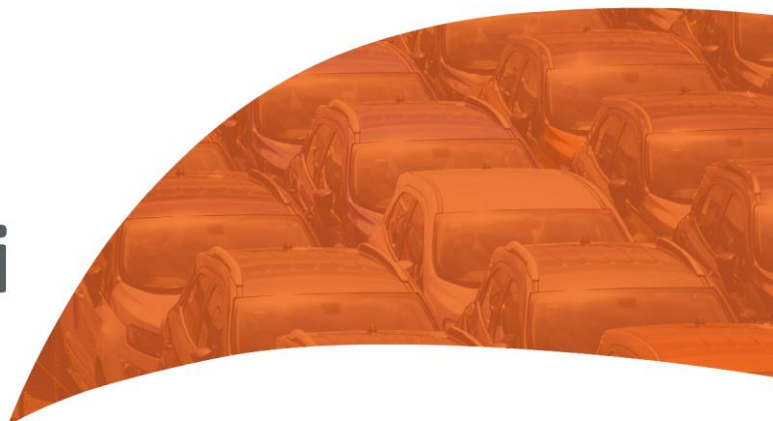


Poprawa sytuacji pracowników w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy

w sektorze motoryzacji
z uwzględnieniem elektromobilności
w kontekście napływu imigrantów.



SPIS TREŚCI

AKTUALNA SYTUACJA W BRANŻY AUTOMOTIVE	3
POLSKA KRAJEM IMIGRACJI.....	6
ŚWIATOWE, EUROPEJSKIE I POLSKIE TRENDY W BRANŻY MOTORYZACYJNEJ.....	9
JAK ROZWIJA SIĘ ZAPOTRZEBOWANIE NA KWALIFIKACJE W PRZEMYSŁE MOTORYZACYJNYM?	11
SYTUACJA PRACOWNIKÓW W NAJTRUDNIEJSZEJ SYTUACJI NA RYNKU PRACY	12
WYZWANIA I REKOMENDACJE	16

REKOMENDACJE

Poprawa sytuacji pracowników w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy w sektorze motoryzacji z uwzględnieniem elektromobilności w kontekście napływu imigrantów.

AKTUALNA SYTUACJA W BRANŻY AUTOMOTIVE

Motoryzacja jest największą i najbardziej produktywną gałęzią polskiej gospodarki, odpowiadającą za około 8 proc. produktu krajowego brutto. Siłą napędową branży motoryzacyjnej jest produkcja części i akcesoriów motoryzacyjnych, stanowiąca aż 57 proc. wartości całego polskiego sektora motoryzacyjnego. To nie tylko firmy produkujące części i podzespoły, ale również fabryki produkujące samochody osobowe, dostawcze, ciężarowe i autobusy. Ten segment branży przyczynił się do tego, że Polska stała się jednym z głównych – nie tylko europejskich, lecz także światowych – ośrodków produkcji motoryzacyjnej. Sektor potrzebuje jednak odpowiednio wykwalifikowanej kadry, aby sprostać globalnym trendom motoryzacyjnym, uzupełnić luki kompetencyjne pracowników i braki kadrowe, które dotyczą branży motoryzacji w tym elektromobilności.

Cała branża motoryzacyjna znajduje się obecnie w przededniu prawdziwej rewolucji. Ten tradycyjny sektor przemysłu, wytwarzający najbardziej kompleksowe produkty, musi się dziś zmierzyć z jednej strony z szybkimi zmianami w technologii, z drugiej – z coraz większymi wymaganiami konsumentów. Obie tendencje wpływają bezpośrednio zarówno na produkcję samochodów, sposób ich użytkowania oraz zatrudnianie wykwalifikowanej kadry.

Sporo kłopotów wyrządziła 2-letnia pandemia COVID-19, która zaburzyła produkcję, łańcuchy dostaw oraz restrykcje, które spowolniły wiele procesów w firmach. Kolejnym ciosem wymierzonym w wiele branż stała się inwazja Rosji na Ukrainę 24 lutego 2022 r. Wojna wywołała ponownie niestabilność w branży automotive, ponieważ został osłabiony łańcuch dostaw półprzewodników i wiązek elektrycznych wytwarzanych na Ukrainie.

W chwili obecnej sytuacja ta sprawia, że wiele zakładów produkcyjnych czasowo wstrzymało linie montażowe w Polsce i w Europie.¹

Również niestabilność gospodarcza, a mianowicie: wysoka inflacja, zmiany przepisów prawa pracy, zmiana wysokości najniższego wynagrodzenia, ogromne wzrosty cen paliw ciekłych i gazowych oraz energii elektrycznej odciskają ogromne piętno na wszystkich sektorach i branżach. Wzrost kosztów prowadzenia działalności jest odczuwalny dla producentów części motoryzacyjnych i pojazdów.

Prawie połowa respondentów raportu „Przemysł, handel i usługi w motoryzacji – podsumowanie sytuacji po I kwartale 2022 r. i prognozy”, wskazała, iż w I kw. 2022 r. najbardziej dostrzegalny był wzrost kosztów surowców i komponentów do produkcji. O znacznych wzrostach kosztów surowców mówiono już od początku pandemii, a dodatkowo wzmagają ten wzrost wojna i inflacja. Niestety problem ten ciągle się pogłębia. Dodatkowo fala imigrantów, która napłynęła do Polski i innych krajów europejskich zmieniła rynek pracy oraz wywołała rozliczne zmiany również w przemyśle motoryzacyjnym.

Raport MotoBarometr2022² opublikowany przez firmę Exact Systems w czwartym kwartale 2022 r. wskazuje, że 50% przedstawicieli zakładów motoryzacyjnych w Polsce prognozuje wzrost zatrudnienia w ciągu 12 najbliższych miesięcy. 72% zakładów motoryzacyjnych w Polsce zatrudnia obywateli Ukrainy.

Aktualna sytuacja na rynku pracy i kondycja branży motoryzacyjnej w dobie trwającej wojny na Ukrainie generuje wiele obaw po stronie Zarządów i dyrektorów sektora automotive.

Obawy te dotyczą:

- sytuacji w branży, która zdaniem 50% przedstawicieli sektora jest trudniejsza niż po wybuchu pandemii COVID-19,

¹ Raport „Przemysł, handel i usługi w motoryzacji – podsumowanie sytuacji po I kwartale 2022 r. i prognozy”, Stowarzyszenie Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych, Santander Bank Polska, Grupa MotoFocus, 2022.

https://old.motofocus.pl/media/file/2022/pdf/SAN_SDCM_Barometr_1kw2022%20r..pdf

² Raport MotoBarometr2022, Nastroje w automotive w Europie, Exact Systems, 2022. (dostęp 28.11.2022)

<https://motobarometer.com/MotoBarometr2022-pl.pdf>

- 35% sektora uważa, że część produkcji z Ukrainy jest lub może zostać przeniesiona do Polski,
- 61% przedstawicieli automotive uważa, że w wyniku wojny w sąsiedzkim kraju wzrosły koszty surowców potrzebnych do produkcji.

Po wybuchu wojny na Ukrainie prawie połowa producentów części – 45,8% zamierzała zatrudniać uchodźców z Ukrainy. 50% badanych nie wiedziało czy będzie zatrudniać uchodźców, a 4,2% stanowczo stwierdziło, że nie. Dystrybutorzy również zamierzali zatrudniać pracowników z Ukrainy – 42,3%.³

Wszyscy badani pracodawcy, którzy planowali zatrudnić uchodźców wojennych zwracali jednak dużą uwagę, na fakt, że uchodźcami są przede wszystkim kobiety z dziećmi i osoby w wieku emerytalnym. Dla branży automotive w szczególności produkcji powstała możliwość zatrudnienia kobiet i stworzenia dla nich miejsc pracy przy produkcji części i podzespołów. Zakłady produkcyjne chciały przede wszystkim wykorzystać umiejętności manualne, kluczowe na liniach produkcyjnych.

