

Randstad România Employer Brand Research 2023: Aproape jumătate dintre români își găsesc un loc de munca prin conexiuni personale



Câștigătorii din acest an ai Randstad România Employer Brand Research, cea mai cuprinzătoare cercetare de brand de angajator din lume, au fost anunțați în cadrul galei Randstad România Employer Brand Awards. Microsoft este cel mai atractiv angajator, pentru al doilea an consecutiv, HP ocupa locul al doilea, iar IBM România se clasează pe locul al treilea. IT-ul este cel mai atractiv sector de activitate pentru angajații români, în timp ce principalele criterii ale acestora, atunci când aleg un loc de muncă, dezvăluie o dinamică interesantă: pe lângă salariu, care rămâne preferatul incontestabil de mai mulți ani, echilibrul dintre viața profesională și cea personală a crescut în importanță, concurând direct cu evoluția în cariera, pentru locul 4.

"La ediția din 2019, campionii brandului de angajator din România au pașit pentru prima dată pe scena galei Randstad Employer Brand Awards. De atunci, studiul a capatat un loc binemeritat ca resursa valoroasă de soluții și tendințe în ceea ce privește managementul resurselor umane, pe piața locală. Echipa Randstad România era formată din 40 de persoane, în acel an. Prima gala post-pandemie Randstad România Employer Brand Awards ne gasește cu o echipă formidabilă, al cărei număr s-a triplat. Avem 120 de angajați și am ajuns la o prezență puternică pe piața locală, cu servicii consolidate și diversificate. Îți felicităm pe câștigătorii topului din acest an și le mulțumim pentru că oferă exemple de bune practici și modele de succes pieței, contribuind la evoluția sa sanatoasă", spune **Mihaela Maranca**, *Country Manager Randstad România*.

Potrivit Randstad România Employer Brand 2023, cele mai atractive companii din principalele sectoare de activitate sunt Microsoft (IT), HP (servicii), HAVI Logistics (logistică), Antibiotice (producție și distribuție pharma), Nokia Networks (telecom), Robert Bosch (automotive), Philips (producție), Heineken România (FMCG), Oscar Downstream (petrol și gaze), ING Bank N.V., Amsterdam (finanțe), eMAG (retail).

"Cultura HP este ceea ce face din compania noastră un loc special – și am continuat să ducem cultura HP la un alt nivel, care ne ajută să solidificăm business-ul și să ne investim oamenii cu încredere. În România, ne concentrăm pe a deveni un site digital, prin investiția în dezvoltarea abilităților digitale ale angajaților noștri și prin atragerea rolurilor mai complexe din cadrul HP la nivel global. Am făcut progrese semnificative în dezvoltarea angajaților noștri, precum prioritizarea training-urilor de managementul schimbării, Agile și certificările tehnice pentru nivelurile non-management. Pentru manageri, am investit în abilitățile lor de leadership și în crearea de medii propice pentru inovație și schimbare. Aliniat cu strategia noastră de CSR la nivel global, am încurajat și am creat oportunități de voluntariat pentru angajații noștri, încurajându-i să își urmeze pasiunile în afara job-ului și să contribuie la dezvoltarea întregii comunități", spune **Raluca Gadiuța**, *Country HR Leader, HP România*.

Angajații români considera ca sectorul IT este cel mai atractiv, însă în același timp indicele de atractivitate a crescut în cazul tuturor industriilor. Companiile de IT se diferențiază puternic de restul, fiind cu 10% mai populare decât organizațiile din cea de-a doua industrie din top, cea a serviciilor. FMCG pare să revină printre preferințele angajaților români, după o scădere semnificativă în 2022.

Ce își doresc angajații, în 2023?

