

Социологическое исследование «Бренд ООО «Фарпост» как работодатель»

Команда проекта:

1. Манукян Дареджан
2. Пахомова Алина
3. Старовойтов Давид
4. Егорова Надежда
5. Ушакова Кристина
6. Черепанов Виктор

Руководитель проекта:

д.э.н., доцент

Ю.В. Разумова



Заказчик проекта

**Татьяна Покидько,
Директор по персоналу
ООО “ФарПост”**

FarPost.ru

FarPost.ru

Farpost – эффективный
инструмент для продажи
товаров и услуг

2 300 000 покупателей каждый день

440 000 продавцов уже размещают товары

Разместить товары бесплатно



ООО «ФарПост» это деловой партнер для более чем 5000 торговых точек региона. Клиентами компании являются крупные торговые сети, оптовые компании, частные предприниматели.

Компания обладает всеми необходимыми ресурсами для успешного и эффективного осуществления своей деятельности.

Проблема:

Отсутствие консолидированной информации об отношении потенциальных соискателей (людей, желающих найти работу) о ФарПост, как о работодателе



Цель:

Провести социологический опрос для оценки бренда ООО “ФарПост”, как работодателя



Задачи:

Подготовить вопросы анкеты, позволяющие выявить запрос Заказчика
(оценить бренд ООО “Фарпост”, как работодателя)

Разместить вопросы на электронной платформе, согласованной с
Заказчиком

Распространить анкету через социальные сети

Обработать и сгруппировать результаты опроса в таблицах Microsoft
Excel.
Оформить результаты в презентации в Power Point, передать Заказчику

Инструменты и методы исследования

Статистику населения в возрасте 20-40 лет по приморскому краю определили исходя из данных сайта - primstat.gks.ru

Статистика населения в возрасте 20-40 лет	
По Приморскому краю	По городу Владивосток
583 470 человек	181 200 человек

Генеральная совокупность ("всего респондентов")

Рассчитать объем выборки

Необходимый размер выборки: **384**

Генеральная совокупность ("всего респондентов")

Рассчитать объем выборки

Необходимый размер выборки: **384**

Этапы работы с анкетой (путь, который мы прошли)

- ★ Поиск информации относительно бренда компании, как работодателя (какие характеристики включает, примерные варианты анкет). Поиск и изучение источников по подготовке анкетных опросов и обработке данных. Поиск статистических данных для расчета репрезентативной выборки.
- ★ Формулировка и обсуждение вопросов. Получение обратной связи от Заказчика. Исследование в фокус группах по характеристикам компаний, которые важны для соискателей при поиске работы.
- ★ Повторная формулировка вопросов. Согласование с заказчиком. Размещение вопросов анкеты на Anketolog.ru
- ★ Тестирование анкеты в ближайшем окружении
- ★ Получение обратной связи, доработка вопросов, их перегруппировка
- ★ Распространение анкеты. Набор необходимого количества респондентов

Сущность бренда работодателя:

Бренд компании - это комплекс представлений, мнений, ассоциаций, характеристик, которые связаны с компанией, как с работодателем.

К элементам бренда-работодателя относятся:

- четкое и привлекательное предложение соискателям рабочего места;
- преимущества компании, отличительные особенности, причины доверять;
- цель, ценности, индивидуальность и культура компании;
- конкретные и отличные от других методы работы с людьми;
- выгоды работы в компании, их отличия от других



Исследование Фокус-групп. Характеристики компаний, которые важны для соискателей



В качестве участников фокус-групп выступали наши знакомые, родители, родственники.

Всего мы опросили 15 человек

Характеристики компаний, которые по их мнению, принимаются во внимание при выборе работы отражены на следующем слайде.

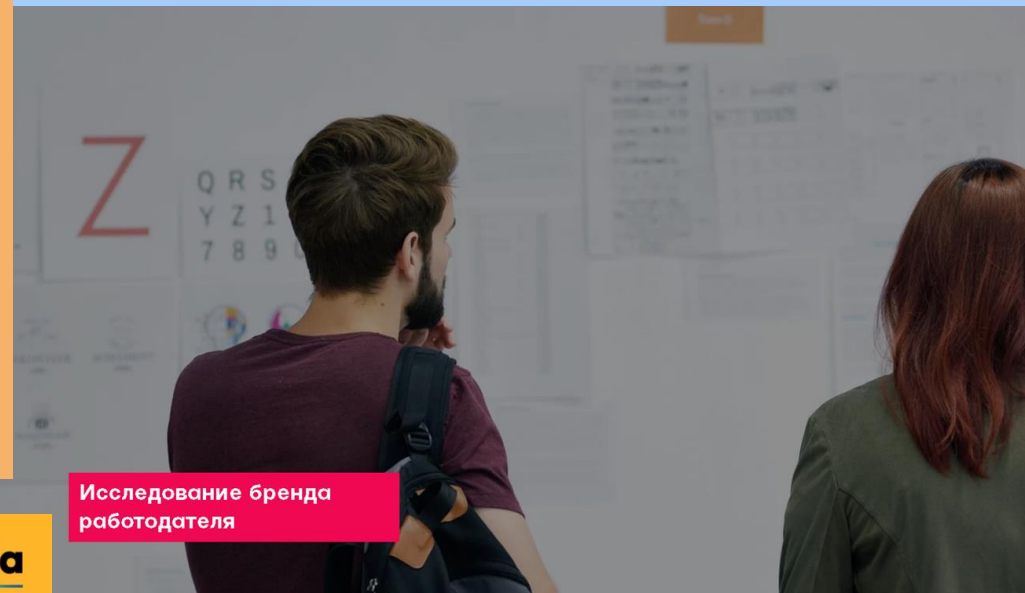
Исследование Фокус-групп. Характеристики компаний, которые важны для соискателей



- 1) Удобное расположение (возле дома или же не сильно далеко от него)
- 2) Заработная плата (размер и регулярность выплаты)
- 3) Условия труда
- 4) Гибкий график
- 5) Приятная атмосфера и коллектив
- 6) Выполнение именно своих обязанностей, а не “чужих”
- 7) Оплачиваемые переработки

Кроме того, мы нашли результаты ежегодного исследования бренда работодателя Randstad и Mike Pritula Label.

Это итоги глобального опроса более чем 200 тыс.чел трудоспособного возраста в 32 странах мира.



