

employer
brand research



 randstad



Об исследовании

 ancor



Что такое исследование бренда работодателя Randstad?

- репрезентативное исследование бренда работодателя, основанное на восприятии широкой аудитории и аккумулирующее результаты 20-летнего успешного опыта изучения бренда работодателя.
- независимый опрос более чем 200 000 респондентов в 33 странах мира.
- оценка привлекательности бренда работодателя крупнейших компаний каждой страны, известных не менее чем 10% населения.
- ценные инсайты, помогающие развивать бренд работодателя.



KANTAR TNS

Онлайн-опрос и обработку данных исследования во всех странах по заказу Randstad и ANCOR проводит компания **Kantar TNS** - мировой лидер в области проведения независимых исследований.

Исследование охватывает 33 страны > 75% мировой экономики.



Аргентина
Австралия
Австрия
Бельгия
Бразилия
Венгрия
Великобритания
Германия
Гонконг
Греция
Индия
Италия
Испания
Казахстан
Канада
Китай
Люксембург

Малайзия
Нидерланды
Новая Зеландия
Норвегия
Польша
Португалия
Россия
Румыния
Сингапур
США
Украина
Франция
Чехия
Швеция
Швейцария
Япония

в мировом масштабе

- более 200 000 респондентов
- оценили 6 162 компаний

выборка

- возраст от 18 до 65 лет
- репрезентативность по полу
- дополнительная группа респондентов в возрасте 25 - 44 года
- опрос проводился среди студентов, работающих и безработных

страна

- 14 082 респондентов

полевые работы

- онлайн-интервью
- с 11 по 23 января 2019 года

продолжительность интервью

- 16 минут

Структура выборки одина для всех стран

пол

- мужской
- женский

возраст

- 18-24 (поколение Z)
- 25-34 (поколение Y)
- 35-44 (поколение X)
- 45-65 (беби-бумеры)

образование

- отсутствует
- начальное (3-4 класса школы)
- среднее
- средне-специальное
- неоконченное высшее
- высшее
- аспирантура, ученая степень, два высших образования

занятость

- работа на постоянной основе
- временная работа
- без работы / в поиске
- самозанятый / фрилансер
- ведение домашнего хозяйства
- учеба в вузе

регион

- в соответствии с административным делением страны

Работающие респонденты определяют сферу деятельности работодателя и свою специализацию

Вопросы исследования

- Ключевые критерии выбора работодателя
- Динамика смены работы
- Причины смены работы
- Ежегодно респонденты отвечают на основные вопросы анкеты, а также на 2-3 дополнительных вопроса по актуальным трендам данного года (отношение к пенсионному возрасту, риски роботизации и т.п.)
- В рамках исследования респонденты оценивают привлекательность брендов работодателей (крупнейших по числу рабочих мест компаний в значимых секторах экономики страны)

Методология формирования рейтинга привлекательности 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.

Метод опроса

Респонденту предлагается список из 30 компаний. Каждая компания оценивается только респондентами, которые знают о ней.

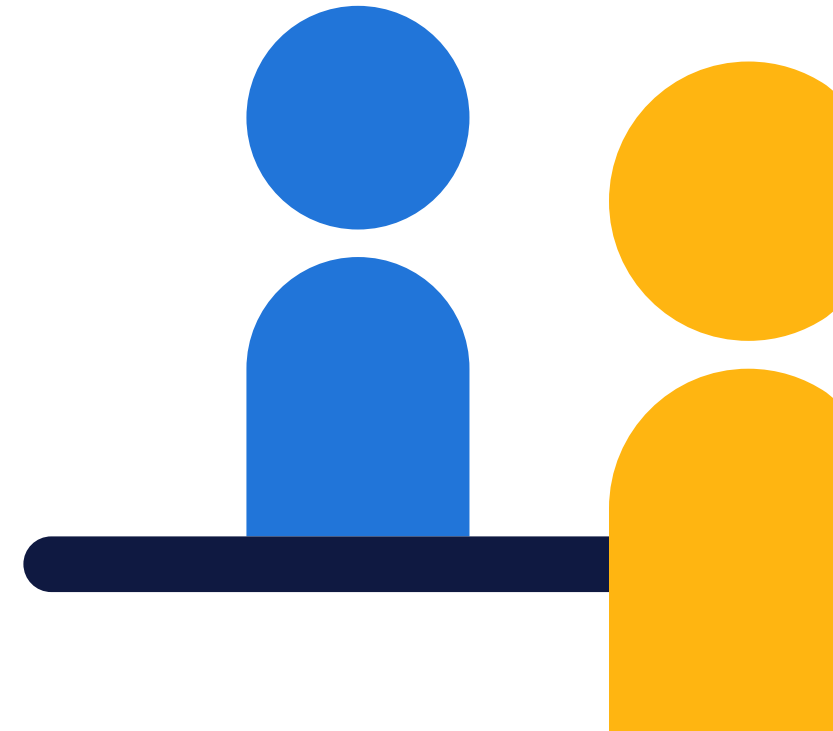
И более известные, и менее известные бренды оцениваются достаточным количеством респондентов.

Метод гарантирует, что менее известные компании будут показаны достаточному количеству респондентов. Таким образом, исследование бренда работодателя Randstad обеспечивает высокую достоверность рейтинга и релевантный результат как для широко известных, так и менее известных брендов работодателей.

ключевые критерии

каждая компания оценивается по следующим критериям:

- 01 хорошая оплата труда
- 02 баланс между работой и личной жизнью
- 03 гарантии занятости
- 04 приятная рабочая атмосфера
- 05 возможности карьерного роста
- 06 финансовая стабильность
- 07 гибкий график
- 08 удобное расположение
- 09 хорошее обучение
- 10 сильное руководство
- 11 интересная работа
- 12 хорошая репутация
- 13 равные возможности, инклюзивная среда
- 14 качественные товары, услуги
- 15 социальная ответственность
- 16 внедрение современных технологий





randstad

ancor

human
forward.

discover
perspective