

# Работодатель мечты: какой он?

 [uzdaily.uz/ru/post/81521](https://uzdaily.uz/ru/post/81521)



Работодатель мечты: какой он?

24/11/2023 14:28

**Ташкент, Узбекистан (UzDaily.uz)** -- 23 ноября 2023 были подведены итоги исследования восприятия бренда работодателя The Talentist. Презентация итогов и торжественная церемония награждения состоялись в рамках Форума Human Capital Days in Uzbekistan.

Результаты опроса выявили, какими мотивами руководствуется трудоспособное население при выборе и смене работы, а также помогли определить самых привлекательных работодателей Узбекистана. Топ-5 факторов при выборе работодателя: хорошая заработная плата – 48%, приятная рабочая атмосфера – 43%, интересная работа – 42%, качественные услуги/продукты компании – 42%, удобное расположение – 41%. Об этом сообщает пресс-служба ANCOR.

Помимо этого, были названы самые привлекательные работодатели Узбекистана. Более 3 500 респондентов по всей стране оценивали 100 крупнейших по численности персонала компаний, в итоговый рейтинг вошли 33 организации, преодолевшие 10%

барьер узнаваемости среди трудоспособного населения. Самым привлекательным работодателям Узбекистана была названа компания Uzbekistan Airways.

Оксана Ткаченко, операционный менеджер ANCOR Узбекистан: «В 2023 году ANCOR провел в Узбекистане свое первое масштабное исследование восприятия бренда работодателя The Talentist. Мы рады поделиться с компаниями данными исследования, аналитикой рынка труда и ценными инсайтами, которые помогут в привлечении кандидатов, создании комфортной рабочей среды для своих сотрудников и построении с ними взаимовыгодной эффективной коммуникации, а также в формировании позитивного восприятия корпоративного HR-бренда. Мы исследовали, какие критерии важны людям при выборе работодателя, где они ищут объявления о работе, как проверяют репутацию работодателя, как изменилась модель поведения людей в отношении занятости, а также какие компенсации и льготы привлекательны для жителей Узбекистана и какую дополнительную поддержку от работодателя они хотели бы получать. Развитие бренда работодателя – это единственный беспроигрышный путь к успеху в новых реалиях рынка!»

### **Основные выводы исследования**

Бренд работодателя в наши дни – это критически важный для компании инструмент. Для формирования наиболее эффективной стратегии по взаимодействию с потенциальными кандидатами и текущими сотрудниками важно понимать предпочтения и потребности людей.

Например, каждый шестой опрошенный в Узбекистане предпочел бы иметь собственное дело. Второе место по предпочтениям – работа в государственной бюджетной организации, т. е. государство является наиболее привлекательным работодателям для тех, кто рассматривает занятость в найме.

Также важно понимать, что не только материальная мотивация влияет на выбор работодателя. Помимо уровня зарплаты для людей важны приятная рабочая атмосфера и интересная работа, качественные продукты и услуги, удобное расположение, возможности карьерного роста и соблюдение баланса работы и личной жизни, а также репутация компании. И компаниям важно учитывать предпочтения людей, ведь правильно проработанное ценностное предложение работодателя (EVP) помогает быстрее и дешевле привлечь нужных бизнесу кандидатов и удерживать текущую команду.

### **Профиль респондентов**

Масштабный независимый онлайн-опрос, проведенный по заказу стаффинговой группы ANCOR при информационной поддержке Форума Human Capital Days, прошел в сентябре-октябре этого года. Была сформирована выборка из 3 500 респондентов трудоспособного возраста от 16 до 59 лет по всей стране. Репрезентативная выборка

по социально-демографическим характеристикам воспроизводила трудоспособное население всей страны. Женщины в ней составили 49%, мужчины – 51%. В распределении по возрасту: участники 16–24 лет составили 23% от общего числа респондентов, 25–29 лет – 17%, 30–34 лет – 18%, 35-39 лет – 19%, 40-49 лет – 15%, 50-59 лет – 8%.

Что касается формата занятости, то работали на постоянной основе – 61%, на временной – 28%, были самозанятыми или фрилансерами – 10% участников исследования. По уровню образования респонденты сформировали следующие группы: наличие высшего образования – 60%, среднего – 35%, ниже среднего – 5%.

Распределение по территориальному признаку: Ташкент – 8%, Ферганская долина (Андижан, Наманган, Фергана, Коканд) – 37%, Центр (Гулистан, Джизак, Самарканд) – 18%, Юг (Карши, Термез) – 17%, Юго-запад (Бухара, Навои) – 9%, Запад (Нукус, Ургенч) – 11%.

### **В каких компаниях хотят работать люди и привлекает ли их работа по найму?**

По результатам исследования удалось выяснить, что работа в большой коммерческой организации не является самой привлекательной. Более того, крупные работодатели конкурируют не только с менее масштабными игроками и госсектором, но и с другими формами занятости – собственное дело, самозанятость или фриланс.

