

SATYSFAKCJA Z PRACY PRACOWNIKÓW DZIAŁÓW HANDLOWYCH

branża budowlana i instalacyjna

Badanie zrealizowane przez
PROQUEST Sp. z o.o.
na zlecenie
FUNDACJI PRAKTYKÓW BIZNESU

Opracowanie: dr Agnieszka Prokopczuk
Warszawa, maj 2018

SPIIS TREŚCI

- **CELE BADANIA**
- **METODOLOGIA**
- **ZNACZENIE BADAŃ DLA PRACODAWCÓW**
- **WYNIKI BADAŃ**
- **METRYCZKA**
- **NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA BADAWCZE**

CELE BADANIA

Głównym celem badania było poznanie satysfakcji z pracy pracowników działów sprzedaży w branży instalacyjnej i budowlanej.

Szczegółowe cele badania to:

- Poznanie poziomu satysfakcji z pracy i gotowości do polecenia swojego pracodawcy innym osobom.
- Poznanie przyczyn zadowolenia lub niezadowolenia z pracy.
- Poznanie oczekiwań dotyczących wynagrodzenia.
- Poznanie oczekiwań dotyczących warunków pracy.
- Poznanie wysokości wynagrodzenia pracowników w branży na poszczególnych stanowiskach.
- Poznanie długości stażu pracy u aktualnych pracodawców.
- Porównanie wyników uzyskanych przez pracowników z branży instalacyjnej i budowlanej.

METODOLOGIA

W ramach badania przeprowadzono 264 wywiady ankietowe z osobami pracującymi w branży instalacyjnej i budowlanej. Głównie są to osoby zatrudnione w działach handlowych na różnych stanowiskach – sprzedażowych i managerskich.

Wszyscy badani odpowiadali na te same pytania ankietowe zamieszczone w formularzu on-line. Zaproszenia do udziału w badaniu wysyłane były bezpośrednio na skrzynki e-mail. Kontakty do badanych pochodziły z bazy firmy P R O G U E S T Sp. z o.o. Łącznie wysłano prawie 5.000 zaproszeń. Udział w badaniu był dobrowolny i nie wiązał się z żadnymi korzyściami.

Badanie przeprowadzone zostało w marcu 2018 roku i objęto nim teren całej Polski.

ZNACZENIE WNIOSKÓW Z BADANIA DLA PRACODAWCÓW

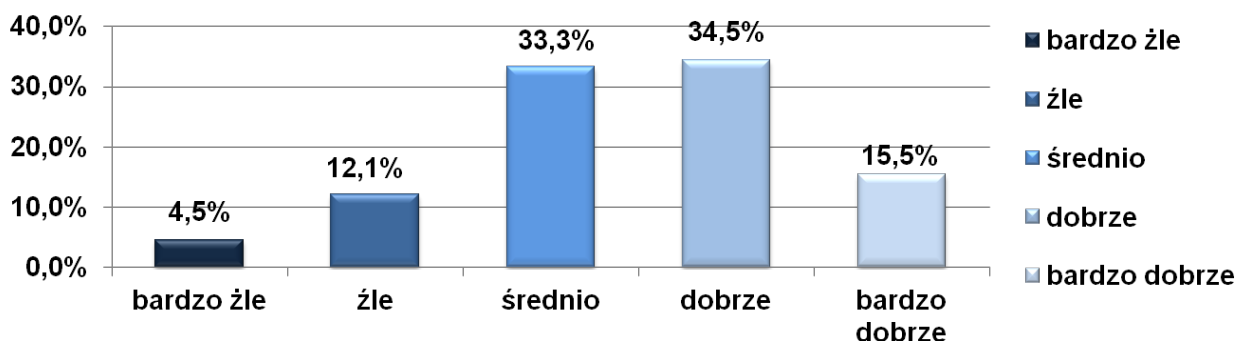
Wyniki badania dają szczegółową informację na temat oczekiwań wobec pracodawców osób zatrudnionych w działach handlowych w branży sanitarno-grzewczej (instalacyjnej) i budowlanej. Pokazują jakie elementy mają znaczenie dla pracowników w odczuwanej przez nich satysfakcji z pracy. Pokazują również czy mają oni pozytywny, czy krytyczny stosunek do swojej firmy, a także jaki wizerunek swojego pracodawcy kreują na rynku.

Zebrany materiał ma na celu wsparcie pracodawców w tworzeniu ofert i warunków pracy, które będą w stanie przyciągnąć i zatrzymać najcenniejszych dla firmy pracowników. Jest to tym ważniejsze, że na obecnym „ryнку pracownika” niezwykle trudno jest o zbudowanie dobrego zespołu skutecznych handlowców, a to właśnie kompetentni, zmotywowani i lojalni pracownicy budują przewagę firmy na konkurencyjnym rynku.

WYNIKI BADANIA

Jak ocenia Pan/Pani poziom odczuwanej satysfakcji z pracy w obecnej firmie?

N=264



Poziom satysfakcji z pracy wyniósł **3,44** na skali od 1-5, co oznacza, iż **badani są średnio usatysfakcjonowani z pracy** w firmach, w których są obecnie zatrudnieni.

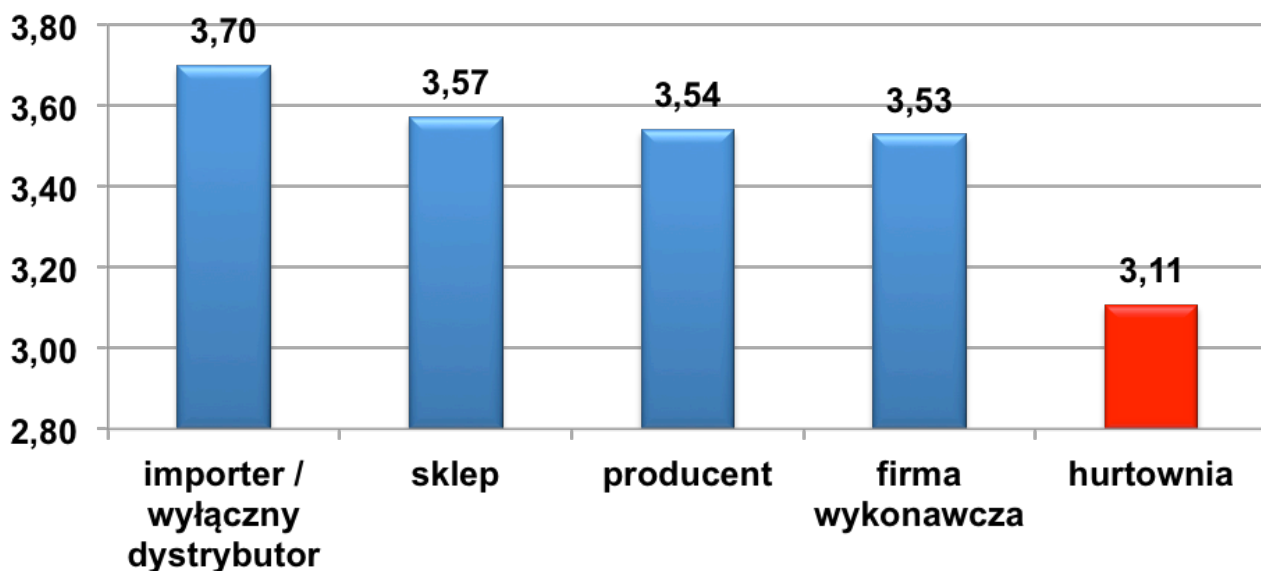
Poziom satysfakcji osób **chcących zmienić pracę wyniósł 3,13 (średnio)**, natomiast osób, które **nie mają zamiaru zmienić pracy wyniósł 4,08 (dobrze)**.

Satysfakcja osób pracujących w **branży instalacyjnej wynosiła 3,38 (średnio)** i była istotnie niższa niż pracowników z **branży budowlanej 3,61 (dobrze)**.

Poziom satysfakcji z pracy uzależniony jest od wysokości uzyskiwanego wynagrodzenia, **im wyższe zarobki, tym wyższa satysfakcja z pracy**.

Jak ocenia Pan/Pani poziom odczuwanej satysfakcji z pracy w obecnej firmie?

N=264

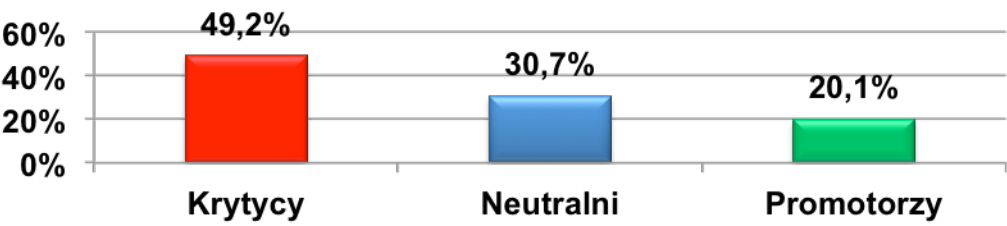


Poziom satysfakcji z pracy najwyższy okazał się w firmach będących **importerem/wyłącznym dystrybutorem (3,70)**, Również w pozostałych firmach poziom satysfakcji, mimo iż niższy, utrzymał się na poziomie dobrym.

Najniższą satysfakcję z pracy mają pracownicy **hurtowni**, wyniosła ona **3,11 co oznacza poziom średni**.

Czy poleciliby Pan/Pani pracę w swojej firmie znajomej osobie?

