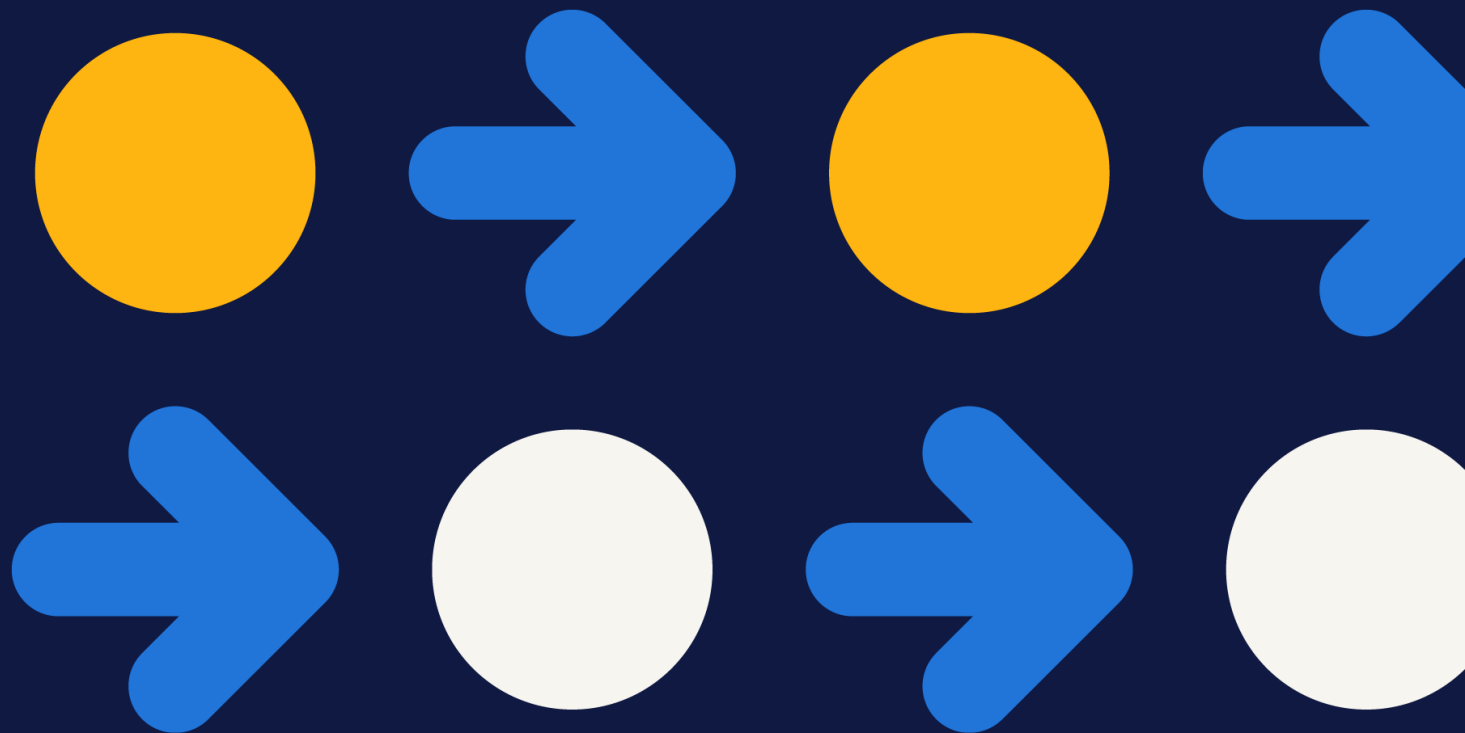


employer brand research 2021



Қазақстан

 **randstad**
human forward.

ancor
discover perspective.

Содержание

- 1 Введение
- 2 Привлекательность работодателя
- 3 Смена работы
- 4 COVID-19 в фокусе
- 5 Дополнение

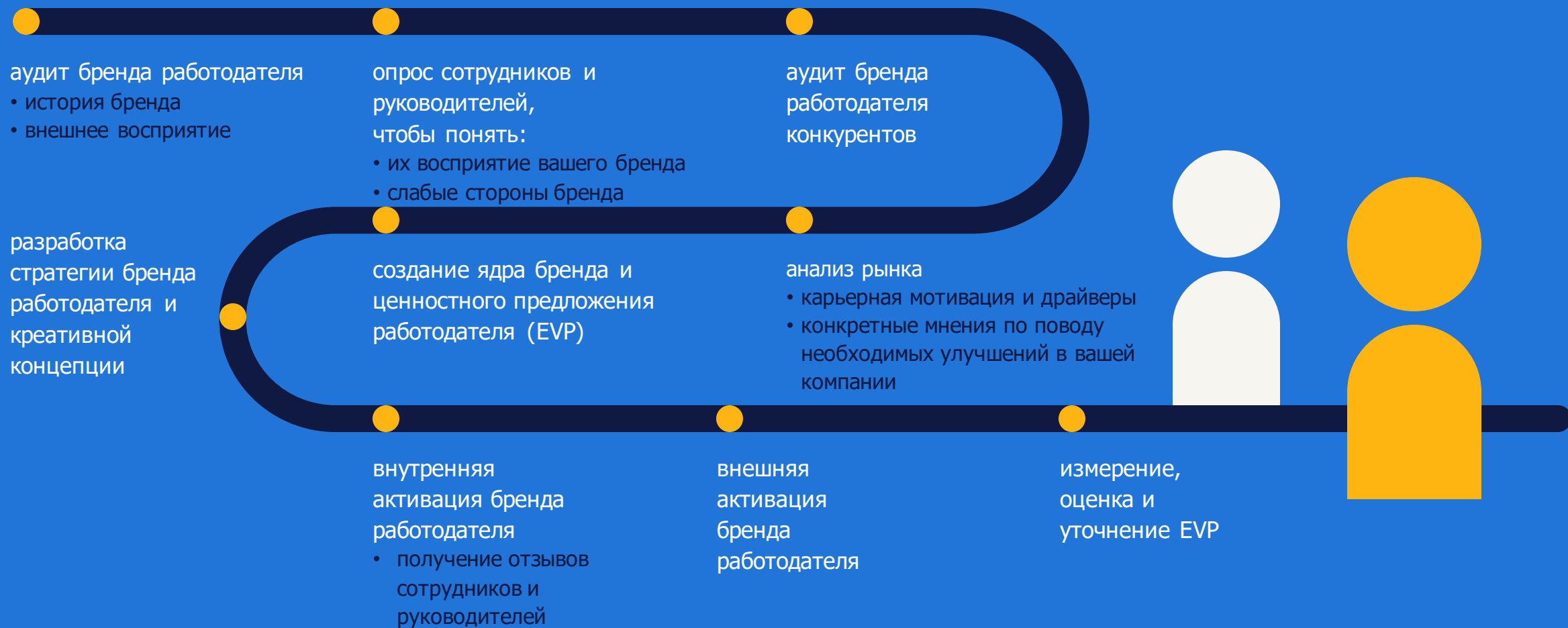


Что такое исследование бренда работодателя Randstad?

