



**Исследование, IV квартал 2020
«Как поколение Z принимает решение
при выборе работы в текущих
условиях?»**



ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Цель:

- Определить, как ситуация в мире отразилась на пожеланиях представителей поколения Z к работодателю и условиям работы
- Проанализировать, какие факторы повышают привлекательность компании в глазах поколения Z
- Выявить, на что обращает внимание поколение Z в описании вакансии

Аудитория:

1047 респондентов (от 18 до 25 лет)

География:

Россия

Метод исследования:

Количественный анонимный опрос по электронной почте, в социальных сетях

Время проведения:

Октябрь - ноябрь, 2020

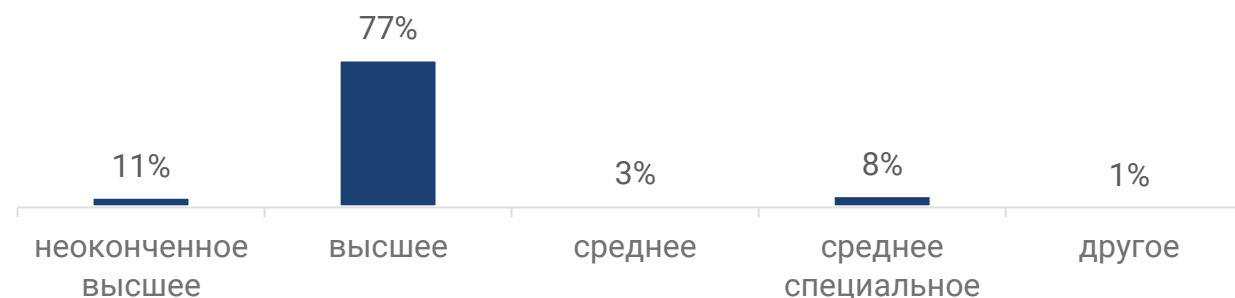
ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТОВ

Основные виды специализаций



← **74% работают** (из них 20% совмещают работу с учебой)

Образование



Пол



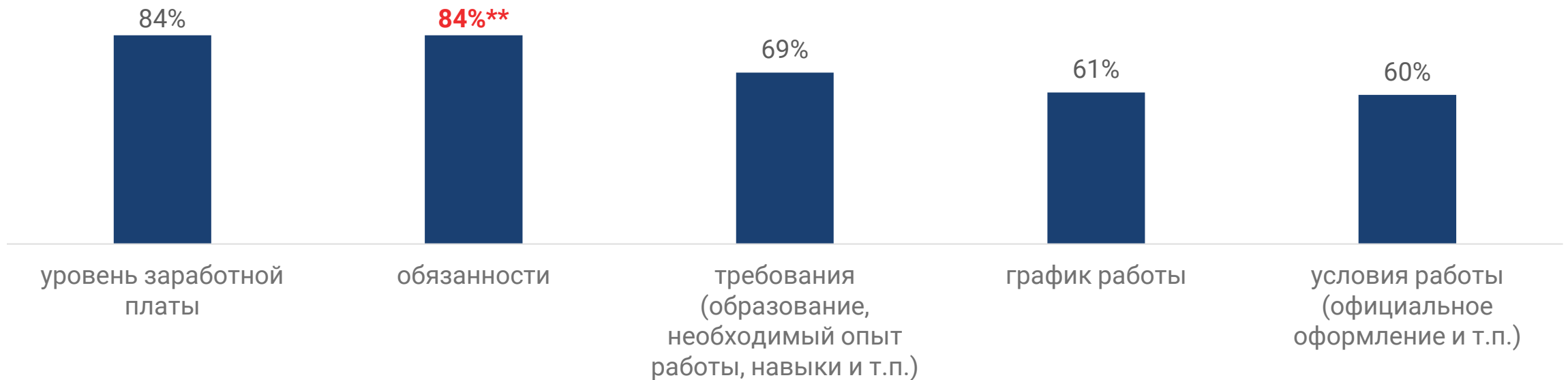
43% мужчин



57% женщин

КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ВАЖНО ПОЛУЧИТЬ ИЗ ОПИСАНИЯ ВАКАНСИИ?