Wojna na Ukrainie nie tylko spowodowała napływ imigrantów do krajów Unii Europejskiej, ale również spowodowała odpływ pracowników w szczególności mężczyzn, którzy zdecydowali się wrócić do swojego kraju i walczyć z najeźdźcą. Najwięcej mężczyzn, którzy opuścili nasz kraj, pochodziło z takich sektorów jak motoryzacja i branża budowlana. Prawie 15,4% pracodawców⁴ z branży automotive odczuła odpływ wykwalifikowanej i zatrudnionej jeszcze przed wybuchem wojny pracowników narodowości ukraińskiej. Odpływ i powrót do kraju związany był w powszechną mobilizacją wojskową w Ukrainie, mężczyzn w wieku 18 – 65 lat.

Na kondycję branży motoryzacyjnej z uwzględnieniem elektromobilności ma wpływ nie tylko wojna na Ukrainie, ale również ogólna sytuacja gospodarcza w kraju, rosnące ceny energii,

³ Raport „Przemysł, handel i usługi w motoryzacji – podsumowanie sytuacji po i kwartale 2022 r. i prognozy”, Stowarzyszenie Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych, Santander Bank Polska, Grupa MotoFocus, 2022, s.10-15.

⁴ Raport „Przemysł, handel i usługi w motoryzacji – podsumowanie sytuacji po i kwartale 2022 r. i prognozy”, Stowarzyszenie Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych, Santander Bank Polska, Grupa MotoFocus, 2022, s.15.

surowców i paliw. Wyzwaniem stają się również transformacje technologiczne w sektorze w zakresie nowych napędów, działań i wydatków B+R, a dla warsztatów samochodowych oferowanych usług. Skutki tych zmian odczują nie tylko firmy, ale również pracownicy i konsumenci. Wszystkie powyższe czynniki mają lub będą mieć wpływ na wzrost cen aut, części zamiennych oraz usług naprawczych. Prognozy na kolejny rok nie są pozytywne, bo wiążą się z coraz wyższą inflacją, wzrostem pensji minimalnej, a tym samym wzrostem kosztów po stronie pracodawców z sektora motoryzacji, podwyżki stawek ubezpieczeń społecznych i wielu innych aspektów, które warunkują zatrudnienie w branży motoryzacyjnej.

POLSKA KRAJEM IMIGRACJI

Z artykułu „Rzeczpospolitej”⁵ wynika, że według Biura Wysokiego Komisarza ONZ ds. Uchodźców do września 1,36 mln uchodźców z Ukrainy otrzymało tymczasową ochronę w Polsce. Polskie Ministerstwo Pracy i Spraw Socjalnych informuje, że od początku inwazji, zatrudnienie znalazło 430 tys. uchodźców z Ukrainy. Oznacza to, że pracę ma około 2/3 ogólnej liczby uchodźców w wieku produkcyjnym (670 tys.). Większość uchodźców z Ukrainy wykonuje w Polsce prace fizyczne, które można uzyskać bez znajomości języka polskiego i doświadczenia. Jest to sfera logistyki, przedsiębiorstw przemysłu spożywczego i przetwórczego, przedsiębiorstw przemysłu elektronicznego i motoryzacyjnego oraz sektora usług. Prawie połowa uchodźców z Ukrainy w Polsce (51 proc.) otrzymuje wynagrodzenie w wysokości od 500 euro do 1000 euro (19,5-39 tys. hrywien). Wielu uchodźców znalazło zatrudnienie w branży motoryzacyjnej na terenie Czech i Słowacji ze względu na wyższe wynagrodzenia.

Imigranci z Ukrainy stanowią największą część obcokrajowców przebywających na terenie naszego kraju. Aktualne dane z podziałem na poszczególne województwa, liczbę imigrantów

⁵ „Rzeczpospolita. Ekonomia”, „W jakich krajach pracują uchodźcy z Ukrainy. Gdzie najlepiej zarabiają?” (dostęp 25.11.2022)
<https://www.rp.pl/rynek-pracy/art37243921-w-jakich-krajach-pracuja-uchodzcy-z-ukrainy-gdzie-najlepiej-zarabiaja>

wraz z podziałem na określoną narodowość znajdują Państwo na stronie Urzędu ds. cudzoziemców.⁶

Oznacza to, że od początku wojny, do Polski przybyło już 8,575 mln osób uciekających przed wojną. 21 grudnia 2022 r. z Polski do Ukrainy wyjechało 27 tys. osób. Łącznie od 24 lutego do Ukrainy wróciło ponad 6,749 mln osób.⁷

Z raportów Straży Granicznej wynika, że codziennie granicę Polski z Ukrainą przekracza kilkanaście tysięcy osób. Wjeżdżają i wyjeżdżają z Polski. Ruch na granicy jest ogromny. Brakuje jednak informacji jakiego rodzaju są to wyjazdy i wjazdy do Polski.

Aktualne dane⁸ na koniec października 2022 r., na podstawie bazy PESEL pokazują 1,4 mln ukraińskich uchodźców. Według najnowszych szacunków w Polsce mieszka ich obecnie około 1 mln 120 tys. – Wiemy już, że ok. 300 tys. z nich wyjechało. Widzimy to dzięki analizie różnych baz danych, np. dotyczących zatrudnienia, zasiłków i PESEL, oraz danych z granic. Uchodźcy, którzy wyjechali z Polski, są usuwani z bazy PESEL po 30 dniach.

Ucieczka przed działaniami wojennymi falę migracji z terenu Ukrainy skierowała głównie do takich krajów jak: Polska, Niemcy, Czechy, Słowacja, Węgry, Rumunia i inne kraje europejskie oraz na inne kontynenty.

Imigranci w naszym kraju to również przedstawiciele takich krajów jak: Białoruś, Iran, Pakistan, Gruzja, Indie i inne. Największą część stanowią obywatele Ukrainy, którzy emigrowali w związku z działaniami wojennymi, szukając schronienia w Polsce.

Przed wybuchem wojny na Ukrainie w Polsce obecnych było prawie 1,2 mln obywateli Ukrainy – tzw. emigrantów zarobkowych. Nowa fala uchodźców wojennych powiększyła tę liczbę o prawie 1,120 mln na podstawie bazy PESEL. Po ataku na Ukrainę i mobilizacji

⁶ Urząd ds. cudzoziemców, (dostęp 27.11.2022), <https://migracje.gov.pl/statystyki/zakres/polska/>

⁷ Straż Graniczna, Tweeter, (dostęp 21.12.2022)

https://twitter.com/Straż_Graniczna?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1605818779451244544%7Ctwgr%5Ee8e1b4a051af6dc16fa25a61913e9b6f18e3d780%7Ctwcon%5Es1_%2F%2F300gospodarka.pl%2Fnews%2Fuchodzcy-z-ukrainy-w-polsce-liczba

⁸ Rzeczpospolita, <https://www.rp.pl/polityka/art37286771-polska-wydala-na-pomoc-uchodzcom-z-ukrainy-5-5-mln-zl> (dostęp 26.11.2022).

wojskowej do kraju powróciło około 100 tys. z nich, głównie mężczyzn, którzy w większości pracowali w sektorze motoryzacji i budowlanym.

Trudno prognozować działania wojenne na Ukrainie i ich przebieg, ale z przedstawionych danych wynika, że Polska w głównej mierze, od 24 lutego 2022 r. do chwili obecnej była nie tylko krajem tymczasowych osiedleń, ale również krajem tranzytowym, ponieważ imigranci wjazd do Polski traktowali jako tranzyt do innych krajów Unii Europejskiej. Imigranci przedostawali się do swoich rodzin i znajomych, którzy już przed wojną pracowali w krajach UE. Trudno też nakreślić ilu z nich pozostanie w Europie na stałe, znajdując zatrudnienie i miejsce zamieszkania.