- репрезентативное исследование бренда работодателя, основанное на восприятии широкой аудитории и аккумулирующее результаты 21 года успешного опыта изучения бренда работодателя
- независимый опрос более чем 190 000 респондентов в 34 странах мира, совокупно составляющих более 80% глобальной экономики
- оценка привлекательности брендов работодателей крупнейших компаний каждой страны, известных не менее чем 10% населения
- ценные инсайты, помогающие развивать бренд работодателя



Дорожная карта развития бренда работодателя



Почему бренд работодателя имеет значение?



Компании со слабым брендом работодателя переплачивают сотрудникам примерно 10% заработной платы.¹

50%

кандидатов заявляют, что не стали бы работать в компании с плохой репутацией – даже при более высокой зарплате.²

96%

согласны с тем, что соответствие личных ценностей культуре компании является ключевым фактором их удовлетворенности работой.³

80%

руководителей согласны с тем, что сильный бренд работодателя позволяет им нанимать хороших сотрудников. Люди работают не просто в компании, а в рамках определенной корпоративной культуры, и то, как они воспринимают вас как работодателя, имеет первостепенное значение. Как рекрутеры, так и кандидаты называют корпоративную культуру одним из важнейших факторов, влияющих на выбор работодателя. Кандидаты активно ищут информацию о корпоративной культуре потенциального работодателя, чтобы понять, насколько она им подходит. Когда кандидаты узнают о позитивном опыте сотрудников и соискателей в открытых источниках, они чувствуют себя увереннее, отправляя резюме.

Почему бренд работодателя имеет значение?

19%

Лишь столько процентов кандидатов в мире видят соответствие между тем, что работодатель говорит о себе, и реальностью, с которой они сталкиваются, работая в данной компании.

1-2x

Компании с сильным брендом работодателя нанимают сотрудников вдвое быстрее.

#1

в списке сомнений кандидата – отправлять ли резюме в эту компанию – сомнение в том, каково действительно работать в этой компании.

76%

из тех сотрудников, которые видят соответствие между декларацией работодателя и действительностью, готовы рекомендовать своего работодателя.

52%

кандидатов ищут информацию о компаниях в социальных сетях и посещают сайт компании перед отправкой резюме.



Исследование охватывает 34 страны и > 80% мировой экономики

Аргентина
Австралия
Австрия
Бельгия
Бразилия
Венгрия
Великобритания
Германия
Гонконг
Греция
Индия
Италия
Испания
Казахстан
Канада
Куба
Люксембург
Малайзия
Мексика
Нидерланды
Новая Зеландия
Норвегия
Польша
Португалия
Россия
Румыния
Сингапур
США
Украина
Франция
Чехия
Швеция
Швейцария
Япония



В мировом масштабе:

- более 190 000 респондентов
- 6136 компаний-работодателей

Выборка:

- возраст от 18 до 64 лет
- репрезентативность по полу
- фокус на респондентов в возрасте 25 - 44 года
- опрос проводился среди студентов, работающих и безработных

Казахстан:

- 3502 респондента
- январь 2021

Полевые работы:

- онлайн-интервью

Длительность интервью:

- 16 минут

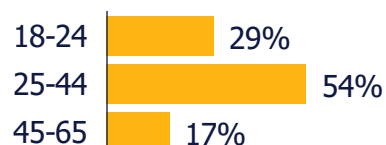
Характеристики выборки:

