



Кариерните очаквания на младите таланти

РЕЗУЛТАТИ И ПЕРСПЕКТИВИ

ManpowerGroup България провежда редица изследвания във връзка с управлението на човешкия капитал в страната. В постоянно променящата се среда на пазара на труда високата информираност и отличното познаване на новите тенденции и установени практики, както и споделянето на опит са от ключово значение за успеха на всеки бизнес.

Целта на настоящото проучване е да подпомогнем компаниите в България да се адаптират към очакванията, нуждите и нагласите на младите таланти в страната. Затова в периода февруари – април 2021 г. попитахме над 350 български студенти кое е най-важно за тях при избора им на работодател, какво очакват от компаниите и кои са актуалните добри примери на пазара. Проучването се състои от 13 въпроса, свързани с различни елементи на бизнес процесите, и цели да идентифицира нагласите на младите хора в страната.

ПРОФИЛ НА РЕСПОНДЕНТИТЕ

В проучването се включиха 351 респонденти между 19 и 28-годишна възраст (средна възраст – 22.6 години), като две трети от тях са жени.

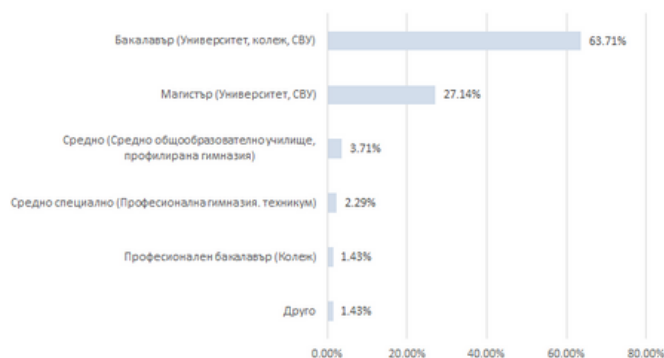
Близо половината от анкетирания се обучават или са учили в гр. София. 30% са учили или все още се обучават в друг град в България, докато останалите 23% са учили извън страната.

Почти 2/3 от анкетирания са записали или вече са завършили бакалавърска степен на образование, а останалата една трета – магистърска.

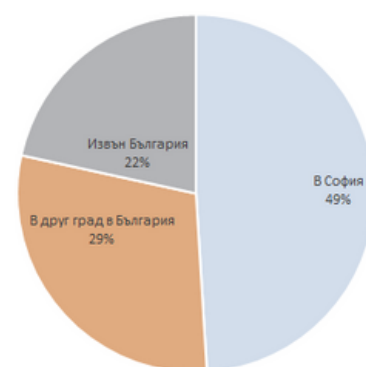
По-голямата част от анкетирания са учили или все още се обучават в следните специалности: „Икономика“, „Бизнес мениджмънт“, „Управление на човешки ресурси“, „Маркетинг“, „Международни отношения“, „Компютърни науки“, „Мехатроника“, „Графичен и уеб дизайн“, „Софтуерни технологии“, „Право“, „Финанси и счетоводство“, „Архитектура“, „Журналистика и медии“ и „Медицина“.

Близо половината от запитаните в момента работят/преминават през стаж в компании, като за 1/3 от тях това е първа работа. 37% понастоящем не работят, но имат предходен работен опит. 10% до момента не са били наемани на работа, а други 4% са били ангажирани единствено с доброволческа дейност.

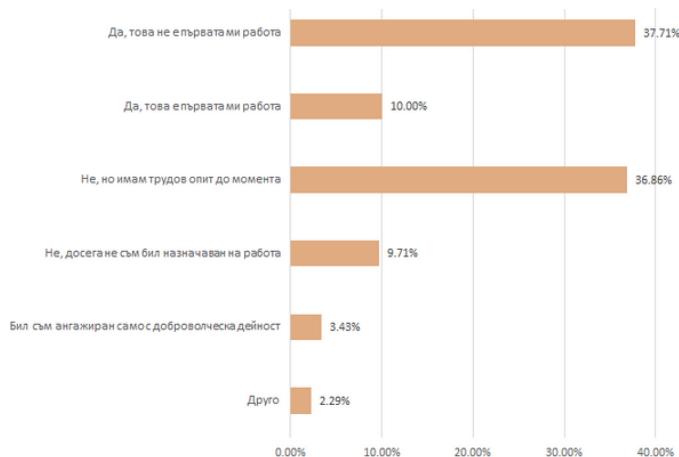
Моля, посочете образователна степен, която сте записали/завършили?



