

AMSP NOVÉ PŘÍSTUPY K ŘÍZENÍ TÝMU A PRÁCE SE ZAMĚSTNANCI

Závěrečná zpráva

8/2021



KB



ŠKODA

GAME CHANGERS



VÝZKUMNÉ POZADÍ

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé České republiky. Kromě návrhů legislativy se zabývá také tématy jako je export, inovace, financování či vzdělávání.

Ve spolupráci se svými partnery AMSP ČR průběžně realizuje projekty cílené na aktuální otázky ve své oblasti působení, podporované výzkumy trhu.



Hlavním cílem výzkumu bylo **zjistit aktuální přístup firem k řízení týmu a práci se zaměstnanci.**

METODIKA



**Metoda
výzkumu**

Online dotazování



**Cílová
skupina**

**OSVČ se zaměstnanci a majitelé, jednatele, ředitelé malých
a středních podniků o velikosti 4-250 zaměstnanců**

Vyznačené rozdíly dosahují statistické významnosti 90 %



**Velikost
vzorku**

100 podniků, sběr proběhl 27.7. – 4.8.2021



**Výzkumný
nástroj**

Strukturovaný dotazník o délce cca 5 minut

SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ

HLAVNÍ ZÁVĚRY



Jako největší problémy ve vztahu k zaměstnancům podnikatelé označují jejich nedostatek (22 %) a problémy s motivací/nasazením (19 %). 15 % podniků označilo jako jeden z největších problémů mzdy.



Během pandemie 14 % podnikatelských subjektů řešilo otázky kybernetické bezpečnosti systému/dat při práci na home office. 25 % už mělo tyto otázky vyřešeno před pandemií.



Objevily se i dílčí změny v skladbě benefitů. **15 % subjektů zavedlo nově během pandemie možnost home office, 12 % pružnou pracovní dobu.**












Pokud jde o shánění nových zaměstnanců, **podnikatelské subjekty se stále do značné míry opírají o doporučení známých (68 %).**

VÝSLEDKY V DETAILU

NEJVĚTŠÍ PROBLÉMY VE VZTAHU K ZAMĚSTNANCŮM JSOU PRO PODNIKATELE AKTUÁLNĚ JEJICH NEDOSTATEK A MOTIVACE/NASAZENÍ.

Největší problém ve vztahu k zaměstnancům

v %

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Nedostatek zaměstnanců	 22	9	26	21	15	28
Motivace/nasazení zaměstnanců	 19	9	22	15	19	23
Mzdy	 15	9	17	18	8	18
Odvody	 4	9	3	3	4	5
Covid	 4	0	5	6	8	0
Fluktuace	 3	0	4	9	0	0
Něco jiného	 23	32	21	15	31	25
Nic	 16	32	12	24	23	5
Nevím	 2	5	1	3	0	3

Například motivace, návrat z home office, absence, nedostatek práce

Komentář AMSP ČR:

Není nic nového, že firmám již několik let chybí kvalitní zaměstnanci. Stále u nás panuje rekordní zaměstnanost, která však svou mírou již nepředstavuje zdravé tržní prostředí na trhu práce. Logicky z toho vyplývá, že práci mají často i lidé, kteří o ni reálně nestojí – a pak je velmi obtížné motivovat k vyššímu nasazení. Se sníženou motivací se však potýká i řada zaměstnanců navrátilivších se z pandemického režimu nebo i z home-office. Často fungovali v jiném rytmu, v jiném tempu a také byl někdy odlišný objem a charakter požadované a odváděné práce.

