

Результаты V исследования привлекательности работодателя Randstad в России

Ежегодное независимое международное исследование привлекательности работодателя Randstad состоялось в мире в 18-й раз. В этом году число стран-участниц проекта достигло 30: их список дополнили Греция, Чехия и ОАЭ. По заказу Randstad исследование привлекательности работодателя в России и мире проводит независимая международная компания TNS Global.

В России проект отмечает свой первый юбилей. АНКОР традиционно выступил организатором V ежегодного исследования в нашей стране.

СТАТИСТИКА

Компании и респонденты

В онлайн-опросе, который был проведен в декабре 2017 года, приняли участие 9430 респондентов, представляющих трудоспособное население всех регионов России. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, образованию, региону проживания и занятости.

Участницами исследования стали более 300 компаний, представляющих различные индустрии рынка. Согласно положению о премии, 10 крупнейших по численности персонала компаний в каждой отрасли являются претендентами на получение звания самого привлекательного работодателя в своей индустрии.

Свыше 300 компаний из более чем 20 секторов

Агропромышленный комплекс

Автобизнес

Бытовая техника и электроника

Здравоохранение

Индустрия гостеприимства

Информационные технологии

Лесная промышленность

Логистика

Машиностроение

Металлургия

Недвижимость и строительство

Промышленное производство

Производство и продажа стройматериалов и оборудования

Производство и продажа ТНП

Розничная торговля

Розничная торговля: обувь, одежда, аксессуары

Телекоммуникации

Топливо-энергетический комплекс

Транспорт

Финансовые услуги

Химическая промышленность



10 крупнейших работодателей в каждой отрасли – претенденты на получение звания самого привлекательного работодателя в отрасли

Две главные награды Randstad Award традиционно получают национальная и международная компании, которые являются самыми привлекательными работодателя-

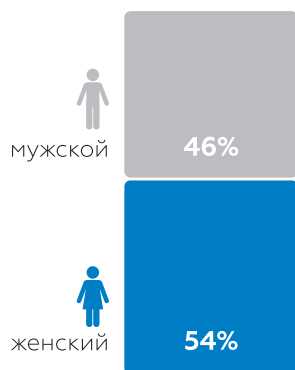
ми в двух наиболее привлекательных для работы отраслях. Каждая компания-участница исследования вне зависимости от места в рейтинге получает подробный отчет о ре-

зультатах исследования в удобном интерактивном формате. Он позволяет оценить привлекательность бренда работодателя, отследить его развитие в динамике, увидеть силь-

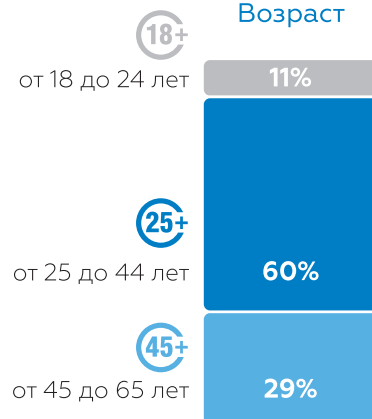
ные и слабые стороны бренда и при необходимости усовершенствовать стратегию его продвижения, чтобы быть конкурентоспособным в борьбе за перспективные кадры.

