**4 znaczące powody, przez które firmy przestają zatrudniać pracowników na stałe**

**Nie ma firmy – choć nie każda sobie z tego zdaje sprawę – która choć raz nie korzystała z usług zewnętrznych. Najpopularniejszymi usługami outsourcingowymi są usługi księgowe oraz prawne. Niewiele przedsiębiorstw przecież stać na stałe zatrudnienie osób na takie stanowiska, pomimo iż potrzebni są praktycznie na każdym etapie działalności. Jak wygląda jednak branża PR i marketingu? Czy warto inwestować w pełnoetatowego specjalistę w firmie czy lepiej powierzyć takie zadania komuś z zewnątrz? Poniżej przedstawiam 5 powodów, przez które firmy rezygnują ze standardów zatrudniania pracowników na rzecz inwestycji w outsourcing.**

**Nie codziennie potrzebujesz marketingowca na pełny etat.**

Jeżeli masz mikro, małą lub średnią firmę, do jej promocji (prawdopodobnie) podchodzisz z doskoku i działasz krótkoterminowo. Często samodzielnie podejmujesz decyzje związane z reklamą, zlecając wykonanie ulotek agencji, która zaproponowała ci najkorzystniejszą ofertę, a na firmowego Facebooka wrzucisz coś raz na jakiś czas. W sumie wiesz, że nie do końca na tym się znasz, ale przecież coś tam się ruszyło. Z czasem zauważasz jednak, że lepiej zrobiłaby to osoba, która zajmuje się zawodowo takimi sprawami. Niestety, również na tym etapie pojawia się jakieś "ale" i okazuje się, że nie masz budżetu, by zatrudnić ją na stałe. Nie martw się. Wiele firm jest w podobnej sytuacji. Nie chcą zatrudniać kogoś na stałe, ponieważ nie tylko nie stać ich na to, ale również nie potrafią wypełnić jej 8 godzinnego dnia pracy odpowiednimi zadaniami, a niewielu jest chętnych na zadania tylko ad hoc. Jeżeli już się znajdzie taka osoba, to nierzadko jest to osoba ucząca się na Tobie, przez co wracasz do punktu wyjścia i znowu zajmujesz się WSZYSTKIM.

Nie oznacza to jednak, że znalazłeś się w punkcie bez wyjścia - zawsze jest jakieś wyjście!Tutaj z pomocą przychodzi firma zewnętrzna, która posiada zasoby wyszkolonych osób, pracujących w elastycznych godzinach, dostosowanych do Twoich potrzeb. Korzystanie z outsourcingu nie oznacza dla Ciebie utraty kontroli.

**Czas to pieniądz**

Znam pewną właścicielkę średniej firmy, która po kilku latach korzystania z usług sprzątania w domu, nagle stwierdziła, że najwyższy czas oszczędzać pieniądze i wykonywać te same czynności rezygnując z pomocy do sprzątania. Tym samym oszczędziła 120zł tygodniowo. Całkiem sporo, ale... Obecnie poświęca przynajmniej 5 godzin, raz w tygodniu, by doprowadzić swój dom do takiego samego stanu jak robiła to ta osoba, która zajmuje się tym zawodowo.

Czy wiesz jednak, czego wspomniana Pani nie zauważyła? Że wykorzystuje swój CZAS, który mogłaby przeznaczyć na pracę lub odpoczynek. Może nawet nie zdajesz sobie sprawy, że ten banalny przykład jest idealnym odzwierciedleniem pewnego schematu. Wielu przedsiębiorców zadania marketingowe zostawia dla siebie, głównie ze względów oszczędnościowych. Przecież wykonując je samodzielnie, w kieszeni zostaje im nawet kilkaset złotych.

Wszystko w porządku, ale ile warta jest Twoja godzina? Czy kiedykolwiek próbowałeś zrobić takie obliczenia? Właściciel firmy do 10 osób może doliczyć się nawet 500zł/h. Teraz przypomnij sobie ile czasu spędziłeś na przygotowanie poprzedniego wpisu na blog, albo jak długo tworzysz angażujące posty na firmowego Facebooka? A do tego dochodzą maile, poprawki, negocjacje... Nadal twierdzisz, że zaoszczędziłeś?

**Plany i analizy**

Kiedy ostatnio analizowałeś swoje działania promocyjne? Na pewno pamiętasz ile wydałeś, ale czy wiesz kto był najchętniej reagującym odbiorcą? Czy wiesz, jak policzyć ile w sumie dzięki tym działaniom zarobiłeś i jak następnym razem zarobić to lepiej? Większość przedsiębiorców do analiz podchodzi niechętnie, ponieważ widzi jedynie, że "wyszło" albo „nie wyszło”. Ponadto tworzenie raportów to czas, który mógłbyś poświęcić na coś, co przyniesie ci wymierny zysk. Dlatego managerowie wolą zostawić to firmie zewnętrznej, zajmującej się marketingiem. Osoby pracujące w takich firmach w decyzjach polegają na analizach, a w sowich zasobach mają programy realizacji regularnych raportów. To dzięki temu odnoszą sukcesy dla swojego klienta.

**Oszczędzanie idzie w parze z rozwojem firmy**

Przygotuj się na spory szok, bo choć księgowa co miesiąc wykazuje Ci raport podatków, kosztów i dochodów, to wiele osób robi ogromne oczy patrząc na poniższe zestawienie.

O jakiej oszczędności mówimy w przypadku outsourcingu? Oprócz kosztów telefonu, internetu, ubezpieczenia, benefitów, szkoleń, samochodu, laptopa i premii najbardziej „bolesną” kwestią dla przedsiębiorcy jest wynagrodzenie brutto.

Zatrudniając osobę odpowiedzialną za marketing oraz PR, najczęściej chcesz, by miała już doświadczenie (min. 1 rok w branży). W województwie zachodniopomorskim, osoba na takim stanowisku, przy umowie o pracę zarabia średnio 2500zł netto. Czyli przedsiębiorca finalnie płaci 3493 zł brutto (przelicznik na rok 2016 rok). W skali roku to wynik 41 916 zł brutto, z czego pracownik otrzymuje 30 000 zł. Zmiany prawne związane z umowami zlecenia, finansowo nie wyglądają niestety korzystniej, a obostrzenia związane z umowami o dzieło wkrótce zniechęcą wiele firm praktykujących „śmieciówki”. Różnica (którą opłaca właściciel firmy) 11,916 zł + wydatki związane z powyżej wymienionymi mediami i benefitami, to koszty, które nie dotyczą przedsiębiorców korzystających z outsourcingu. Średnia oszczędność w skali roku to ok. 25 000 zł\*.

**Pewnie już wiesz, na co wydałbyś chętniej te pieniądze?**

\*wg obliczeń autora tekstu, przy zatrudnieniu co najmniej 2 osób w przedsiębiorstwie.