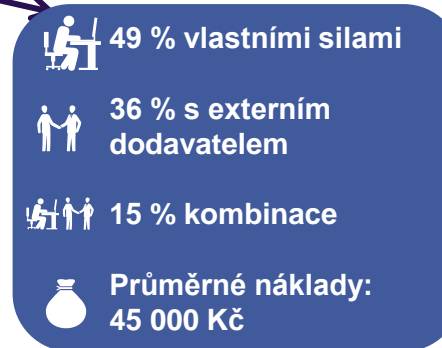
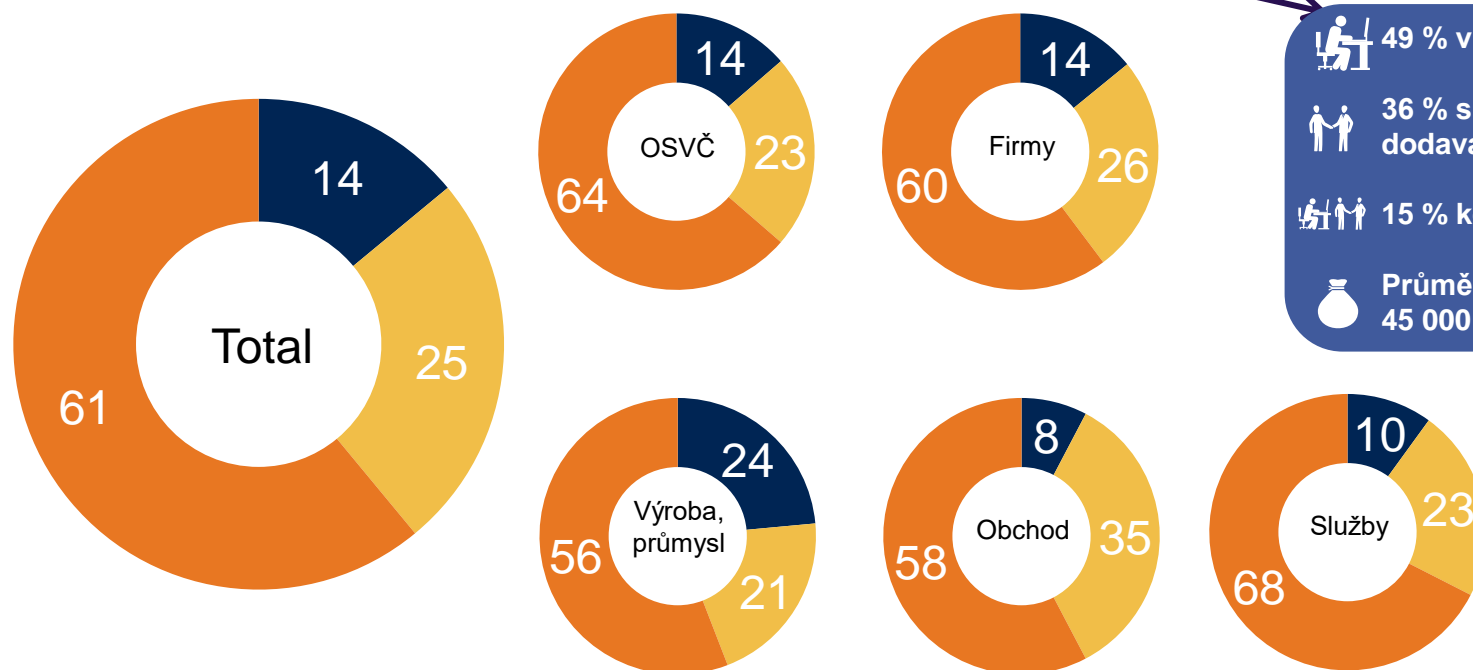
Q1. Co je pro vás aktuálně ve vztahu k zaměstnancům největší problém, který vnímáte?

N=100/22/78/34/26/40

14 % PODNIKŮ BĚHEM PANDEMIE ŘEŠILO OTÁZKY KYBERNETICKÉ BEZPEČNOSTI SYSTÉMU/DAT PŘI PRÁCI NA HOME OFFICE.

Řešení kybernetické bezpečnosti systému/dat při práci na home office během pandemie

v %



Komentář AMSP ČR:

Během pandemie řešila otázku kybernetické bezpečnosti ve finále jen menší část firem z řad MSP: buď totiž fungují v prostředí, v němž byly nuceny tuto otázku řešit bez ohledu na pandemii, nebo z jakéhokoliv důvodu necítí potřebu kybernetickou bezpečnost řešit. Z průzkumu vyplývá, že výjimkou jsou průmyslové a výrobní firmy, z nichž téměř čtvrtina v pandemii vyšší zabezpečení řešila. Důvodem může být fakt, že tento sektor před pandemií využíval vzdálený přístup typicky v menší míře než například maloobchod a e-shopy. Naopak poměrně málo se toto téma dotklo služeb – velká řada z nich ani nebyla on-line možná.