Dodatkowo zmienność zarówno napływów, jak i odpływów jest bardzo wysoka, co może odzwierciedlać realia związane z wojną, ale także wskazywać na to, że mamy do czynienia z wysoce mobilną populacją, która jest zainteresowana powrotem do domu, jeśli jest to tylko możliwe. Dodatkowo, istnieje dodatnia – choć słaba – korelacja między dynamiką wjazdów do Polski i wyjazdów z naszego kraju. Ten wzorec mobilności przypomina w pewnym stopniu rzeczywistość migracji między Ukrainą a Polską sprzed wojny, która obejmowała dużą liczbę tymczasowych migrantów i osób przemieszczających się regularnie między obydwojoma krajami. Wciąż brakuje nam danych pozwalających oszacować skalę tego zjawiska, ale wiele przesłanek wskazuje, że część migrantów zarobkowych pomimo wojny kontynuuje swoje podróże na co wskazują autorzy raportu „Gościnna Polska 2022”.⁹

Polska była i jest krajem najbliższym kulturowo i językowo dla imigrantów z Ukrainy, co spowodowało, że aktualnie w Polsce przebywa w grupie zarejestrowanych uchodźców 93 proc. to kobiety i dzieci – aż 600 tys. osób znajduje się w wieku produkcyjnym. Kilka dni temu resort rodziny pochwalił się, że już ponad 400 tys. z nich legalnie w Polsce pracuje, dzięki uproszczonym procedurom zatrudnienia. Rząd jednak podkreśla, że nie wie, ilu z nich tak naprawdę to uchodźcy wojenni, a ilu to ci, którzy pracowali tu przed wojną, a teraz skorzystali z nowych zasad. Dane ZUS o płaconych składkach przez Ukraińców przed wojną i teraz wskazują, że z 740 tys. ubezpieczonych w ZUS na początku roku, obecnie jest ich 780

⁹ Praca zbiorowa pod redakcją Macieja Bukowskiego i Macieja Duszczyka, „Gościnna Polska 2022”, Wise Europa, Warszawa 2022, s. 20.

rys., a więc wzrost wynosi tylko 40 tys. osób. Znaczna część Ukraińców mieszka w Polsce, ale pracuje zdalnie w kraju, część weszła w „szarą strefę”.¹⁰

Według danych Straży Granicznej od 24 lutego do 18 grudnia 2022 r. granicę polsko-ukraińską przekroczyło 8,503 mln uchodźców z Ukrainy, głównie kobiet i dzieci. Warto zauważyć, że 18 listopada 2022 r., liczba ta wynosiła 7,832 mln osób. Czyli tylko w ostatnim miesiącu do Polski wjechało 671 tys. Ukraińców.¹¹

W ostatnim czasie najwięcej imigrantów z Ukrainy zatrzymuje się w województwach przy wschodniej granicy kraju i pozostaje u nas około kilkuset osób (w zależności od dnia 300-500, a nawet 900 osób). Liczba osób może się zwiększać w związku z nasileniem się zimnej pogody, brakiem prądu i ogrzewania na Ukrainie.

Według badań przeprowadzonych przez Lalafo¹² - organizacji, która pomaga Ukraińcom zaaklimatyzować się w Polsce, około połowa Ukraińców, którzy przyjechali do Polski z powodu wojny, jest w wieku produkcyjnym. Ponad 96% to kobiety w przedziale wiekowym 30-50 lat, 16% to osoby poniżej tego wieku, a 10% to osoby starsze. Spośród respondentów badania Lalafo prawie 90% ma dzieci, najczęściej jedno lub dwoje. Warto zauważyć, że prawie połowa przymusowych migrantów z Ukrainy chce po wojnie wrócić do domu, natomiast około 12% wyraża chęć pozostania w Polsce.

ŚWIATOWE, EUROPEJSKIE I POLSKIE TRENDY W BRANŻY MOTORYZACYJNEJ

Najważniejsze cztery trendy w motoryzacji określane są od angielskich słów: connected, autonomous, shared i electric, oznaczających samochody połączone ze sobą, autonomiczne, współdzielone i elektryczne. Wszystkie wymienione trendy są ze sobą powiązane, wzajemnie się napędzając i przyspieszając zmiany w całym sektorze motoryzacji.

¹⁰ „Rzeczpospolita”, <https://www.rp.pl/polityka/art37286771-polska-wydala-na-pomoc-uchodzcom-z-ukrainy-5-5-mln-zl> (dostęp 26.11.2022).

¹¹ <https://www.ukrainianinpoland.pl/how-many-ukrainians-have-crossed-the-ukrainian-polish-border-since-the-beginning-of-the-war-current-data-pl/> (dostęp 20.12.2022)

¹² <https://www.ukrainianinpoland.pl/lalafo-survey-reveals-situation-of-ukrainian-society-in-poland-pl/> (dostęp 25.11.2022)

Jednak tylko 1 proc. wszystkich samochodów to auta napędzane prądem z baterii, a usługi współdzielenia, choć szybko zyskują na popularności, nadal nie zastępują samochodów prywatnych, lecz głównie taksówki i pojazdy komunikacji miejskiej. Samochody autonomiczne są ciągle w fazie testów. Wszystkie cztery wyżej wymienione trendy zwiastują znaczącą zmianę w tradycyjnych firmach sektora motoryzacyjnego w Polsce, Europie i na świecie.

Jak wynika ze statystyk agencji PAIH¹³, 12 projektów zrealizowano w sektorze motoryzacyjnym. Wśród kluczowych inwestorów, którzy od 2016 r. pojawili się albo reinwestowali na polskim rynku, są globalne marki, takie jak Daimler, który w Jaworze zbuduje fabrykę silników samochodowych nowej generacji oraz Toyota planująca otworzyć w Wałbrzychu fabrykę automatycznych skrzyń biegów. Japoński koncern chce też rozbudować zakład silników w Jelczu-Laskowicach. Koszt obu inwestycji wyniesie 650 mln euro. Kolejny motoryzacyjny gigant – Volkswagen w październiku ubiegłego roku w Białymostku koło Wrześni oddał do użytku zakład produkujący auta dostawcze, który powstał kosztem 800 mln euro. W grudniu 2022 r. podpisano umowę na otwarcie nowej fabryki Mercedesa w Jaworze, która będzie kosztować 6,1 mld złotych, a będzie to obiekt produkujący elektryczne samochody dostawcze. Za 2-3 lata znajdzie tu zatrudnienie 2,5 tysiąca osób. Koreański LG Chem rozbudowuje fabrykę w Biskupicach Podgórnich, w której produkowane będą baterie litowe do samochodów elektrycznych. Tym samym zainwestuje 1,3 mld złotych oraz stworzy 1000 nowych miejsc pracy.

Polska ewidentnie staje się potentatem w branży motoryzacyjnej i doskonałym miejscem do inwestowania i rozwijania biznesu. Mocno rozwinięty i stabilny rynek części oraz komponentów do budowy aut, składający się z ponad 600 fabryk, który zapewnia sprawniejszą logistykę, niższe koszty transportu i pewniejszy łańcuch dostaw to bez wątpienia jedna z najważniejszych przewag konkurencyjnych naszej branży motoryzacyjnej. Zagraniczni inwestorzy podkreślają również dostępność dobrze wykształconych i kompetentnych kadr, a w szczególności dostęp do kadry inżynierskiej.

¹³ <https://menadzerfloty.pl/biznes/motoryzacyjni-giganci-coraz-czesciej-wybiegaja-polske-beda-tysiace-nowych-miejsc-pracy/> (dostęp 26.12.2022)

Wymienione trendy dotyczą nie tylko produkcji i użytkowania pojazdów, ale przede wszystkim kwalifikacji i kompetencji, jakie są wymagane i oczekiwane od kandydatów do pracy w motoryzacji.