Исследование бренда работодателя

исследование
бренда
работодателя
2019



глобальный
доклад.

Mike Pritula
LABEL

randstad

Mike Pritula
LABEL

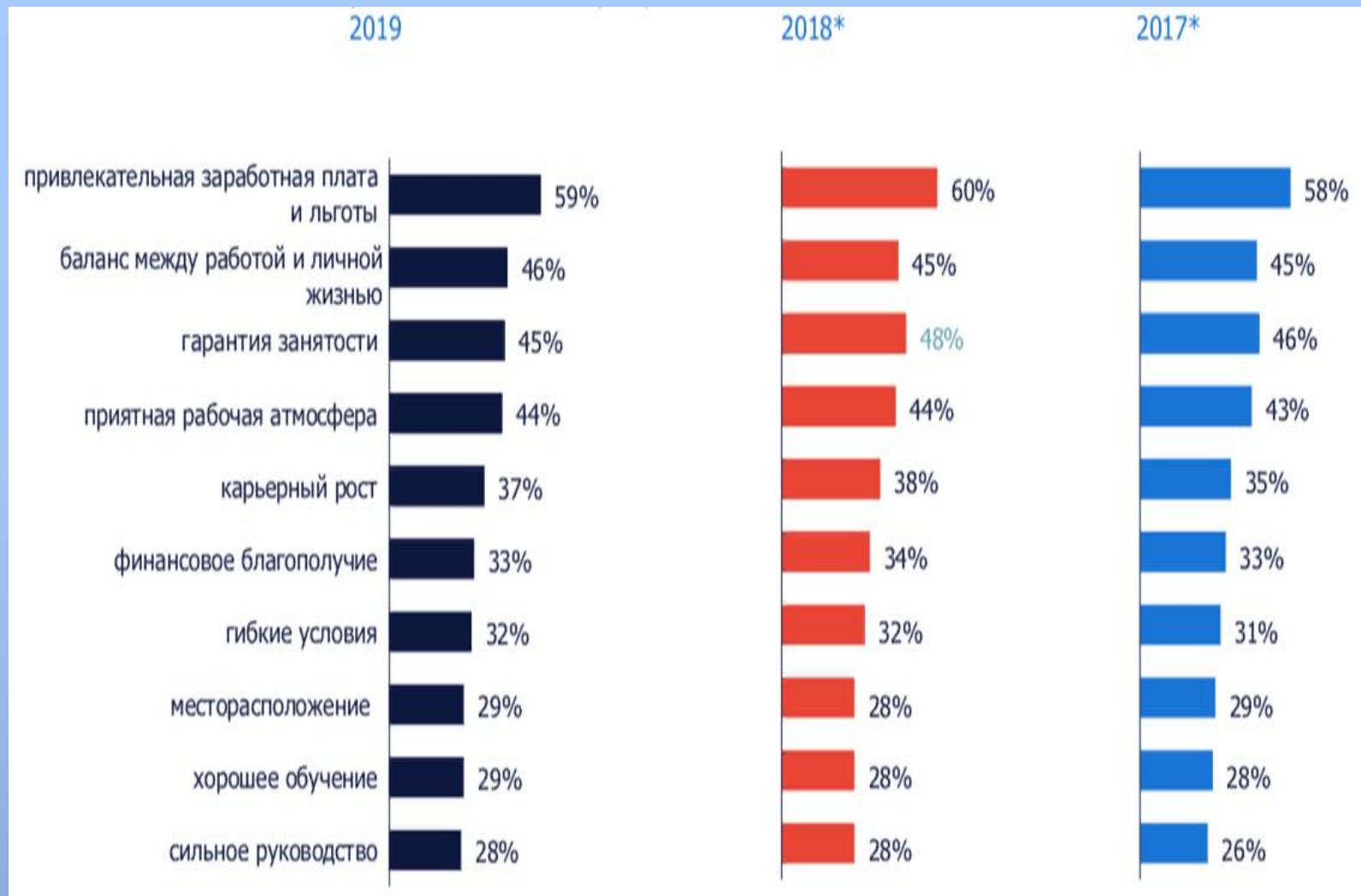
human forward.

По итогам исследования опубликованы 10 главных причин выбора работодателя

10 главных причин для выбора работодателя:

Чего же хотят работники?

Привлекательная заработная плата и льготы остаются наиболее востребованными драйверами. Гарантия занятости со временем теряет свою значимость.



Данные взяты с сайта <https://pritula.academy/employer-brand>, Исследование бренда работодателя 2019

Итоги исследования бренда работодателя Randstad и Mike Pritula Label выделяют также вторичные причины выбора работодателя.

Значимость этих причин в зависимости от региона различна.

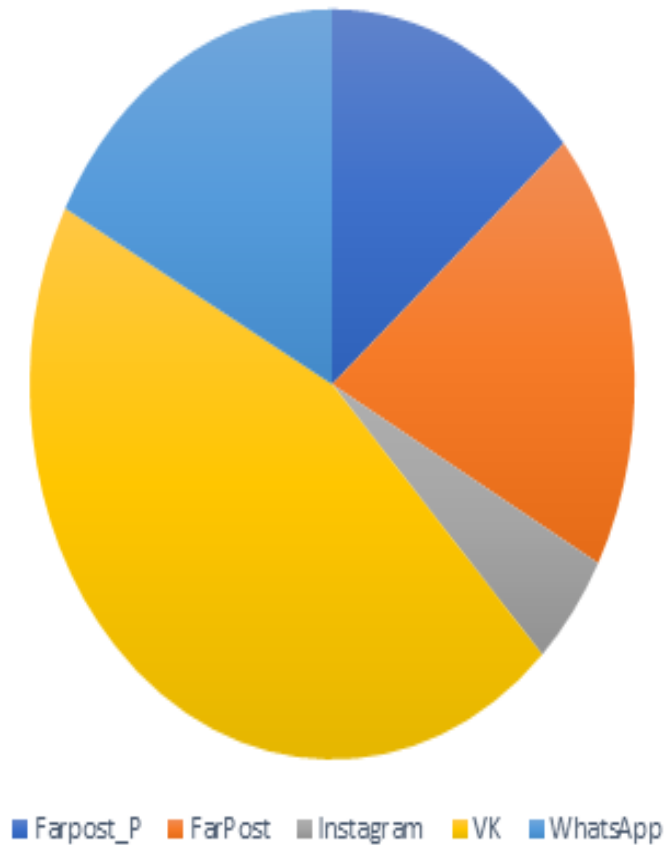
что хотят потенциальные сотрудники - по регионам