În România, principalii cinci factori care influențează alegerea locului de muncă nu s-au schimbat în ultimii trei ani. Potrivit cercetării Randstad, cel mai important este în continuare pachetul salarial atractiv, care este un motivator mai puternic pentru români decât media europeană (indicele mediu european este de 154, cel românesc este de 161). Indicele considera 100 ca valoare medie a importanței factorilor motivatori și o corelează cu indicatorii individuali). Al doilea aspect major este atmosfera plăcută, care înregistrează o mică diferență față de media europeană (Europa 140, România 148), ceea ce arată că angajații români acordă atenție modului în care se simt la locul de muncă și în care sunt tratați de managerul lor. În mediul economic imprevizibil, importanța stabilității financiare a angajatorului a crescut semnificativ comparativ cu anul trecut, iar față de țările europene chestionate, indicele din România este în creștere (Europa 109, România 142). Salariul nu este principala forță motivațională în toate țările de pe continent: în Germania, siguranța locului de muncă, în Italia și Anglia, echilibrul dintre viața profesională și cea personală, iar în Norvegia, atmosfera plăcută de lucru se situează pe primul loc în acest an.

Pentru bărbați, un loc de muncă stabil din punct de vedere financiar și utilizarea tehnologiilor moderne sunt foarte importante, în timp ce pentru femei, posibilitatea de a alege locația de lucru și de a munci de acasă este esențială atunci când aleg un loc de muncă. Angajații cu studii superioare apreciază posibilitatea de a lucra de la distanță mai mult decât locația companiei, în vreme ce pentru cei din liniile de producție, sunt prioritare calitatea atmosferei și unde se afla sediul companiei.

Pe baza rezultatelor sondajului Randstad privind brandul de angajator și preferințele angajaților din ultimii zece ani, rezultă că organizațiile nu pot ține pasul cu piața în ceea ce privește salariile, în contextul unui deficit tot mai mare de candidați, în multe profesii.

Criza costului vieții, un motiv major pentru demisie

Mai mult de jumătate dintre angajații (56%) din România au demisionat sau iau în considerare să facă acest lucru, din cauza faptului că au salarii prea mici, raportate la creșterea costului vieții. Procentul este mai ridicat în cazul femeilor (60%), față de cel al bărbaților (52%). Primirea unei oferte de nerefuzat este, de asemenea, un motiv de demisie pentru aproape jumătate dintre respondenți (45%). Deși acest lucru nu se întâmplă frecvent, situația actuală îi lasă pe angajatori vulnerabili în fața ofertelor de muncă oportuniste, bazate exclusiv pe salariu. Lipsa oportunităților de dezvoltare în carieră și echilibrul dintre viața profesională și cea personală sunt motive pentru care 1 din 3 românii pleacă de la locul de muncă și aspecte unde companiile se află sub așteptările angajaților.

Aproape una din două persoane aflate în căutarea unui loc de muncă (46%) își folosesc conexiunile personale în acest scop. Acesta este, de altfel, cel mai de succes canal atunci când vine vorba de găsirea unui loc de muncă (pentru 35% din cei care au schimbat job-ul). Agențiile de recrutare, un alt canal offline de identificare a oportunităților de angajare, au o rată de succes relativ ridicată, la ele apelând 26% din candidați.

Facebook, cel mai popular canal de social media folosit pentru căutarea oportunităților de angajare (87% din totalul social media), se află într-un ușor declin. În total, aproximativ un sfert din respondenți și-au găsit un job prin intermediul acestei rețele. Pe de altă parte, conexiunile personale sunt esențiale pentru angajatorii aflați în căutarea de talente, deoarece acestea sunt cele mai utilizate și, de asemenea, cele mai de succes.

În ceea ce privește lucrul de la distanță, acesta s-a stabilizat în ultimii doi ani. În prezent, 31% dintre români lucrează (parțial) de la distanță, procent apropiat cu acela din 2022 (30%). În rândul celor care își desfășoară activitatea atât de la sediul angajatorului cât și hibrid, raportul se menține echilibrat între cele două modalități de lucru.

Aproximativ 9 din 10 angajați se așteaptă la inițiative dedicate diversității și incluziunii (D&I) / sprijinului pentru sănătatea mintală, din partea angajatorului lor. 1 din 5 spun că ar prefera să fie șomeri decât să lucreze pentru o companie care nu se alinaza valorilor lor, lucru întâlnit la o treime din cei cu vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani. Este necesar ca organizațiile să înceapă să dezvolte strategii și politici cu privire la aceste aspecte, fiind de așteptat ca ele să devină și mai relevante în următorii ani.