JAK ROZWIJA SIĘ ZAPOTRZEBOWANIE NA KWALIFIKACJE W PRZEMYŚLE MOTORYZACYJNYM?

Przemysł motoryzacyjny rozwija się w Polsce dzięki wielu różnorodnym czynnikom. Ogromne znaczenie mają trendy w branży oraz zmiany związane z Przemysłem 4.0. Duże znaczenie ma wykwalifikowana kadra, kształcona m.in. na uczelniach wyższych, jak politechniki, w szkołach średnich technicznych i branżowych I i II stopnia.

Praca w motoryzacji wiąże się też z dobrymi zarobkami. Średnia pensja w tym sektorze, według PAIH, wyniosła 5309,37 PLN. W fabrykach powstają miejsca pracy zarówno dla osób o wysokich kwalifikacjach, jak i dla pracowników z niższymi kwalifikacjami technicznymi i branżowymi.

Dane ZUS wskazują, że w III kwartale 2022 r. przeciętne wynagrodzenie wynosi 6480,67 zł.¹⁴

Niezwykle ważnym elementem będą nie tylko kwalifikacje zdobywane w toku edukacji formalnej, ale również niwelowanie luk kompetencyjnych związanych z nowym zapotrzebowaniem na wykwalifikowaną kadrę. Rośnie zapotrzebowanie na pracowników, którzy wpiszą się we wszystkie trendy związane z samochodami: połączonymi ze sobą, autonomicznymi, współdzielonymi i elektrycznymi oraz wysoko technologicznymi i zrobotyzowanymi liniami produkcyjnymi.

To wymaga szerokiej i nowoczesnej wiedzy, umiejętności i kompetencji z nowych dziedzin, aby dopasować się do szybkich zmian zachodzących na rynku pracy, potrzeb pracodawców sektora motoryzacji oraz zmian procesowych i produkcyjnych, które związane są z przemysłem 4.0 i z nowoczesnymi technologiami.

¹⁴ ZUS, <https://www.zus.pl/baza-wiedzy/skladki-wskazniki-odsetki/wskazniki/minimalne-i-przecietne-wynagrodzenie> (dostęp 25.11.2022)

Badanie zrealizowane przez Exact System¹⁵ jasno wskazuje, że 56% respondentów zwraca uwagę na zbyt małą liczbę kandydatów do pracy, 53% mówi o zbyt wygórowanych oczekiwaniach finansowych potencjalnych pracowników, a 42% o braku na rynku pracy pracowników o kierunkowym wykształceniu. Takie dane pokazują jak bardzo rosną koszty po stronie pracodawców, aby zapewnić płynność produkcji, ponieważ wymaga to zaangażowania czasu i środków na doksztalcanie kadry, rosnące koszty pracy, które widzi aż 41% badanych firm w sektorze motoryzacji. Taka sytuacja sprawia, że pomimo potrzeb związanych ze zwiększeniem zatrudnienia w sektorze motoryzacyjnym dla firm to spore wyzwanie i problem, aby zapewnić sobie wykwalifikowaną kadrę oraz zapłacić stanowiska pracy, na które trwają rekrutacje.

SYTUACJA PRACOWNIKÓW W NAJTRUDNIEJSZEJ SYTUACJI NA RYNKU PRACY

Niniejsze rekomendacje mają na celu sformułowanie rozwiązań i zmian w zakresie napływu imigrantów w branży motoryzacyjnej z uwzględnieniem elektromobilności, w kontekście pracowników w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, m.in.:

- pracowników powyżej 50. roku życia,
- pracowników o niskich kwalifikacjach,
- kobiet,
- opiekunów osób zależnych,
- osób niepełnosprawnych.

Aktualne dane ZUS na podstawie osób zatrudnionych i zarejestrowanych (imigrantów z Ukrainy) na początku roku 2022, a obecnie wskazuje, że nastąpił wzrost tylko o 40 tys. osób. Znaczna część pracuje zdalnie w swoim kraju, część weszła w „szarą strefę”, a pozostała liczba to osoby, które podjęły prace na naszym rynku pracy.

¹⁵ Raport MotoBarometr2022, Nastroje w automotive w Europie, Exact Systems, s. 21.
<https://motobarometer.com/MotoBarometr2022-pl.pdf>

Aktualny MotoBarometr2022¹⁶ wskazuje, że potrzeby kadrowe stale rosną. Prawie 50% badanych firm z sektora motoryzacji prognozuje zwiększenie zatrudnienia w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

„Polska znajduje się w trójce krajów z największym zatrudnieniem w branży motoryzacyjnej w Europie. Jak wynika z danych ACEA bezpośrednio w automotive w Niemczech pracuje 916 tys. osób, we Francji 232 tys., a w naszym kraju 224 tys. osób. Najnowsze dane wskazują, że ani wojna w Ukrainie, ani pandemia nie zmniejszą tych liczb. W 7 na 11 krajów odsetek firm planujących wzrost zatrudnienia w ciągu najbliższych miesięcy wynosi min. 50%. Co więcej, tylko w dwóch krajach odsetek spodziewających się spadku zatrudnienia jest dwucyfrowy – w Niemczech i Holandii. W Polsce dokładnie połowa zapytanych oczekuje wzrostu zatrudnienia, o 11% więcej niż w 2021 r. Podobnie jak w poprzednich latach, większość zgłasza zapotrzebowanie na pracowników produkcyjnych niższego szczebla (70%), 41% będzie szukać pracowników średniego szczebla, a 7% będzie rekrutować kadrę menedżerską.”¹⁷

W czwartym kwartale 2022 r. na rynku pracy w branży motoryzacyjnej sytuacja wygląda następująco¹⁸:

- 72% pracodawców zatrudniało lub zatrudnia pracowników z Ukrainy. Firmy motoryzacyjne bardzo chętnie zapełniają luki kadrowe imigrantami poszukującymi zatrudnienia w Polsce. Robi to 3 na 4 pracodawców, a w 2022 r. to 14% więcej niż w roku 2021.
- Rośnie zainteresowanie pracownikami z zagranicy, a Urzędy Pracy zarejestrowały niemal 2 mln oświadczeń, które umożliwiają zatrudnienie do 6 miesięcy, to o 30% więcej niż w roku poprzednim. 2 na 3 dotyczą imigrantów z Ukrainy, którzy otrzymali zezwolenia na pracę do 3 lat (to ponad 504 tysięcy).
- Polski rynek pracy w sektorze motoryzacji musi konkurować z zakładami produkcyjnymi z sektora z takich krajów jak: Czechy, Słowacja, czy Niemcy.

¹⁶ Raport MotoBarometr2022, Nastroje w automotive w Europie, Exact Systems, s. 20. <https://motobarometer.com/MotoBarometr2022-pl.pdf>

¹⁷ Tamże, s. 20. <https://motobarometer.com/MotoBarometr2022-pl.pdf>

¹⁸ Tamże, s. 21-22. <https://motobarometer.com/MotoBarometr2022-pl.pdf>

- 14% pracodawców zwraca uwagę na problem powrotu Ukraińców zatrudnionych do tej pory w polskiej branży automotive w związku z mobilizacją wojskową i obroną kraju. 13% zwraca uwagę na fakt mniejszej ilości dostępnych pracowników z zagranicy, co sprawia, że prawie ¼ pracodawców widzi problem dla branży.

Obecny stan pogarsza fakt, że imigranci z Ukrainy to przede wszystkim kobiety i dzieci, które zamieszkują teren naszego kraju.

Rekomendacje dla sektora motoryzacji będą głównie dotyczyć wniosków jakie wyciągnęła branża automotive z ostatnich trzech lat, a mianowicie związanych z obszarem zatrudnienia po dwuletnim czasie pandemii i aktualnie trwającej wojny w Ukrainie.

