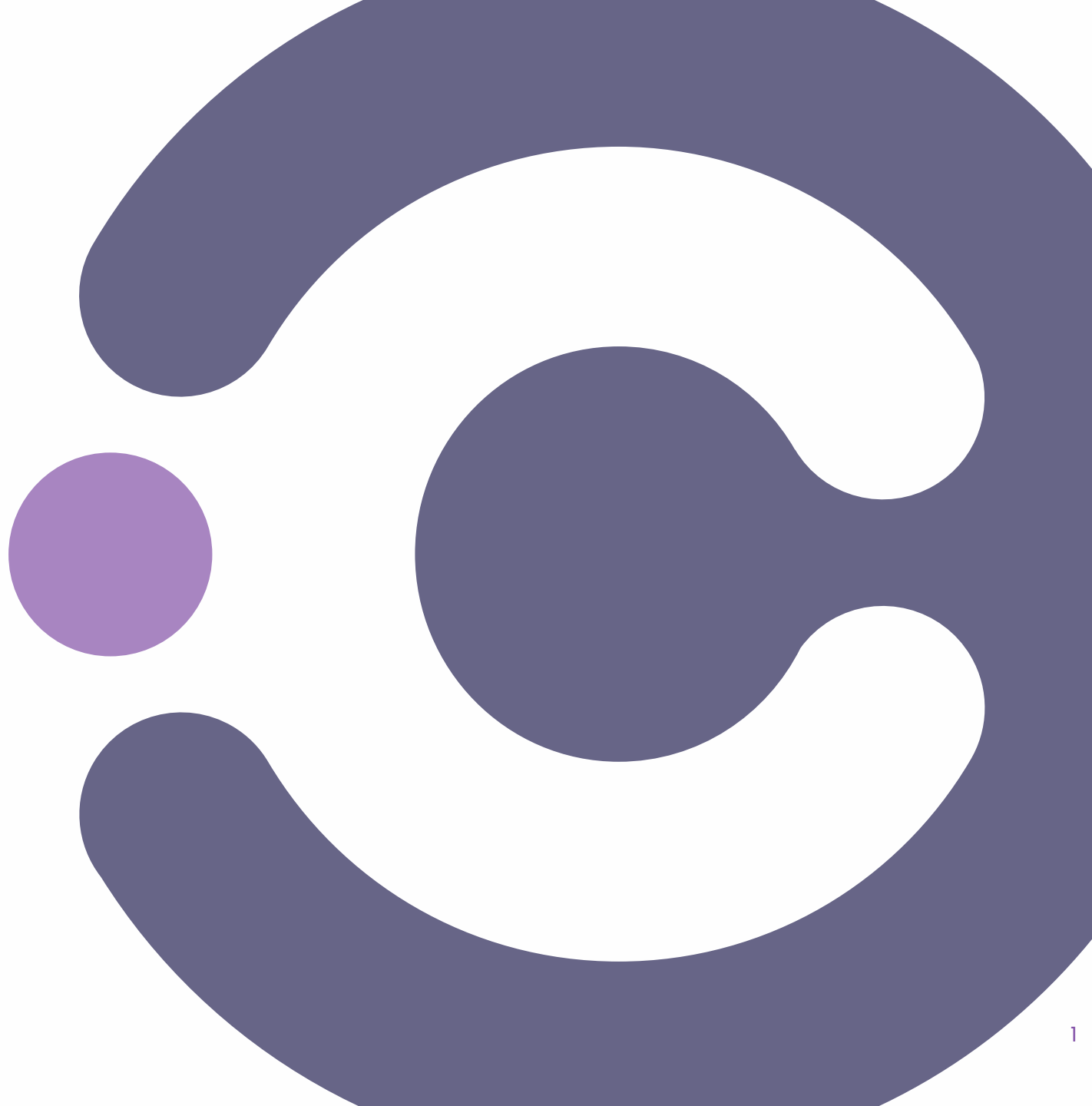


Interacțiunea angajaților români cu piața muncii

August 2024



CUPRINS



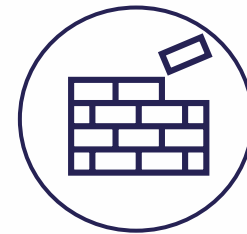
Prezentare Cult Research – *slide 3*



Rezultate – *slide 5*



Obiective – *slide 4*



Concluzii – *slide 11*

Prezentarea Cult Research



Cult Research este o companie românească de cercetare de piață înființată în 2008. Agenția își propune să ofere soluții de consultanță prin cercetare agilă ajutând companiile, instituțiile și organizațiile neguvernamentale (inclusiv internaționale) să-și crească performanța adaptându-se mereu în funcție de nevoile consumatorului. Serviciile oferite se adresează unor domenii cât mai variate: agribusiness, banking, auto, comunicare, administrație publică, FMCG, retail etc.



Pentru conectarea cu consumatorii din diverse medii folosim cele mai noi tehnologii de cercetare: comunități online (MROC), paneluri online de consumatori, call center remote, video online focus grupuri, agile & instant surveys.



