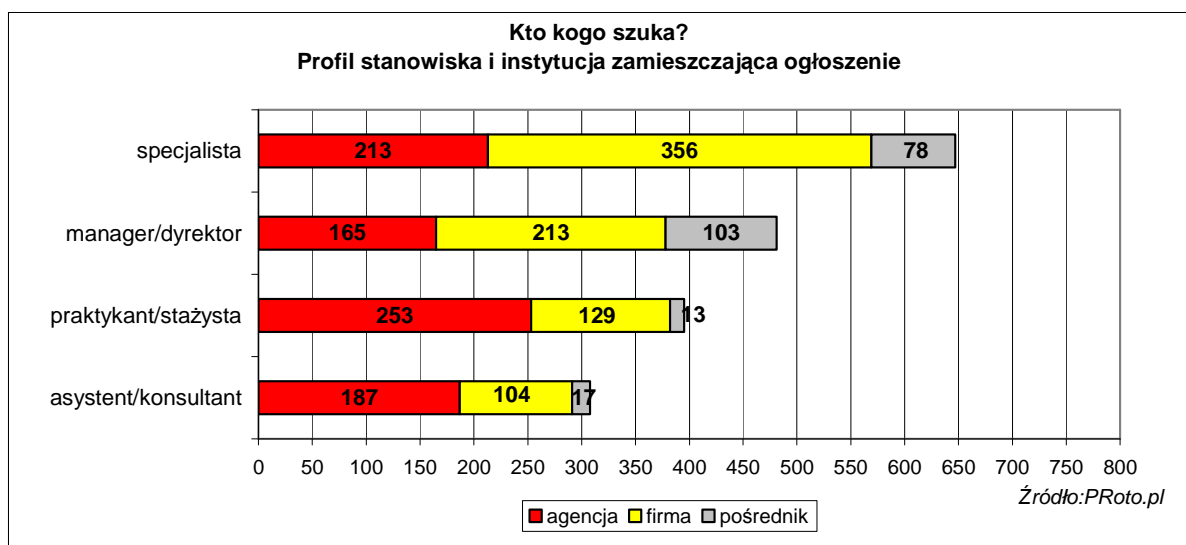


Równy odsetek ogłoszeń pochodzących z agencji i firm to nie jedyna istotna tendencja. Jak widać pierwszy raz od trzech lat liczba ogłoszeń z tych pierwszych przewyższała oferty firm.

Wyk. 13



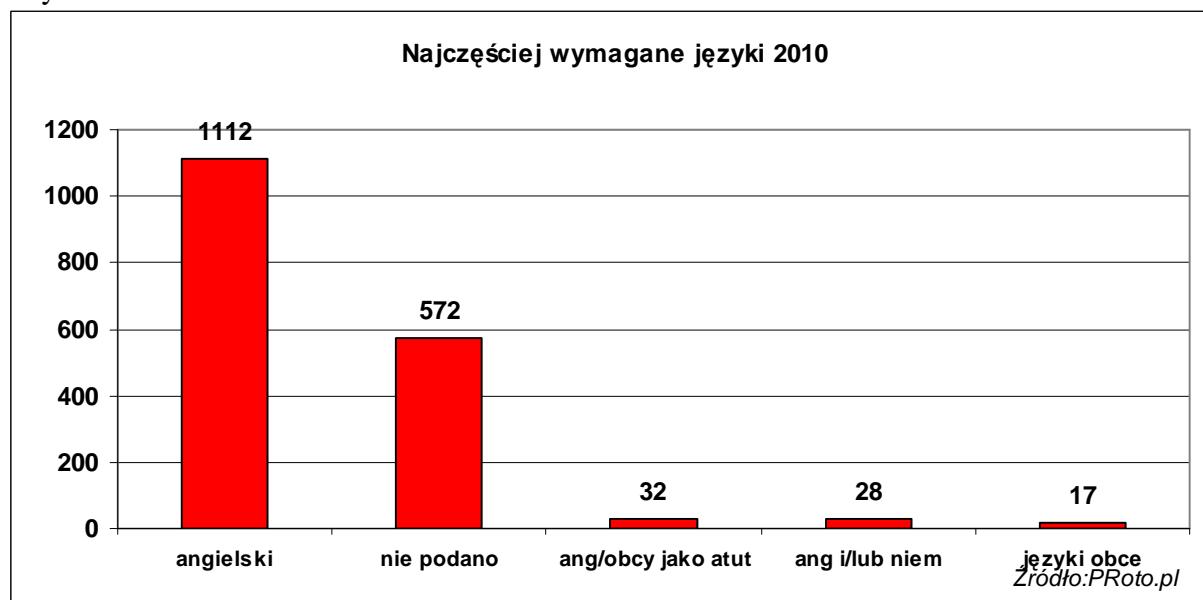
Wyk. 14 „Kto kogo szuka?” – Instytucja zamieszczająca ogłoszenie (agencja PR/firma/pośrednik) i profil stanowiska (specjalista, manager/dyrektor PR, konsultant/asystent, praktykant/stażysta).