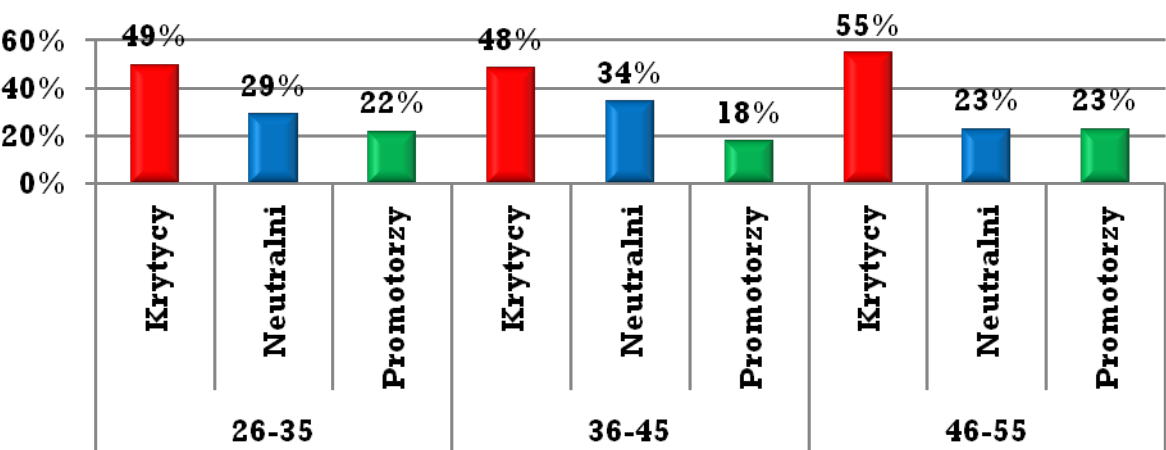
N=264



Badani pracownicy zostali poproszeni o wskazanie, w jakim stopniu poleciliby pracę u swojego pracodawcy znajomej osobie. Wyniki pokazują, iż prawie **połowa badanych osób jest krytyczna wobec swojej firmy i może zniechęcać potencjalnych pracowników do aplikowania**. Jednocześnie tylko 20% badanych pełni funkcję promotora, czyli ich postawa wobec firmy jest na tyle pozytywna, że mogą być kreatorami pozytywnego wizerunku firmy na zewnątrz.

Oznacza to, że **jedną z przyczyn trudności w pozyskaniu odpowiednich pracowników jest negatywny wizerunek firmy kreowany przez jej pracowników**.

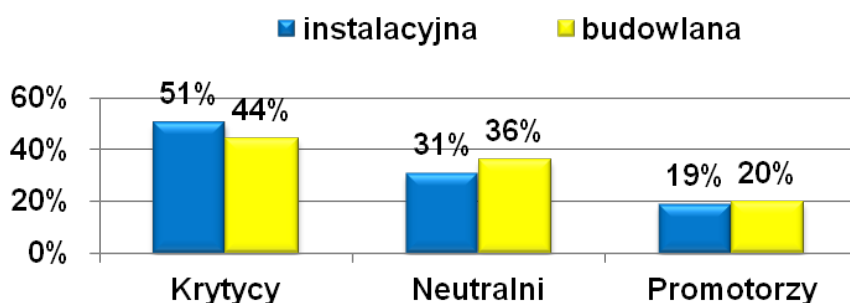
Polecanie pracodawcy a wiek



Co ciekawe, **osoby po 46 roku życia częściej są krytyczne wobec swoich pracodawców, niż osoby młodsze**.

Polecanie pracodawcy a branża.

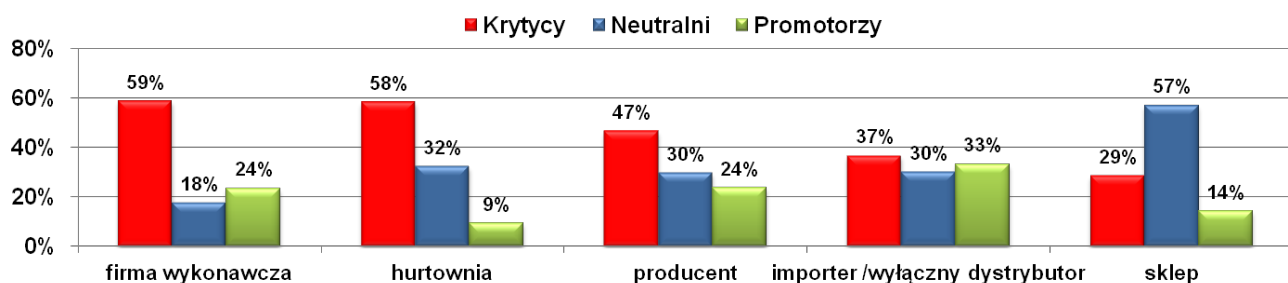
N=251



Pracownicy z branży instalacyjnej okazali się być bardziej krytyczni (51%) wobec swojego pracodawcy, niż osoby z branży budowlanej (44%), choć liczba osób gotowych by promować pracę u swojego pracodawcy okazała się w obu branżach bardzo podobna.

Polecanie pracodawcy a rodzaj działalności.

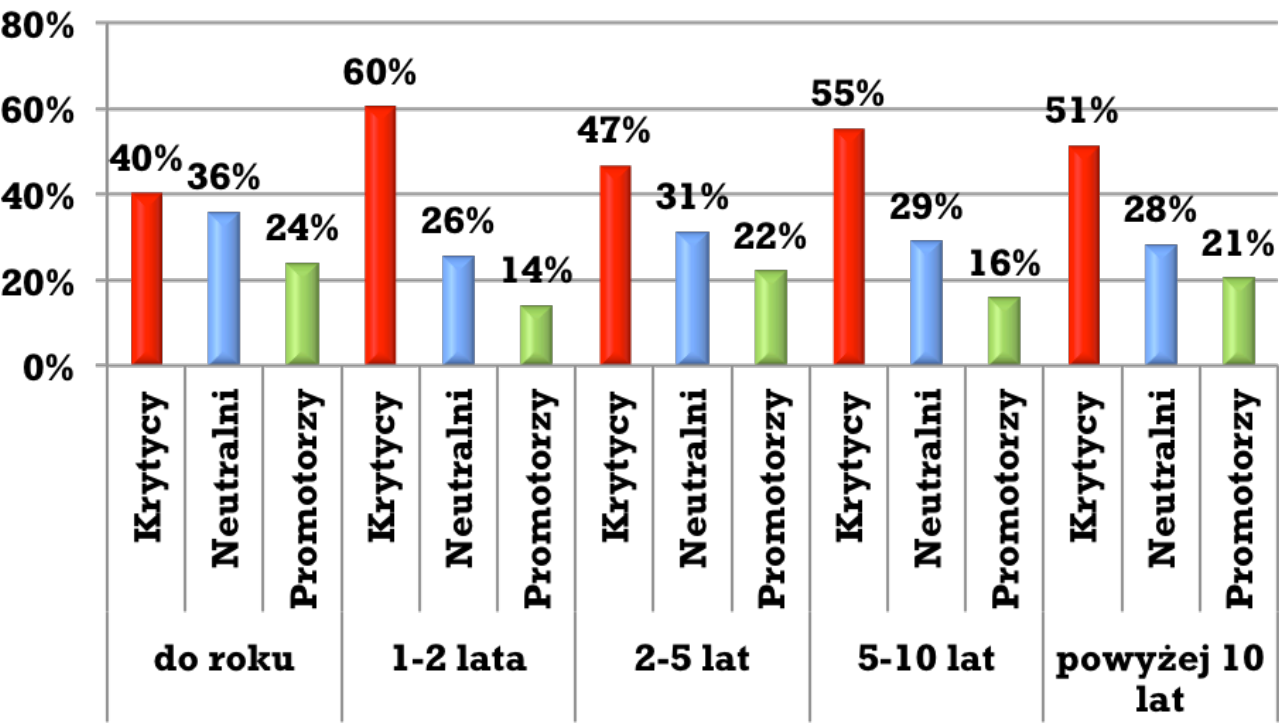
N=257



Największy problem wizerunkowy mają hurtownie, gdyż jedynie 9% zatrudnionych w nich pracowników jest gotowych pozytywnie wypowiadać się o swoim pracodawcy, natomiast negatywnie aż 58%. Negatywna opinia na rynku przy dużej rozpoznawalności danej marki może istotnie hamować pozyskiwanie cennych dla hurtowni pracowników.

Polecanie pracodawcy a staż pracy.