Къде учите в момента или сте се обучавали последно?



Работите ли в момента?



Кое е най-важното за младите таланти при избора на работодател?

РЕЗУЛТАТИ

Основното възнаграждение и финансовите стимули се очертават като значително по-ключови за младите хора при избора на работодател, отколкото допълнителните придобивки, които компаниите им предлагат.

Половината от анкетираните споделят, че **възнаграждението е важен фактор** за тях, а други **39%** - че е **от изключително значение**.

	Изключително важно	Има значение	Не съм сигурен	Без значение
Възможност за кариерно израстване	79.14%	19.14%	0.86%	0.86%
Възможности за получаване на нови знания	71.43%	26.57%	1.14%	0.86%
Добри междуличностни отношения	62.86%	30.38%	2.29%	4.00%
Организационна култура	56.86%	36.86%	5.14%	1.14%
Естество на работа	51.71%	42.57%	4.29%	1.43%
Възможност за генериране на нови идеи	47.43%	43.71%	4.86%	4.00%
Възнаграждение	40.29%	54.29%	3.71%	1.71%
Възможност за дистанционна работа / гъвкаво работно време	37.71%	47.43%	8.86%	6.00%
Иновации и технологии, имплементирани в работата	33.14%	51.71%	12.00%	3.14%
Портфолиото на компанията (продукти и услуги)	16.86%	55.71%	18.57%	8.86%
Допълнителни придобивки	14.29%	58.57%	18.57%	8.57%

Наблюденията на ManpowerGroup показват, че **допълнителните придобивки** са очаквани от страна на служителите и са високо ценени, но не биха могли да се третират като заместител на адекватна месечна заплата, особено когато става дума за политика за възнагражденията за млади кадри. Все пак по отношение на допълнителните придобивки 59% от респондентите посочват, че те имат значение за тях, а 12% - че са от изключително значение.

Затова и препоръките на ManpowerGroup България са насочени към **ефективно комуникиране на пакета от допълнителни придобивки към служителите** и по възможност – гъвкава схема за избор на такива. Подобни схеми за индивидуален избор на възможни, предварително дефинирани като списък придобивки вече не са изключение за бизнеса в страната, защото предоставят по-висока ефективност от гледна точка на разходите за тях.

Най-важни		
Възможност за кариерно израстване	Възможност за получаване на нови знания	Добри междуличностни отношения
Допълнителни придобивки	Портфолиото на компанията (продукти и услуги)	Възможност за дистанционна работа и/или гъвкаво работно време
Най-маловажни		

Представителите на генерация Z (18-24 годишни) са амбициозни, жадни за пари и кариерно развитие, но въпреки това жените и мъжете имат различни желаниа.

Жените класират заплащането като по-важно от следващия им приоритет - развиване на умения - докато мъжете казват, че уменията и кариерата имат значение толкова, колкото заплащането.



Възможностите за кариерно развитие са безспорният лидер при важните за младите хора фактори. Под 2% от респондентите са посочили, че те нямат значение за тях, 18% твърдят, че имат значение, а цели **80%** - че са **от изключително значение**. Много сходни са и резултатите за възможностите за **придобиване на нови знания** – отново високо ценени от младите хора.

Организационната култура, възможностите за даване на нови идеи и иновациите в работния процес също са идентифицирани като ключови фактори при избора на работодател от представителите на новото поколение

Привличане		Задържане	
♀	♂	♀	♂
1. \$	1. \$	1. \$	1. \$
2. ⚙️	2. 📈	2. 👥	2. 📈
3. ⌚	3. 🏆	3. ⌚	3. 🏆
4. 📈	4. ⌚	4. ⚙️	4. ⚙️
5. ⚙️	5. ⚙️	5. 👍	5. ⌚

по-високо заплащане	гъвкаво работно време	предизвикателни проект	кариерно развитие	силен бранд	развиване на умения
---------------------	-----------------------	------------------------	-------------------	-------------	---------------------

Представителите на генерация Z на работното място (18-24 годишни) към момента съставляват **10% от глобалната работна сила**.