9430 участников

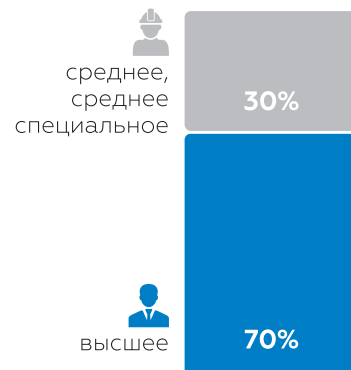
Пол



Возраст



Образование

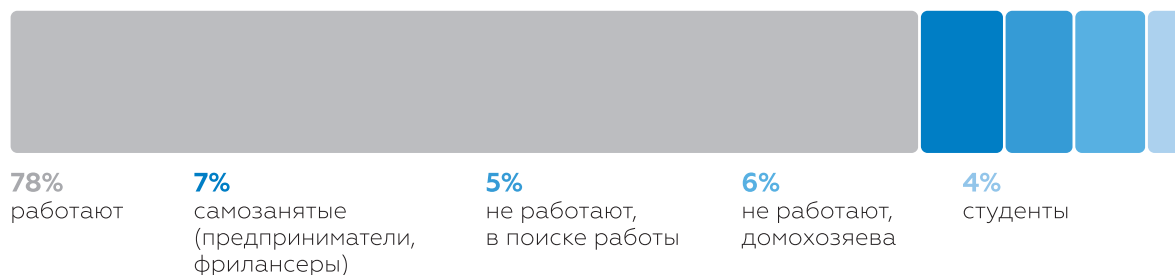


География



Москва и Московская область	19%
Центральный федеральный округ (исключая Москву и Московскую область)	13%
Санкт-Петербург и Ленинградская область	8%
Северо-Западный федеральный округ (исключая Санкт-Петербург и Ленинградскую область)	5%
Приволжский федеральный округ	21%
Сибирский федеральный округ	13%
Уральский федеральный округ	9%
Южный федеральный округ	9%
Северокавказский федеральный округ	2%
Дальневосточный федеральный округ	1%

Занятость





КЛЮЧЕВЫЕ КРИТЕРИИ ВЫБОРА РАБОТОДАТЕЛЯ

Вопрос о том, какие факторы наиболее важны для россиян при выборе места работы, безусловно, является одним из ключевых в области построения бренда работодателя.

В 2018 году топ-3 критериев осталась таким же, каким мы наблюдали его годом ранее: первыми по степени важности для россиян по-прежнему остаются заработная плата и социальный пакет, финансовая стабильность компании и возможности карьерного роста.

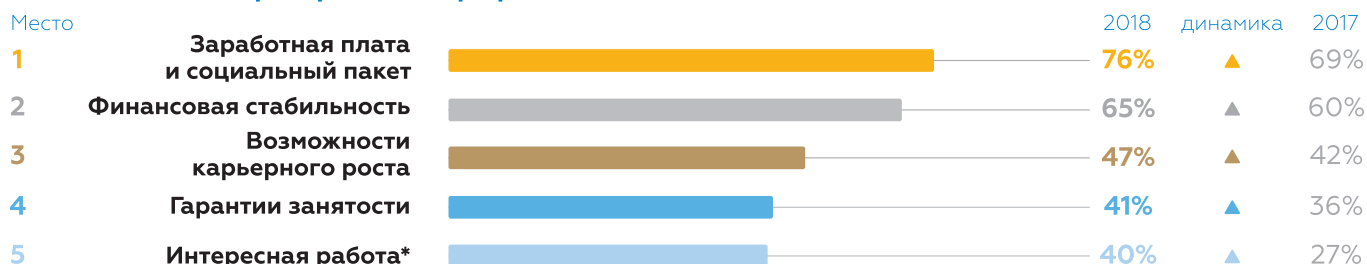
Напомним, в 2016 году тройку лидеров замыкал такой критерий, как гарантии занятости, однако уже второй год подряд он уступает свое место в рейтинге возможностям карьерного роста. Это свидетельствует о том, что оживление в экономике страны, которое в прошлом году позволило соискателям почувствовать

себя увереннее на рынке труда и задуматься о карьерных перспективах, заметно и сейчас. Кандидаты, не находящиеся в активном поиске работы, охотнее, чем два-три года назад, рассматривают предложения о переходе в другую компанию, не боясь остаться не у дел.

При выборе компании, в которой они хотели бы работать, мужчины больше обращают внимание на то, насколько интересной будет их новая работа, чем женщины. Такой фактор, как заработная плата и социальный пакет, важнее для женщин. Молодые люди в возрасте

от 18 до 24 лет сильнее других заинтересованы в карьерном росте, представители возрастной группы от 25 до 44 лет больше всего ценят достойную оплату труда, а для кандидатов старше 45 лет наиболее важна финансовая стабильность компании.