Bez angielskiego ani rusz – to główny wniosek, jaki płynie z analizy ofert pod kątem wymaganej znajomości języków. Tego języka wymagało od swoich przyszłych pracowników blisko dwie trzecie pracodawców. Pozostali nie podali swoich preferencji w tej kwestii. Niewielką popularnością cieszyła się znajomość niemieckiego, jako drugi pożądaný język wskazano go w 32 ogłoszeniach. Pozostałe języki występowały sporadycznie, choć na przestrzeni roku odnotowaliśmy zainteresowane kandydatami, którzy znają japoński czy szwedzki.

Wyk.

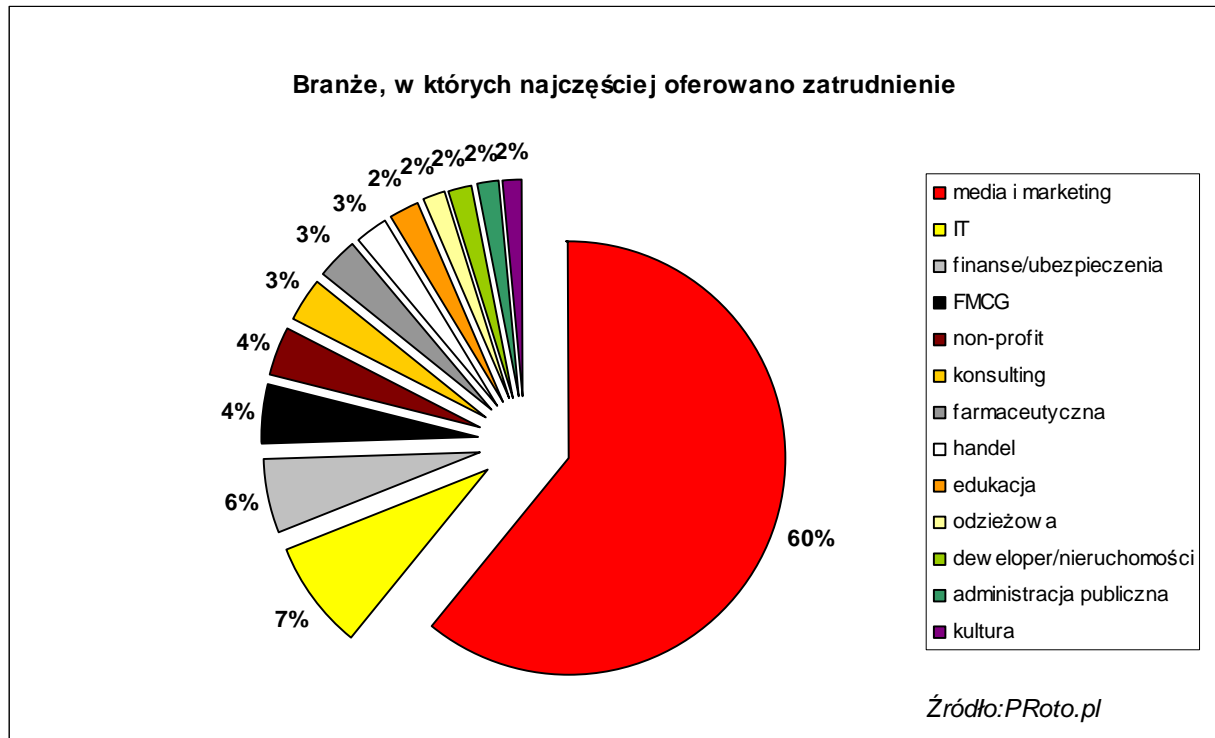
15



Co zrozumiałe, w badanym okresie **przeważająca część wszystkich ogłoszeń** 60 proc., dotyczyła zatrudnienia w branży **media/marketing**, analogicznie było w 2009 roku, kiedy to oferty takie stanowiły 59 proc. Tak jak w ubiegłym roku są to głównie ogłoszenia pochodzące z agencji PR-owskich, PR-owsko-reklamowych, marketingowych, w większości mających swoje biura w Warszawie. 7 proc. ofert dotyczyło branży IT, z kolei 6 proc. sektora

finansowego. W ubiegłym roku szczególnie aktywne były banki. Co ciekawe na równi z gałęzią FMCG, znalazły się organizacje działające non-profit.

Wyk. 16



Poniżej porównanie pierwszej dziesiątki gałęzi, gdzie w ostatnich dwóch latach można było najczęściej znaleźć zatrudnienie. Pierwsza czwórka jedynie zamieniała się miejscami, choć warto zwrócić uwagę na niemal dwukrotny wzrost ogłoszeń z branży IT. Co ciekawe, na piątej pozycji administrację państwową wyparł sektor non-profit. Pokłosiem stagnacji na rynku nieruchomości jest fakt, że deweloperzy firmy budowlane w 2010 roku znalazły się poza listą. Jak widać w 2010 wzrosło znacznie branżę farmaceutycznej i odzieżowej.