На вопрос о предпочтительном месте работы собственное дело указали 17% респондентов, государственная бюджетная организация привлекла 14% участников, семейный бизнес - 10%, самозанятость/работа фрилансером - 10% респондентов, в международных коммерческих компаниях заинтересованы 9%, в коммерческих компаниях с государственным участием - 9%, в некоммерческих компаниях - 7% опрошенных. Хотели бы работать в узбекистанской коммерческой компании всего 6% респондентов.

Что касается предпочтительного размера идеального работодателя, большинство респондентов хотели бы работать в небольших компаниях. Компании с численностью до 100 человек оказались самыми привлекательными для 32% респондентов. На втором месте по популярности - организации со штатом 101–1000 человек – 19%, от 1001 до 5000–11%, более 5000 человек – этот вариант был интересен 10% людей. 22% опрошенных ответили, что не имеют предпочтений. Крупным работодателям стоит задуматься, как конкурировать за таланты с менее крупными компаниями.

Оксана Ткаченко, операционный менеджер, ANCOR: “Люди хотят видеть результаты своей работы и понимать, как их достижения влияют на результаты всей организации. Они хотят ощущать себя важным узлом сложного механизма, а не маленьким винтиком в шестеренке. Работодателям стоит задуматься о создании структуры,

которая позволит сотрудникам самореализоваться и в большой компании. Один из способов – создание проектных команд с ответственностью и соответствующими полномочиями для достижения результата.»

Мужчины чаще, чем женщины предпочли бы работу в компаниях с численностью до 100 человек. Работу в маленьких компаниях также чаще других предпочитают респонденты в возрасте от 35 до 49 лет, работающие на постоянной основе и в бюджетных организациях.

Крупные компании (от 1000 и более человек) в большей степени интересны для работающих на временной основе, в то время как фрилансеры и люди в возрасте от 50 лет не имеют предпочтений в размере организации.

Респонденты также отвечали на вопрос относительно количества работодателей на текущий момент: 59% опрашиваемых работают на 1-го нанимателя, 29% имеют 2-х и более, 12% не имеют работодателя.

### **Самые важные критерии выбора работодателя**

Чтобы соискатель остановил свой выбор на определенной компании, он должен быть уверен в хорошей зарплате – это самый важный параметр для 48% респондентов, приятной рабочей атмосфере – 42,6%, интересной работе – 42,4%. Далее идут качественные продукты/услуги – 41,8% и удобное расположение – 41,1%. Это говорит о том, что материальными факторами потребности кандидатов не ограничиваются, им важен психологический комфорт и уровень продуктов или услуг, к созданию которых они будут иметь отношение.

Если организация настроена на удержание ценных сотрудников и общее снижение текучки, важно принимать во внимание и другие критерии из списка, важность которых для респондентов также весьма высока. В полный перечень входят: широкие возможности для карьерного роста – 40,2%, хорошая репутация компании – 40,1%, баланс между работой и личной жизнью – 40%, сильное руководство – 39,2%, финансовая стабильность – 38,7%, обучение и тренинги – 38,4%, использование современных технологий – 36%, гарантии долгосрочной занятости – 35,3%, гибкие условия труда – 35,3%, предоставление равных возможностей – 34,3%, социальная ответственность – 30,1%.

### **Что важно кандидатам при выборе работы и что предлагают компании?**

Частая проблема бизнеса – заблуждение насчет того, что в действительности нужно его текущим и потенциальным сотрудникам. Исследование показывает, что для людей важны в первую очередь: хорошая заработная плата (48%), приятная рабочая атмосфера (43%), интересная работа (42%). Организации же, по восприятию аудиторией, делают упор на сильное руководство (69%), качественные продукты/услуги

(68%), хорошую репутацию (68%). Существующий разрыв между потребностями работников и предложением компаний может негативно сказываться на привлекательности бренда работодателя, а также снизить эффективность работы по привлечению и удержанию персонала.

### **Смена работы vs. удержание**

Подавляющее число респондентов за последние 12 месяцев остались на своем текущем месте работы – 85%. Сменили работодателя за этот же период – 15%, из них сделали это по причине недовольства низкой зарплатой – 19%, работы, не приносящей удовлетворения, – 16%, неподходящего графика работы – 16%, из-за чрезмерной нагрузки – 16%, были недовольны руководством компании – 14%.

При детальном анализе стало видно, что молодежь чаще других возрастных групп отмечает неудовлетворенность работой и руководством, графиком работы и отсутствием баланса между работой и личной жизнью. Ещё чаще об отсутствии баланса между работой и личной жизнью говорят фрилансеры. Главными причинами смены работодателя респонденты называют низкую зарплату, отсутствие удовлетворения от работы, а также неподходящий график.