N=251

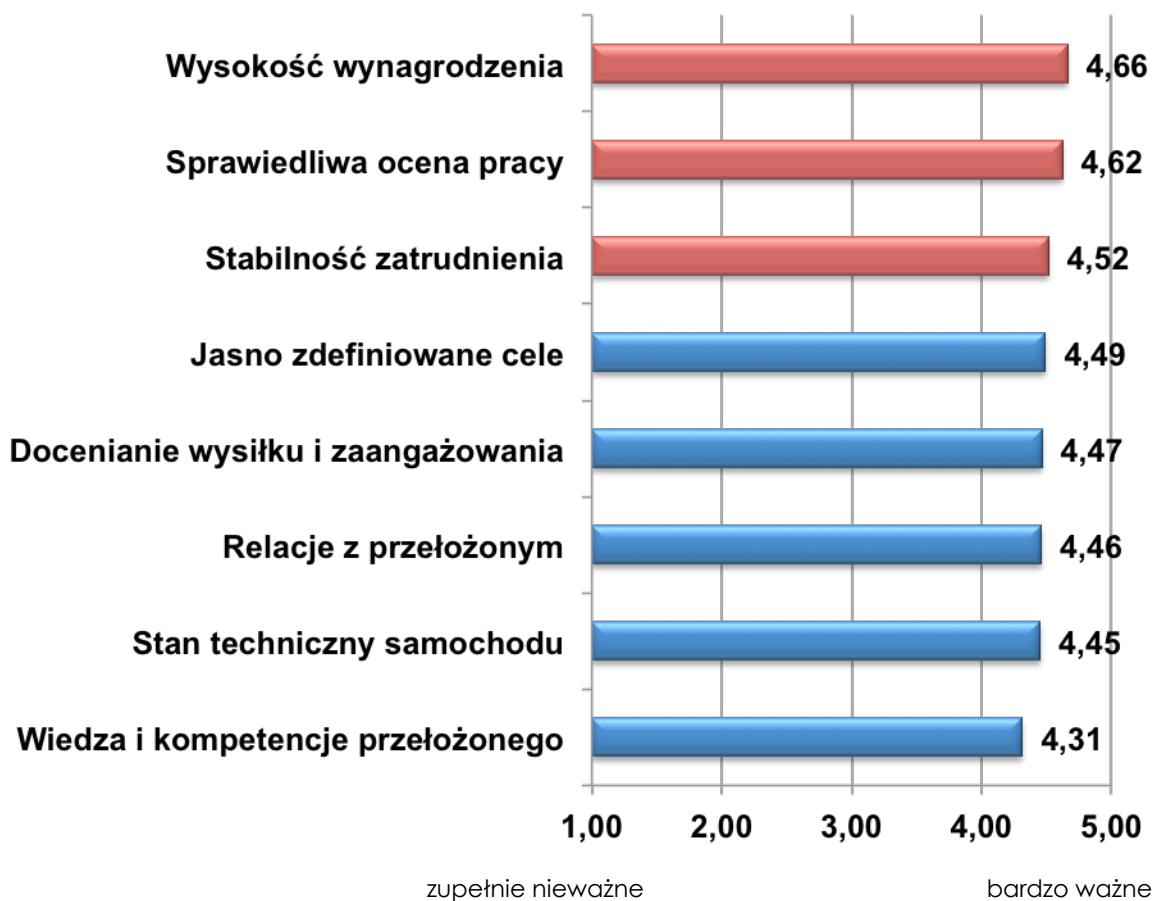


Najmniej krytyków jest wśród osób mających staż pracy poniżej roku (40%), a najwięcej wśród osób mających staż pracy 1-2 lata (60%). Może to oznaczać, że po przepracowaniu roku wzrasta niezadowolenie z pracy i pracodawcy, co w wielu przypadkach skutkuje rozstaniem z firmą.

Wyniki zaprezentowane w dalszej części raportu pozwalają na ocenę, które z elementów i warunków pracy są najmniej satysfakcjonujące dla pracowników.

Jak ważny jest wpływ niżej wymienionych czynników na poziom odczuwanej satysfakcji z pracy?

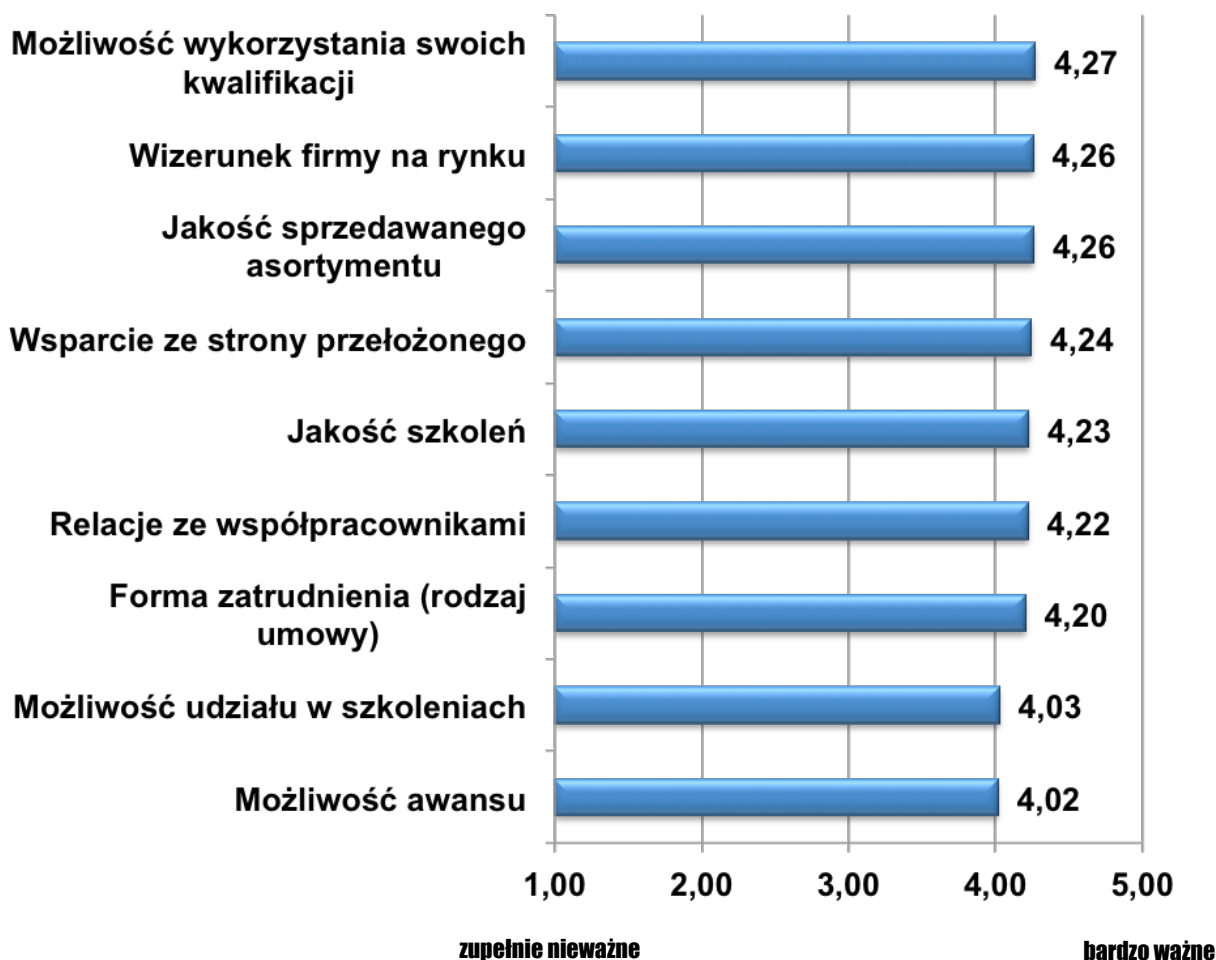
N=251



Najważniejszymi czynnikami wpływającymi na poziom satysfakcji, oprócz wynagrodzenia są: sprawiedliwa ocena pracy oraz stabilność zatrudnienia. Jako ważne uznane zostały również: jasno zdefiniowane cele i docenianie wysiłku włożonego w ich osiągnięcie. Czynniki te bardzo ściśle związane są z systemem oceniania pracowników, a więc **oprócz wysokości wynagradzania to właśnie system oceniania w najwyższym stopniu wpływa na poziom satysfakcji z pracy.**

Jak ważny jest wpływ niżej wymienionych czynników na poziom odczuwanej satysfakcji z pracy?

N=251



Kolejnymi czynnikami są te, które dotyczą relacji z przełożonym oraz ze współpracownikami, wizerunku firmy i jakości sprzedawanych urządzeń, a także możliwości rozwoju poprzez wykorzystywanie swoich kompetencji oraz udział w dobrych jakościowo szkoleniach. Czynniki te uznane zostały za ważne, a więc ich występowanie w niedostatecznej formie lub jakości wpływa na poziom satysfakcji pracowników.

Jak ważny jest wpływ niżej wymienionych czynników na poziom odczuwanej satysfakcji z pracy?

N=251



Zdecydowanie mniejsze znaczenie (uznane jako średnio ważne) mają bonusy w stylu karty Multisport czy prywatna opieka medyczna i dodatkowe ubezpieczenie. Co ciekawe marka samochodu i wyjazdy integracyjne również uznane zostały jako czynniki średnio ważne w odczuwanej satysfakcji z pracy.

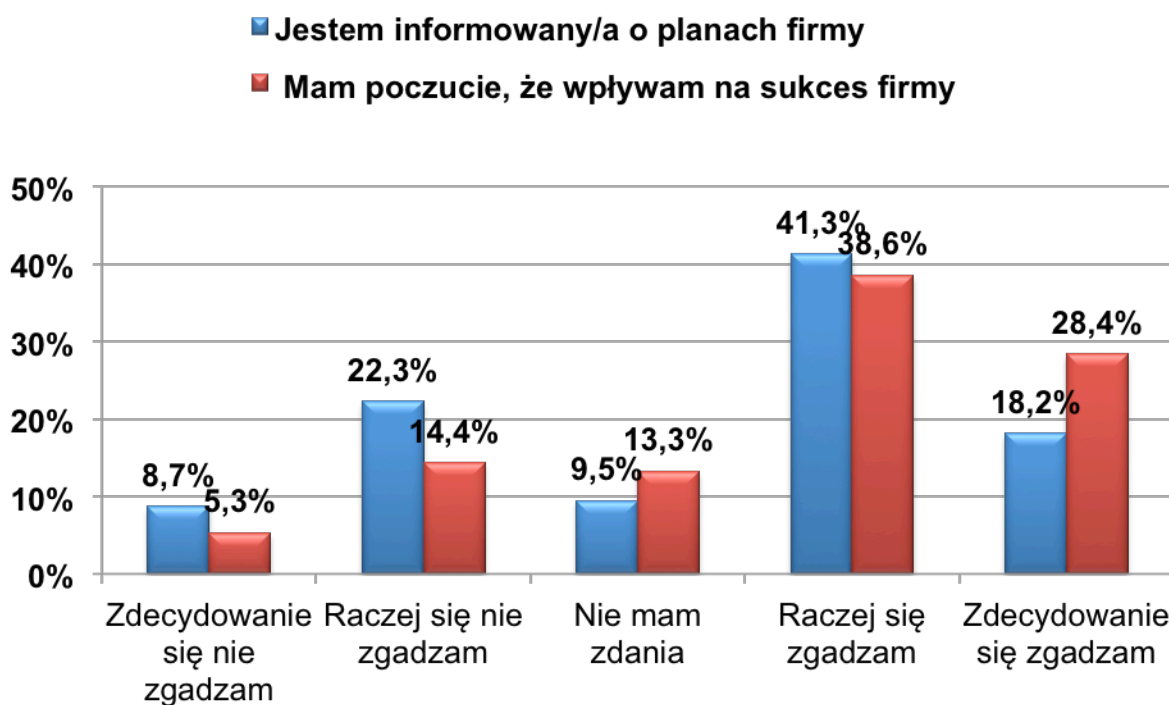
Jak ważny jest wpływ niżej wymienionych czynników na poziom odczuwanej satysfakcji z pracy?