социально-демографический профиль, занятость, регион

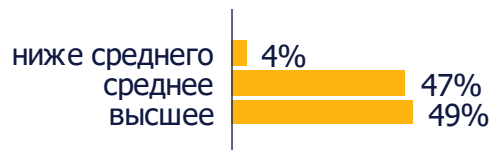
пол



возраст



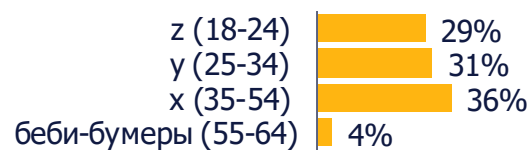
образование



занятость



поколение



регион



выборка: 3502
опрос: январь 2021



Характеристики выборки: сектор, позиция

сектор



позиция



По базе работающих на момент проведения опроса: 2362



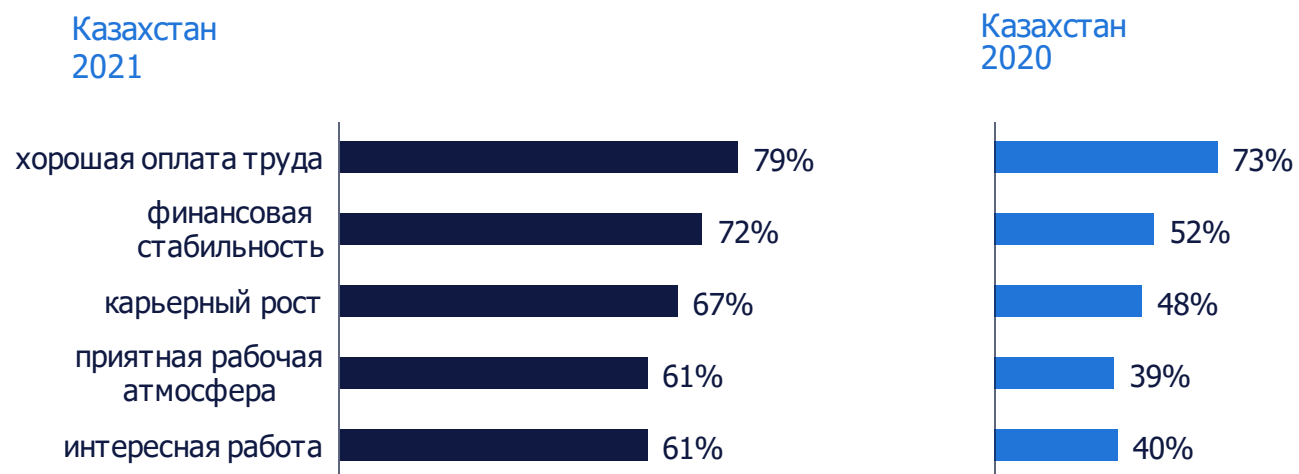
Казахстан

Привлекательность работодателя

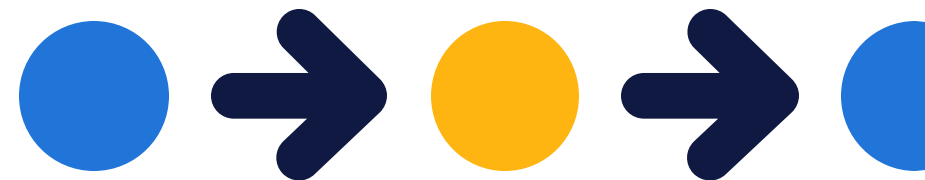


Что важно для потенциальных сотрудников при выборе работодателя?

Самые важные критерии



*при сравнении 2021 года с предыдущими годами, обратите внимание, что этот вопрос был изменен: теперь респонденты могут выбирать столько критериев, сколько они считают нужным, из списка 16 критериев, тогда как в предыдущие годы они были вынуждены выбирать ровно 5 из 16.



Что важно для потенциальных сотрудников при выборе работодателя

Самый важный критерий Хорошая оплата труда

Оплата труда является самым значимым критерием выбора работодателя и набирает больше всего голосов среди женщин, представителей старших возрастных групп и людей с высшим образованием. И за этот критерий голосуют наиболее требовательные респонденты, которые выбрали 8-9 критериев, имея такую возможность в 2021. Мужчины, молодое поколение, а также люди со средним образованием выбрали меньшее количество важных критериев. Создание безопасной рабочей среды в период пандемии COVID-19 – наименее значимый критерий выбора работодателя для всех групп (32%), однако он в большей степени беспокоит женщин, чем мужчин. Карьерный рост является значимым критерием для женщин, людей в возрасте 25–34 лет, а также людей с высшим образованием.

[нажмите сюда](#) для более подробных результатов по группам выборки

Предложение работодателя Хорошая репутация и финансовая стабильность

Сотрудники Казахстана отмечают у своих работодателей наличие хорошей репутации и финансовой стабильности в ценностном предложении. В наименьшей степени они ценят возможность работать удаленно, предоставленную работодателем (41%), жители Алматы оценивают эту составляющую EVP более высоко (48%) в сравнении с жителями других регионов страны (в среднем 36%). Карьерный рост не видится респондентам в предложении текущего работодателя, в наибольшей степени этот критерий замечают люди в возрасте 18-34 лет в сравнении с другими группами выборки.

Рекомендованный для работодателя фокус Карьерный рост и хорошая оплата труда

Карьерный рост входит в этом году в топ критериев при выборе работодателя, наиболее остро эту потребность декларируют женщины, люди в возрасте 25-34 лет и люди с высшим образованием. Среднестатистический работодатель Казахстана получает низкие оценки по наличию этого критерия в EVP. Мы рекомендуем компаниям-работодателям Казахстана предлагать в ценностном предложении возможности карьерного роста и делать акцент на них в своем бренде работодателя. Также большинство респондентов отмечают мало компаний, которые предлагают хорошую оплату труда. Поскольку монетарный фактор не всегда поддается изменениям, мы рекомендуем не фокусироваться на нем в EVP, но и не исключать из списка преимуществ.

Чего хотят потенциальные сотрудники разных уровней?

белые воротнички

74%

«белых воротничков» заинтересованы в возможностях карьерного роста, также для них важны хорошая оплата труда и финансовая стабильность компании.

синие воротнички

55%

«синих воротничков» оценивают гарантии занятости также высоко, как «белые воротнички», а все остальные критерии для них менее значимы в сравнении с «белыми воротничками»

Наиболее важные критерии



Смена работы



в фокусе.

Смена работодателя, поиск нового работодателя.

1 из 6 сотрудников сменили работодателя

17% сотрудников сменили своего работодателя за последние 6 месяцев, а 32% планируют сделать это в ближайшие 6 месяцев. Среди планирующих сменить работу в ближайшие полгода 33% приходится на возрастные группы от 18 до 54 и лишь у самой старшей возрастной группы готовность сменить работу значительно ниже (14%). Те, кто сменил работу во втором полугодии 2020, ставят в приоритет баланс между работой и личной жизнью в большей степени (54%), чем те, кто остался работать у того же работодателя (46%).

Личные связи – №1 среди каналов поиска нового работодателя

Личные связи возглавляют рейтинг каналов поиска новой работы (48%), за ними следуют сайты поиска работы (38%). HeadHunter лидирует среди сайтов для поиска работы, молодое поколение (18-24 лет) активно использует Google и карьерные сайты компаний-работодателей для поиска работы в сравнении с другими подгруппами.



Смена работы

2021

17%

сменили работу за последние 6 месяцев.

2021

83%

остались со своим работодателем в последние 6 месяцев.

2021

21%

сменили работу под влиянием COVID-19 за последние 6 месяцев*

* см. слайд 22

Критерии поиска



Смена работы сотрудниками разных уровней.

Белые воротнички

29%

белых воротничков планируют сменить работу в ближайшие 6 месяцев. Их число чуть меньше, чем по всей совокупности выборки (32%). «Белые воротнички» предпочитают сайты поиска работы и личные связи для выбора нового работодателя.

Синие воротнички

33%

«синих воротничков» планируют сменить работодателя в ближайшие 6 месяцев, что в целом совпадает с поведением всей выборки.