* с возможностью выбора до 5 вариантов ответа



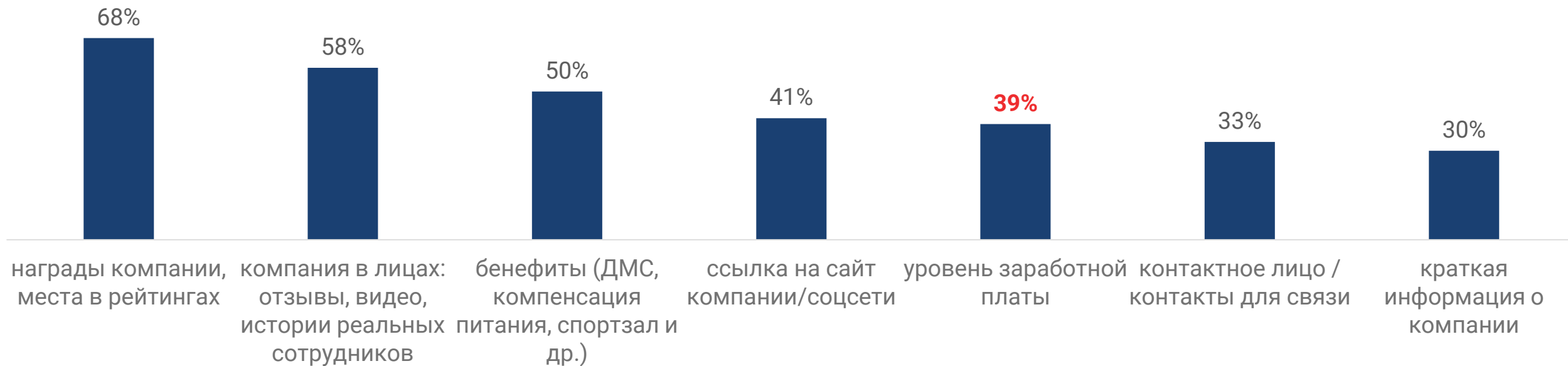
** 67% не готовы будут даже рассматривать вакансию без информации об обязанностях.

ОТСУТСТВИЕ КАКОЙ ИНФОРМАЦИИ НЕ ПОМЕШАЕТ ОТКЛИКНУТЬСЯ НА ВАКАНСИЮ?

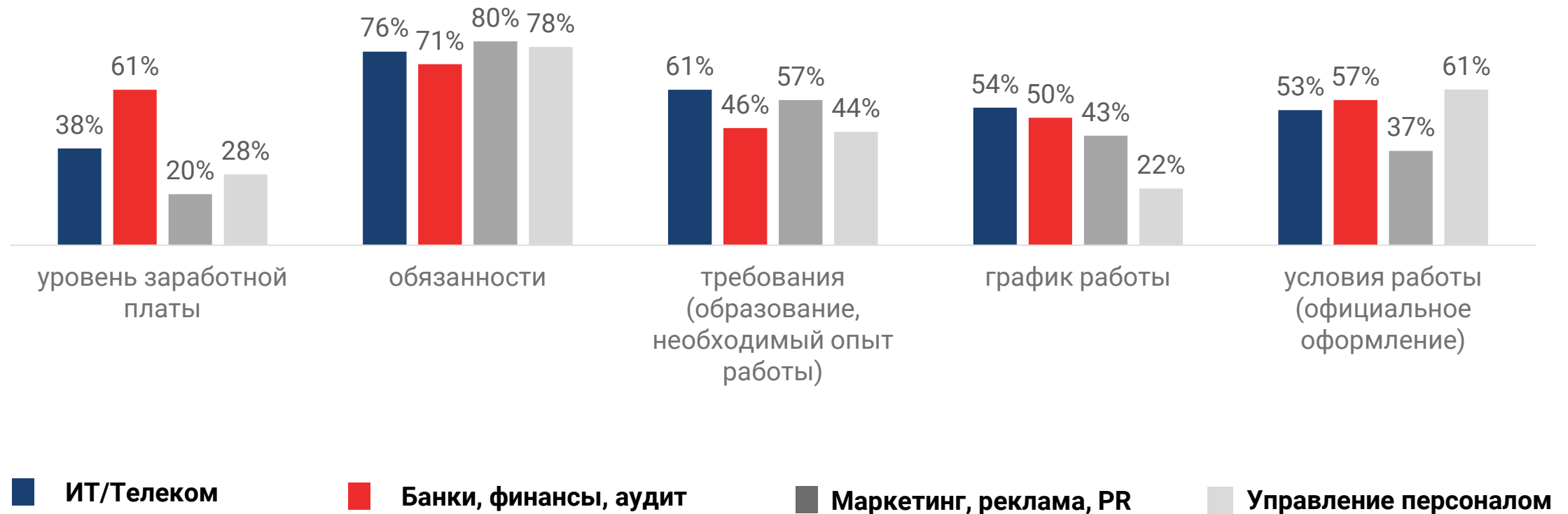
* с возможностью выбора до 5 вариантов ответа