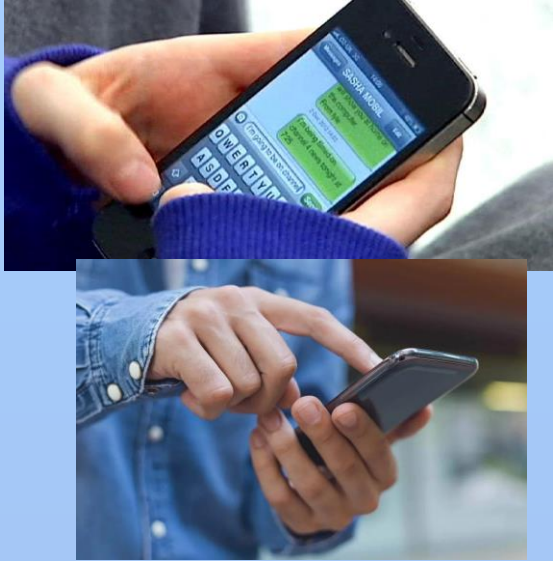
Такую причину, как “баланс между работой и личной жизнью” в России респонденты не отмечают.

Мы приняли решение включить в вопросы анкеты для ООО “ФарПост” аналогичные варианты.

Статистика по количеству ответов, собранных в рамках анкетирования «Исследование бренда ФарПост, как работодателя»

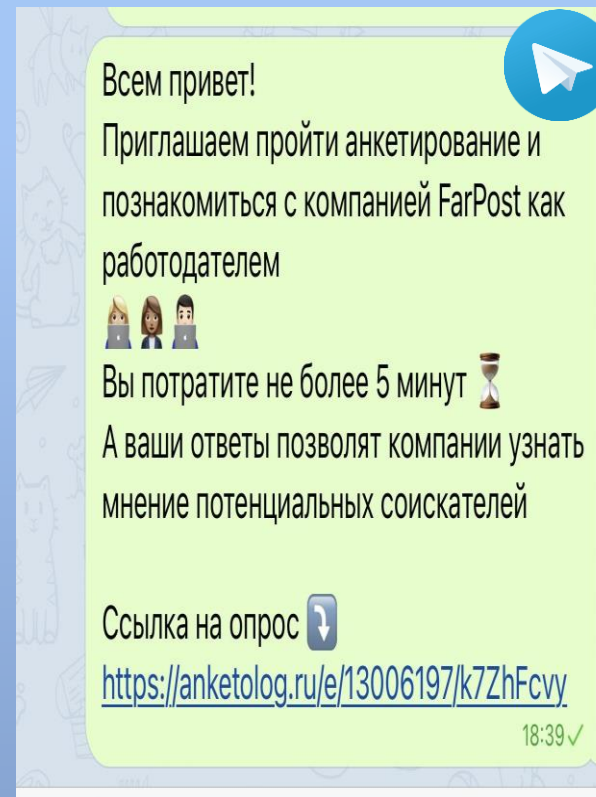
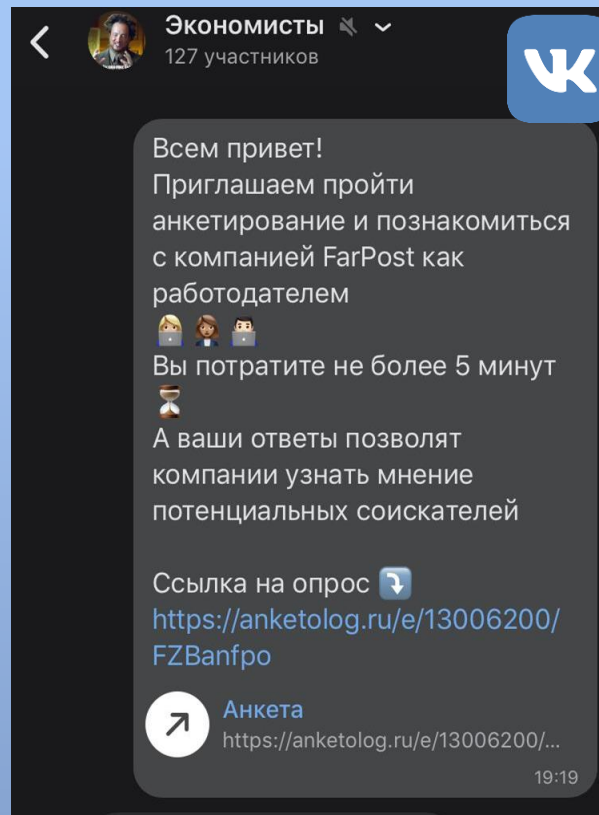
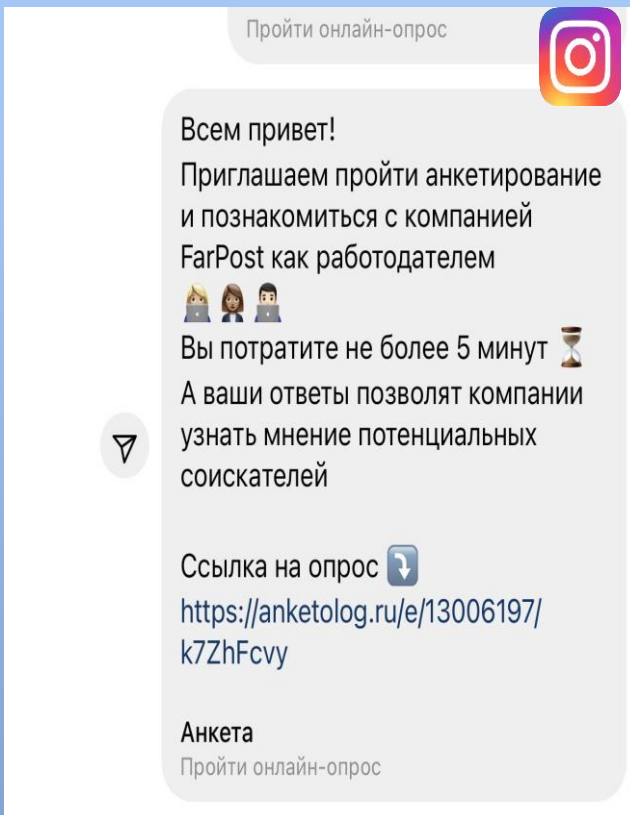
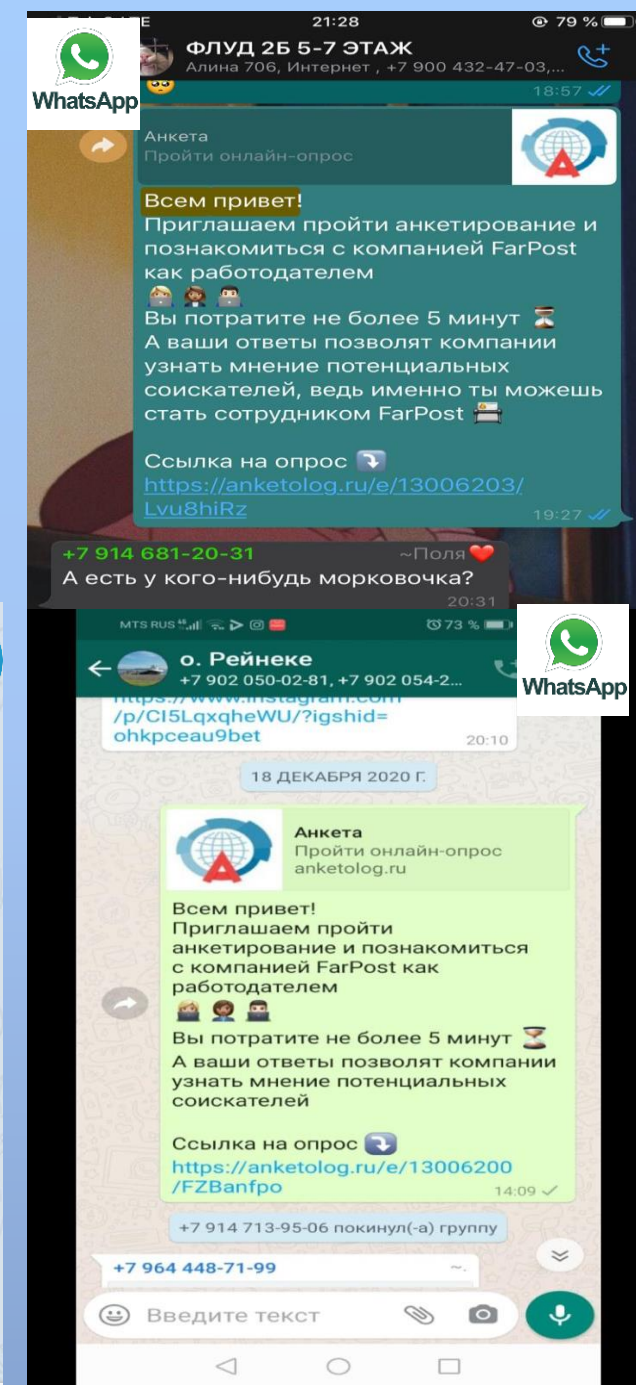