Q2. Řešíte nebo řešili jste během pandemie ošetření kybernetické bezpečnosti firemních systémů a dat při práci zaměstnanců na home office? N=100/22/78/34/26/40

Q3. Ošetřili jste kybernetickou bezpečnost firemních systémů a dat při práci zaměstnanců na home office vlastními silami, nebo jste využili služeb ext. dodavatele? N=39

Q4. A kolik vás to jako firmu stálo peněz? N=39

JAKO POZITIVNÍ DOPAD HOME OFFICE NA ZAMĚSTNANCE PODNIKATELÉ NEJČASTĚJI ZMIŇUJÍ ÚSPORU ČASU ZA CESTU Z PRÁCE/DO PRÁCE.



Pozitivní dopady home office na zaměstnance

v %

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Úspora času (cesta z práce a do práce)	34	18	38	41	35	28
Více času s rodinou	27	32	26	24	27	30
Lidé jsou více v klidu	26	9	31	21	38	23
Flexibilita	24	18	26	26	27	20
Úspora peněz (na straně zaměstnance i zaměstnavatele)	22	14	24	12	35	23
Lepší work/life balance	11	9	12	12	12	10
Lidé více přicházejí s novými nápady	8	14	6	18	4	3

Komentář AMSP ČR:

V zásadě vynucený HO měl pro řadu firem a jejich zaměstnanců překvapivá pozitiva. K těm očekávaným se řadí samozřejmě úspora času ve smyslu dojíždění do práce, ale velmi oceňovaným dopadem byla flexibilita – tj. lepší plánování času a sladění rodinného života s prací.

Významný faktor zmiňovaný respondenty byla rovněž finanční úspora jak pro firmy (vytápění, úklid prostor, energie, občerstvení, obsluha recepce apod.), tak pro zaměstnance (jízdné, ale i například úspora za oblečení, obuv apod.).

Nesmíme ale zapomínat na to, že pro určitou skupinu lidí a určité osobnostní typy není HO vhodnou formou práce (ztráta motivace, snížený výkon, malá disciplína, postrádání sociálního kontaktu, neschopnost plánovat čas mimo pracoviště, mixování pracovního a soukromého života apod.).

Q6. Jaké pociťujete pozitivní dopady u vašich zaměstnanců pro práci na dálku?

N=100/22/78/34/26/40

PODLE PODNIKATELŮ ZAMĚSTNANCE KROMĚ FINANCÍ MOTIVUJÍ NEJVÍCE VZTAHY VE FIRMĚ A ZAJÍMAVÁ NÁPLŇ PRÁCE.



Co zaměstnance nejvíce motivuje?

v %

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Finance	75	73	76	85	65	73
Vztahy ve firmě	43	36	45	38	42	48
Zajímavá náplň práce	30	32	29	50	19	20
Pochvala a uznání	23	14	26	18	27	25
Poskytované benefity	20	18	21	24	12	23
Možnost home office	16	5	19	6	19	23
Tvůrčí atmosféra ve firmě	9	14	8	6	4	15
Možnosti osobního růstu/rozvoje	9	9	9	18	8	3
Možnosti kariérního růstu	2	0	3	0	8	0

Komentář AMSP ČR:

Finanční odměna je vzdor rostoucím mzdám a platům stále považována za největší motivaci k práci.

Velmi vysoko jsou však též ceněny VZTAHY a celková atmosféra ve firmě. Pozitivita, humor a dobré vztahy jsou psychologicky nejlepší prevencí fluktuace i osobního vyhoření.

Lidé v práci tráví více než polovinu aktivní části dne, proto je tento faktor velmi významný.

I v této otázce vystupuje specificky výroba a průmysl – v nich – zdá se - lidé více než v jiných oblastech ekonomiky prahnou po zajímavé náplni práce. Je to často ve vazbě na vzdělání, do něhož museli investovat, a následně touze posunout svou kvalifikaci a zkušenost dál.

Q7. Co zaměstnance podle vás ve vaší firmě nejvíce motivuje?

N=100/22/78/34/26/40

V POSLEDNÍCH 12 MĚSÍCÍCH BYLA NEJVÍCE ZAVÁDĚNÝM BENEFITEM MOŽNOST PRÁCE Z DOMOVA A PRUŽNÁ PRACOVNÍ DOBA.