84% считают, что уровень заработной платы – важная информация в описании вакансии.

Однако отсутствие этих данных не мешает 39% респондентов откликнуться на вакансию.



БЕЗ КАКИХ ДАННЫХ НЕ ГОТОВЫ РАССМАТРИВАТЬ ВАКАНСИЮ? Мнение представителей разных специализаций



НА ЧТО ОБРАЩАЮТ ВНИМАНИЕ В ОПИСАНИИ ВАКАНСИИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?*

* ПОМИМО УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

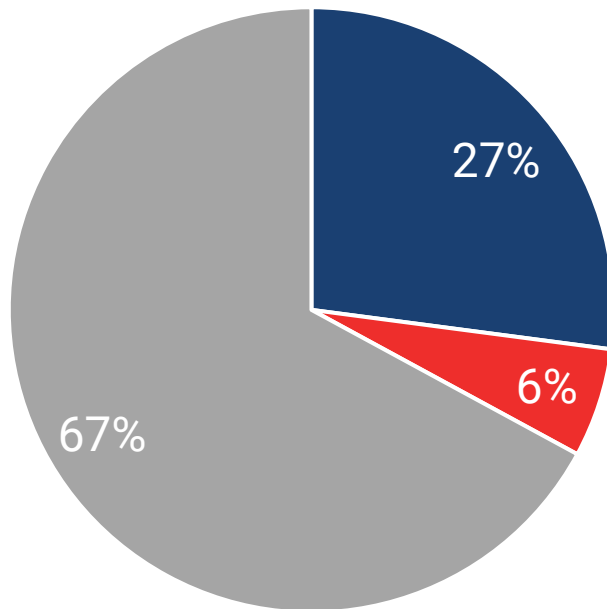


ЧТО В ОПИСАНИИ ВАКАНСИИ ОТТАЛКИВАЕТ?

* с возможностью выбора до 5 вариантов ответа



КАКОЙ ФОРМАТ ОПИСАНИЯ ВАКАНСИИ НАИБОЛЕЕ УМЕСТНЫЙ?



- предпочитаю структурированную подачу информации в деловом стиле
- предпочитаю неформальное описание вакансий: креативные конструкции, молодежный сленг, смайлики
- считаю деловой стиль более уместным, но не возражаю против использования неформальных текстов