Ресурс	Количество анкет
Farpost_P	54
FarPost	74
Instagram	19
VK	175
WhatsApp	67



Наши рассылки

Нами было опрошено 389 человек!

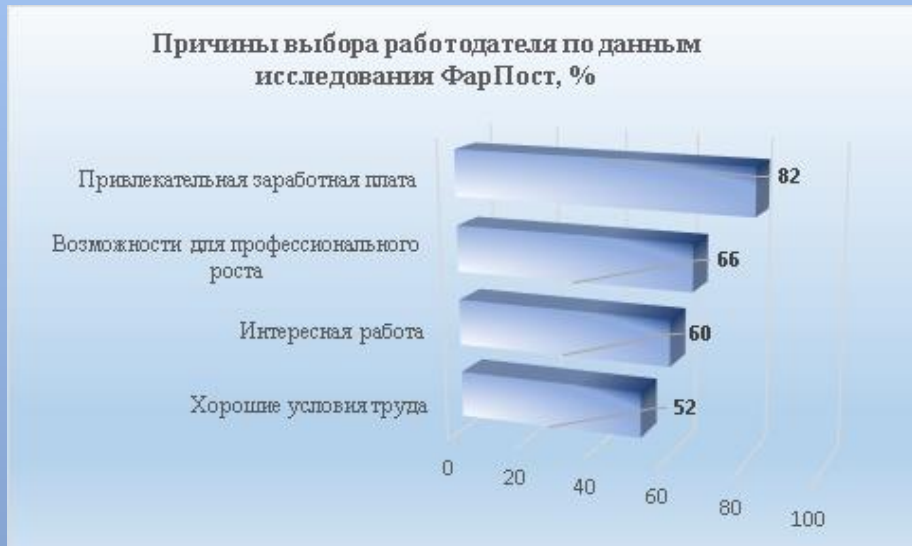


Сравнивая ответы респондентов настоящего исследования и исследования, выполненного на международном уровне (итоги глобального опроса более чем 200 тыс. чел трудоспособного возраста в 32 странах мира. Выполняли компании Randstad и Mike Pritula Label в 2017 - 2019 годах). Можно сделать следующие выводы.

Причины выбора работодателя



По данным опроса компаний Randstad и Mike Pritula Label в России респонденты выделяли привлекательную заработную плату, карьерный рост, приятную атмосферу на рабочем месте. В процентном соотношении цифры распределились, как 79 %, 48 % и 41 % соответственно.



По данным исследования ФарПост, среди причин выбора работодателя, которые так или иначе совместимы с причинами, выявленными в глобальном опросе, можно выделить привлекательную заработную плату (82 %), что выше чем в международном исследовании. Фактор “Интересная работа” превышает итоги международного опроса (60 % против 48 %). Такую причину, как “Приятная рабочая атмосфера” мы сопоставили с хорошими условиями труда. Соискатели рабочего места в г. Владивосток на 9 и 10 баллов оценили этот фактор в 60 -ти ответах из выборки в 349 респондентов. Что составило 52 % и превышает фактор “приятная рабочая атмосфера” в глобальном исследовании. По фактору “возможности профессионального роста” (66 %), локальное исследование демонстрирует более высокую заинтересованность респондентов, против 42% в глобальном исследовании (карьерный рост).

