

De aantrekkelijkheid van bedrijven op de Belgische arbeidsmarkt

Waarom kiezen werkzoekenden voor een bepaald bedrijf? Sinds 2000 verricht Randstad onderzoek naar de aantrekkelijkheid van Belgische bedrijven met meer dan 1 000 werknemers die actief zijn op de private markt. Dit gebeurt via een bevraging bij 8 000 respondenten tussen de 18 en 65 jaar. Het onderzoek wordt uitgevoerd door ICMA.

Enerzijds wordt er gepeild of de betrokkene het bedrijf in die mate kent dat hij of zij er een oordeel kan over geven. Daarna wordt gevraagd of de betrokkene in het bedrijf zou willen werken. Tenslotte wordt gevraagd om het bedrijf te scoren op een aantal kenmerken (loon, bedrijf biedt toekomstperspectieven, werksfeer, werkzekerheid, financiële gezondheid, interessante jobs, opleidingsmogelijkheden, kwaliteit management, evenwicht werk-privé en tenslotte kwaliteit van de aangeboden producten en diensten). Deze kenmerken verklaren voor meer dan 85% de keuze die werknemers voor een bedrijf maken. Dit jaar werd bijkomend nagegaan of het belang van de verschillende kenmerken zich hebben gewijzigd. Het is aannemelijk dat onder invloed van de recessie bepaalde factoren belangrijker en andere minder belangrijk zijn geworden.

Naambekendheid en aantrekkelijkheid bedrijven

De belangrijkste factor om te kiezen voor een bedrijf is de gepercipieerde werkzekerheid die het bedrijf kan bieden. Daarna volgt de financiële gezondheid van het bedrijf, het aanbieden van hoge

lonen, de werksfeer en het goede evenwicht tussen werk en privé.

Ten opzichte van 2000 winnen werkzekerheid en financiële gezondheid van het bedrijf aan belang. Hoge lonen en de werksfeer blijven even belangrijk. Werknemers hechten nu echter minder

belang aan het feit of het bedrijf goede toekomstperspectieven biedt en of de aangeboden jobs interessant zijn in vergelijking met het jaar 2000. Een minder goede conjunctuur doet intrinsieke factoren blijkbaar in belang afnemen.

Inzake naambekendheid verandert er weinig ten opzichte van vorig jaar. Dit jaar is Ikea de meest bekende werkgever in België met een score van 87%. Daarna volgen De Post, Coca Cola, C&A, Fortis, Colruyt, Philips, H&M, Renault en Belgacom. Zoals verwacht, liggen de scores zeer dicht bij deze van vorig jaar. Het spreekt vanzelf dat bedrijven die zich richten op de individuele consumenten of klanten bevoordeeld zijn in vergelijking met business to business bedrijven of bedrijven die opereren onder een andere naam dan hun belangrijkste producten.

De absolute aantrekkelijkheid van een bedrijf wordt berekend door de naambekendheid van een bedrijf te vermenigvuldigen met het aandeel van de respondenten die graag of heel graag in het bedrijf zouden willen werken.

Net zoals vorig jaar is Coca Cola het meest aantrekkelijke Belgische bedrijf (tabel 1). Het bedrijf haalt

een score van 33%. Van alle respondenten stelde 83% dat ze het bedrijf goed genoeg kenden om er scores aan te geven. 40% bevestigde er graag te willen werken. De vermenigvuldiging van beide scores geeft de absolute aantrekkelijkheidsscore. Van alle respondenten wil een op drie graag tot heel graag werken bij Coca Cola.

Coca Cola haalt een hogere score dan vorig jaar (33% tegenover 30%). Deze hogere score wordt volledig veroorzaakt door de hogere relatieve aantrekkelijkheid. Inzake naambekendheid ging het bedrijf er zelfs lichtjes op achteruit. Globaal daalde de naambekendheid van de Belgische bedrijven met 2%. Dit kan aan toeval te wijten zijn maar het is niet uit te sluiten dat de recessie in deze een rol speelt.

Bij de relatieve aantrekkelijkheid wordt geen rekening gehouden met de naambekendheid van het bedrijf maar alleen met het percentage van de respondenten die stellen dat ze graag tot heel graag in het bedrijf willen werken. Het meest relatief aantrekkelijke bedrijf in België is GlaxoSmithKline (tabel 2). Van degenen die het bedrijf kennen, wil

maar liefst 52% er graag tot heel graag werken. Vorig jaar bedroeg dit aandeel 41%. GlaxoSmithKline mag zich niet alleen de meest aantrekkelijke werkgever in België noemen maar maakte ook de grootste vooruitgang. De grote rekruteringscampagne van het bedrijf in 2003 heeft wellicht een grote rol gespeeld.