Badane firmy w Polsce, w ramach Raportu MotoBarometr2022¹⁹, wskazały najważniejsze planowane zmiany:

- Położenie większego nacisku na automatyzację produkcji – 44% z 202 badanych w Polsce firm branży automotive,
- 36% wskazało elastyczność zatrudnienia w ramach outsourcingu pracowników produkcyjnych,
- 26% firm położy większy nacisk na pracowników tymczasowych,
- Wzrost znaczenia umowy o pracę zauważa aż 25% pracodawców,
- 25% pracodawców wskazało potrzebę budowania wymaganych kompetencji we własnym zakresie – reskilling, upskilling,
- 18% wskazuje potrzebę większej elastyczności zatrudnienia w ramach outsourcingu specjalistów.

Wszystkie te rozwiązania odpowiadają na jeden problem, z jakim przyszło się mierzyć zakładom produkcyjnym w ostatnich miesiącach – problem z ludźmi w sytuacji konieczności zatrzymania lub zmniejszenia produkcji i w zależności od tego, w jakim stopniu jest rozwinięta automatyzacja w danym kraju, zakłady produkcyjne planują zabezpieczenie się przed kolejnymi zdarzeniami, które mogą zaskoczyć ich w przyszłości.

¹⁹ Raport MotoBarometr2022, Nastroje w automotive w Europie, Exact Systems, s. 25.
<https://motobarometer.com/MotoBarometr2022-pl.pdf>

Zmiany jakie niesie za sobą technologia, trendy i megatrendy w motoryzacji, gospodarce i na rynku pracy wymagają ograniczenia niepożądanych skutków transformacji dla sektora motoryzacji. Zarówno pracodawcy, instytucje otoczenia biznesu, instytucje rynku pracy i edukacji, kluczowi partnerzy społeczni, administracja państwowa oraz instytucje wspierające osoby niepełnosprawne i zależne mają przed sobą szereg zadań, które we współpracy ze sobą muszą zrealizować, aby mieć realny wpływ na poprawę sytuacji pracowników w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy.

Tylko współpraca, zmiany legislacyjne, dopasowanie miejsc pracy i wsparcie poszczególnych grup, pozwoli na realną pomoc w znalezieniu pracy lub też pomoc w aktywnym uczestnictwie w rynku pracy z uwzględnieniem szeregu ograniczeń, które wpływają na ich kariery, życie zawodowe i osobiste. Pandemia i trwająca wojna na terenie Ukrainy to problemy, z którymi mierzą się wszystkie branże, w tym motoryzacja.

Aktualna sytuacja imigracyjna oraz stan polskiej gospodarki, szczególnie w sektorze motoryzacyjnym generują szereg pytań:

- Jaki wpływ mają wojenne działania na Ukrainie na pracowników w Polsce, tych w najtrudniejszej sytuacji?
- Jak wiele osób znalazło pracę w sektorze motoryzacji?
- Jakie problemy pojawiają się na styku aktualnej sytuacji gospodarczej i wzmożonej fali imigracji?
- Jakie działania są na bieżąco i systemowo realizowane w ramach wsparcia imigrantów?
- Jak zmienił się rynek pracy w Polsce?
- Jakie kompetencje, kwalifikacje są potrzebne pracownikom z Ukrainy?
- Jak przebiega proces asymilacji?
- Jak trendy w motoryzacji wyznaczają nowe kierunki dla osób zatrudnionych w sektorze, w szczególności, w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy?

Rekomendacje zawierają szereg propozycji wsparcia zatrudnienia i polepszenia sytuacji pracowników powyżej 50. roku życia, pracowników o niskich kwalifikacjach, kobiet,

opiekunów osób zależnych oraz osób niepełnosprawnych na zmiennym i wymagającym rynku pracy z uwzględnieniem napływu imigrantów.

WYZWANIA I REKOMENDACJE

Wyzwanie nr 1.

Wykształcona i w pełni wykwalifikowana kadra pracowników dopasowana do potrzeb pracodawców branży automotive.

Procesy digitalizacji, automatyzacji i robotyzacji w sektorze układają się w dwie ścieżki. Jedną z nich to zmiany i transformacje, które ograniczą potrzeby zatrudnienia nowych pracowników ze względu na automatyzację procesów i produkcji. Drugą drogą to wejście na polski rynek pracy większej liczby osób - imigrantów, którzy stawiają przed firmami wymagania w postaci doksztalcania w zakresie w/w wiedzy oraz rozwoju umiejętności. Połączenie z automatyzacją, robotyzacją i digitalizacją procesów operacyjnych oraz z prognozowaną zmniejszoną sprzedażą samochodów może w najbliższej perspektywie ograniczyć zapotrzebowanie na nowych pracowników. W związku z tym szeroko otwarte ścieżki dla obcokrajowców mogą nie być tak wykorzystywane jak w ostatnich latach. Jednocześnie powinny być otwarte ponieważ decydują o pewnej cykliczności ekonomicznej i sytuacji demograficznej, która się na to nakłada i w dłuższym okresie trzeba być na to przygotowanym.

Sytuacja ta wiąże się z reskillingiem i upskillingiem pracowników. Nowe technologie i cyfryzacja zmieniają lub zmieniają sposób wykonywania pracy i komunikacji wewnątrz firmy oraz zmuszają pracowników do rozwijania zupełnie nowych umiejętności. Jak zapewnić pracownikom możliwości dostosowania ich kompetencji do cyfrowej rzeczywistości? Warto postawić na upskilling i reskilling, ponieważ są to popularne formy przekwalifikowania zawodowego oraz rozwijania nowych kompetencji. Upskilling to proces podnoszenia już posiadanych umiejętności przez pracownika i dostosowywania ich do aktualnej sytuacji panującej na rynku pracy lub wyzwań czy zmian w branży. Z kolei reskilling to proces nabywania umiejętności lub kwalifikacji z odmiennej zupełnie dziedziny w celu objęcia innego stanowiska lub zmiany pracy, np. zdobycie kwalifikacji programisty. Programy re- i up- skillingowe można zastosować wobec pracowników w trudniejszej sytuacji na rynku

pracy, jak osoby powyżej 50. roku życia lub z niskimi kwalifikacjami oraz kobiet (w tym imigrantek z Ukrainy), które weszły na polski rynek pracy i do sektora motoryzacji.

Plany pracodawców związane z digitalizacją i automatyzacją w branży motoryzacyjnej, które sięgają wg. badań, aż 44% przyspieszają transformację cyfrową gospodarki, stawiając przed pracownikami i pracodawcami nowe wyzwania. Jednym z najważniejszych jest rozwijanie digitalowych kompetencji, których brak w przyszłości stanie się najistotniejszym źródłem wykluczenia z rynku pracy. Problem dotknie przede wszystkim kobiety, osoby niepełnosprawne, z niskimi kwalifikacjami i osoby po 50. roku życia. Inwestycja w rozwój kompetencji cyfrowych i większa otwartość na zmiany i cyfrowy świat staje się pilnym zadaniem także dla biznesu i firm działających w oparciu o kulturę wartości. Jak potwierdzają bowiem badania, im wyższe umiejętności cyfrowe u wszystkich grup pracowników, tym większa równość w środowisku pracy. Wspierając zatem możliwości rozwijania kompetencji cyfrowych wskazanych grup, równocześnie przeciwdziałamy ich wykluczaniu z rynku pracy.

Firmy stosując reskilling i upskilling powinny konsekwentnie, strategicznie oraz z wykorzystaniem czasu i funduszy zapewnić odpowiedni poziom umiejętności obecnym i przyszłym pracownikom.