Методика анализа

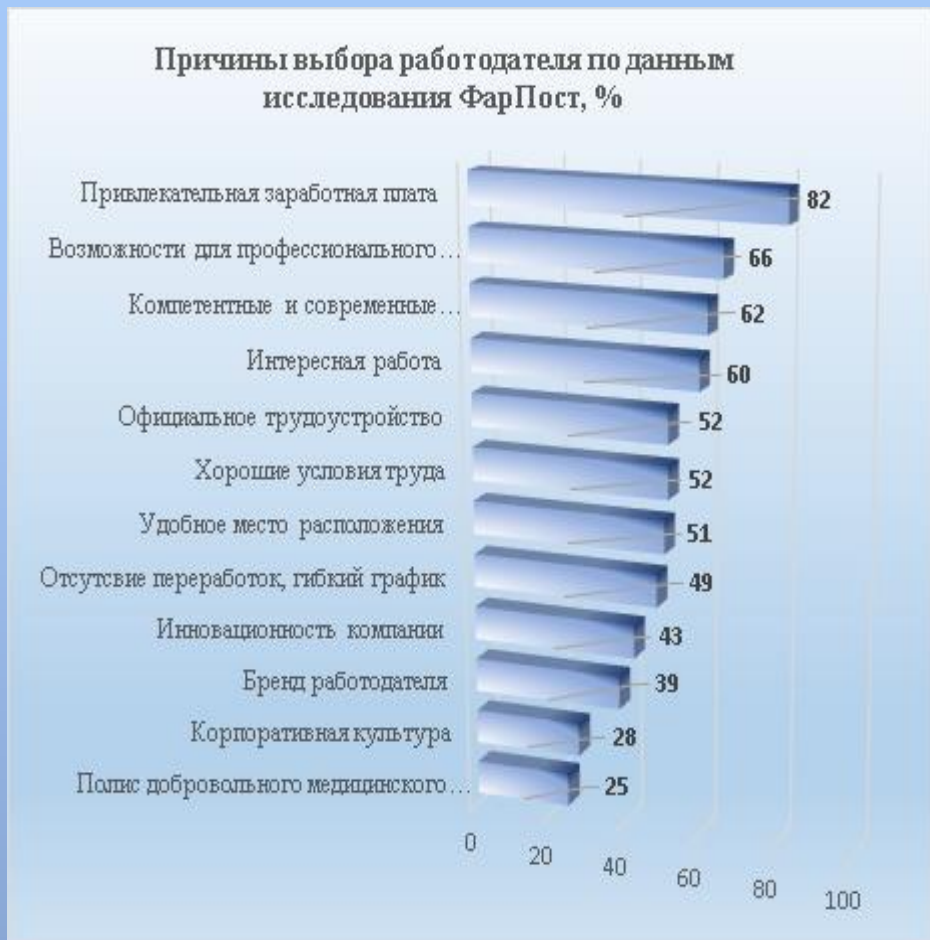


Для сопоставления с данными глобального исследования из массива ответов респондентов (389) выделены ответы целевой аудитории ФарПост в возрасте от 17 до 45 лет. Это 349 ответов. Далее, в ответах по каждому фактору выбирали количество вариантов, оцененных на 9 и 10 баллов, как наиболее значимые для респондентов.

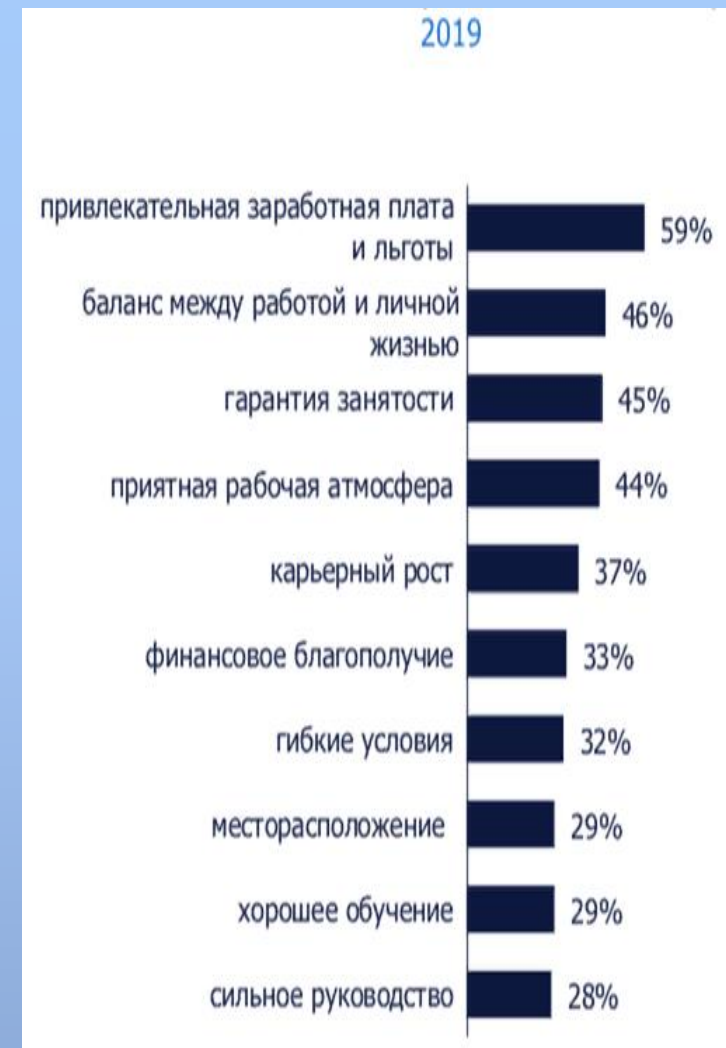
Проценты, отраженные на графиках и в аналитических комментариях, свидетельствуют о том, какое количество респондентов (в процентном отношении) выделило ту, или иную причину выбора работодателя.

Несколько иначе распределяются результаты в сравнении обобщёнными итогами исследования Randstad и Mike Pritula Label в 2019 г.

“Привлекательная заработная плата” для респондентов г. Владивостока является более значимым фактором выбора работодателя в сравнении с данными международного исследования (расхождение на 23 %. 82 % против 59 % на правом графике) Тем не менее, и в настоящем, и в международном исследовании эта причина занимает верхнюю строчку.

