



Кариерните очаквания на младите таланти 2022

РЕЗУЛТАТИ И ПЕРСПЕКТИВИ

ManpowerGroup България прави ежемесечни проучвания, свързани с талантите и работодателите на пазара на труда, нагласите им, нуждите и тенденциите.

Ежегодното ни проучване за нагласите на младите таланти, или така наречената генерация „Z“, през тази година се проведе през месеците април и май 2022 г.

В проучването се включиха повече от 250 студенти и наскоро завършили образование млади хора, които споделиха мнения, очаквания и нагласи, свързани с кариерните си планове.

ПРОФИЛ НА РЕСПОНДЕНТИТЕ

Повечето отговорили на анкетата са хора на възраст между 18 и 25 г. (77%) и между 26 и 32 г. (15%) като мнозинството от тях са жени.

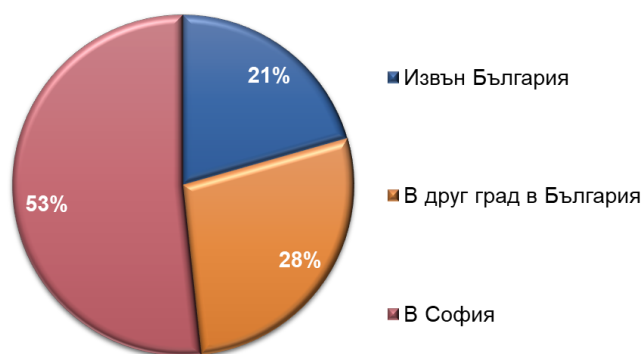
53% от всички участници се обучават или са се обучавали в София, като други 21% са респонденти, учили извън България.

В проучването се включиха студенти от университети и висши учебни заведения като УНСС, „Софийски университет Св. Климент Охридски“, ВИАС, НБУ, „Американски университет в България“ и др.

Специалностите, които изучават младите таланти са разнообразни – стопанско управление, международни отношения, медицина, право, счетоводство и финанси - а тези, които се отличават с най-много отговори в проучването са специалностите с **бизнес насоченост** (11%), бизнес администрация и мениджмънт, **компютърни науки**, софтуерно инженерство и информационни технологии (18%) и **маркетинг**, масови медии и комуникация (15%).

62% от тях са с образователна степен бакалавър, а други 28% - магистър.

В кой град сте се обучавали последно или се обучавате в момента?



Степен на завършено образование



Попитаме студентите какъв е работният им опит, като близо 85% от всички участници споделиха, че работят в момента - под формата на стаж или почасово (38%), работили са преди, но сега фокусът им е другаде (36%) или в момента са на първата си работа (10%).

„Занимавам се с няколко неща, но по определен брой часове, съчетавайки ги с ученето.“

Тенденцията за работещи студенти продължава, както показват и резултатите от миналогодишното проучване.

Гъбквите възможности за работещи студенти, предлагани от страна на все повече организации, правят това възможно, особено в столицата и големите градове на страната.



ОЧАКВАНИЯТА НА ГЕНЕРАЦИЯ Z КЪМ ТЕХНИТЕ РАБОТОДАТЕЛИ

Освен за работния стаж, студентите споделиха и своите очаквания към текущите и бъдещите си работодатели. По метода на оценяването, талантите споделиха кое е най-важно или маловажно за тях в една професионална среда. **Възможностите за кариерно развитие (77%), получаване на нови знания (70%) и добри междуличностни отношения (61%)** са от изключителна важност, последвани от **възнаграждението (51%)** и **дистанционната работа (45%)**, а като не до такава степен важни за талантите са портфолио на компанията (10%) и с несигурност отбелязват **допълнителните придобивки (18%)**, с които повечето млади таланти не са запознати в детайл.