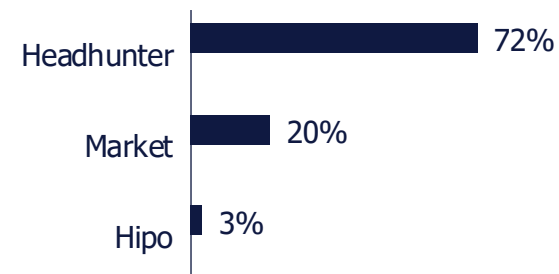


Как соискатели Казахстана ищут работу?

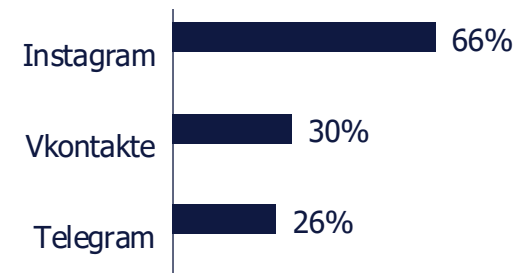
Топ-5 каналов для поиска работы



Популярные сайты поиска работы



Популярные социальные сети для поиска работы



COVID-19

в фокусе



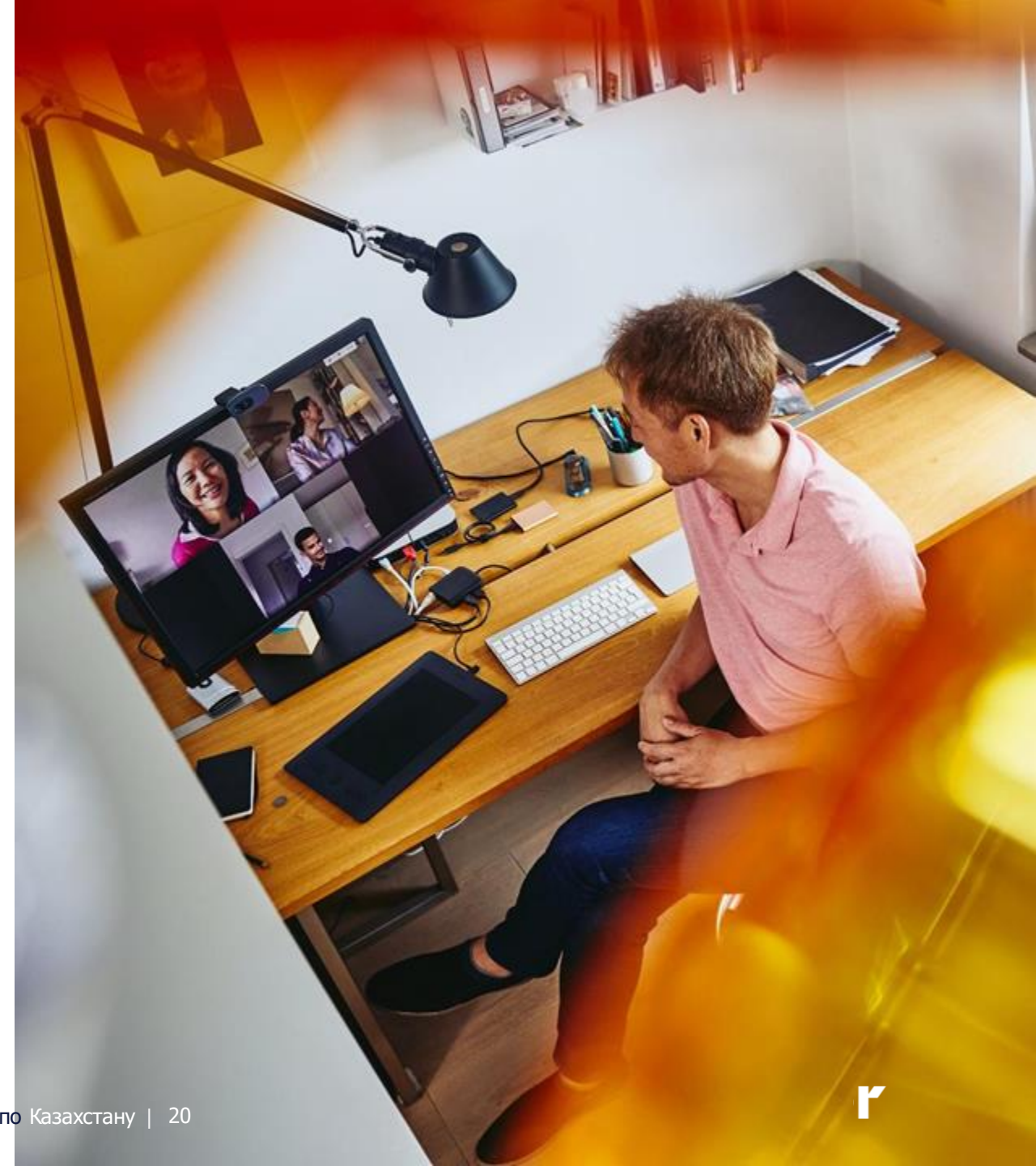
COVID-19 и его влияние на рынок труда.

Значимость удаленной работы

Возможность работать удаленно привлекает примерно 2 из 5 сотрудников, хотя этот критерий в целом занимает довольно низкое место в рейтинге критериев. Женщины, люди с высшим образованием и люди в возрасте от 25 до 34 лет чаще выбирали этот критерий. Также возможность удаленной работы привлекательна для людей, работающих с неполной занятостью.

Более половины респондентов начали работать удаленно во время пандемии

Большинство сотрудников (51%) участвовали в принятии решения об удаленной работе, в то время как остальные не имели возможности выбора. Люди с высшим образованием большей частью продолжали работать в обычном режиме.



Влияние COVID-19 на занятость.

Как COVID-19 влиял на статус занятости населения



Половина респондентов изменили статус занятости

50% человек отправлены в отпуска/ простой или уволены, работали больше или меньше времени, чем обычно, в связи с пандемией COVID-19.

Больше всего сокращения рабочего времени и оплаты труда в связи с COVID-19 претерпели люди от 55 до 64 лет.

Среди респондентов, которые отметили, что работали как обычно, больше мужчин (52%), людей старше 25 лет (52%) и людей с высшим образованием (56%).

СНГ
X%

Увидели, что их положение с занятостью изменилось в связи с COVID-19.

Страх потерять работу в 2021

36%

сотрудников, которые боятся потерять работу, тем не менее планируют сменить работу в следующие 6 месяцев

22%

сотрудников, которые не боятся потерять работу, планируют сменить ее в следующие 6 месяцев

Причина смены работы



Намерение сменить работу среди людей, **испытавших** влияние COVID-19.