Cult Research își dorește să contribuie la buna funcționare a societății prin oferirea de analize și informații cu privire la diferite teme de interes național. Ne folosim expertiza pentru a oferi informații ce pot contribui la realizarea schimbărilor pe care le doresc românii. Astfel participăm la conturarea unei societăți în care calitatea vieții este îmbunătățită constant.

Obiective și metodologie

Obiectivele studiului:

Identificarea modului în care angajații români interacționează cu piața muncii:

- promovările au loc pe criterii de competență la actualul angajator?
- se simt apreciați la actualul loc de muncă?
- aplică la anunțuri de angajare pentru a identifica un loc mai bun de muncă sau pentru a afla nivelul salarial?
- intenționează să își schimbe sau nu locul de muncă în următoarele 6 luni?

Metodologie

Populație țintă: persoane active în mediul **online (CAWI)** – populație activă (angajați 18-64 ani)

Dimensiune eșantion: 806 persoane

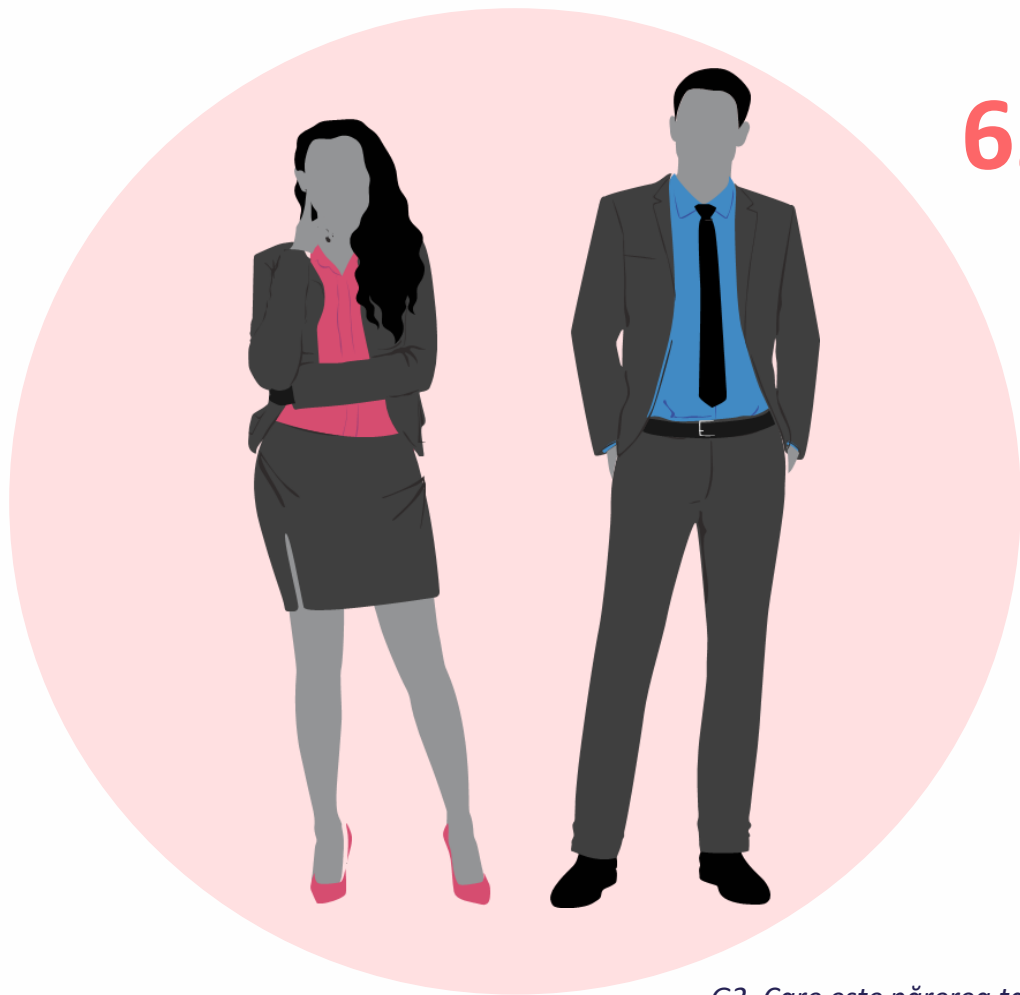
Reprezentativitate națională la nivelul populației active cu acces la Internet