КОЕ Е НАЙ-ВАЖНОТО ЗА МЛАДИТЕ ТАЛАНТИ ПРИ ИЗБОРА НА РАБОТОДАТЕЛ?

| | Изключително важно | Има значение | Не съм сигурен | Без значение |
|---|--------------------|--------------|----------------|--------------|
| Възможност за кариерно израстване | 77% | 21% | 1% | 1% |
| Възможности за получаване на нови знания | 70% | 27% | 2% | 1% |
| Добри междуличностни отношения | 61% | 33% | 2% | 4% |
| Организационна култура | 56% | 37% | 6% | 1% |
| Възнаграждение | 53% | 43% | 3% | 1% |
| Естество на работа | 51% | 43% | 5% | 1% |
| Възможност за дистанционна работа / гъвкаво работно време | 45% | 40% | 9% | 6% |
| Възможност за генериране на нови идеи | 40% | 46% | 8% | 6% |
| Иновации и технологии, имплементирани в работата | 32% | 52% | 13% | 4% |
| Портфолиото на компанията (продукти и услуги) | 17% | 55% | 19% | 10% |
| Допълнителни придобивки | 14% | 60% | 18% | 8% |

КАКВО ОЧАКВАТ МЛАДИТЕ ХОРА ОТ СВОИТЕ РЪКОВОДИТЕЛИ?

Според генерация Z, един успешен ръководител е такъв, когато **умее да предоставя ясна и конструктивна обратна връзка (81%)**, **съумява да организира ефективно задачи и дейности (85%)** и **успява успешно да мотивира или вдъхновява екипа (73%)**. Също толкова важни са и **техническите компетенции (63%)** с отношение към времето, показвайки доброто му менажиране и **отделяйки такова за екипа си (61%)**.

Всичко, което искат от един ръководител, студентите споделят, че е онова, което самите те искат да придобият като умения и качества в работата.

| | Напълно съм съгласен | Съгласен съм до известна степен | Не съм сигурен | Не съм съгласен до известна степен | Напълно не съм съгласен |
|--|----------------------|---------------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|
| Да умеят да предоставят конструктивна обратна връзка | 81% | 16% | 1% | 0% | 2% |
| Да организират ефективно дейностите | 85% | 11% | 3% | 0% | 1% |
| Да бъдат мотиватори на членовете на екипа | 73% | 21% | 3% | 1% | 1% |
| Да изпълняват ролята на ментор | 70% | 25% | 3% | 1% | 1% |
| Да бъдат технически компетентни | 63% | 31% | 4% | 2% | 1% |
| Да отделят време на членовете на екипа си | 61% | 32% | 5% | 1% | 1% |



КОГА Е ВРЕМЕ ЗА НОВО РАБОТНО МЯСТО?

Според анкетираниите, смяна на работното място би била най-удачна при стаж в компанията между 3 и 5 години (**43%**) или между 5 и 10 години (**23%**). Като коментар, талантите споделят:

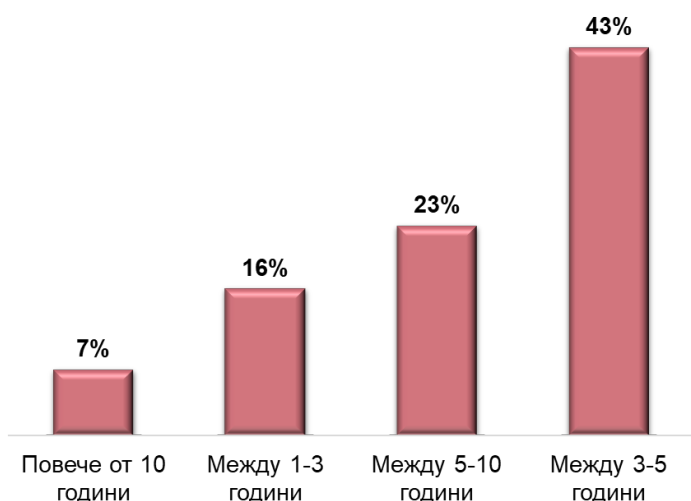
„Не мисля, че има такова нещо като “трябва”. Аз не бих се задържала на дадено работно място, ако не се чувствам добре.“

„Зависи от това, колко иска да се развива в дадената компания или област и каква е нагласата му.“

„Зависи от условията на труд и дали наистина има развитие, сравнимо с постижимото чрез смяна на работното място.“

„Докато допринася за целите на компанията и докато самият служител чувства, че получава нужното.“

Колко години средно би следвало един служител да прекара в една компания?



РОЛЯТА НА ГЕЙМИФИКАЦИЯТА НА РАБОТНОТО МЯСТО - МНЕНИЯ И ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Като допълнителен коментар, попитахме младите таланти какво мислят за геймификацията в работна среда по време на обучения или процес по наемане на работа. Близко 85% от младото поколение смята, че обученията чрез геймификация са по-ангажиращи и ползотворни в сравнение със 70% от миналата година.