2021

32%

планируют сменить работу в следующие
6 месяцев.

2021

42%

изменивших занятость под влиянием
COVID-19 планируют сменить работодателя
в следующие 6 месяцев.

Если ситуация с трудоустройством изменилась из-за COVID-19, намерение сменить работодателя значительно выше (42%), чем у тех, кто просто намеревается сменить работодателя (32%).

То, как работодатели Казахстана поддерживали своих сотрудников и справились с пандемией, оказало влияние на лояльность сотрудников: 23% сотрудников теперь чувствуют себя более лояльными, а более высокая доля респондентов (39%) менее лояльна к своему работодателю.

Обязанность / возможность работать из дома не влияет на лояльность.



Страх потерять работу в 2021 в период COVID-19.

Значительный страх потери работы

Хотя значительная часть людей не боится потерять работу (41%), много людей действительно опасается, что это произойдет в 2021 году (33%). Мужчины в большей степени обеспокоены таким риском, чем представители других подгрупп.

Меньший страх потери работы в определенных регионах

Чуть меньше беспокоятся о потере работы в 2021 году жители Центрального Казахстана (51%), а наибольший риск предполагают жители Западного Казахстана (46%).



Лояльность к работодателю во время пандемии.

лояльность к работодателю в зависимости от его поддержки
во время пандемии COVID-19

27%

сотрудников, работающих только из дома, чувствуют большую лояльность к своему работодателю вследствие того, как он справился с ситуацией COVID-19.

21%

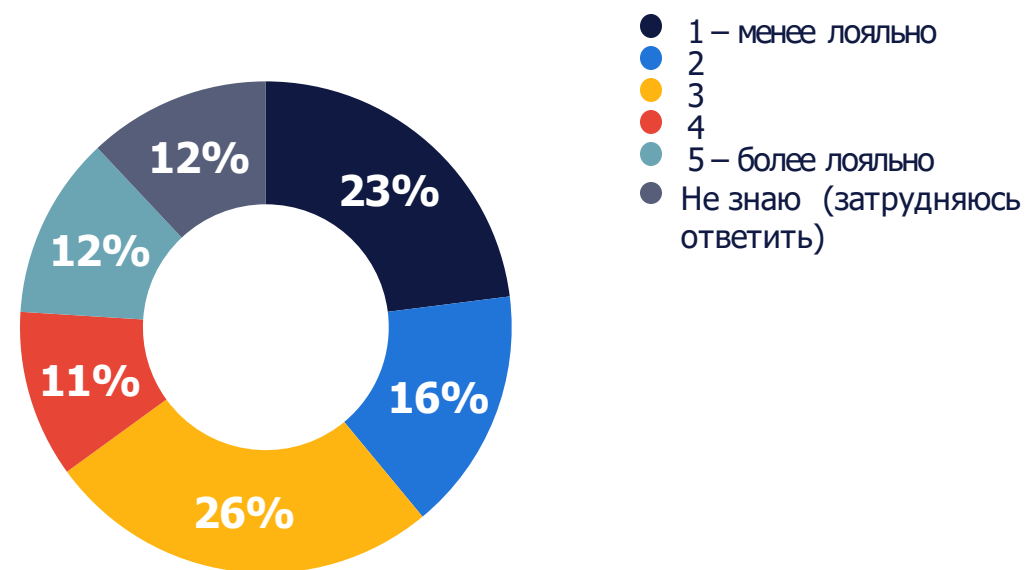
сотрудников, работающих частично из дома, чувствуют большую лояльность к своему работодателю вследствие того, как он справился с ситуацией COVID-19.

21%

сотрудников, которых работодатель / власти заставили работать из дома, чувствуют большую лояльность к своему работодателю вследствие того, как он справился с ситуацией COVID-19.

24%

сотрудников, решивших самостоятельно работать из дома, чувствуют большую лояльность к своему работодателю вследствие того, как он справился с ситуацией COVID-19.