Osoby z branży instalacyjnej są mniej usatysfakcjonowane (3,38) z pracy niż osoby z branży budowlanej (3,61). Jednocześnie wszystkie wyżej wymienione czynniki były bardziej motywujące dla osób z branży budowlanej, niż dla osób z branży instalacyjnej. Jedynie **stabilność zatrudnienia, jakość szkoleń i wizerunek firmy jako pracodawcy** były podobnie ocenione w obu porównywanych grupach.

Czy zgadza się Pan/Pani z poniższymi zdaniami?

N=264

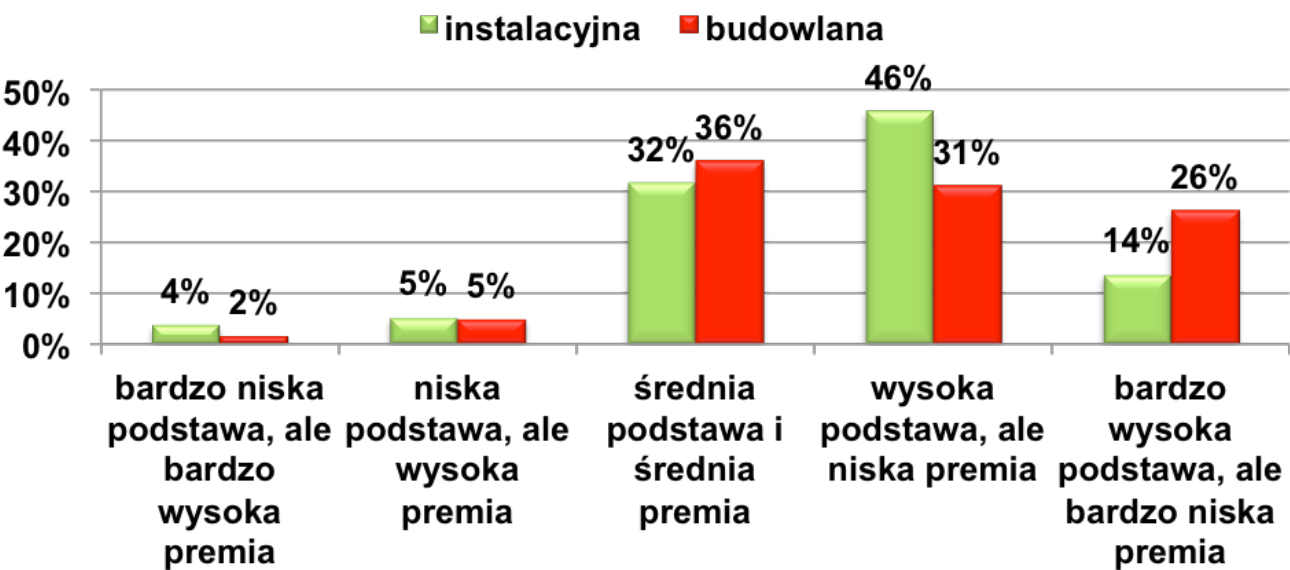


Oprócz czynników wpływających na poziom satysfakcji ważne są elementy budujące lojalność pracowników. Informowanie ich o planach firmy, będące równocześnie dowodem zaufania jest czynnikiem niedostatecznie wykorzystywanym wobec badanych pracowników. Aż **31% nie czuje się dostatecznie informowanych**. Nieco lepiej jest z poczuciem pracowników, że wpływają na sukces firmy – **67% ma świadomość, że wnosi pozytywną wartość do firmy**.

Pracownicy z branży instalacyjnej częściej czują się informowani o planach firmy (3,37), niż z b. budowlanej (3,28), przy czym poczucie wpływu na sukces firmy jest porównywalne.

Jaka forma wynagradzania jest dla Pana/Pani bardziej atrakcyjna?

N=251



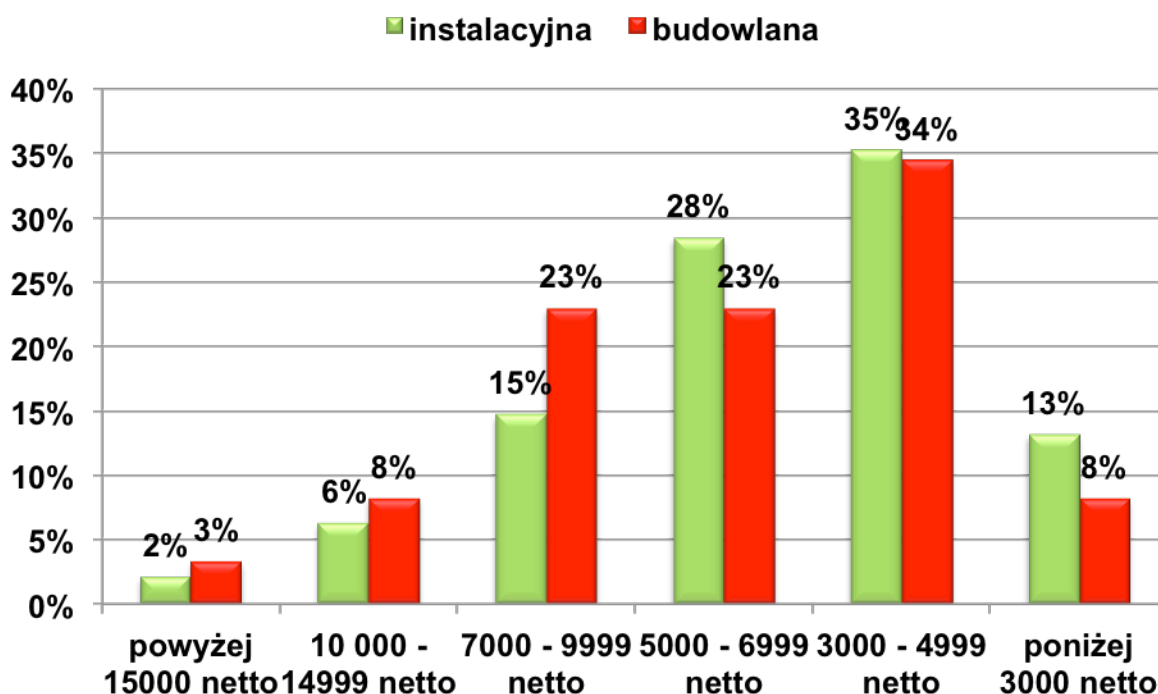
Dla prawie połowy badanych pracowników najatrakcyjniejsza forma wynagradzania to taka, która zakłada wysoką (a nawet bardzo wysoką) podstawę i niską część prowizyjną.

Niska podstawa i wysoka premia atrakcyjna była jedynie dla kilku% badanych.

W branży budowlanej jest jeszcze większe oczekiwanie uzyskiwania bardzo wysokiej pensji podstawowej i niskiej premii (26%) niż w branży instalacyjnej (14%).

Poziom aktualnie uzyskiwanego przez Pana/Panią wynagrodzenia na rękę (podstawa + premia) to kwota:

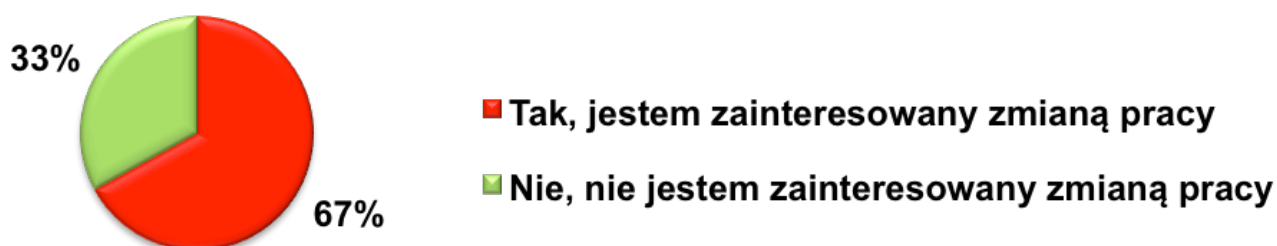
N=251



Płace uzyskiwane w obu branżach w większości zawierają się w przedziale od 3000 netto do 6999 netto, przy czym aż 13% z branży instalacyjnej zarabia poniżej 3000. Jednocześnie też tylko 15% osób z branży instalacyjnej zarabia w przedziale 7000-9999, podczas gdy w branży budowlanej zarobki takie zadeklarowało 23% pracowników. Więcej badanych z branży budowlanej uzyskuje wynagrodzenia powyżej 10000 zł – z budowlanej jest to 11%, a z instalacyjnej 8%. Podsumowując, **pracownicy branży budowlanej częściej mogą spodziewać się wyższego wynagrodzenia.**

Czy jest Pan/Pani zainteresowany/a zmianą pracy?

N=264



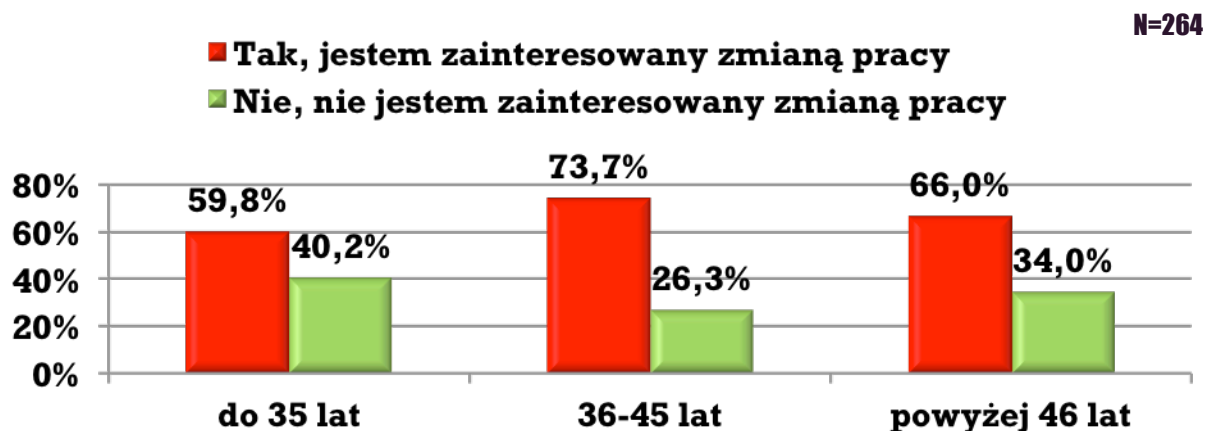
2/3 badanych zadeklarowało gotowość do zmiany pracy.