Poskytované benefity

v %

Zavedeno v posledních
12 měsících

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby	
Pružná pracovní doba	47	12	32	51	41	62	43
Pracovní notebook, telefon, tablet	43	3	23	49	35	58	40
Občerstvení/nápoje na pracovišti	34	6	27	36	29	35	38
Stravenky	32	5	23	35	26	31	38
Volno v případě nevolnosti (tzv. sick day)	31	8	23	33	24	27	40
Dovolená navíc	30	7	23	32	32	27	30
Možnost práce z domova	28	15	27	28	18	38	30
Příspěvky na penzijní připojištění	24	4	5	29	32	23	18
Stravování (kantýna, závodní jídelna)	21	5	14	23	24	19	20
Zkrácené pracovní úvazky	19	4	23	18	15	27	18
Pracovní automobil	19	1	5	23	26	15	15
13. nebo 14. plat	18	1	14	19	24	15	15
Nabídka zvýhodněných cen produktů zaměstnavatele	14	1	14	14	12	12	18

Komentář AMSP ČR:

Z předchozího slidu plyne, že benefity ovlivňují motivaci zaměstnanců jen z 20%. V rámci nich je však již nyní patrný trend spojený s „work-life balance“. Na první oceňované příčce se umístila pružná pracovní doba, která právě sladění se soukromím umožňuje nejlépe. Velmi často jsou zaměstnavateli poskytovány pracovní nástroje i pro soukromé využití (notebook, telefon, tablet) – zde je však poměrně velký rozdíl mezi firmami a živnostníky. Časté je i poskytování občerstvení na pracovišti (třetina firem), a rovněž příspěvek na stravování, např. ve formě stravenek, je stále jedním z nejčastějších benefitů.












Q8. Jaké benefity zaměstnancům poskytujete?

N=100/22/78/34/26/40, zobrazeny benefity dosahující alespoň 10 %

23 % PODNIKŮ ŘEŠILO V POSLEDNÍCH 12 MĚSÍCÍCH STRES ZAMĚSTNANCŮ, DALŠÍCH 15 % EMOČNÍ A ZAVÁŽNÉ ZDRAVOTNÍ PROBLÉMY.

Co musely podniky řešit u zaměstnanců v posledních 12 měsících?

v %

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Stres	 23	23	23	21	27	23
Emoční problémy	 15	9	17	18	23	8
Závažné zdravotní problémy	 15	9	17	12	15	18
Deprese	 10	5	12	3	19	10
Úzkost	 9	0	12	9	23	0
Vyhoření	 8	5	9	6	12	8
Nízké sebevědomí	 4	14	1	0	0	10
Závislosti	 2	5	1	0	4	3
Šikana	 1	0	1	3	0	0
Závažné konflikty na pracovišti	 1	0	1	0	0	3
Žádné z uvedených	 54	55	54	65	50	48

Komentář AMSP ČR:

Positivní zprávou je, že sice těsná – ale nadpoloviční část dotázaných firem podobné situace nemusela řešit, ale samozřejmě to nevypovídá o tom, že tam zmíněné potíže s jistotou nenastaly.

Negativní jevy jako stres, emoční a zdravotní problémy spojené s výkonem práce se nejvíce objevovaly v obchodě, kde se silně projevuje tlak na výkon, jenž je relativně snadno monitorovatelný. Také dopad pandemie byl právě v případě obchodu drtivý – tedy je dost pravděpodobné, že se ze zaměstnavatele na zaměstnance částečně mohly přenést nejistota, úzkost a strach o budoucnost.

Q9. Museli jste v posledních 12 měsících řešit u některých ze zaměstnanců následující problémy? Uveďte, které jste museli řešit.

N=100/22/78/34/26/40

FIREMNÍ AKCE JSOU NEJPOPULÁRNĚJŠÍ ZPŮSOB PODPORY STMELOVÁNÍ KOLEKTIVU.