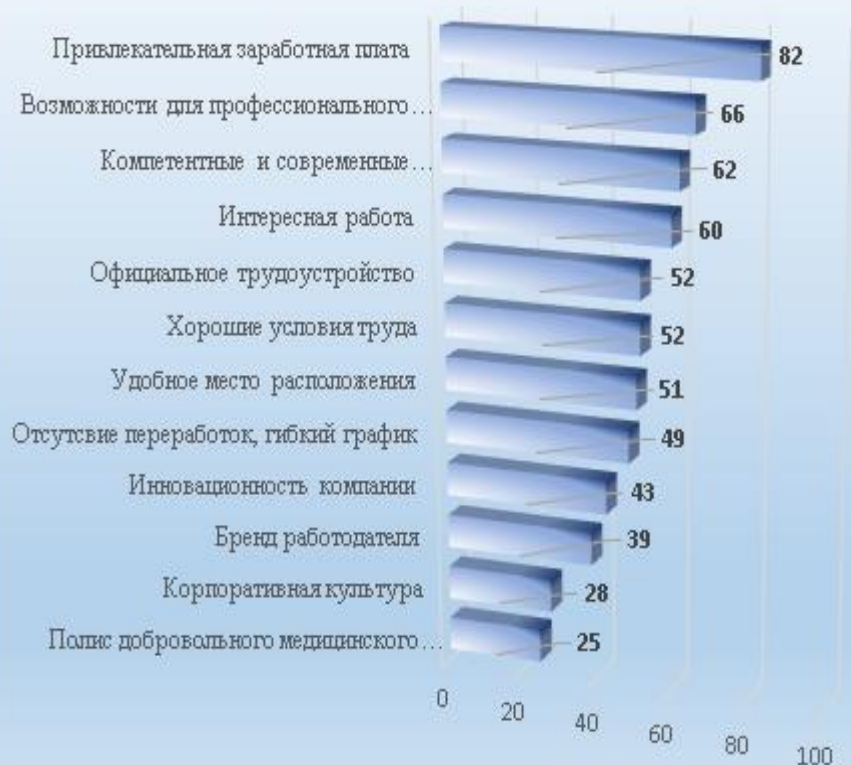


Региональные респонденты более амбициозны. Возможности профессионального роста в качестве одной из значимых причин выделили 66 % респондентов. Против 37 % в глобальном исследовании. Значимым фактором также явился “Компетентные и современные руководители”. За него отдали свои голоса 62 % опрошенных в исследовании ФарПост. Против 28 % в глобальном исследовании. Если можно соотнести такие причины, как “Официальное трудоустройство” и “Гарантия занятости”. То вновь региональное исследование показывает большую значимость этого фактора. 52 % в региональном исследовании против 45 % - в глобальном.



Продолжение сравнительного обзора результатов исследования ФарПост и компаний Randstad и Mike Pritula Label

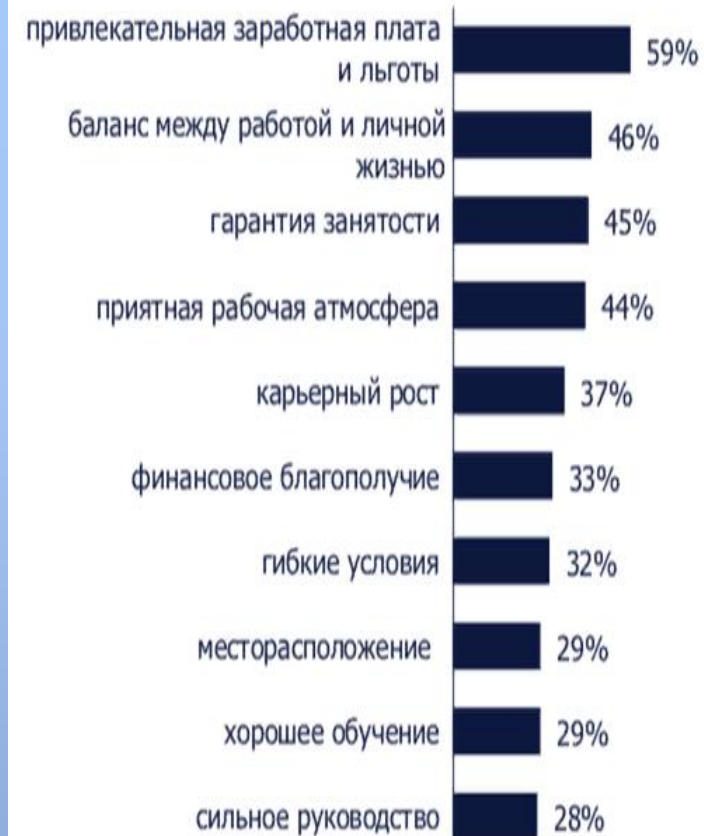
Причины выбора работодателя по данным исследования ФарПост, %



“Хорошие условия труда” в исследовании ФарПост отметили 52 % респондентов. В глобальном исследовании этой причине отдали предпочтение 44 % (приятная рабочая атмосфера). Место расположения работы у жителей г. Владивосток и Приморского края так же превалирует в сравнении с итогами глобального опроса (51 % против 29 %).