Zainteresowanie zmianą pracy było porównywalne w obu branżach. W instalacyjnej chęć zmiany pracy wyraziło 66,3%, a w budowlanej 67,2%.

Pracownicy **hurtowni (70,8%) oraz firm wykonawczych (83,3%)** są w najwyższym stopniu zainteresowani zmianą pracy, **natomiast pracownicy sklepów w najniższym (57,1%)**

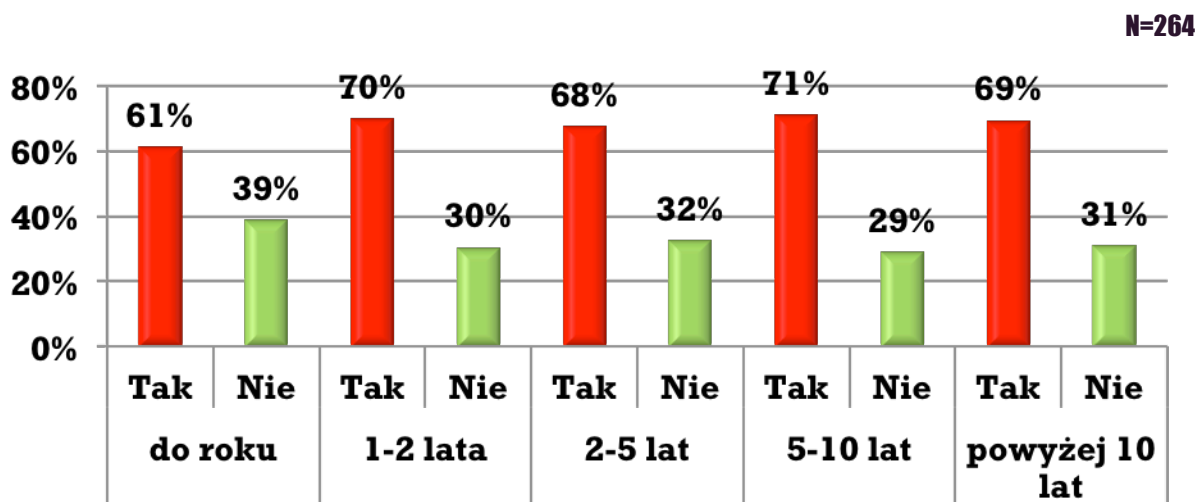
Spośród **kobiet zmianą pracy zainteresowanych było 48%**, natomiast spośród **mężczyzn, aż 70%**.

Gotowość do zmiany pracy a wiek.



Największe zainteresowanie zmianą pracy zadeklarowali pracownicy w wieku **36-45 lat** i było ono istotnie wyższe (73,7%) niż osób poniżej 35 roku życia (59,8%).

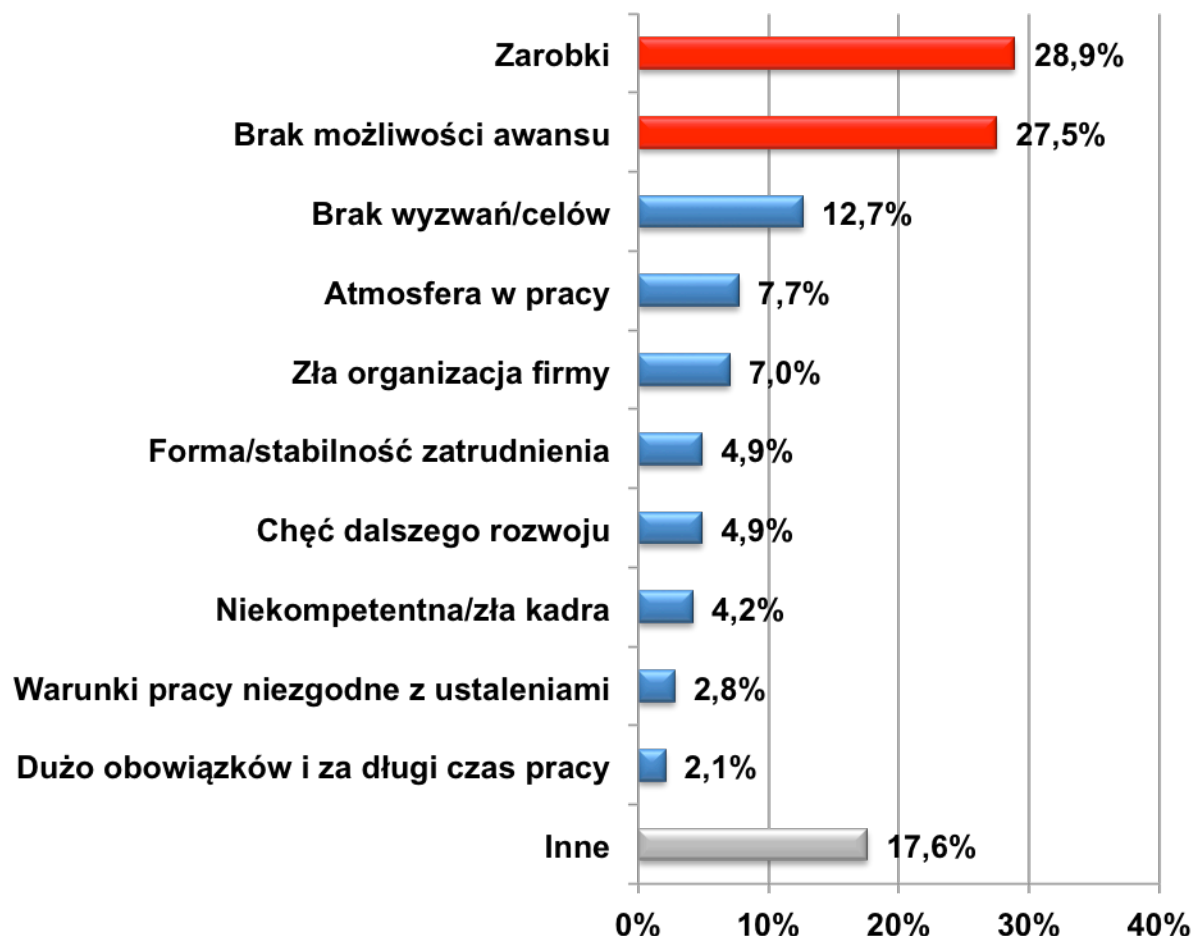
Gotowość do zmiany pracy a staż.



Chęć zmiany pracy najniższa jest u osób ze stażem pracy poniżej roku, jednakże i w tej grupie jest ona bardzo wysoka i wynosi 61%. U pracowników z dłuższym stażem wynosi około 70% i nie ma znaczenia, czy pracownik zatrudniony jest rok, czy powyżej 10 lat u aktualnego pracodawcy. Wyniki te pokazują, **że przywiązanie do firmy jest obecnie zjawiskiem dotyczącym co najwyżej 30% pracowników.**

Czy jest Pan/Pani zainteresowany/a zmianą pracy? DLACZEGO TAK?

N=172



* Badani mogli podać dowolną liczbę argumentów

Najczęstszym, **spontanicznie** wyrażanym powodem chęci zmiany pracy były niedostateczne zarobki oraz brak możliwości rozwoju, czy brak nowych wyzwań. **Warto jednakże zauważyć, iż spośród osób zamierzających zmienić pracodawcę, jedynie 28,9% wskazało, iż przyczyną są zarobki.**

Wśród odpowiedzi „inne” pojawiały się opinie dotyczące braku wsparcia ze strony przełożonych, potrzeba zmiany czy też zbyt mały prestiż firmy.

Czy jest Pan/Pani zainteresowany/a zmianą pracy? DLACZEGO NIE?

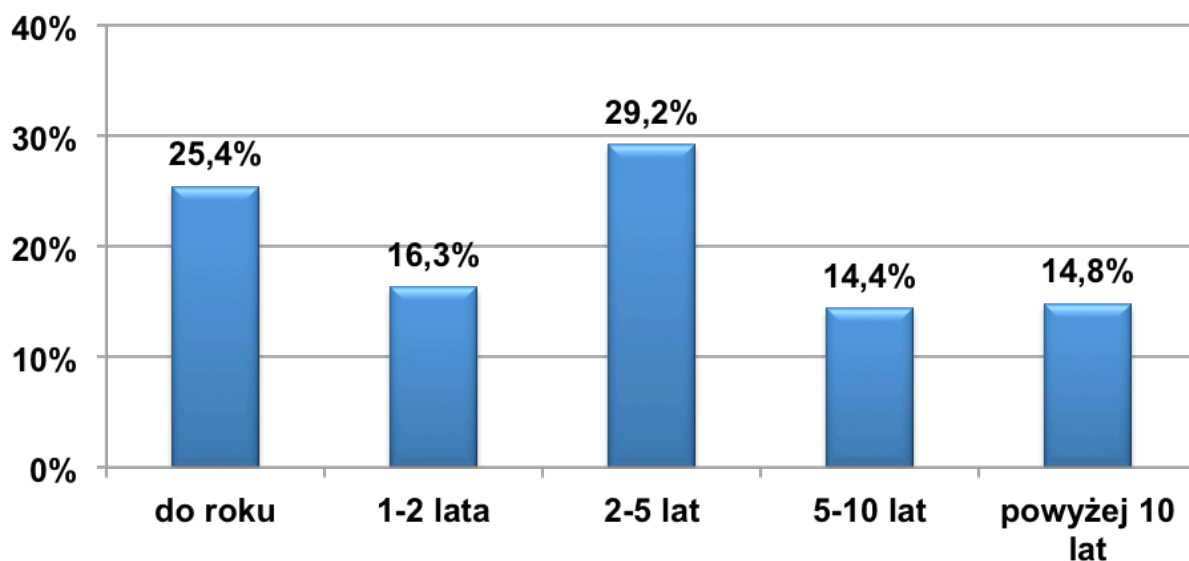
N=65



Osoby, które **nie są zainteresowane zmianą pracy**, najczęściej wskazywały na **ogólne zadowolenie z pracy** czy ewentualnie zbyt krótki staż pracy u obecnego pracodawcy. Powody te były częściej wymieniane, niż np. wysokość uzyskiwanego wynagrodzenia. Ten czynnik decydował o pozostaniu u aktualnego pracodawcy tylko w przypadku 6.8% badanych. Podsumowując **ogólne zadowolenie z pracy może być czynnikiem zatrzymującym pracowników w firmie, pomimo iż wysokość wynagrodzenia nie jest w pełni satysfakcjonująca.**

Ile czasu pracuje Pan/Pani w obecnej firmie?