Топ-5 ключевых критериев выбора работодателя



* В 2017 году использовалась формулировка «Мотивирующая работа»

СОИСКАТЕЛИ VS РАБОТОДАТЕЛИ

В рамках исследования Randstad и АНКОР ежегодно выясняют не только то, что важно для соискателей, но и то, что работодатели считают самым привлекательным в своем ценностном предложении. Сравнение этих двух рейтингов дает принципиально важную информацию для формирования и продвижения сильного бренда работодателя: интересно ли соискателям то, что готовы предложить им компании, находят ли они в ценностном предложении то, что отвечает их запросам?

В 2018 году мы наблюдаем как большие разрывы по некоторым критериям, так и абсолютные совпадения между строчками двух рейтингов. Самыми критичными разрывами являются те, что связаны с топ-5 главных факторов по версии соискателей. Так, кандидаты в первую очередь рассчитывают увидеть в предложении работодателя достойную заработную плату и соцпакет, при этом компании явно недооценивают важность этого фактора — в их рейтинге он занимает лишь шестое мес-

то. Чуть меньший, но тем не менее существенный разрыв наблюдается и в отношении кандидатов и работодателей к возможностям карьерного роста: в рейтинге соискателей он находится в топ-3, тогда как работодатели размещают его лишь на пятой строчке. Недооценивают компании и важность такого критерия, как интересная работа: соискатели ответили ему пятое место, а работодатели — лишь восьмое. Таким образом, по трем из пяти ключевых факторов, влияющих на вы-

бор работодателя, мы наблюдаем серьезное расхождение. Это значит, что в предложениях компаний соискатели зачастую не видят то, что рассчитывают увидеть, а работодатели пытаются привлечь кандидатов, делая ставку на не самые важные для них факторы. Однако есть и положительные моменты: некоторые критерии в рейтинге работодателей заняли те же или почти те же строчки, что и в рейтинге соискателей. Одним из таких факторов в этом году стала



финансовая стабильность: кандидаты разместили ее на втором месте, работодатели — на первом. Сходство восприятия покажется еще более значимым, если мы обратимся к результатам исследования прошлого года. Тогда разрыв по данному критерию был огромным: работодатели отвели финансовой стабильности последнее место в своем рейтинге, тогда как для кандидатов она была второй по значимости после заработной платы.

Абсолютное совпадение мы наблюдаем в случае с гарантиями занятости: в этом году соискатели и работодатели достигли полного взаимопонимания, разместив этот фактор на четвертом месте. Двамя годами ранее разрыв в отношении к этому критерию составлял три пункта (третье место в рейтинге соискателей против шестого места в рейтинге работодателей), в прошлом году — два пункта (четвертая строчка у соискателей против шестой строчки у работодателей).

Наконец, радикально изменилась ситуация с отношением соискате-

лей и работодателей к социальной ответственности компаний. В прошлом году работодатели назвали ее самым главным фактором, и разрыв с мнением соискателей оказался

беспрецедентно большим — 10 пунктов: в рейтинге кандидатов социальная ответственность занимала последнюю строчку. В этом году работодатели, так же как и соискатели,

разместили социальную ответственность компании на десятом месте, отметив, что в настоящее время этот фактор не является самым важным при привлечении специалистов.

Разрывы в восприятии важности критериев выбора работодателя



ЛУЧШИЕ СПОСОБЫ НАЙТИ РАБОТУ

23% респондентов, опрошенных в ходе исследования привлекательности бренда работодателя Randstad, признались, что сменили место работы в 2017 году, еще 35% заявили о своей готовности сделать это в течение 2018 года. Мы попросили их ответить на вопрос, как они

нашли или как планируют искать новое место работы. Самым популярным инструментом стали сайты-агрегаторы, позволяющие кандидатам получить доступ к объявлениям о вакансиях, размещенных на разных интернет-площадках. На втором месте рейтинга — карьерные

сайты компаний, а замыкают тройку лидеров личные связи. Специализированные сайты по поиску работы и ярмарки вакансий заняли четвертое и пятое места соответственно. Интересно, что личными связями при поиске работы активнее пользуются люди с высшим образованием, тогда

как обладатели дипломов о среднем образовании предпочитают специализированные работные сайты. К карьерным сайтам компаний чаще других обращаются соискатели в возрасте от 25 до 44 лет, а молодые люди до 24 лет начинают поиск работы с сайтов-агрегаторов.