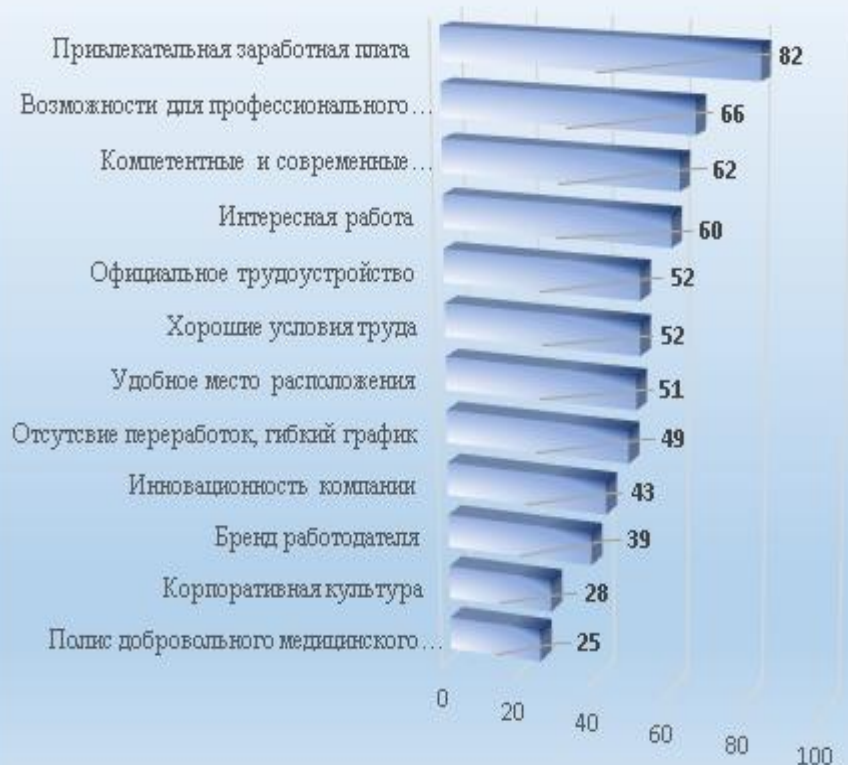
Надо отметить, что единственный параметр приблизительно сошёлся по значениям с данными глобального исследования - “Баланс между работой и личной жизнью”. По версии глобального исследования респонденты отметили его в 46 %-ах случаев. Аналогичный фактор настоящего исследования - “Отсутствие переработок, гибкий график” набрал 49 % голосов. Несмотря на то, что в региональном исследовании эта причина находится на восьмом месте рейтинга, она не менее важна для респондентов, что и во всём мире, где она находится на втором месте рейтинга.

2019



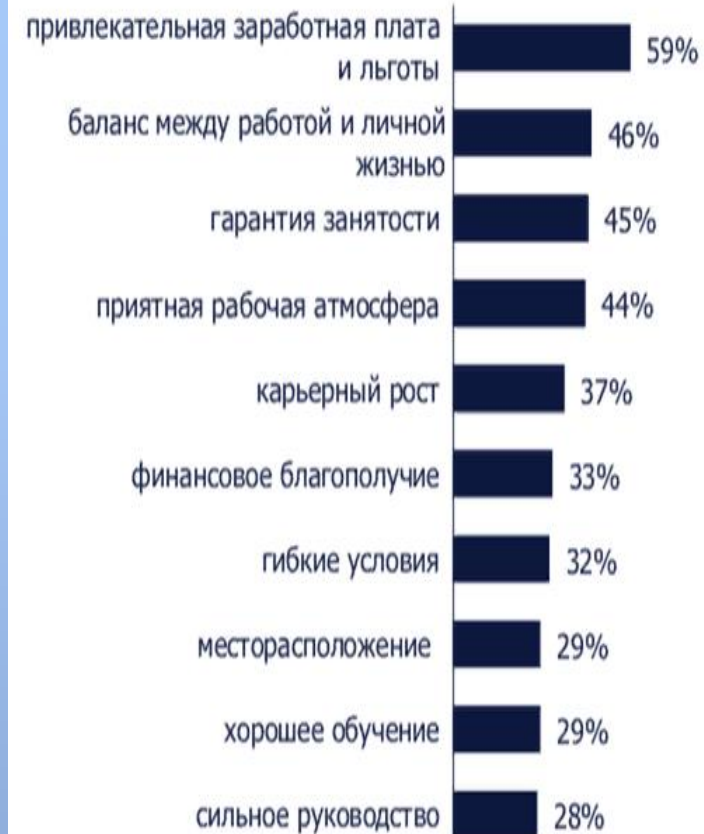
Продолжение сравнительного обзора результатов исследования ФарПост и компаний Randstad и Mike Pritula Label

Причины выбора работодателя по данным исследования ФарПост, %



“Хорошее обучение” (29 %) в глобальном исследовании и “Инновационность компании” (43 %) в региональном. Такой разброс ответов, почти в два раза, вновь свидетельствует о более амбициозных настроениях местных респондентов трудоспособного возраста. Отдавая предпочтение такому фактору, как “Инновационность компании” каждый отвечающий, наверняка, отдавал себе отчет в том, что технологичная, инновационно развивающаяся компания предполагает регулярное повышение квалификации. “Бренд работодателя”, “Корпоративная культура”, “Полис добровольного медицинского страхования” оказались в аутсайдерах причин выбора работодателя. Это очевидно. Невозможно заинтересовать соискателя рабочего места только значимым брендом и уникальной корпоративной культурой на низких условиях оплаты труда. Ситуация с полисом добровольного страхования, возможно, объясняется преимущественно молодой аудиторией респондентов, у которой, как правило, вопросы связанные с медицинским обслуживанием не являются актуальными.