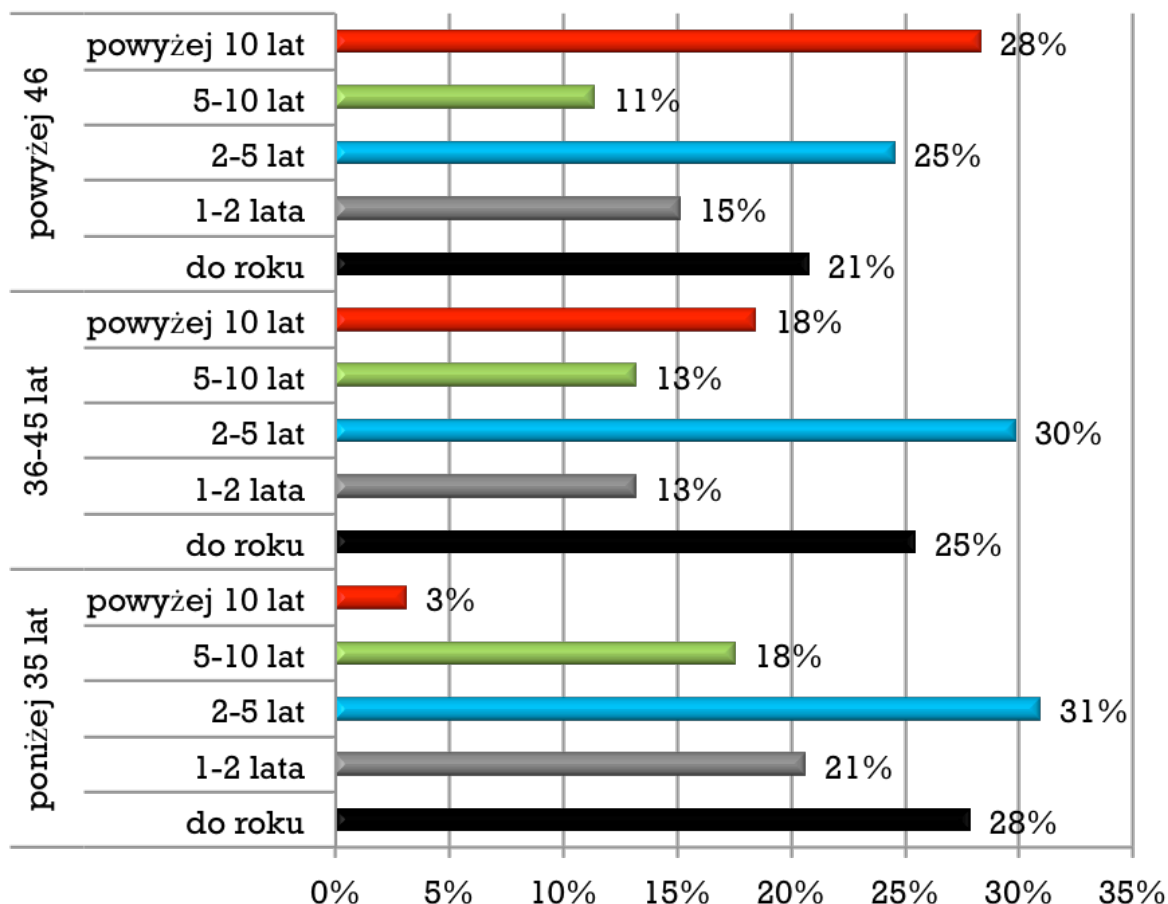
N=264



Staż pracy u aktualnego pracodawcy wynoszący **powyżej 5 lat osiągnęło niespełna 30%** badanych, zdecydowanie więcej osób (**41,7%**) **nie przepracowało w obecnej firmie więcej niż 2 lata**. Jest to niewątpliwie współczesny trend dotyczący najczęściej młodego pokolenia pracowników, jednakże nie bez znaczenia pozostają czynniki wynikające z ofert i warunków pracy.

Ile czasu pracuje Pan/Pani w obecnej firmie?

N=264



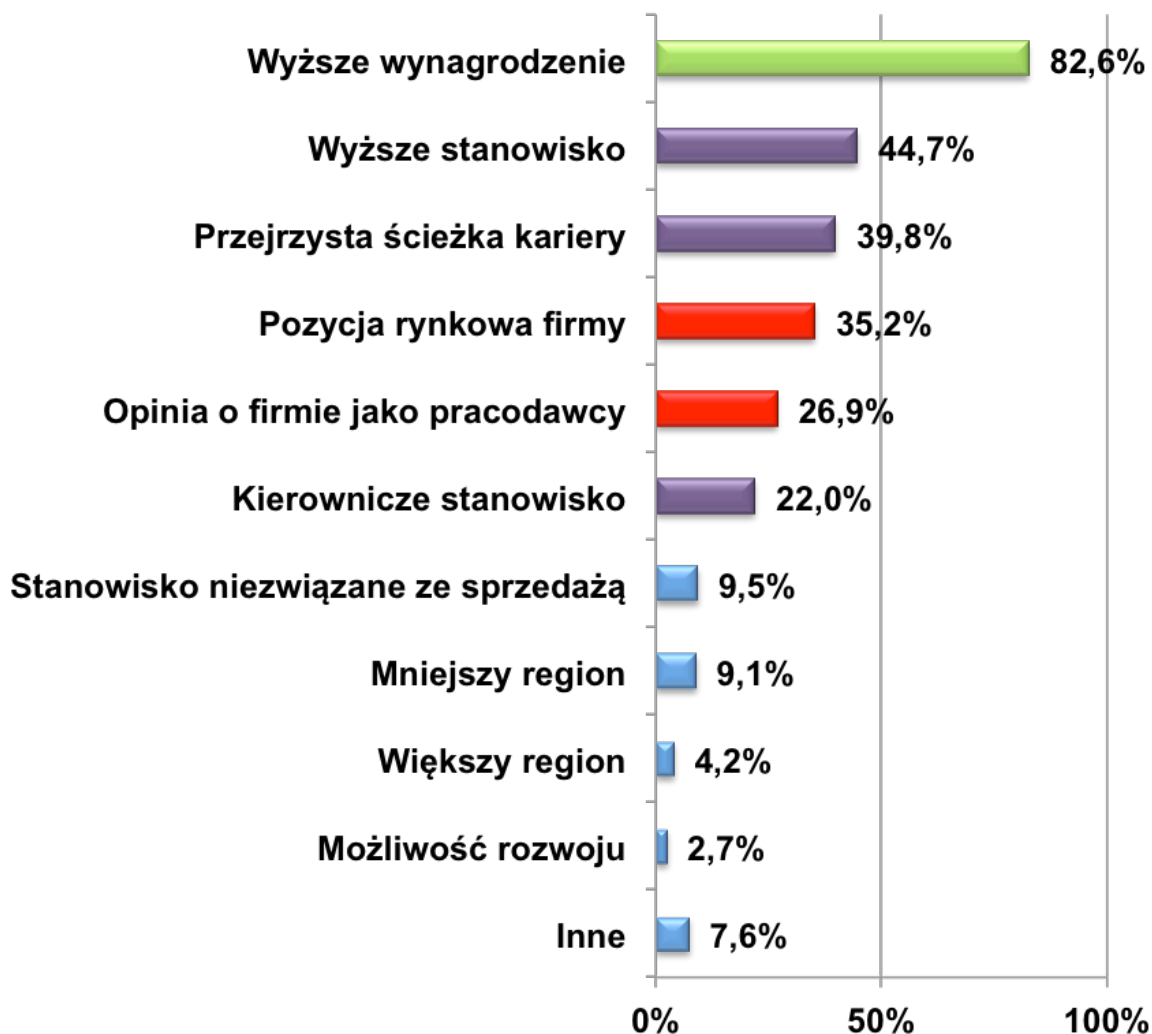
Staż pracy zależny jest od wieku pracowników. W grupie osób poniżej 35 roku życia jedynie 21% pracuje u obecnego pracodawcy powyżej 5 lat. W Grupie osób powyżej 46 roku życia jest to już 39%.

Warto jednakże zauważyć, że liczba osób pracująca poniżej dwóch lat u obecnego pracodawcy w każdej grupie wiekowej jest wysoka. **W grupie osób do 35 roku życia, jest to prawie połowa badanych! W grupie osób powyżej 46 roku życia jest to ponad 1/3** i wynik ten jest nieznacznie tylko niższy, niż w grupie osób pomiędzy 35-46 rokiem życia.

Wyniki te pokazują, że osoby **powyżej 35 roku życia nadal są gotowe do zmiany pracy i to robią**. Przyczyną najprawdopodobniej jest duża podaż pracy oraz rosnące wymagania pracowników, którzy korzystają z okazji, aby poprawić swoje warunki zatrudnienia.

Co skłoniłoby Pana/Panią do zmiany pracy?