REKOMENDACJE

- Zbudowanie i wdrożenie programów reskillingowych i upskillingowych dopasowanych do potrzeb sektora oraz luk kompetencyjnych pracowników w najtrudniejszej sytuacji oraz imigrantów.
- Finansowanie i refinansowanie szkoleń dla nowo zatrudnionych pracowników oraz rozwój kompetencji pracujących osób w najtrudniejszej sytuacji z wykorzystaniem środków z Krajowego Funduszu Szkoleniowego (KFS), w ramach środków UE i projektów PARP – kompetencje dla sektorów, w tym środków dla MŚP i dużych firm. Współpraca z operatorami Bazy Usług Rozwojowych (BUR) w zakresie refinansowania i dopasowania oferty do potrzeb sektora motoryzacji.
- Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu wspierającymi lokalne firmy, instytucjami szkoleniowymi, powiatowymi i wojewódzkimi Urzędami Pracy aby móc planować kierunki rozwoju kadry i wsparcia osób w najtrudniejszej sytuacji na rynku

pracy, czyli osoby z niskimi kwalifikacjami, osoby po 50 roku życia, kobiety oraz wszystkie osoby opiekujące się osobami zależnymi, osoby niepełnosprawne oraz imigrantów, którzy mogą zdobyć potrzebną wiedzę i kompetencje aby móc pracować w sektorze automotive. Wspieranie branży motoryzacyjnej i osób z niższymi kwalifikacjami znajdujących się na rynku pracy poprzez przeciwdziałanie nowym wykluczeniom, jak cyfryzacja i digitalizacja. Promowanie w tej grupie pracowników potrzeby podwyższania poziomu wiedzy i umiejętności zakresu umiejętności ICT i IT.

- Kadra menedżerska powinna sprawdzać się zarówno w czasie prosperity, jak i w czasie kryzysu. Można zadbać o to poprzez odpowiednie szkolenia, audyty kompetencji oraz proces wyrównywania wiedzy w organizacjach. Podnoszenie wiedzy z zakresu automatyzacji i robotyzacji stanowisk pracy pomoże znacznie usprawnić pracę w firmach motoryzacyjnych.
- Wdrożenie nowych programów mentoringowych, wsparcia „buddiego” w procesach onboardingu, rozwój własnej kadry pracowniczej. Prowadzenie wewnętrznych programów mentorskich, przez najbardziej doświadczonych pracowników, w tym powyżej 50. roku życia mających na celu wdrożenie nowozatrudnionych na konkretnych stanowiskach pracy. Takie programy wzmacniają pozycję i samopoczucie najstarszych pracowników, a tym samym rozwijają młodych lub nowych pracowników.
- Tworzenie nowych praktyk w zakresie upskillingu i reskillingu poprzez prowadzenie krótkich form szkoleniowych wewnątrz firmy rozwijających wiedzę i umiejętności z zakresu nie tylko umiejętności społecznych i personalnych, ale również umiejętności twardych. Rozwijanie pracowników poprzez e-learning oraz digital learning w konkretnych tematach. Stworzenie cyfrowej biblioteki wiedzy dostępnej dla wszystkich pracowników (materiały źródłowe, prezentacje, e-learningi, business case i inne).
- Siłą każdego biznesu jest innowacyjność i kreatywność. Stałe podnoszenie i uzupełnianie wiedzy pracownika poprzez rozwój kompetencji lub zdobywanie nowych kwalifikacji. Wielu pracowników odchodzi z pracy, zmienia ją na inną w sytuacji gdy nie ma możliwości rozwoju lub zmian, czy awansu w strukturach firmowych. Zapewnienie odpowiednich warunków rozwoju, czytelnych systemów

awansowania lub możliwości zmiany stanowiska pracy wewnątrz organizacji staje się faktem we wszystkich branżach.

- Pomimo trudności finansowych, dużych kosztów utrzymania firmy oraz zatrudnienia pracownika, firmy nie powinny oszczędzać na rozwoju pracowników. Wymaga to systematycznej organizacji szkoleń wewnętrznych i zewnętrznych. Obecni pracownicy są otwarci na zmianę zawodu, czy kwalifikacji, a w szczególności grupa powyżej 50 roku życia, kobiety wracające na rynek pracy lub też imigranci przebywający na terenie naszego kraju. Wszystkie wskazane grupy mają wiele aspiracji osobistych i zawodowych, które warto wykorzystać do zmiany wykształcenia czy przekwalifikowania się na potrzeby branży motoryzacyjnej.
- Otwarcie się na osoby, które chcą zmienić branżę, przebranżowić się. Taka metoda wymaga nauczania kogoś na nowo, jest trudna i czasochłonna, ale ten trend przybiera na sile i dotyczy wszystkich pokoleń dostępnych na rynku pracy. W tym trendzie, wiele firm z różnych branż, widzi szansę na zapełnienie luk kadrowych. Oferowanie programów stażowych, treningowych wewnątrz firmy, bo może to dotyczyć programów reskillingowych nie tylko dla najmłodszego pokolenia, a dla wszystkich w szczególności najstarszego pokolenia. Ściąganie pracowników z innych branż może być kluczem do sukcesu firm motoryzacyjnych.

Wyzwanie nr 2

Współpraca i wywieranie wpływu na jakość i kierunki kształcenia oraz kwalifikacje kadr w sektorze automotive.

Dynamiczne zmiany zachodzące na polskim rynku pracy sprawiają, że zarówno pracownicy, jak i pracodawcy muszą wykazywać się coraz większą elastycznością – gotowością do podejmowania kolejnych wyzwań oraz umiejętnością dostosowania się do nowych technologii i rynku pracy. Aby uniknąć zawodowej stagnacji, czy nawet wykluczenia z rynku pracy, pracownicy zmuszeni są więc ciągle zdobywać nowe kwalifikacje, a pracodawcy – szukać kandydatów z określonym zestawem kompetencji i nieustannie podnosić kwalifikacje swoich kadr. Jednym z rozwiązań jest Zintegrowany System Kwalifikacji, który oferuje możliwość formalnego potwierdzenia umiejętności i wiedzy, zdobytych w trakcie

samodzielnego uczenia się, oraz zapewnia powszechny dostęp do uporządkowanej listy obecnych na rynku kwalifikacji z ich jasno określonym opisem. Pełna lista kwalifikacji znajduje się w publicznej bazie danych – Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (ZRK). Dobrze opisane kwalifikacje odpowiadają, jaką wiedzę i umiejętności musi posiadać osoba, która chce potwierdzić swoje kompetencje w danej dziedzinie lub czego pracodawca może oczekiwać od kandydata na określone stanowisko. Jak pokazują doświadczenia innych krajów europejskich, dzięki wprowadzeniu systemu porządkującego rynek kwalifikacji, wzrasta liczba osób zainteresowanych formalnym potwierdzeniem i podnoszeniem swoich kompetencji. Korzystają więc na tym wszyscy: sami pracownicy, zarówno w kraju, jak i za granicą, pracodawcy, oraz organizacje branżowe.

Ważnym elementem wspierającym sektor pod kątem wykwalifikowanej kadry jest również konieczność nawiązywania formalnej i nieformalnej współpracy z systemem oświaty i edukacji z przedstawieniem korzyści dla obu stron partnerstwa (m.in. realny wpływ pracodawców z branży motoryzacyjnej na kierunki kształcenia, tworzenie programów kształcenia zawodowego i technicznego, rozwój kompetencji społecznych istotnych na poszczególnych stanowiskach pracy, rozwój edukacyjny kadry dydaktycznej szkół).

Jest również potrzeba standaryzacji kształcenia zawodowego na poziomie krajowym, a nie pozostawiania tego na innowacyjne projekty na poziomie lokalnym. Wymaga to działania, współdziałania partnerów z sektora edukacji i biznesu. Pomoże w tym współpraca z uczelniami wyższymi, akademickimi biurami karier, szkołami ponadpodstawowymi i podstawowymi, a w szczególności z dyrekcją placówek oświatowych i doradcami zawodowymi odpowiedzialnymi za planowanie i tworzenie ścieżek kariery uczniów i studentów.