Co funguje dobře pro stmelení kolektivu?

v %

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Firemní, společenské, společné akce	26	14	29	24	35	23
Kamarádské vztahy	9	9	9	15	0	10
Atmosféra	9	5	10	9	12	8
Přístup, vstřícnost, komunikace	7	5	8	6	12	5
Důvěra, spolehlivost, upřímnost	7	9	6	6	4	10
Společné obědy, večeře	6	14	4	3	8	8
Firemní večírky	6	0	8	12	4	3
Teambuilding obecně	5	0	6	6	8	3
Strategie, směřování firmy	2	5	1	0	0	5
Odměny, benefity	2	5	1	3	0	3
Něco jiného	20	32	17	24	4	28

Komentář AMSP ČR:

Zaměstnavatelé se domnívají, že pracovní kolektiv nejlépe stmelí společné akce mimo firemní prostředí, kde se mají lidé možnost vidět i z jiných než pracovních stránek své osobnosti.

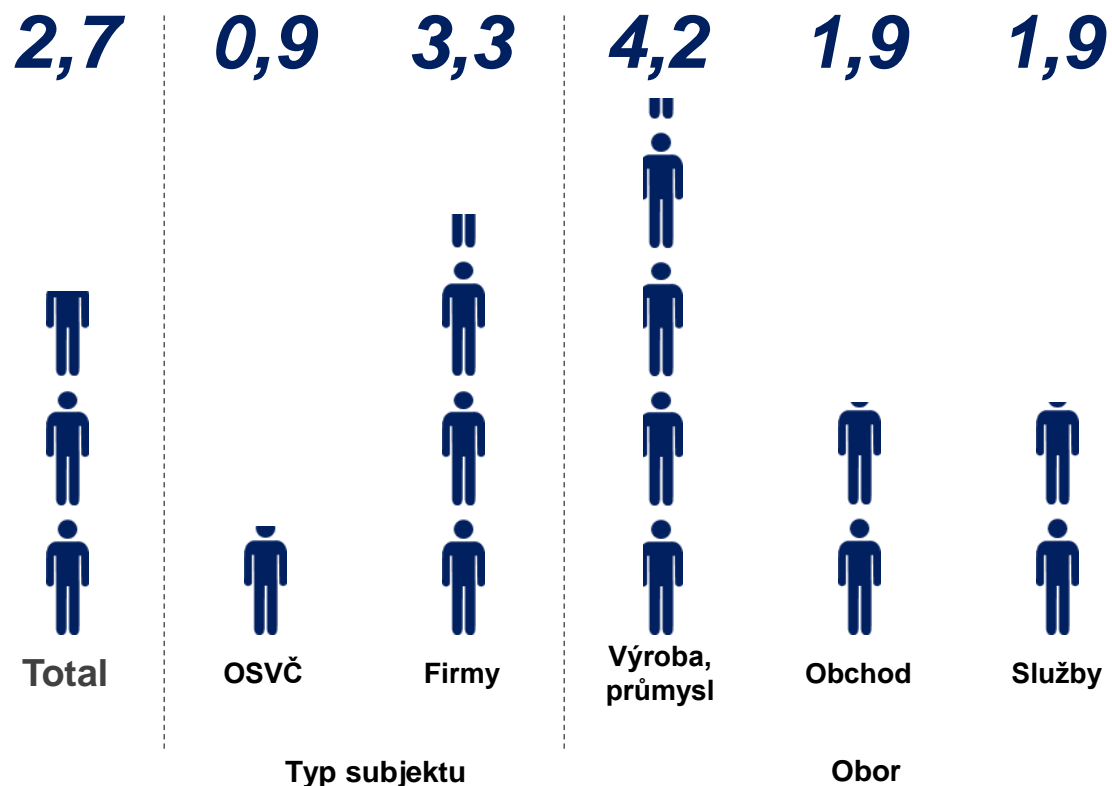
Firemní nastavení a atmosféra byla v této otázce zmíněna sice jen v 9% patrně kvůli obtížné uchopitelnosti (definici), ale její význam dokládají poté individuální odpovědi respondentů – viz příklad v modrém boxíku. Její významné zastoupení najdeme i v odpovědi na otázku motivace (kde spolu se vztahy tvořila více než 50-ti% důležitost).

Q10. Co podle vás ve firmě dobře funguje pro stmelení kolektivu?
N=100/22/78/34/26/40

Například atmosféra, humor, společné vymýšlení výrobků atd.

MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY UVÁDĚJÍ, ŽE JIM CHYBÍ V PRŮMĚRU 3 ZAMĚSTNANCI.