N=264



* Pytanie wielokrotnego wyboru

Badani pracownicy zostali poproszeni o wskazanie, które z wymienionych czynników mogłyby ich skłonić do zmiany pracy. Oprócz **wynagrodzenia** i **awansu** są to czynniki związane z **pozycją firmy na rynku** i **opinią o niej**. Interesujące jest to, że prawie 10% pracowników działów sprzedaży chętnie odeszłaby na stanowiska niezwiązane ze sprzedażą.

Jakie ma Pan/Pani obawy dotyczące zmiany pracy?

N=264



* Pytanie wielokrotnego wyboru

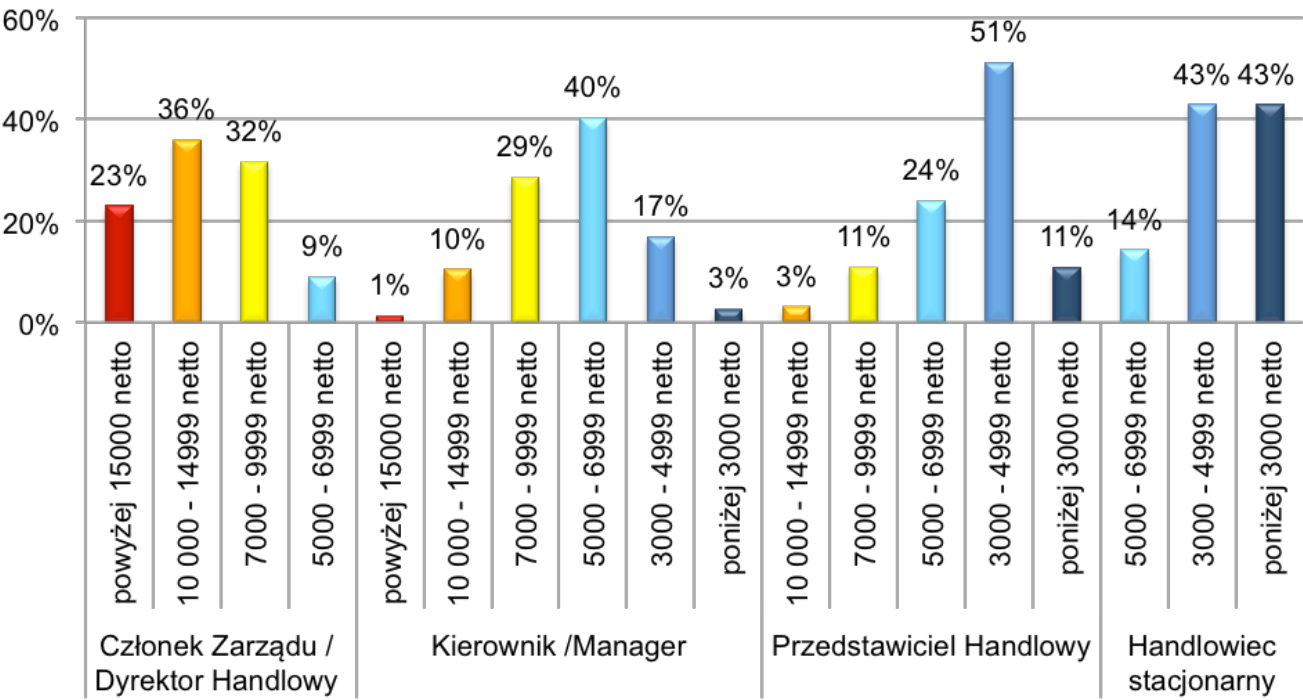
Najczęstszą obawą osób chcących zmienić pracę jest to, czy rzeczywistość w nowej firmie będzie odpowiadała ofercie pracy przedstawionej podczas rozmowy rekrutacyjnej. Na argument ten wskazało **71,6%**. Drugi problem dotyczy nieodpowiedniej atmosfery w nowej pracy (46,2%). Obawy te są najprawdopodobniej efektem wcześniejszego doświadczenia rozczarowania pracą lub pracodawcą. Taką interpretację uprawomocniają wyniki wskazujące, iż największy krytycyzm wobec pracodawcy występuje u pracowników mających staż pracy od 1-2 lat.

Czynnikiem, który może zapobiegać tym obawom i ułatwić pozyskiwanie najcenniejszych dla firmy pracowników jest m. in. **opinia o firmie i o tym, jakim jest ona pracodawcą**, wyrażana przez jej pracowników.

METRYCZKA

Zajmowane stanowisko / wysokość zarobków.

N=251



43% Handlowców Stacjonarnych zarabia poniżej 3000 netto, drugie tyle od 3 do 4,9 tys, Jedynie 14% badanych osób na tym stanowisku zadeklarowało wyższe wynagrodzenia.

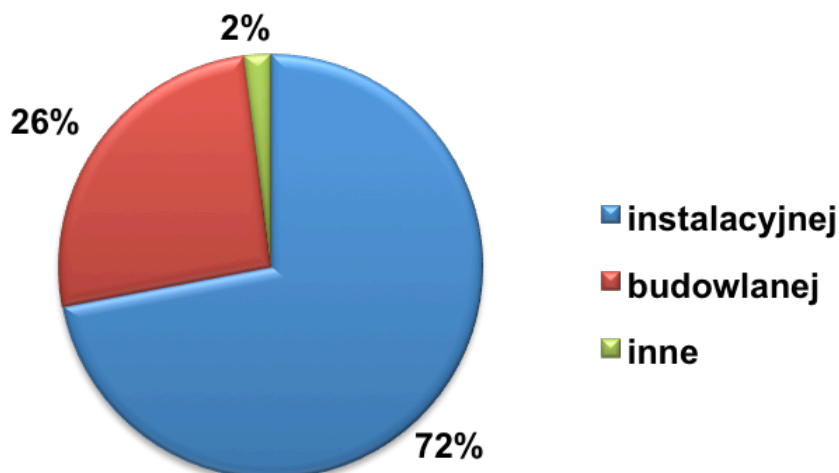
W przypadku połowy Przedstawicieli Handlowych miesięczne wynagrodzenie mieści się w przedziale 3-4,9 tys. netto, prawie ¼ zarabia w przedziale 5-6,9 tys., jednakże 3% PH zadeklarowało wynagrodzenie powyżej 10 tys. zł.

Na kierowniczych stanowiskach 40% uzyskuje wynagrodzenie w przedziale 5-6,9 tys. netto, a prawie 30% 7-9,9 tys.

Wynagrodzenia na stanowiskach dyrektorskich to najczęściej przedział od 7-14,9 tys. netto, choć 23% zadeklarowało wynagrodzenie powyżej 15 tys. netto.

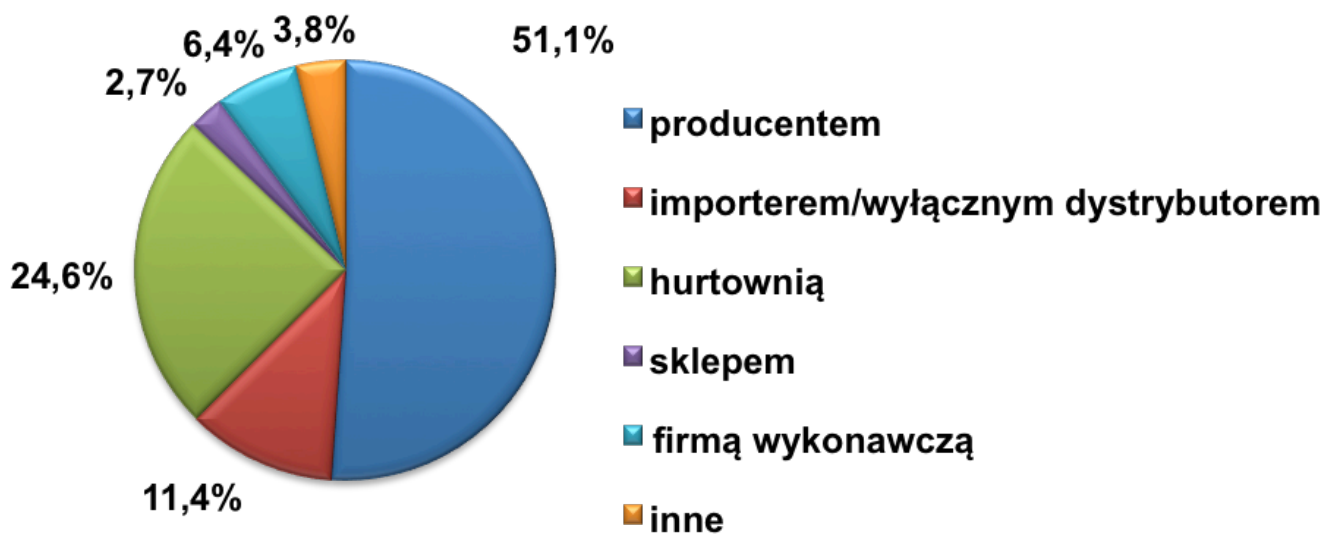
Pracuje Pan/Pani w branży:

N=264



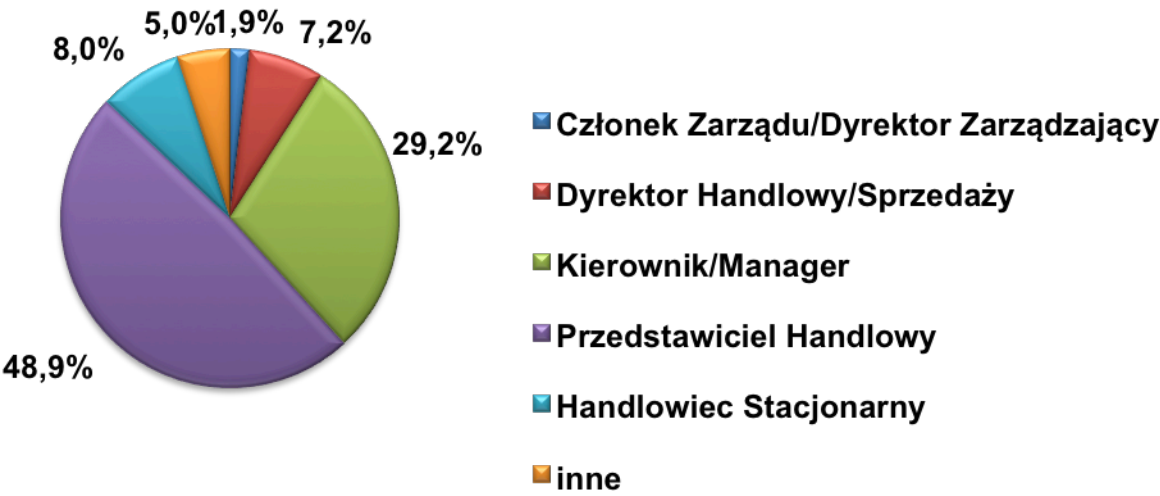
Jest Pan/Pani zatrudniony/a w firmie będącej:

N=264



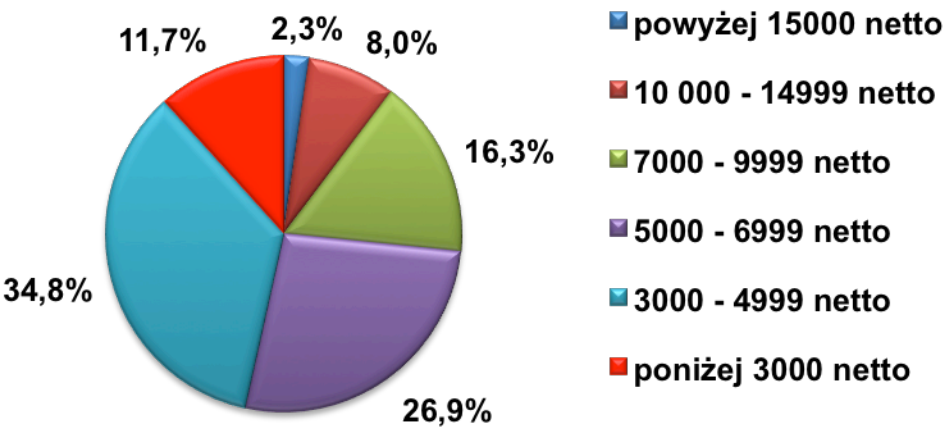
Zajmowane przez Pana/Panią aktualne stanowisko to:

N=264



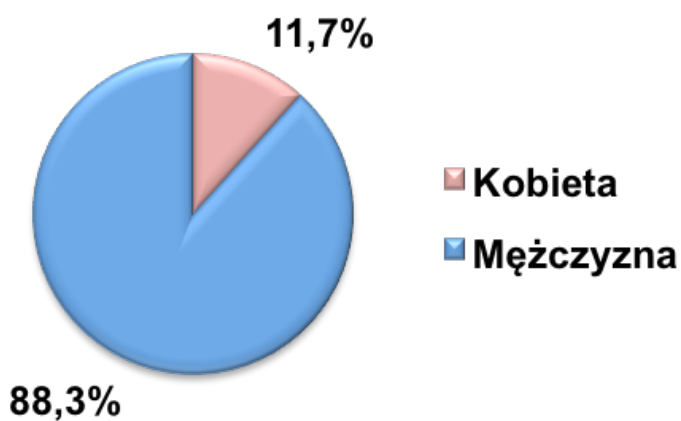
Poziom aktualnie uzyskiwanego przez Pana/Panią wynagrodzenia na rękę (podstawa + premia) to:

N=264



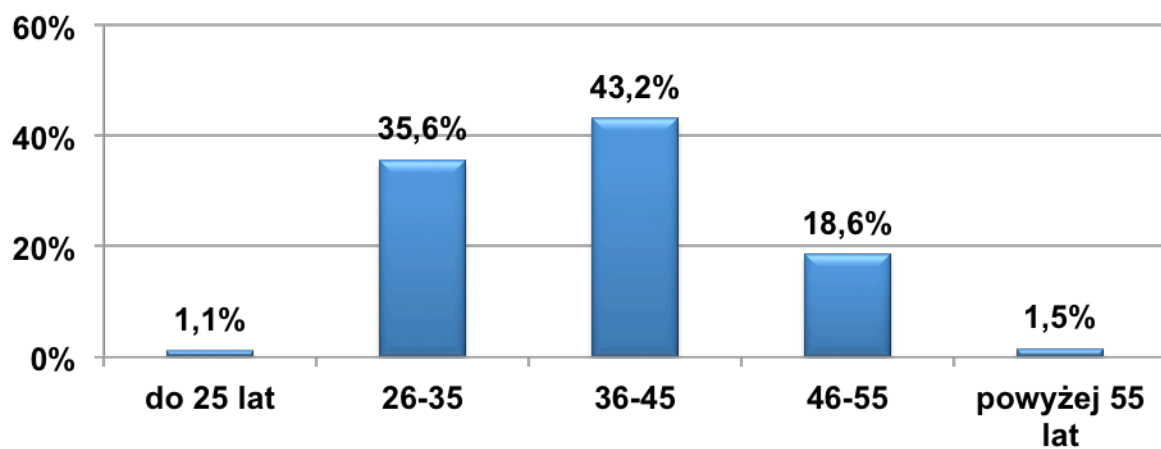
Płeć.

N=264



Wiek.

N=264



NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA BADAWCZE

- Na poziom odczuwanej satysfakcji z pracy największy wpływ ma wysokość uzyskiwanego wynagrodzenia (4,66). Im wyższe wynagrodzenie, tym wyższa satysfakcja z pracy.
- Najwyższą satysfakcję z pracy mają pracownicy importerów/ wyłącznych dystrybutorów, najniższą zaś pracownicy hurtowni.
- Kolejnym, równie ważnym motywatorem, okazała się sprawiedliwa ocena pracy (4,62) oraz czynniki dotyczące jasnego formułowania celów oraz docenianie wysiłku i zaangażowania pracowników.
- Trzecim, bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na poziom satysfakcji z pracy jest stabilność zatrudnienia (4,52)
- 2/3 badanych zadeklarowało gotowość do zmiany pracy.
- Mężczyźni (70%) zdecydowanie częściej są zainteresowani zmianą pracy niż kobiety (48%).
- Niespełna 30% badanych osiągnęło staż pracy u aktualnego pracodawcy wynoszący powyżej 5 lat.

NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA BADAWCZE

- Satysfakcja osób pracujących w branży instalacyjnej wynosiła 3,38 (co oznacza poziom średni) i była istotnie niższa niż pracowników z branży budowlanej 3,61 (co oznacza poziom dobry).
- 41,7% badanych nie przepracowało w obecnej firmie więcej niż 2 lata.
- Spośród osób zamierzających zmienić pracodawcę, jedynie 28,9% wskazało, iż przyczyną są zarobki.
- Największe zainteresowanie zmianą pracy zadeklarowali pracownicy w wieku 36-45 lat i było ono istotnie wyższe (73,7%) niż osób poniżej 35 roku życia (59,8%).
- Pracownicy z branży instalacyjnej okazali się być bardziej krytyczni (51%) wobec swojego pracodawcy, niż osoby z branży budowlanej (44%), co oznacza, że są bardziej skłonni do wyrażania negatywnych opinii o swoim pracodawcy
- Najkrytyczniejsze wobec swoich firm okazały się osoby zatrudnione w firmach wykonawczych (59%) i hurtowniach (58%). Najwięcej promotorów, a więc osób mających pozytywny stosunek do swojej firmy było u importerów/wyłącznych dystrybutorów (33%).

NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA BADAWCZE

- Ogólne zadowolenie z pracy może być czynnikiem zatrzymującym pracowników w firmie, pomimo iż wysokość wynagrodzenia nie jest w pełni satysfakcjonująca.
- Oprócz wynagrodzenia i awansu argumentami skłaniającymi do zmiany pracy są czynniki związane z pozycją firmy na rynku i opinią o niej.
- Największą barierą przed zmianą pracy - wyrażoną przez 71,6% badanych - jest obawa o niezgodność warunków pracy z ofertą przedstawianą podczas rozmowy rekrutacyjnej.
- Czynnikiem, który może zapobiegać tym obawom i ułatwić pozyskiwanie najcenniejszych dla firmy pracowników jest m. in. opinia o firmie i o tym, jakim jest ona pracodawcą, wyrażana przez jej pracowników.
- Pracownicy hurtowni (70,8%) oraz firm wykonawczych (83,3%) są w najwyższym stopniu zainteresowani zmianą pracy, natomiast pracownicy sklepów w najniższym (57,1%)
- Dla prawie połowy badanych pracowników najatrakcyjniejsza forma wynagradzania to taka, która zakłada wysoką (bardzo wysoką) podstawę i niską część prowizyjną.

INFORMACJE O PROGUEST GROUP

W ciągu 10 lat działalności zbudowaliśmy dwie spółki, stworzyliśmy dwie marki i założyliśmy fundację. Wszystko po to, aby móc coraz skuteczniej działać na rynku wspierając naszych klientów w zakresie rozwoju ich biznesu. W swoich działaniach koncentrujemy się głównie na współpracy ze średnimi i dużymi firmami w obszarze sprzedaży, marketingu i zarządzania.

PROGUEST GROUP to:



Doradztwo personalne, kompleksowa realizacja procesów rekrutacyjnych oraz badanie kompetencji kandydatów do pracy, a także aktualnie zatrudnionych pracowników.



Szkolenia, programy oceny i rozwoju pracowników, coaching handlowy i managerski. Realizujemy również badania rynkowe, a na ich podstawie tworzymy programy ekspansji.



Platforma informatyczna do realizacji i zarządzania procesem rekrutacji oraz badania kompetencji kandydatów do pracy, jak również pracowników już zatrudnionych.



Promocja w mediach społecznościowych oraz produkcja filmowa - filmy instruktażowe, promocyjne i korporacyjne.



Działalność non-profit skoncentrowana na podnoszeniu standardów obsługi klienta i zarządzania poprzez organizowanie konferencji, szkoleń oraz publikowanie książek, audiobooków i nagrań video.