Те са креативни, предприемчиви и се учат много по-бързо в сравнение с предишните поколения. Имат достъп до информация и винаги търсят активно такава.

Какво очакват младите хора от своите ръководители?

Попитахме анкетираните какво очакват от своите настоящи или бъдещи ръководители на работното място. **Над 80%** от респондентите посочват уменията за **предоставяне на конструктивна обратна връзка**. В началото на трудовия си опит младите хора имат нужда от постоянна обратна връзка в работата, за да могат да учат и да развиват потенциала си.



Ефективната организация на дейностите е ключова за **над 2/3** от респондентите. Обикновено на ново работно място и то в началото на трудовия си стаж младите хора имат нужда от отлична структура на работата, ясни правила за действие и добре комуникирани очаквания – фактори, които следва да бъдат взети под внимание от всяка организация, работеща с млади таланти.

С 14% повече са хората, които очакват техните ръководители да мотивират членовете на екипа, отколкото тези, които желаят лидерите им да изпълняват ролята на ментори.

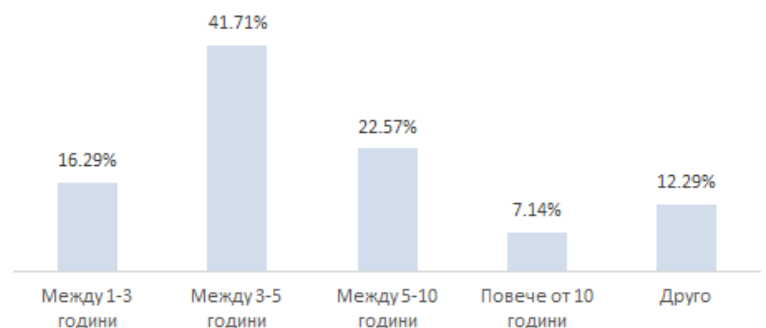
Характерна черта на представителите на **поколението Z** е **високото ниво на самостоятелност**. Те уважават своята автономия на работа, като от ключово значение за тях е да бъдат високо мотивирани за всяка конкретна задача, цел или проект – именно тази поколенческа специфика обуславя и отговора им на въпроса.

Кога е време за ново работно място?

Попитахме българските студенти колко години според тях е оптимално за един служител да прекара в дадена компания. Малко **над 40%** са отговорили, че желаният период е **между 3 и 5 години**, следвани от **¼ от респондентите**, които считат, че са необходими повече години в една компания – **между 5 и 10**.

За разлика от западните икономики, където често служител прекарва по-кратки периоди от време при повече работодатели в началото на трудовия си опит, в България едва 16% от запитаните смятат, че оптималният период е между 1 и 3 години.

Според Вас какъв е средният брой години, които един служител трябва да прекара в една компания?

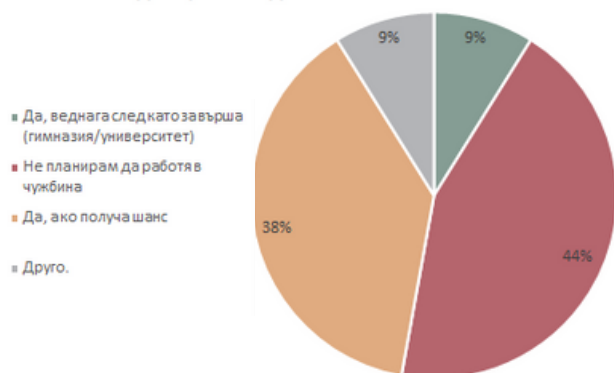


По-често от очакванията им обаче на практика се случва точно така и новите кадри работят при един работодател по-малко от 3 години. Докато младият човек се ориентира каква точно форма на заетост е подходяща за него, с какво се справя най-добре и накъде иска да се развива, минава време и се трупат опит. Ето защо по-доброто кариерно ориентиране още от училищен етап е от ключово значение

Кариера в България или в чужбина?