Marjă de eroare: $\pm 3.5\%$



REZULTATE

Opinia personală cu privire la locul de muncă

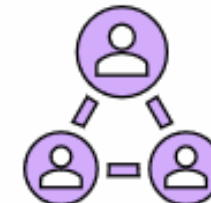


62% se simt evaluați pe baza unor criterii obiective la locul de muncă



53% se simt apreciați la locul lor de muncă

51% promovările au loc pe bază de competență



G2. Care este părerea ta despre locul de muncă în care îți desfășori activitatea?

Interacțiunea angajaților cu piața muncii (1/3)



38%

Nu intenționează să-și schimbe actualul loc de muncă pe termen scurt, dar sunt deschiși la alte oferte

36%

Nu intenționează să-și schimbe actualul loc de muncă și nu sunt deschiși la alte oferte

15%

Aplică la anunțuri pentru a vedea nivelul salarial și beneficiile oferite de alte companii

11%

Aplică pentru a identifica un job mai bun

G1. Care este modul dumneavoastră de a interacționa cu piața muncii?

Interacțiunea angajaților cu piața muncii (2/3)

- **Fenomenul de a aplica la anunțuri de angajare pentru a afla nivelul salarial și beneficiile oferite de alte companii este mai întâlnit cu 5% în rândul bărbaților (17% au acest comportament) decât în rândul femeilor (12%).**

Cea mai mare pondere de persoane care nu intenționează să își schimbe actualul loc de muncă în următoarele 6 luni și nu sunt deschis la alte oferte se află în rândul generației X (40%), urmată apoi de generația Y (30%) și generația Z (27%).

- **Angajații din sectorul public (46%) intenționează cu 14% mai puțini să își schimbe locul de muncă în următoarele 6 luni față de angajații din sectorul privat (32%).**

Cei care au oameni în subordine (32% nu intenționează să schimbe locul de muncă și nu sunt deschiși la oferte) sunt cu 6% mai statornici la locul de muncă față de cei care nu au poziții de conducere (38%).

Cu cât crește gradul de senioritate cu atât crește stabilitatea la locul de muncă, **40% dintre cei care sunt pe poziții care implică peste 5 ani experiență nu intenționează să își schimbe actualul loc de muncă în următoarele 6 luni.** În rândul angajaților pe poziții Middle (2-5 ani) doar 24% nu intenționează să schimbe locul de muncă și nu sunt deschiși la oferte.