Tabel 1.

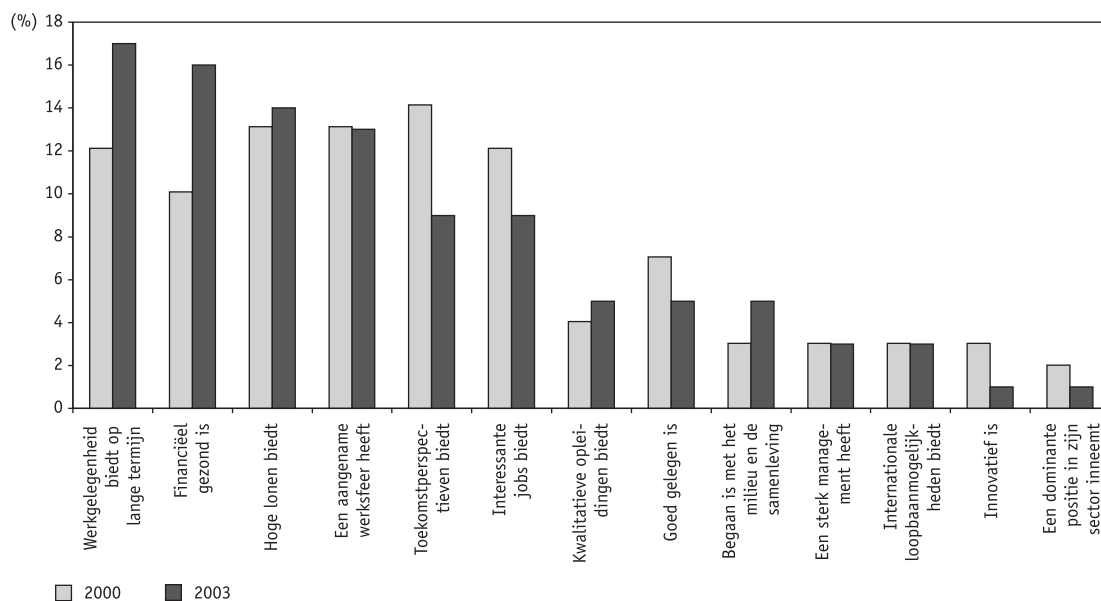
De absoluut aantrekkelijkste bedrijven in België.

1.	Coca Cola	33%
2.	Proximus	30%
3.	VRT	29%
4.	Fortis	26%
5.	Ikea	25%
6.	Nike	25%
7.	Dexia	24%
8.	Siemens	24%
9.	Mobistar	24%
10.	Electrabel	24%

Bron: Randstad.

Figuur 1.

Evolutie van het belang van de aantrekkelijkheidscriteria (*).



Bron: Randstad.

Tabel 2.

De relatief aantrekkelijkste bedrijven in België.

1.	GlaxoSmithKline	52%
2.	Pfizer	51%
3.	Janssen Pharmaceutica	49%
4.	VRT	47%
5.	Hewlett Packard	44%
6.	Techspace Aero	43%
7.	IBM	42%
8.	Pharmacia	42%
9.	Picanol	42%
10.	CFE	41%