Същата тенденция за покачване на интерес към работодателите, които използват платформи и методи за геймификация като иновативен метод за подбор на хора се разпознава при 73% от анкетираните в сравнение с 50% от миналогодишното проучване.

Наблюденията на ManpowerGroup България показват, че преживяването на кандидатите по време на процеса по подбор става все по-голям фокус и колкото по-интересно е то, толкова по-добре влияе на работодателската марка на съответната компания.

Поколението на динамичната дигитализация и внедряване на иновативни методи очаква те да бъдат имплементирани и в бизнес процесите на бъдещите и текущите им работодатели.

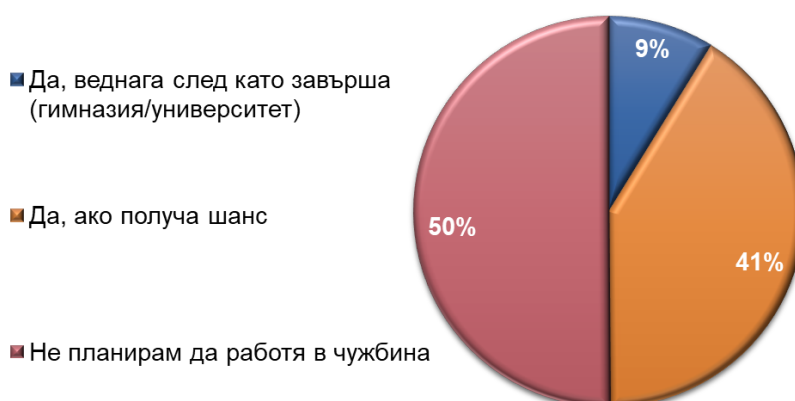


Ние сме ексклузивен партньор на Геймлърн за региона - лидер в предоставянето на иновативни решения за учене чрез преживяване в корпоративна среда с широко портфолио от теми, и страхотен track-record за ангажиращо съдържание

КАРИЕРА В БЪЛГАРИЯ ИЛИ В ЧУЖБИНА?

При планиране на кариерното развитие за следващите 5 години 50% от отговорилите посочват, че не планират да работят в чужбина за разлика от 44% миналата година. Тази година обаче 41% биха заминали, ако получат шанс в сравнение с 38% от миналата година.

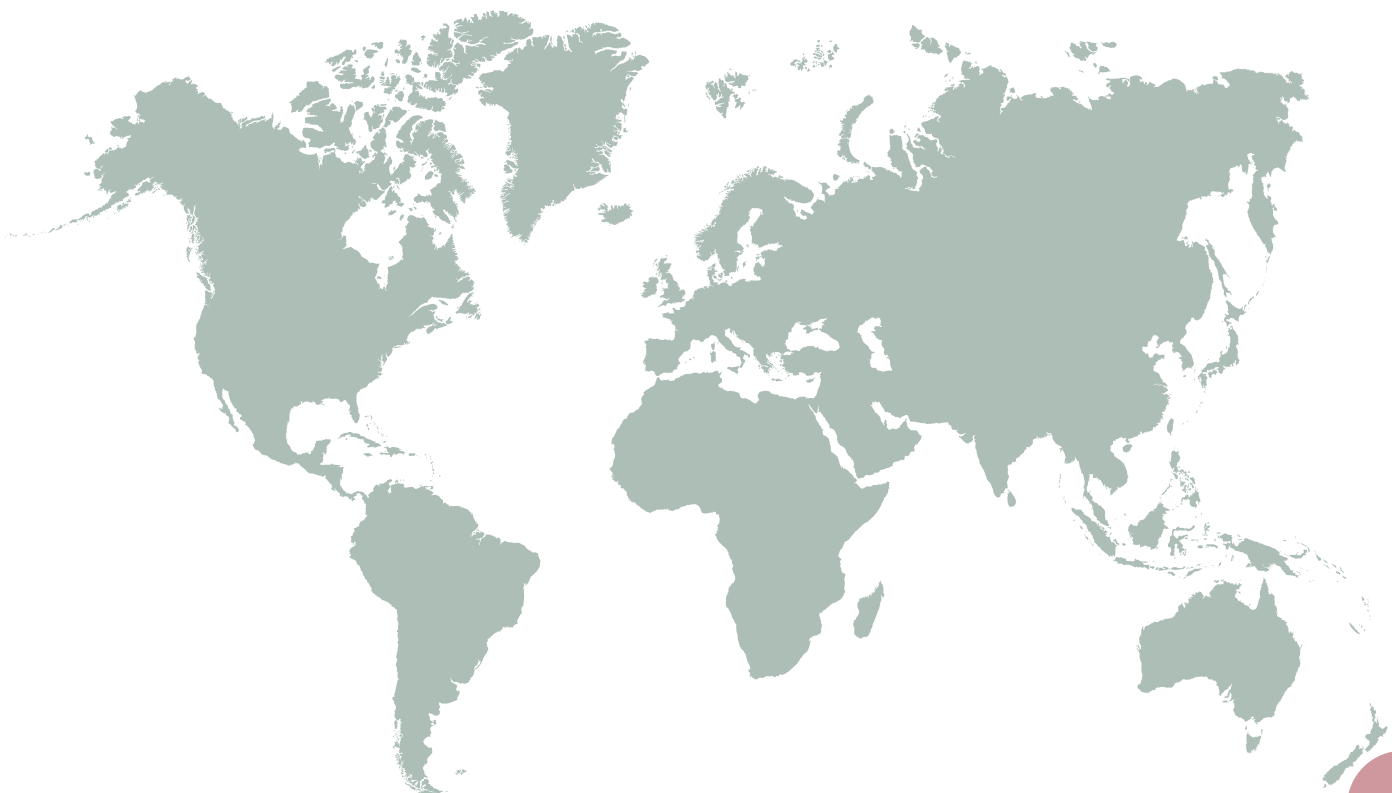
Планирате ли да работите в чужбина през следващите 5 години?