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ БОЛЕЕ ПОДРОБНОЙ ИНФОРМАЦИИ О ВАКАНСИИ / КОМПАНИИ

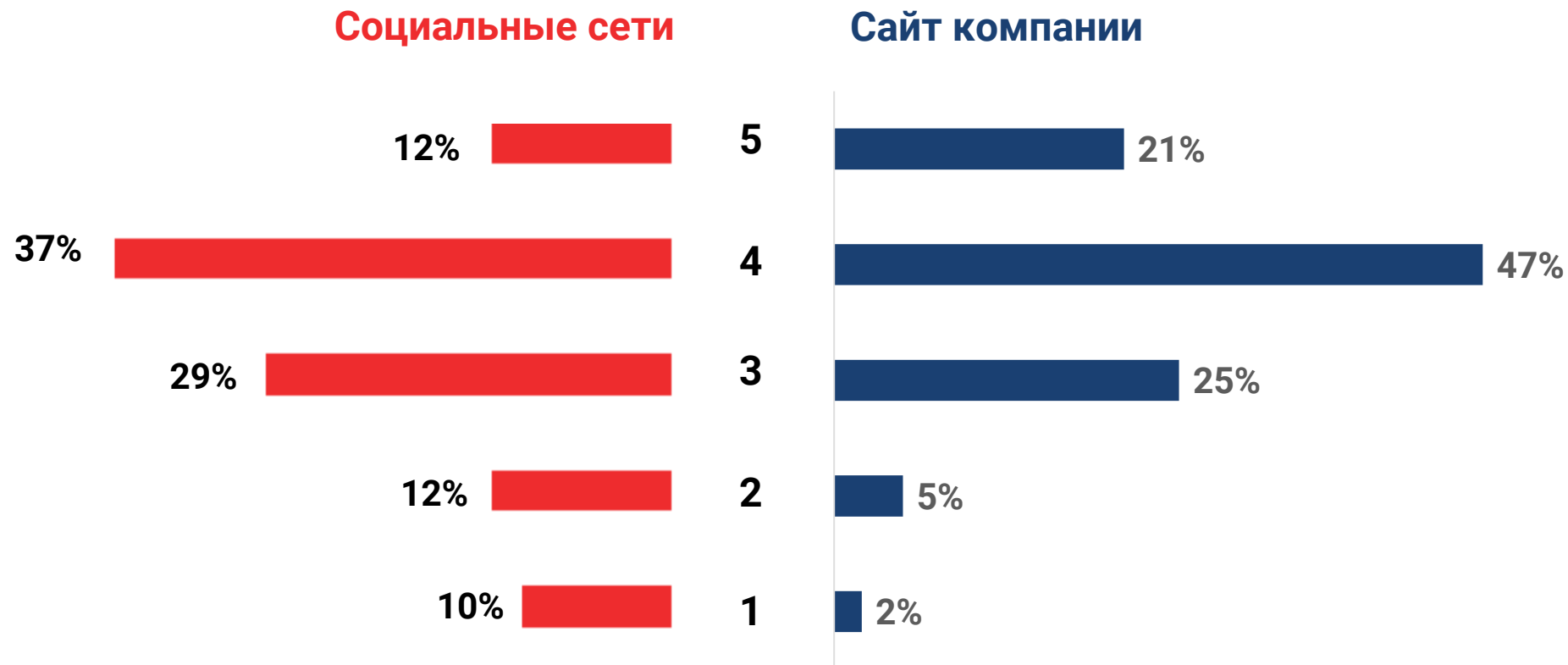
* с возможностью выбора до 5 вариантов ответа



~ Каждый второй респондент уделяет внимание отзывам (как знакомых, так и незнакомых ему людей).

ВЛИЯНИЕ САЙТА И СОЦСЕТЕЙ КОМПАНИИ НА ОБЩЕЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ О РАБОТОДАТЕЛЕ

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПО 5-БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ: 5 – САЙТ/СОЦСЕТИ ИГРАЮТ КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ, 1- НЕ ИМЕЮТ ЗНАЧЕНИЯ



ТОП-3. ЧТО ПОВЫШАЕТ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ САЙТА/СОЦСЕТЕЙ В ГЛАЗАХ СОИСКАТЕЛЕЙ?