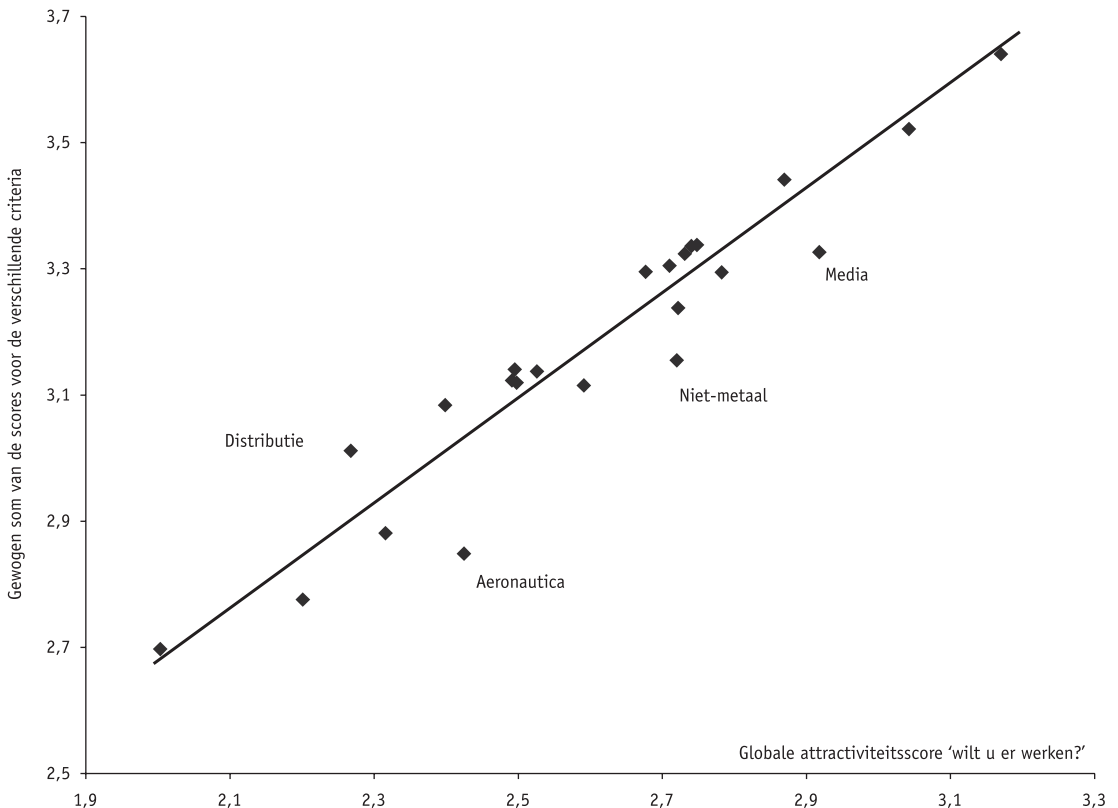
Bron: Randstad.

Sectorale aantrekkelijkheid

Door bedrijven te clusteren kunnen we bovendien sectorale voorkeuren detecteren. Net als vorig jaar is de farmaceutische industrie de meest aantrekkelijke sector gevolgd door informatica-consultancy en media. Verder volgen banken-verzekeringen en telecom. De minst aantrekkelijke sectoren zijn transport-logistiek en catering. Opvallend is dat de informatica-consultancy sector na twee relatief zwakkere jaren opnieuw aan aantrekkelijkheid wint en bij jongeren zelfs op de eerste plaats staat. Bij mannen en vrouwen doen zich er weinig verschillen voor inzake sectorale voorkeur. De top drie is helemaal gelijklopend.

Figuur 2.

Score algemene attractiviteit ten opzichte van de gewogen som van de scores voor de verschillende criteria (2003).



Bron: Randstad.

Als de voorkeur voor een bedrijf samenhangt met bepaalde kenmerken (werkzekerheid, lonen, werksfeer enzovoort), ligt het voor de hand dat als een respondent stelt dat hij of zij graag voor een bepaald bedrijf zou willen werken, hij of zij ook hoge scores toekent voor deze verschillende kenmerken. Op figuur 2 vindt men het verband tussen de relatieve aantrekkelijkheidsscore en de gewogen som van de scores voor de verschillende criteria.

De scores op beide assen vormen nagenoeg een perfecte diagonaal. Dit betekent dat respondenten vrij coherent kiezen voor een bedrijf en/of sector. Voor enkele sectoren stellen we kleine afwijkingen vast. Zo krijgen de mediabedrijven minder positieve scores wanneer we ons baseren op de verschillende kenmerken. De banken en verzekeringen doen het beter en komen zelfs op de derde plaats.

Evolutie

De aantrekkelijkheid van bedrijven is vrij stabiel over de jaren heen. Toch kunnen we elke jaar evoluties vaststellen. Hierboven gaven we al mee dat het belang van de verschillende criteria die belangrijk zijn in de aantrekkelijkheid van een bedrijf wijzigen. In minder gunstige economische tijden wint het aspect werkzekerheid sterk aan belang. Opmerkelijk is dat de respondenten dit jaar iets betere scores toekenden aan de verschillende kenmerken. Vorig jaar waren deze scores sterk teruggedallen. Alleen het kenmerk 'werkzekerheid' kent opnieuw een daling in vergelijking met vorig jaar. De relatieve aantrekkelijkheid van bedrijven is dit jaar opnieuw gestegen. Vorig jaar waren er 7 bedrijven met een relatieve aantrekkelijkheid van meer dan 40%. Dit jaar waren het er 13. De grootste stijging is weggelegd voor de sector farmaceutica en elektronica.

*Jan Denys
Randstad*