Kolik zaměstnanců firmám aktuálně chybí? Průměr, počet chybějících zaměstnanců



Median počtu chybějících zaměstnanců je 1.

Komentář AMSP ČR:

V průzkumu byly zastoupeny většinou menší firmy, ale v zásadě to kopíruje všeobecnou statistiku, že v ekonomice akutně chybí cca 10% pracovníků. Ta poptávka je zdaleka nejvyšší v průmyslu a ve výrobě obecně, což ukazuje i náš průzkum.

Q11. Kolik zaměstnanců vám aktuálně chybí?
N=100/22/78/34/26/40

VĚTŠINA PODNIKŮ HLEDÁ NOVÉ ZAMĚSTNANCE PŘES ZNÁMÉ A JEJICH DOPORUČENÍ, NÁSLEDUJÍ SPECIALIZOVANÉ PORTÁLY.



Kde hledají podniky nové zaměstnance?

v %

		OSVČ	Firmy	Výroba, průmysl	Obchod	Služby
Známí a jejich doporučení	68	64	69	71	73	63
Specializované portály (Jobs.cz, Prace.cz atd.)	39	36	40	35	46	38
Úřad práce	21	18	22	29	19	15
Pracovní agentury	11	5	13	18	8	8
Facebook	9	14	8	6	8	13
LinkedIn	8	9	8	12	8	5
V zahraničí	5	5	5	9	0	5

Komentář AMSP ČR:

Ano, v MSP (a zvláště v regionech) je tento způsob recruitmentu zcela typický a logický: MSP až na výjimky zpravidla nedělají masový nábor, chtějí spolehlivé a prověřené lidi s dobrou referencí, které doplňují do stavu většinou po jednotkách. Individuální přístup k této problematice se jim zpravidla vyplácí, „střílet naslepo“ (tj. absolvovat anonymní náborový proces v jeho všech fázích) je pro MSP zdoluhavé, drahé a zejména s málo predikovatelným výsledkem. Současně je pro MSP výrazně dražší než pro korporáty přijmout, administrovat, alokovat kapacity, zaučit a jinak investovat do člověka, který možná ani nemá opravdový zájem či se na pozici nehodí, a ve zkušební době odejde. To se v případě osobních kontaktů na doporučení děje výrazně méně často.

Q12. Kde hledáte nové zaměstnance?

N=100/22/78/34/26/40

STRUKTURA VZORKU

STRUKTURA VZORKU

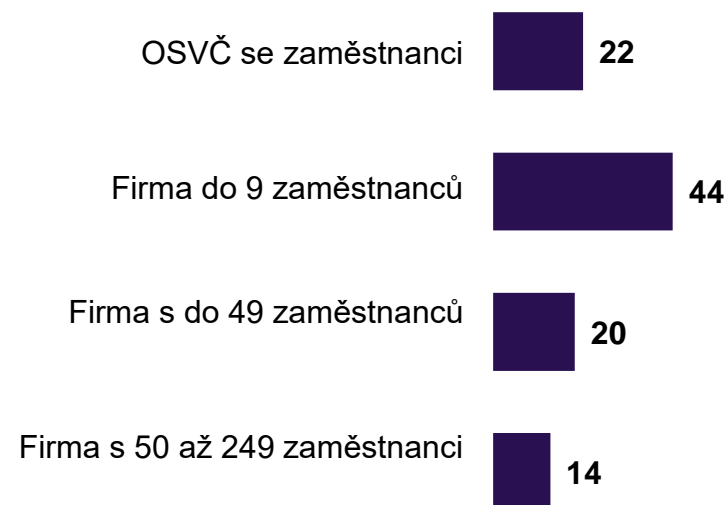
Obor



Obrat společnosti



Typ podniku



N=100

KONTAKTY

KONTAKTY



JAN POLÁK

Account Director
Ipsos Customer Experience

✉ jan.polak@ipsos.com

☎ +420 603 532 920



JAN HUMHEJ

Associate Director
Ipsos Customer Experience

✉ jan.humhej@ipsos.com

☎ +420 602 789 565



TOMÁŠ MACKŮ

External Affairs
Director

✉ tomas.macku@ipsos.com

☎ +420 774 646 799

Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00, Praha 1

www.ipsos.cz

www.ipsos.com