Сайт компании



65% - удобство работы с сайтом с точки зрения пользователя (быстрый поиск информации, интуитивно понятный интерфейс)



63% - фото предполагаемого места работы (офиса, общих пространств для общения и проведения переговоров, мест отдыха)



61% - информация о возможностях профессионального и личного развития в компании (описание программ обучения)

Социальные сети



66% - фото предполагаемого места работы



59% - информация о возможностях профессионального и личного развития в компании



57% - информация о корпоративной культуре компании (в т.ч., фото корпоративных/праздничных мероприятий)

КАКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПОВЫШАЮТ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕСУРСОВ?

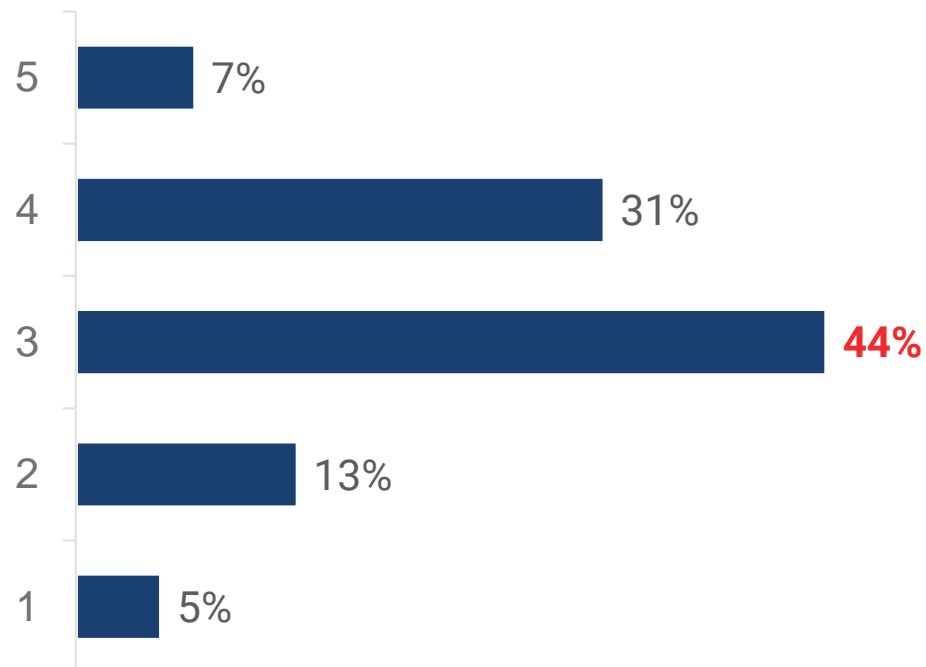
* с возможностью выбора до 5 вариантов ответа



УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ К САЙТАМ С ОТЗЫВАМИ О РАБОТОДАТЕЛЯХ

ОЦЕНКА УРОВНЯ ДОВЕРИЯ ПО 5-БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ:

5 – СЧИТАЮТ ИНФОРМАЦИЮ ДОСТОВЕРНОЙ, 1- СОВСЕМ НЕ ДОВЕРЯЮТ ОТЗЫВАМ



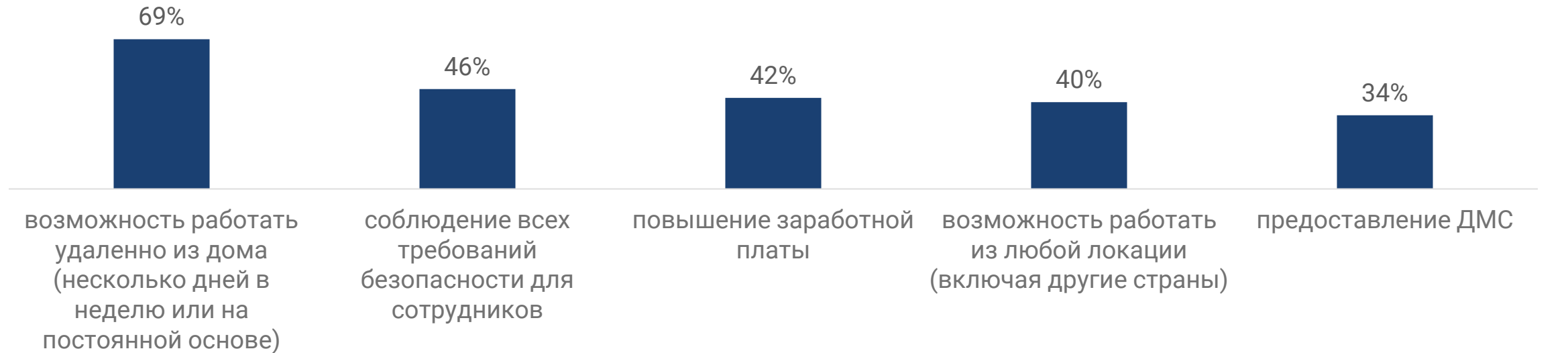
Комментарии (причины отсутствия доверия):