„Бих желала да работя тук с възможност за пътуване и в чужбина.“

„В момента планирам да се върна в България и да се опитам да се задържа, същевременно съм отворен към интересни възможности в чужбина.“

„Планирам да остана в България и да изградя кариерата си тук, но ако нещата не вървят и ми се появи възможност за чужбина, бих ѝ дала шанс.“



КОИ СА НАЙ-ПРЕДПОЧИТАНИТЕ РАБОТОДАТЕЛИ В СТРАНАТА?

Зададохме на българските студенти отворен въпрос кои пет компании считат за най-желани работодатели в страната. Като най-желани работодатели се очертаха международни компании – имена, разпознаваеми в цял свят.

Сред първите 10 имена от най-разпознаваемите и предпочитани компании сред младите таланти са и такива като LIDL Bulgaria, VM Ware, HP Inc, TELUS International, IBM и Sutherland.



КЛЮЧОВИ ИЗВОДИ

За да подпомогнем компаниите в страната да се адаптират към очакванията, нуждите и нагласите на младите таланти в България, попитахме над 250 български студенти кое е най-важното за тях при избора на работодател, какво очакват от компаниите и кои според тях са актуалните добри примери на пазара.

Основните и най-важни заключения са:

1

Според проучването младите планират да останат в България, но с високи очаквания към работодателите си.

2

Отново топ работодателите са в сферата на информационните технологии, дигитални услуги или пряко разпознаваеми марки със силен маркетинг на пазара.

3

Възможността за кариерно развитие е най-важният фактор при избор на работа за младите хора.

4

Нуждата от интегриране на геймификацията в работните процеси е повече от осезаема, тъй като младите таланти разпознават и търсят тези методи.

С добавянето на услугите на Assert International към портфолиото на ManpowerGroup България стартирахме

изследвания в реално време на ключови HR метрики като нива на заплащане, допълнителни придобивки, текучество на персонал, удовлетворение и ангажираност на служителите в комбинация с автоматизирани пазарни проучвания за наличието на кадри в конкретни региони и индустрии.

Изследванията съчетават актуална бизнес информация, официални статистически данни и обратната връзка от работодатели, кандидати за работа и настоящи служители. По този начин нашите проучвания дават цялостен поглед над пазара на труда в България и позволяват своевременни информирани решения за стратегическото развитие на човешкия капитал.



За повече информация може да се обърнете към нашите експерти:

Мария Стоева
Head of Sales and Business Development
maria.stoeva@manpower.bg
+359 879 958 628

Мария Динева
HR Research Expert
maria.dineva@manpower.bg
+359 878 573 521

www.manpower.bg