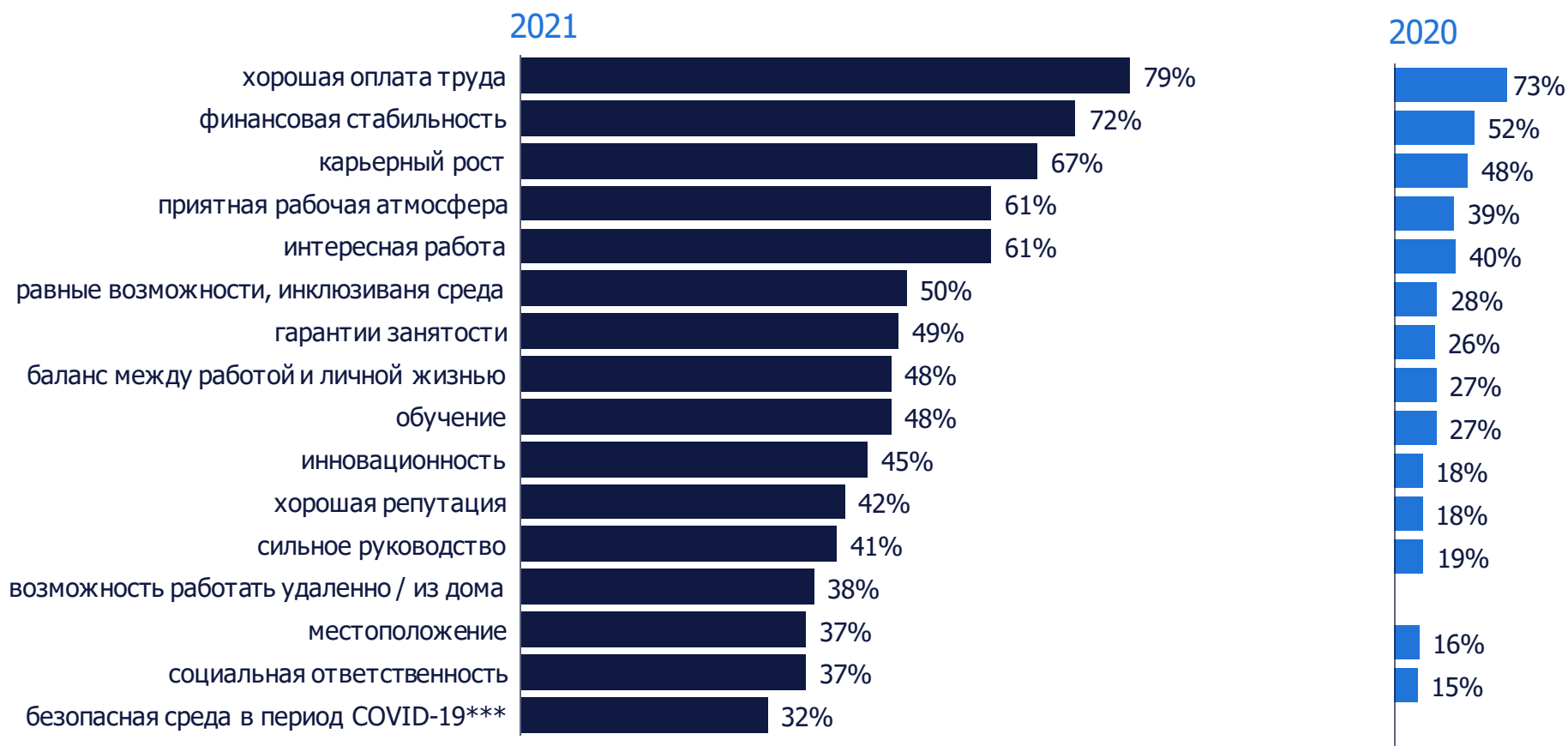


Приложение 1

Глубокое погружение:
ключевые критерии выбора
работодателя



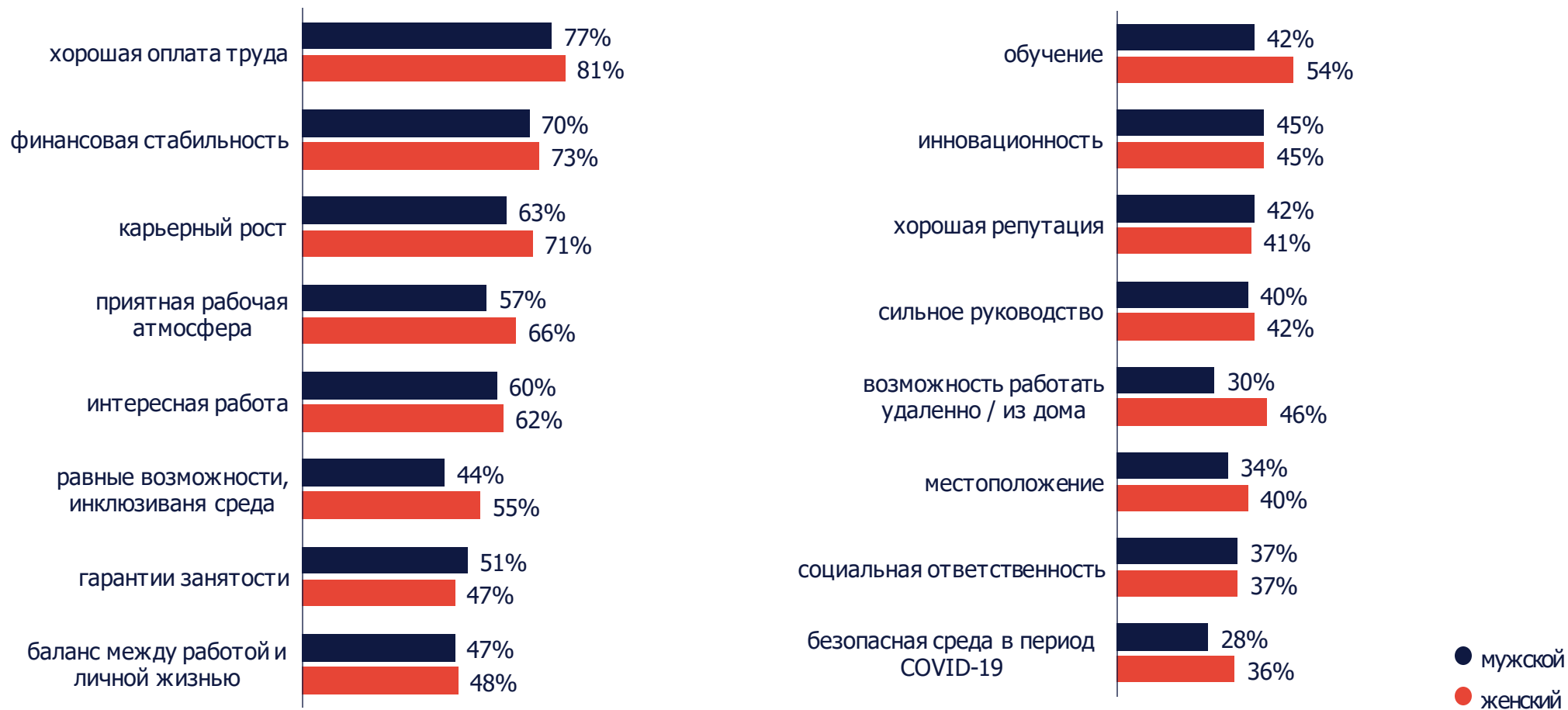
Рейтинг ключевых критериев выбора работодателя



*при сравнении 2021 года с предыдущими годами, обратите внимание, что этот вопрос был изменен: теперь респонденты могут выбирать столько критериев, сколько они считают нужным из списка 16 критериев, тогда как в предыдущие годы они были вынуждены выбирать ровно 5 из 16.