Попитаме студентите дали планират да работят в чужбина, след като завършат своето висше образование. **44%** от тях са решени да не търсят такива възможности, а **да се развиват в България**, като една четвърт от отговорилите по този начин в момента учат или са се обучавали извън страната. Това поставя българските работодатели в благоприятната ситуация да се възползват от кадри, обучени в чужбина.

Планирате ли да работите в чужбина през следващите 5 години?



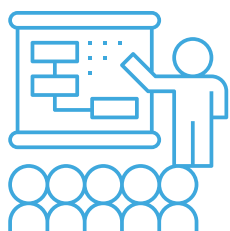
Въпреки позитивната тенденция в тази посока през последните години **38%** от анкетираните споделят, че **биха работили в друга страна, ако им се удаде подходяща възможност**, а 9% казват, че планират да работят в чужбина, веднага след като завършат университет. Отворените европейски граници, както и постоянният интерес на младите хора да изследват нови възможности са предпоставка за работа в чужбина.

Как се възприема новото модерно – геймификацията на HR процесите?

Резултатите и от това проучване недвусмислено показват, че една от най-горещите тенденции в управлението на човешки капитал е изключително добре възприета от кандидатите за работа и служителите. Що се отнася до **процеса на подбор чрез геймификация**, близо **половината от респондентите посочват, че той е по-ефективен от традиционния**.

В същото време цели **67%** от анкетираните смятат, че е **по-интересен за младите хора**.

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



По отношение на **обученията чрез геймификация** почти **70%** от запитаните студенти **посочват, че геймифицираните тренинги са много по-адекватни за младите поколения**, отколкото традиционните такива. Причината за този резултат следва от факта, че **геймифицираните обучения са значително по-ангажиращи за младите хора**, чието внимание се задържа по-трудно, отколкото това на по-възрастните служители.

Усещането за постоянна обратна връзка и следене на прогреса карат обучаваните да бъдат по-концентрирани и да следят случващото се с по-голям интерес. Добрите геймифицирани обучения могат да бъдат завладяващи, успешно развиващи конкретни умения и носят по-високо удовлетворение от ефективното усвояване на нови знания и умения.

Кои са най-предпочитаните работодатели в страната?

Зададохме на българските студенти отворен въпрос кои пет компании считат за най-желани работодатели в страната. Разделихме отговорите по индустриални направления. С много малки изключения като най-желани работодатели се очертаха международни компании – имена, разпознаваеми в цял свят.

Consumer Goods



Banks and Fintech



Media and Telecoms



Engineering and Industrial Technology



BOSCH



vmware®



Consulting businesses



ManpowerGroup®

Deloitte.



Sourcing Companies



Retail



Отговорите включват повече от 170 действащи компании в страната, като еднозначен лидер е **Coca Cola Hellenic Bottling Company**.

В топ 5 заедно с тях се нареждат VMWare, IBM, Telus International Europe & Lidl България.

КЛЮЧОВИ ИЗВОДИ

За да подпомогнем компаниите в страната да се адаптират към очакванията, нуждите и нагласите на младите таланти в България, попитахме повече от 350 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.

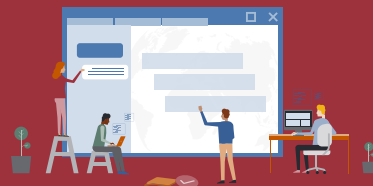
Основните и най-важни заключения са:



Въпреки че са в самото начало на кариерния си път, българските студенти не разглеждат толкова възможности за кратковременна заетост и преминаване от една стажантска програма в друга, а по-скоро насочват вниманието си към дългосрочна заетост с перспектива 3 до 5 години.

2

Технологичните компании се радват на по-голям интерес от страна на българските студенти.



3

Младите хора в страната имат ясни очаквания към своите бъдещи работодатели. Имат добре изразени позиции и изключително малко колебания в мнението си по ключови въпроси.



4

България е предпочитано място за работа от повечето млади хора в страната.



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, 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 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
Мениджър екип "Продажби и бизнес развитие"
maria.stoeva@manpower.bg
+359 879 958 628

Герасим Найденов
Старши консултант
gerasim.naydenov@manpower.bg
+359 879 958 620

www.manpower.bg