УЙТИ ИЛИ ОСТАТЬСЯ?

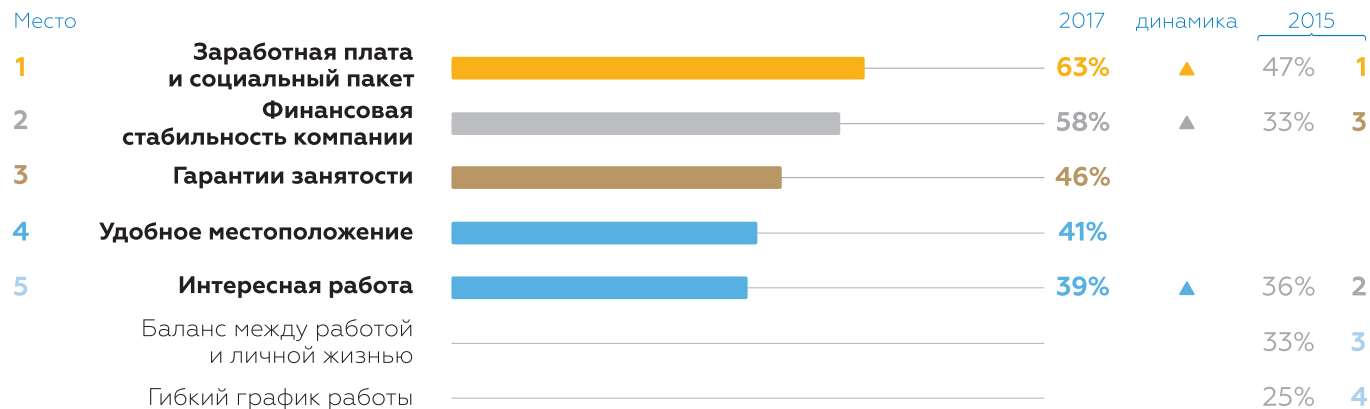
Один из вопросов исследования этого года повторял вопрос, заданный респондентам в 2015 году. Он звучит следующим образом: «Что является для вас причиной остаться в компании, а что побуждает сменить место работы?»

В 2018 году в топ-5 причин остаться в компании вошли достойная заработная плата и социальный пакет, финансовая стабильность, гарантии занятости, удобное местоположение и интересная работа.

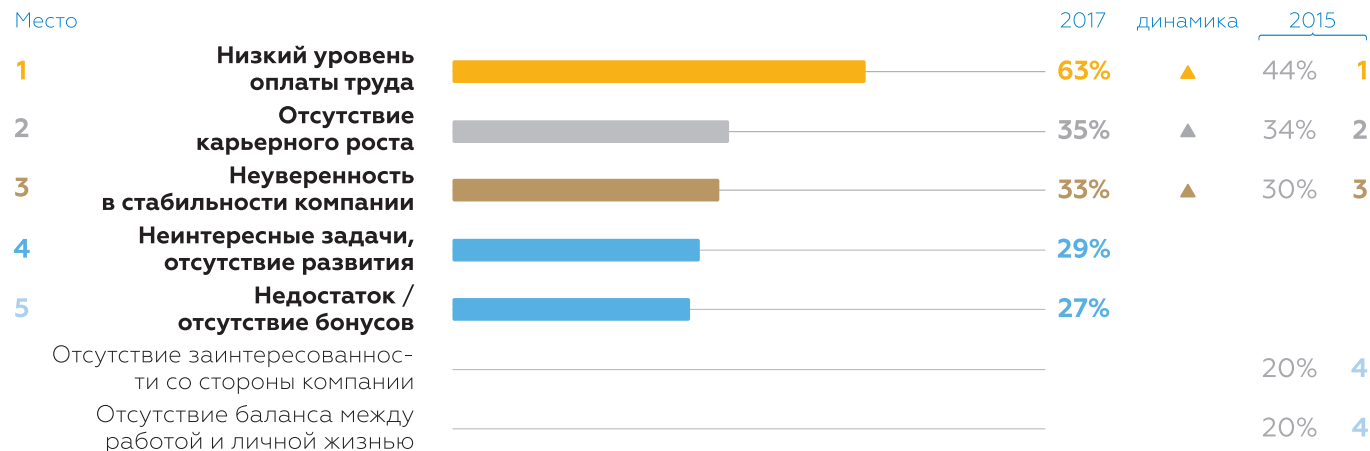
Любопытно, что в рейтинге образца 2015 года интересная работа занимала второе место. Кроме того, три года назад россияне высоко ценили наличие баланса между работой и личной жизнью и гибкий график работы — эти факторы входили в топ-5 причин оставаться в компании.