***исследуются только в 2021

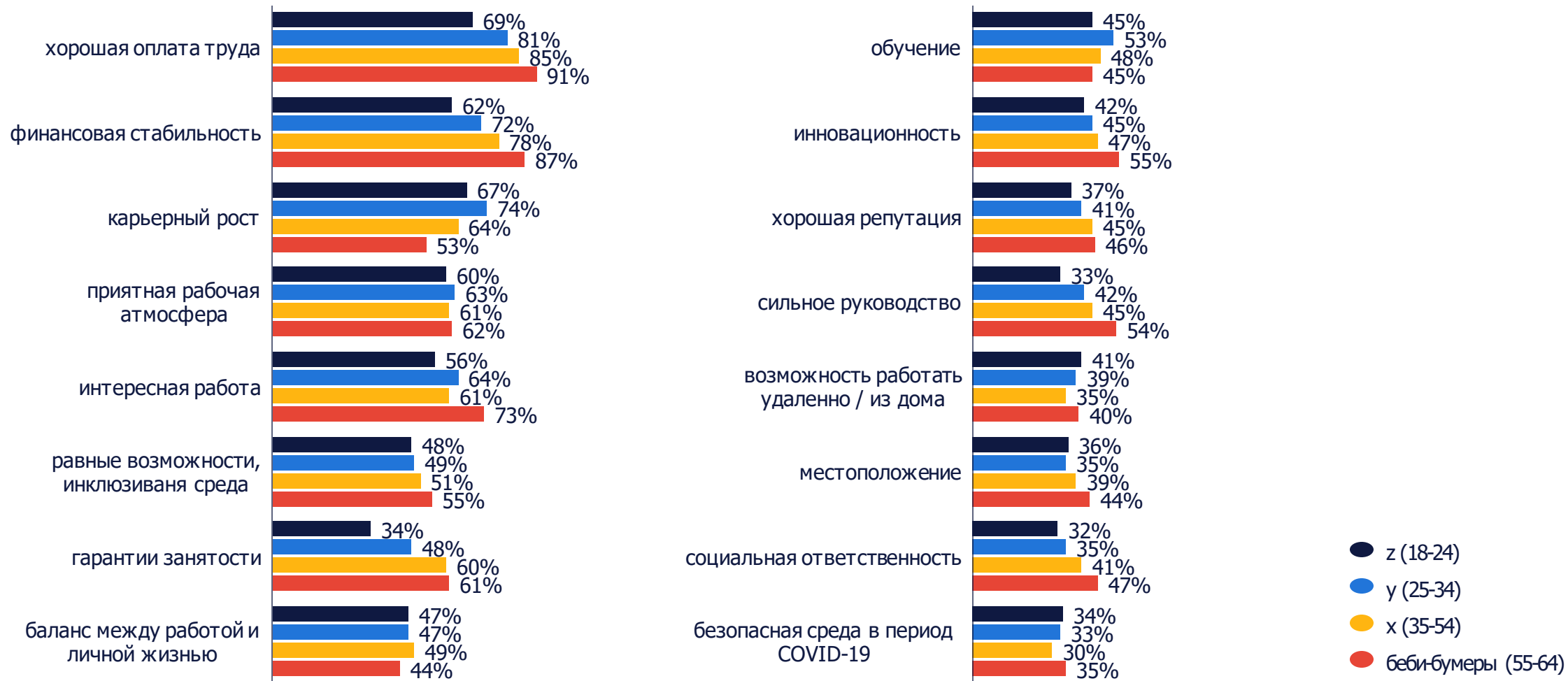
Рейтинг ключевых критериев по гендеру



Рейтинг ключевых критериев по уровню образования



Рейтинг ключевых критериев по возрасту



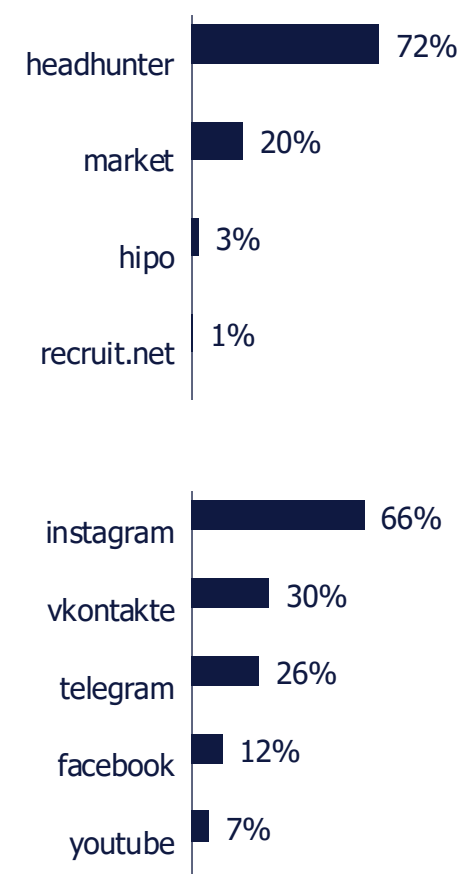
Как соискатели Казахстана ищут работу

Популярные каналы поиска работы



● 2021

● 2020



Приложение 2



Глубокое
погружение:
работодатели

Восприятие предложения работодателей в Казахстане

		Предложение текущего работодателя	Предложение казахстанских работодателей	Предложение идеального работодателя
Понимание разрыва в вашем предложении работодателя и его восприятии у потенциальных сотрудников позволяет вам направленно развивать свой бренд работодателя. Кроме того, сравнительный анализ того, что сотрудники воспринимают как предложение их нынешнего работодателя, дает больше информации о пробелах, которые необходимо восполнить.	1	хорошая репутация	хорошая репутация	хорошая оплата труда
	2	финансовая стабильность	финансовая стабильность	финансовая стабильность
	3	гарантии занятости	безопасная среда при COVID-19	карьерный рост
	4	приятная рабочая атмосфера	социальная ответственность	приятная рабочая атмосфера
	5	безопасная среда при COVID-19	гарантии занятости	гарантии занятости
	6	социальная ответственность	хорошая оплата труда	баланс между работой и личной жизнью
	7	баланс между работой и личной жизнью	приятная рабочая атмосфера	хорошая репутация
	8	хорошая оплата труда	карьерный рост	возможность работать удаленно / из дома
	9	карьерный рост	баланс между работой и личной жизнью	социальная ответственность
	10	возможность работать удаленно / из дома	возможность работать удаленно / из дома	безопасная среда при COVID-19

Восприятие предложения работодателя в Казахстане

Понимание разрыва в вашем предложении работодателя и его восприятии у потенциальных сотрудников позволяет вам направленно развивать свой бренд работодателя.



Предложение работодателей Казахстана

- 01 хорошая репутация
- 02 финансовая стабильность
- 03 безопасная среда при COVID-19
- 04 социальная ответственность
- 05 гарантии занятости
- 06 хорошая оплата труда
- 07 приятная рабочая атмосфера
- 08 карьерный рост
- 09 баланс между работой и личной жизнью
- 10 возможность работать удаленно / из дома

Самые привлекательные отрасли



Рейтинг секторов экономики по узнаваемости и привлекательности для работы



Высокая узнаваемость
означает, что большинство работодателей в этой отрасли известны.