Interacțiunea angajaților cu piața muncii (3/3)

- **Generația Z (24%)** și **angajații cu vechime între 1 și 3 ani (22%)** adesea aplică la anunțuri de angajare doar pentru a afla **nivelul salarial și beneficiile oferite de alte companii**.

În urma unei analize de corelație observăm că **sentimentul de apreciere la locul de muncă este cel mai puternic factor care generează retenție de personal**. Acesta este urmat de către percepția că promovările au loc pe bază de competență și apoi urmează percepția că evaluarea angajatului se realizează pe baza unor criterii obiective.

Care este modul dumneavoastră de a interacționa cu piața muncii?	Mă simt apreciat/ă la locul meu de muncă	Promovările au loc pe bază de competență	Evaluarea mea se realizează pe baza unor criterii obiective
Pearson Correlation	-.306**	-.207**	-.131**

Interacțiunea angajaților cu piața muncii (cross-tabs)

G1. Care este modul dumneavoastră de a interacționa cu piața muncii?

		Nu intenționez să îmi schimb actualul loc de muncă în următoarele 6 luni și nu sunt deschis la alte oferte		Nu intenționez să îmi schimb actualul loc de muncă în următoarele 6 luni, dar sunt deschis la alte oferte		Aplic la anunțuri de angajare pentru a afla nivelul salarial și beneficiile oferite de alte companii		Aplic la anunțuri de angajare pentru a identifica un job mai bun	
Numărul de cazuri (N)		218 (38%)		232 (36%)		90 (15%)		67 (11%)	
Genul:	Feminin (N= 372)	39%		38%		12%		11%	
	Masculin (N= 423)	34%		38%		17%		11%	
Vârstă recodificată pe generații:	Gen Z (N= 162)	27%		38%		24%		11%	
	Gen Y (N=293)	30%		41%		17%		12%	
	Gen X (N= 309)	41%		37%		12%		10%	
Mediul de rezidență:	Urban, reședință de județ (N=530)	34%		40%		14%		12%	
	Urban, oraș mic (N= 191)	36%		37%		19%		8%	
	Rural (N= 74)	46%		27%		12%		15%	
Care este ocupația dumneavoastră?	Salariat/ă în sectorul privat (N= 459)	32%		40%		16%		12%	
	Salariat/ă în sectorul public (la stat) (N=150)	46%		34%		11%		9%	
Care este vechimea dumneavoastră la locul de muncă actual?	0-12 luni (N= 47)	43%		29%		14%		14%	
	1-3 ani (N= 162)	24%		33%		22%		21%	
	3-5 ani (N= 100)	33%		46%		15%		6%	
	Peste 5 ani (N= 392)	40%		40%		12%		8%	
Poziția în actuala organizație:	Entry level, la început de carieră (sub 2 ani) (N=114)	34%		28%		19%		19%	
	Middle (2-5 ani) (N= 202)	27%		41%		19%		13%	
	Senior (peste 5 ani) (N= 385)	40%		40%		12%		8%	
La actualul loc de muncă aveți oameni în subordine?	Da (N= 306)	32%		40%		18%		10%	
	Nu (N= 395)	38%		37%		13%		12%	
Care este dimensiunea organizației în care lucrați?	Mică sau micro (sub 50 angajați) (N=280)	37%		35%		16%		12%	
	Medie (între 50 și 250 angajați) (N= 203)	33%		43%		14%		10%	
	Organizație mare (peste 250 angajați) (N= 218)	39%		36%		14%		11%	

Vă mulțumim!

Let's Talk:

office@cultresearch.ro

Find Out More:

 www.cultresearch.ro

 [@cult.research](https://www.instagram.com/cult.research)

 [cultresearch.ro](https://www.facebook.com/cultresearch.ro)

 [cult-research](https://www.linkedin.com/company/cult-research)