- Чаще всего пишут только негативные комментарии, нередко под влиянием личных обид и эмоций. Такой информации недостаточно для составления собственного впечатления.
- Мало конструктивной критики, которая подкреплена фактами. Не всегда понятно, насколько информация соответствует реальности.
- «Сколько людей, столько и мнений».

ИДЕАЛЬНЫЙ РАБОТОДАТЕЛЬ – ЭТО...

КАКИЕ БЕНЕФИТЫ ВЫ ОЖИДАЕТЕ ОТ РАБОТОДАТЕЛЕЙ ДЛЯ КОМФОРТНОЙ РАБОТЫ В ТЕКУЩИХ УСЛОВИЯХ?

* с возможностью выбора до 5 вариантов ответа



ДРУГОЕ:



33% - дополнительная поддержка психологического/физического здоровья



19% - доставка оборудования для работы на дом

ПОРТРЕТ ИДЕАЛЬНОГО РАБОТОДАТЕЛЯ

КОММЕНТАРИИ РЕСПОНДЕНТОВ:

- Компания, готовая нести ответственность за своих сотрудников и способная дать рост тем, кто этого хочет. Компания, задающая тенденции.
- Работодатель с интересными масштабными задачами, гибкий к изменениям в текущей ситуации, готовый идти навстречу своему сотруднику и понимающий цену ему.
- Место, где ценят человеческий труд, открыты инновациям и непрерывно развиваются.
- Понимает баланс между работой и личной жизнью.
- Понимает, зачем он нанимает меня и готов опираться на мою экспертизу.
- Заботится о сотрудниках.
- Понятная структура зарплаты (это более ценно, чем более высокая заработная плата).
- Компания с высоким уровнем внешней и внутренней культуры.
- Компания, способная не терять в эффективности без особого жесткого контроля.
- Лояльный, креативный, активный, заботливый, адекватный деятель. А не надзиратель.

ПОРТРЕТ ИДЕАЛЬНОГО РАБОТОДАТЕЛЯ

Динамичный

Открытый

Легкий на подъем

Надежный

Адекватный

Слышащий

Умеющий поддержать

Справедливый

Вовлеченный

Небезразличный

Стабильный

Уважающий сотрудников

ОРГАНИЗАТОРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG (Coca-Cola HBC) – ведущая компания по производству и дистрибуции напитков The Coca-Cola Company в Европе и часть системы Coca-Cola. Coca-Cola HBC AG работает в 28 странах и обслуживает население численностью 595 миллионов человек.

Coca-Cola HBC Россия является одним из крупнейших инвесторов среди производителей товаров народного потребления. Coca-Cola HBC Россия обеспечивает рабочими местами более 7000 человек.

Подробная информация о деятельности Coca-Cola HBC в России размещена на сайте:

<https://ru.coca-colahellenic.com>



UNITY – один из лидеров кадровой индустрии России.

С 1999 года предоставляет уникальные технологии и индивидуальный подход для решения задач разной степени сложности и масштаба.

4000+ клиентов в России и СНГ.

В портфеле компании – более 20 000 успешных проектов.

<https://www.unity.ru/>

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