В ближайшие 12 месяцев планируют менять работу только 11% респондентов, 17% пока затрудняются ответить, и 72% не планируют смену работодателя в ближайший год.

Большую роль в удержании персонала играет также дополнительная поддержка со стороны работодателя. Ее необходимость отметили 67% респондентов.

20% респондентов отметили, что им нужна поддержка в приобретении и оплате жилья, 19% опрошенных выбрали медицинские услуги, финансовые консультации – 19%, возможность выбирать удобный режим работы – 18%, занятия спортом – 18%, поддержка в уходе за детьми – 16%, консультации с психологом – 14%, консультации с юристом – 12%, информирование о ситуации и планах компании – 12%, помощь в переквалификации – 10%.

### **Льготы**

Наиболее привлекательными льготами респонденты назвали компенсацию проезда к месту работы – 74%, медицинское страхование – 73%, страхование путешествий 72%, дополнительные выходные – 72%, компенсацию сотовой связи – 72%.

Компенсация проезда к месту работы особенно важна для возрастной группы 35–49 лет, а также медицинское страхование и страхование путешествий. О дополнительном выходном чаще других говорят мужчины, респонденты среднего возраста (35–49 лет) и работающие на постоянной основе сотрудники. Респонденты,

имеющие постоянную занятость, чаще других отмечают, что для них важны компенсация занятий спортом, дополнительного образования/тренингов, а также льготы для детей сотрудников.

Льготы, которые чаще всего предоставляют работодатели: дополнительные выходные, организация питания, материальная помощь в сложных жизненных ситуациях и медицинское страхование.

Молодые сотрудники (до 24 лет) чаще других отмечают, что работодатель предоставляет тренинги и компенсацию дополнительного образования, а также скидки на продукты компании.

### **Изменение условий работы**

Значимую роль в принятии решения о смене работы или решение остаться на текущем месте играет изменение условий труда. Нагрузка, по ощущениям респондентов, не изменилась – у 54%, возросла – у 22%, уменьшилась – у 24%. Количество рабочих часов осталось прежним – 54%, увеличилось – 21%, уменьшилось – 26%. Содержание работы осталось без изменений – 55%, ухудшилось – 20%, улучшилось – 25%. Рабочее местоположение не претерпело изменений – 56%, ухудшилось – 19%, улучшилось – 25%. Заработная плата без изменений – 48%, материальные условия ухудшились – 19%, улучшились – 33%. График работы не поменялся – 54%, стал хуже -19%, стал лучше – 27%.

### **Каналы поиска работы**

Среди каналов по поиску работы на первом месте по популярности социальные сети и мессенджеры – их отметили 23% участников опроса. Далее следуют порталы вакансий (22%), личные связи (19%), поисковики в интернете (15%), государственные службы занятости – 13%.

Из работных порталов и площадок для объявлений на первом месте Olx – 47%, далее следуют HeadHunter – 33% и Myjob – 25%. Социальные сети по востребованности при поиске работы расположились в следующем порядке: Telegram -74%, Instagram – 40%, YouTube - 23%

Следует отметить, что общение с бывшими сотрудниками потенциального работодателя – это серьезный тренд, связанный с недоверием соискателей к информации в сети. Так что, если организация хочет привлекать таланты в условиях дефицита кадров, ей необходимо обратить внимание на то, что говорят о ней бывшие сотрудники. Расставаться с людьми надо по возможности аккуратно, оставляя положительные впечатления о работе в вашей компании в целом. Следует направлять усилия и на удержание персонала. Этот фокус в перспективе повлияет и на эффективность привлечения новых людей.

При проверке репутации потенциального работодателя люди руководствуются: социальными сетями и мессенджерами – 21%, мнением друзей и семьи – 19%, порталами с вакансиями – 15%, поиском в интернете – 15%, личными посещениями – 14%.

### **Самые привлекательные работодатели Узбекистана**

Топ-3 самых привлекательных работодателя Узбекистана, по мнению респондентов, являются: Uzbekistan Airways –77,6%, Лукойл Узбекистан–69,1%, Hamkorbank- 63,2%.

В целом исследование показало, что трудоспособное население Узбекистана очень мало знает крупнейших работодателей страны. Из 100 крупнейших брендов работодателей, 10%-процентный порог узнаваемости преодолели лишь 33 компании.

Оксана Ткаченко, операционный директор, ANCOR Узбекистан: «Низкая узнаваемость – это очень серьезный повод для беспокойства, если HR стратегия компании нацелена на привлечение персонала. Компаниям стоит задуматься о своей представленности в различных каналах коммуникаций и об интенсивности самих коммуникаций с потенциальными кандидатами. Наше исследование The Talentist дает много информации о предпочтениях различных социально-демографических групп и будет крайне полезно для компаний в работе с талантами».