Главными причинами, побуждающими россиян покинуть компанию, в этом году стали низкая заработная плата, отсутствие перспектив карьерного роста, неуверенность в стабильности компании. В числе негативных факторов респонденты назвали также отсутствие сложных, интересных проектов, а значит и возможностей для профессионального развития, а также недостаток или полное отсутствие бонусов: оплаты мобильной связи, занятий в фитнес-центрах, скидок на продукцию компании и других.

Топ-5 причин остаться в компании



Топ-5 причин покинуть компанию



Если сравнить ответы респондентов с результатами опроса 2015 года, то мы увидим полное совпадение пер-

вой тройки факторов, влияющих на решение об увольнении, — за три года общее представление россиян

о компании, в которой они точно не хотели бы трудиться, практически не изменилось.

ЦЕЛЬ — СОХРАНИТЬ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

В большинстве индустрий рынок труда остается высококонкурентным для соискателей, и одна из их главных задач — оставаться востребованными специалистами, сохранять конкурентное преимущество. Участники исследования рассказали, что они делают для этого.

Самым ценным качеством, позволяющим оставаться конкурентоспособными, респонденты назвали открытость к изменениям и умение

проявлять гибкость. Готовность к ненормированному графику и поддержание хороших отношений с коллегами и руководителем заняли второе

и третье места рейтинга. Любопытно, что ответ «Постоянно совершенствую свои навыки» занял лишь пятую строчку, а такие варианты, как «Ис-

пользую новейшие методы и технологии в своей работе» и «Готов к переезду в другой регион», не вошли в первую пятерку рейтинга.

Что позволяет оставаться востребованным специалистом на рынке труда

58%

Я открыт к изменениям и готов проявлять гибкость

51%

Я готов к ненормированному рабочему графику

47%

Я поддерживаю хорошие отношения с коллегами, руководителями и профессиональным сообществом

39%

Я готов перейти на совершенно другую работу

32%

Я постоянно совершенствую свои навыки на тренингах, курсах

ВЫВОДЫ

Результаты исследования привлекательности работодателя Randstad-2018 свидетельствуют о стабилизации экономической ситуации в стране: сотрудники чувствуют себя увереннее на рынке труда и готовы сменить место работы, если ощущают, что получают от работодателя меньше, чем могли бы. Несмотря на то что компании по-прежнему имеют возможность выбора в кандидатском поле, для привлечения в свою команду лучших сотрудников и их удержания руководству необходи-

мо инвестировать в развитие бренда работодателя, тщательно анализировать ожидания сотрудников и соискателей и соответствовать им.

Мы видим, что компании действительно над этим работают: в 2018 году впервые за все время проведения исследования в России их рейтинг ключевых факторов для привлечения соискателей оказался наиболее созвучен, близок рейтингу, составленному самими соискателями. Тема развития бренда работо-

дателя перешла из теоретической плоскости в практическую: компании уже нашли ответы на вопросы «Для чего нужен бренд работодателя?» и «Действительно ли он работает?» и перешли к конкретным задачам. Сегодня на повестке дня вопросы уже совсем другого порядка: «Как выстроить стратегию продвижения бренда работодателя?», «Какие инструменты использовать?», «Как измерить их эффективность?» А это значит, что все самое интересное только начинается.