REKOMENDACJE

- Budowanie partnerstw na rzecz rozwoju sektora edukacji, rozwoju kompetencji i wiedzy dopasowanej do potrzeb sektora i poszczególnych, lokalnych pracodawców.
- Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu wspierającymi nawiązywanie partnerstw i współpracy z sektorem edukacji, np. z Katowicką Specjalną Strefą

Ekonomiczną i innymi instytucjami wspierającymi i inicjującymi współpracę na linii edukacja i biznes.

- Zaangażowanie się w tworzenie i opisywanie kwalifikacji rynkowych potrzebnych w branży, a jednocześnie stawanie się Instytucjami Certyfikującymi dla kwalifikacji potrzebnych w branży motoryzacyjnej. Wykorzystanie potencjału drzemącego w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (ZSK) i kwalifikacjach rynkowych, które znajdują się w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji pod kątem zdobywania przez pracowników kwalifikacji włączonych i funkcjonujących w ZSK.
- Nawiązywanie współpracy pracodawców ze szkołami podstawowymi, ponadpodstawowymi i uczelniami wyższymi w celu upowszechniania wiedzy na temat działalności firm, budowania wizerunku pracodawcy (employer branding), promowania własnej działalności i atrakcyjnych miejsc pracy.
- Oferowanie staży, praktyk uczniowskich, wsparcia szkoleniowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych, uwzględniające nowoczesne rozwiązania i technologie. Prowadzenie tym samym działań promocyjnych i wizerunkowych w środowisku lokalnym.

Wyzwanie nr 3

Zatrudnienie osób w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy w tym imigrantów.

Aktualna demografia Europy i Polski rodzi wiele konsekwencji dla wszystkich branż. Sytuacja ta wymaga od pracodawców między innymi potrzebę wspierania pracowników i ich rodzin w trudnych sytuacjach związanych z opieką nad osobami zależnymi. Obecnie dotyczy to wielu pracowników oraz grupy kobiet z dziećmi, które są również imigrantami z Ukrainy. Firmy powinny skupić się na odpowiedzi, na realne potrzeby zatrudnionych osób, związane z pełnieniem przez nich ról opiekuńczych/opieką nad dziećmi, niepełnosprawnymi i osobami dorosłymi. Benefity pracownicze stanowią istotny element, na który zwracają uwagę osoby poszukujące pracy.

Zaprojektowanie unikalnych rozwiązań wewnątrz firm motoryzacyjnych pomoże zachęcić osoby opiekujące się osobami zależnymi oraz kobiety do przyjęcia oferty pracy, również

z powodu bonusów opiekuńczych. Pracą i bonusami, na pewno zainteresowane będą matki samotnie wychowujące dzieci, rodzice dzieci, osób niepełnosprawnych, czy opiekunowie osób dorosłych. W trudnej sytuacji na rynku pracy znajdują się też osoby po 50 roku życia, osoby niepełnosprawne, czy imigranci poszukujący lepszych warunków życia.

Raport PARP „Rynek pracy, edukacja, kompetencje. Aktualne trendy i wyniki badań”²⁰ dotyczący sytuacji na rynku pracy wskazuje, że 60% ankietowanych imigrantów z Ukrainy wskazało, że najtrudniejsza podczas pobytu w Polsce jest dla nich rozłąka z rodziną, która została w Ukrainie. Dla 35% badanych dużym utrudnieniem była także słaba znajomość języka polskiego, a dla 17% – załatwianie formalności i spraw urzędowych w Polsce. 40% respondentów wskazało, że oczekiwaloby od państwa polskiego wsparcia w nauce języka polskiego. Z kolei 28% ankietowanych chętnie przyjąłoby pomoc w załatwieniu formalności i spraw urzędowych, a 20% – w postaci socjalnych świadczeń finansowych. Aby móc zatrudniać imigrantów, w tym imigrantów z Ukrainy wymaga to od pracodawców z sektora również wsparcie we wskazanych zakresach, które są kluczowe zdaniem respondentów przebywających aktualnie w Polsce.

Ważna w tym zakresie będzie szeroko zakrojona współpraca z powiatowymi i wojewódzkimi urzędami pracy. W szczególności w zakresie zapotrzebowania i możliwość zatrudnienia pracowników w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, w tym z niskimi kwalifikacjami. Również ważna jest współpraca z powiatowymi i wojewódzkimi radami ds. rynku pracy i organizacja wspólnych akcji związanych z aktywizacją zawodową osób niepracujących, bezrobotnych i biernych zawodowo.

Tak realizowana współpraca pozwoli na przedstawienie lokalnego zapotrzebowania na kwalifikacje potrzebne w branży automotive z uwzględnieniem trendów i zmian w sektorze oraz możliwość zatrudnienia przez sektor osób w najtrudniejszej sytuacji oraz poprawi sytuację imigrantów, którzy przebywają na terenie naszego kraju.

²⁰ „Rynek pracy, edukacja, kompetencje. Aktualne trendy i wyniki badań”, Raport przygotowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez Instytut Analiz Rynku Pracy Sp. z o.o., grudzień 2022, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport_rynek_pracy_grudzie_2022.pdf

REKOMENDACJE

- Wsparcie imigrantów w procesie zatrudnienia w firmach motoryzacyjnych poprzez wyznaczenie osób posługujących się biegle znajomością języka ojczystego.
Organizacja nauki języka polskiego, niemieckiego lub angielskiego, używanego w firmie.
- Nawiązanie współpracy z instytucjami rządowymi i organizacjami pozarządowymi (NGO i fundacje), które opiekują się imigrantami przebywającymi w Polsce.
Współpraca, która ma na celu pozyskiwanie nowych pracowników oraz posiadania wiedzy na temat potrzeb i oczekiwań imigrantów i ich rodzin, aby móc skutecznie zatrudniać w sektorze automotive.
- Wsparcie dla osób zatrudnionych w firmach lub potencjalnie zainteresowanych podjęciem pracy opiekujących się osobami zależnymi. Może to być dofinansowanie usług opiekuńczych z przeznaczeniem na opiekę nad dzieckiem (żłobek, klub dziecięcy, niania), ponieważ bony opiekuńcze mają ograniczony dostęp ze względu na wysokość dochodu na członka rodziny. Dodatkowa oferta na opiekę nad dorosłymi i niepełnosprawnymi osobami zależnymi (opieka godzinowa realizowana przez opiekunów prywatnych i instytucjonalnych). Wsparcie i elastyczność godzin pracy z wykorzystaniem modelu pracy hybrydowej (online i stacjonarnie). Propozycja dwóch dodatkowych dni na opiekę nad dzieckiem lub osobą zależną, poza ustawowo przewidzianymi dniami dla rodziców dzieci do 14. roku życia.
- Wsparcie psychologiczne dla osób uciekających przed wojną, dbałość o wellbeing w organizacji, aby zapobiegać symptomom depresji, chronicznego zmęczenia, wypalenia zawodowego, spadku zaangażowania, które stają się obecnie traktowane na równi z chorobami cywilizacyjnymi. Nowe potrzeby i nowe pokolenia wymuszają na pracodawcach zmiany również w kontekście poczucia sensu, wartości i własnego dobrostanu. Wellbeing to nie tylko wynagrodzenie i benefity rozumiane tradycyjnie, a cała kultura organizacyjna dbająca o potrzeby wszystkich pracowników.
- Tworzenie międzypokoleniowych i międzykulturowych zespołów pracowników.
Wspieranie i doradztwo dla osób po 50. roku życia, osób niepełnosprawnych oraz

imigrantów poprzez opiekę doświadczonych pracowników, mentoring, współpracę z doradcami zawodowymi, coachami i pracownikami działów HR.