Tab.2

| 2010 | | 2009 | |
|-----------------------|-----|-------------------------|-----|
| media i marketing | 892 | media i marketing | 744 |
| IT | 118 | finanse/ubezpieczenia | 97 |
| finanse/ubezpieczenia | 81 | IT | 60 |
| FMCG | 64 | FMCG | 56 |
| non-profit | 54 | administracja publiczna | 48 |
| konsulting | 50 | wydawnicza | 33 |
| farmaceutyczna | 44 | edukacja | 30 |
| handel | 38 | telekomunikacyjna | 29 |
| edukacja | 31 | deweloper/nieruchomość | 24 |
| odzieżowa | 26 | budowlana | 18 |

W analizowanym roku pracowników i stażystów poszukiwały firmy i instytucje, w tym m.in.:
patrz link

Ze względu na dużą rozbieżność w nazwach stanowisk zajmowanych przez PR-owców, nie została sformułowana zamknięta lista stanowisk. W 2009 wymieniane były następujące nazwy stanowisk – patrz link

Metodologia badania

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

Ogłoszenia pochodzą z:

- tytułów aktualnie monitorowanych przez Instytut Monitorowania Mediów (lista jest dostępna na stronie www.institut.com.pl),
- źródła własnego – ogłoszenia bezpośrednio przysłane do Redakcji PRoto,
- stron internetowych zawierających ogłoszenia o pracę:

- www.pracuj.pl
- www.hrk.pl
- www.press.pl
- www.jobpilot.pl (do sierpnia 2008)
- www.aaaby.pl
- www.gratka.pl
- praca.onet.pl
- www.jobsales.pl
- www.wakaty.com.pl
- www.topjobs.pl
- www.jobs.pl
- www.bigram.pl
- www.grafton.pl
- www.jobaid.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.