Высокая привлекательность
означает, что большинство работодателей в этой отрасли привлекательны.

Самые привлекательные работодатели в отраслях

топ-5

Нефть, газ	Тенгизшевройл	КПО	КазМунайГаз
Металлургия	KAZ Minerals	Казатомпром	Евразийская Группа
Транспорт и логистика	Air Astana	Авиакомпания SCAT	DHL
Телекоммуникации	Казтранском	Билайн	Казахтелеком
Розничная торговля: мода и красота	Inditex	adidas	Fashion Retail Kazakhstan
Товары народного потребления - представительства	LVMH	Mars	L'Oreal
Товары народного потребления - производители	Coca-cola	Рахат	RG BRANDS
Финансовые услуги	Kaspi Bank	Сбербанк	Жусан банк
Товары народного потребления – табак и алкогольные напитки	Phillip Morris International	JTI	Геом
Здравоохранение	Viva-pharm	Dr.Reddy's	Stada
Розничная торговля	Меломан	Технодом	Сулпак

Топ-3 ключевых критерия выбора сектора работы

Топ-3 ключевых критерия выбора работодателя

отрасль	1	2	3
01 нефть и газ	финансовая стабильность	хорошая оплата труда	хорошая репутация
02 металлургия и горнорудная промышленность	финансовая стабильность	гарантии занятости	хорошая репутация
03 транспорт и логистика	финансовая стабильность	хорошая репутация	Безопасная среда в период COVID-19
04 телекоммуникации	финансовая стабильность	Безопасная среда в период COVID-19	хорошая репутация
05 розничная торговля: мода и красота	хорошая репутация	финансовая стабильность	приятная рабочая атмосфера
06 товары народного потребления - представительства	хорошая репутация	Безопасная среда в период COVID-19	финансовая стабильность
07 товары народного потребления - производители	хорошая репутация	финансовая стабильность	Безопасная среда в период COVID-19
08 финансовые услуги	финансовая стабильность	хорошая репутация	Безопасная среда в период COVID-19
09 товары народного потребления – табак и алкогольные напитки	хорошая репутация	финансовая стабильность	Безопасная среда в период COVID-19
10 здравоохранение	финансовая стабильность	хорошая репутация	Безопасная среда в период COVID-19
11 розничная торговля	хорошая репутация	финансовая стабильность	Безопасная среда в период COVID-19

Самые привлекательные



работодатели

10 самых привлекательных из 150 крупнейших работодателей в Казахстане.

Топ 10 в 2021

- 01 ТШО
 - 02 КПО
 - 03 Air Astana
 - 04 КазМунайГаз
 - 05 CNPC АктобеМунайГаз
 - 06 KAZ Minerals
 - 07 Казатомпром
 - 08 LVMH
 - 09 Евразийская Группа
 - 10 Mars
-

Топ 10 в 2020

- 01 ТШО
 - 02 КПО
 - 03 LVMH
 - 04 КазМунайГаз
 - 05 Air Astana
 - 06 Казатомпром
 - 07 AppleCity Distributors
 - 08 Astana Motors
 - 09 KAZ Minerals
 - 10 МангистауМунайГаз
-

3 ключевых критерия выбора работодателя для 5 самых привлекательных из 150 крупнейших компаний

	1	2	3
1 ТШО	финансовая стабильность	хорошая репутация	хорошая оплата труда
2 КПО	финансовая стабильность	хорошая оплата труда	хорошая репутация
3 Air Astana	финансовая стабильность	хорошая репутация	хорошая оплата труда
4 КазМунайГаз	финансовая стабильность	хорошая оплата труда	хорошая репутация
5 CNPC АктобеМунайГаз	финансовая стабильность	хорошая оплата труда	гарантии занятости

Рейтинг самых привлекательных работодателей из 150 крупнейших компаний по ключевым критериям

Критерий	1	2	3
хорошая оплата труда	КПО	ТШО	КазМунайГаз
финансовая стабильность	КПО	ТШО	CNPC АктобеМунайГаз
возможности карьерного роста	KAZ Minerals	ТШО	КазМунайГаз
приятная рабочая атмосфера	Air Astana	Меломан	LVMH
гарантии занятости	ТШО	КПО	КазМунайГаз
баланс между работой и личной жизнью	Faberlic	Mary Kay	AVON
хорошая репутация	ТШО	Coca-cola	Яндекс
возможность работать удаленно/из дома	AVON	Faberlic	Oriflame
социальная ответственность	Air Astana	ТШО	Kaspi Bank
безопасная среда в период COVID-19	КПО	Сбербанк	Kaspi Bank

Приложение 3



Методология

Организация исследования бренда работодателя

30 компаний
на респондента

«Вы знаете эту компанию?»:
определяет известность.

по каждой известной
респонденту компании

«Вы хотели бы работать в
этой компании?»:
определяет
привлекательность.

по каждой известной
респонденту компании

оценка по ключевым
критериям:
определяет причину
привлекательности.

механика рейтинга

Респонденту предлагается список из 30 компаний. Каждая компания оценивается только теми респондентами, которые знают ее бренд работодателя.

Таким образом, исследование брендов работодателей Randstad обеспечивает надежное восприятие как известных, так и менее известных брендов работодателей.

ключевые критерии

- хорошая оплата труда
- финансовая стабильность
- возможности карьерного роста
- приятная рабочая атмосфера
- интересная работа
- гарантии занятости
- баланс между работой и личной жизнью
- местоположение
- хорошая репутация
- равные возможности, инклюзивная среда
- сильное руководство
- обучение
- возможность работать удаленно/из дома***
- инновационность
- безопасная среда в период COVID-19***
- социальная ответственность



KANTAR



Данное исследование было проведено по заказу ANCOR и Randstad компанией Kantar - мировым лидером в области проведения независимых исследований.



Источники данных помимо Randstad Employer Brand Research

- 1 <https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>
- 2 <https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>
- 3 <https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>
- 4 <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>
- 5 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>
- 6 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf
- 7 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf
- 8 <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>
- 9 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>



human forward.

ancor

discover perspective