- Zaangażowanie pracodawców w upowszechnianie dostępu kobietom do takich samych jak mężczyznom możliwości rozwoju zawodowego i awansu, z naciskiem na branże dotąd postrzegane jako „męskie” w tym, w sektorze motoryzacji. Tworzenie przez pracodawców odpowiednich warunków do rozwoju zawodowego kobiet, pokazywanie sukcesów innych kobiet. Dzielenie się doświadczeniami pomiędzy pracownikami z większym doświadczeniem, a tymi na początku drogi zawodowej, promowanie idei mentoringu.
- Nawiązywanie współpracy publicznych służb zatrudnienia z dyrektorami HR firm motoryzacyjnych w celu wypracowania najlepszych rozwiązań szkoleniowych, doradczych i wspierających zatrudnienie w sektorze automotive. Realizacja badań w sektorze, aktualizacja danych i zapotrzebowania z podziałem na gminy i województwa. Animowanie współpracy przez instytucje wspierające branżę, takie jak izby gospodarcze, związki, stowarzyszenia branżowe, Sektorową Radę.
- Rekomendowanie zmian legislacyjnych i prawnych dotyczących kwestii zatrudnienia i dotyczących rynku pracy. Udział w konsultacjach społecznych i branżowych nie tylko samych pracodawców, ale również instytucji zrzeszających pracodawców z branży automotive, aby poprawić sytuację osób na rynku pracy i pracowników powyżej 50. roku życia, pracowników o niskich kwalifikacjach, kobiet, opiekunów osób zależnych, osób niepełnosprawnych, w tym wsparcia imigrantów wojennych.
- W wielu segmentach gospodarki, a szczególnie w branży motoryzacyjnej, konieczne będzie prowadzenie ogólnobranżowych kampanii informacyjno-edukacyjnych walczących z jednej strony ze stereotypami dotyczącymi poszczególnych sektorów, z drugiej natomiast zachęcających do przebranżowienia i podjęcia pracy w nowym obszarze. Takie działania edukują nie tylko społeczeństwo, ale pozwalają podjąć młodym ludziom decyzję o ścieżce kształcenia na wczesnym etapie a tym samym znalezienie zatrudnienia w sektorze motoryzacji.
- Zatrudnienie imigrantów z różnych krajów wymaga od pracodawców wdrożenia szkoleń komunikacyjnych i językowych (języka polskiego, angielskiego, czy

niemieckiego) oraz przygotowania wszelkich instrukcji w formie wizualnej, a nie tylko pisemnej.

- Z powodu odpływu kadry ukraińskiej ucierpiała produkcja, budownictwo i logistyka. Rozwiązanie, jakie mogą doraźnie zastosować pracodawcy, to dostosowanie części zadań dla kobiet i osób starszych, np.: w logistyce jest możliwe wyszkolenie kobiet-kierowców oraz praca w produkcji, gdzie kluczową kompetencją są wysokie zdolności manualne, jak i praca niewymagająca przenoszenia cięższych komponentów. W przypadku cięższych prac warto otworzyć się na zatrudnienie pracowników innych narodowości, np. z Gruzji i Mołdawii oraz pracowników z Bliskiego i Dalekiego Wschodu.
- Poszukiwanie pracowników spoza Europy, szczególnie Azji, ale również Afryki i Ameryki Południowej staje się faktem. Dotychczasowe procedury zatrudnienia były długotrwałe i skomplikowane, ale wojna na Ukrainie upraszcza pewne procesy.
- Istotnym elementem jest również aktywizacja osób w wieku produkcyjnym, które z różnych względów są nieobecne na rynku pracy, w tym starszego i bardziej doświadczonego pokolenia stanowi duży potencjał, z którego mogą czerpać nie tylko same przedsiębiorstwa, ale również najmłodsi pracownicy.

Wyzwanie nr 4

Budowanie strategii employer brandingowych (marki pracodawcy) w celu budowania reputacji i pozyskiwania najlepszych talentów z rynku pracy.

Należy zwracać uwagę na jakość wykształcenia kandydatów. Wraz z sytuacją rynkową, gdzie mamy do czynienia z brakami kadrowymi na stanowiskach specjalistycznych firmy motoryzacyjne powinny rozbudowywać strategię biznesową o strategię employer brandingową. Powinny powstawać strategię mające na celu zachęcić większą rzeszę kandydatów do wyboru konkretnego pracodawcy. Rynek pracy wymusza na pracodawcach walkę o utrzymanie najlepszych talentów. Z raportu Antal²¹ „Aktywność specjalistów

²¹ Raport „Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy - 10. Edycja”, ANTAL, 2020, <https://antal.pl/wiedza/raport/aktywnosc-specjalistow-i-menedzerow-na-ryнку-pracy-10-edycja>

i menedżerów na rynku pracy” wynika, że jedną z najczęstszych przyczyn podawanych jako powód zmiany pracy są bardziej atrakcyjne możliwości rozwoju kariery (38% badanych) oraz propozycja wyższego wynagrodzenia (32% badanych).

Budowanie strategii marki pracodawcy, świadoma i szeroko zakrojona działalność marketingowa i komunikacyjna w mediach społecznościowych pozwala na łatwiejsze pozyskiwanie odpowiednich pracowników z rynku pracy oraz budowanie reputacji firm z sektora motoryzacji. W znaczącym stopniu do pozyskiwania najlepszych pracowników, firmom potrzeba komunikacji i działań marketingowych eksponujących kulturę organizacyjną, wsparcie i opiekę nad osobami, które jej potrzebują, pokazywanie i realizację wartości organizacyjnych oraz wskazujących dobrą i wartościową markę pracodawcy.

REKOMENDACJE

- Przygotowanie planów kryzysowych oraz strategii employer brandingowych nastawionych na pokazywanie i promowanie wysokiej jakości kultury organizacyjnej w branży motoryzacyjnej, aby pozyskiwać pracowników z zagranicy oraz talenty z otwartego rynku pracy.
- Wdrożenie działań promocyjnych i marketingowych związanych z budowaniem pozytywnego wizerunku firmy, jako najlepszego miejsca pracy. Wdrożenie strategii employer brandingowych w firmach z wykorzystaniem wszystkich kanałów komunikacji online i offline.
- Ważne jest również zaplanowanie i wdrożenie umiejętnego zarządzania różnorodnością w firmie, szczególnie gdy w grę wchodzi różnice kulturowe, społeczne, religijne. Skuteczne zarządzanie różnorodnością powinno dotyczyć zbudowania spójnej strategii oraz sposobu kreowania polityki personalnej organizacji pozwalającego na efektywne wykorzystanie puli talentów dostępnej na rynku pracy. Jest działaniem szerszym, niż wdrażanie praktyk antydyskryminacyjnych, bowiem zakłada stworzenie takich warunków instytucjonalnych w organizacji, w których każdy zatrudniony ma szansę, na pełną partycypację w jej rozwoju, umacnianie wartości kultury organizacyjnej, polepszania motywacji i efektywności kadry pracowniczej.

Przetawione rekomendacje dotyczą kilku ważnych aspektów i wyzwań przed jakimi stoją firmy z branży motoryzacyjnej. Nie jest to katalog zamknięty, a raczej próba zwrócenia uwagi na strategiczne, długofalowe działania, które należy podjąć w sektorze automotive, aby zapewnić odpowiednio wykwalifikowane kadry z uwzględnieniem osób w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy oraz imigrantów przebywających na terenie naszego kraju.



Opracowanie merytoryczne: **Iwona Caputa** –
trener, marketingowiec, strateg i doradca
biznesowy i brandingowy. Specjalista ds. badań
i analiz, regionalny lider ds. ZSK.