2019

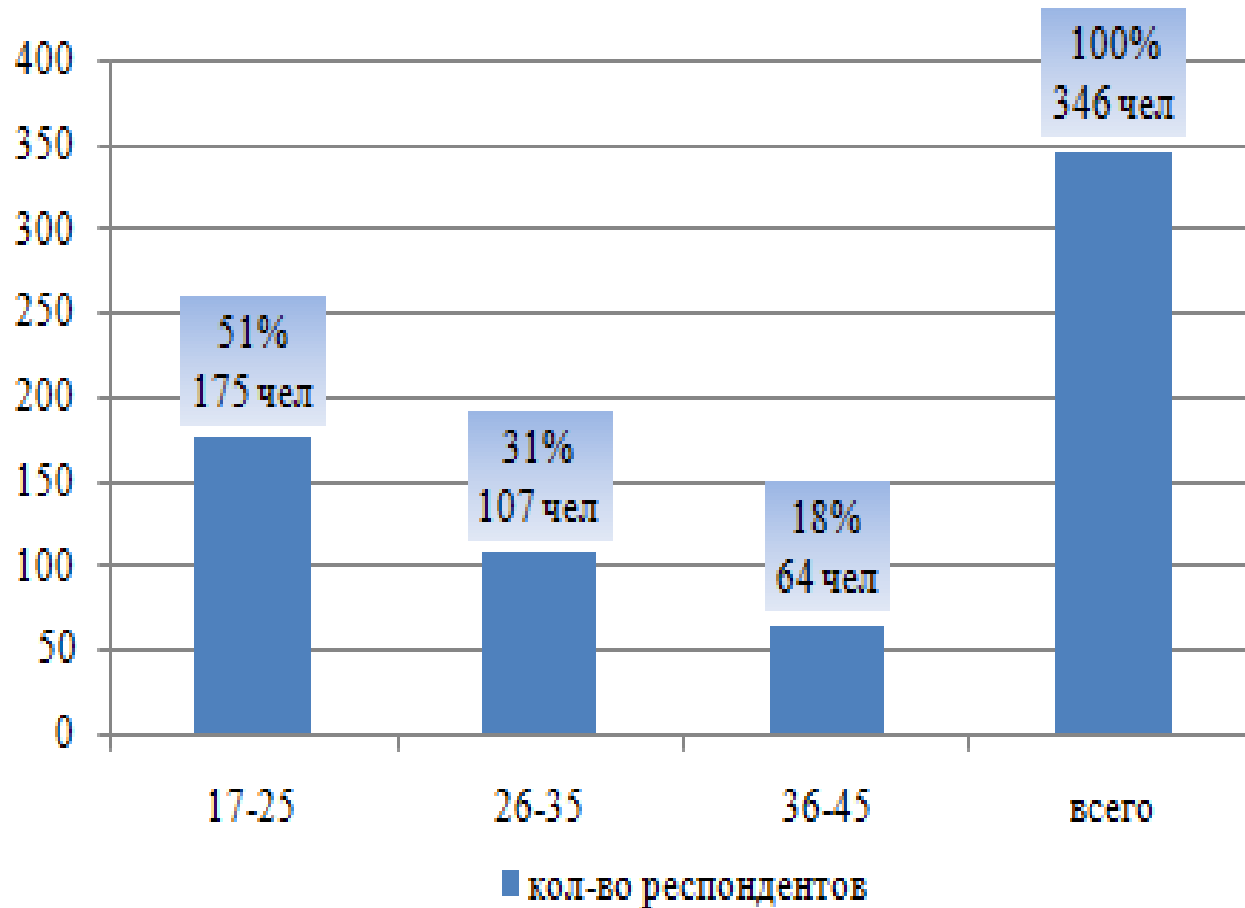


Варианты ответов целевой аудитории в возрасте старше 17 до 45 лет

В данную целевую аудиторию попало
346
человек.

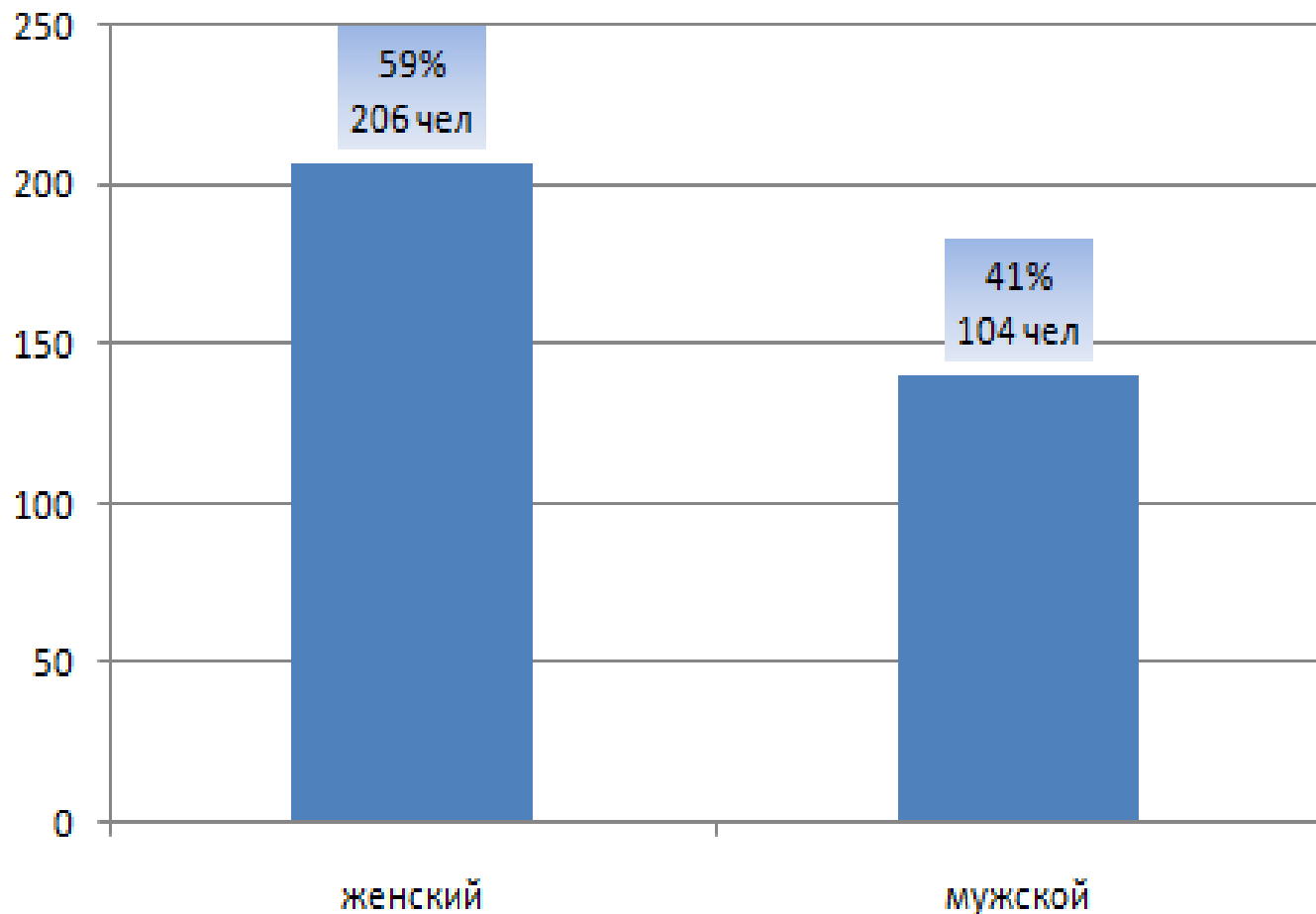


Вопрос 1. Укажите ваш возраст



Данный график иллюстрирует, что большинство людей (51%), которые приняли участие в нашем опросе, находятся в возрасте от 17 до 25 лет - 175 человек, т.к респонденты данного возраста в большей степени находятся в поиске работы. Возрастная группа от 26 до 35 составила 107 человек (31%), здесь следует обратить внимание, что основная масса имеет опыт работы и готова сменить место работы, если будут предложены более высокие условия трудоустройства. Тот факт, что возрастная группа от 36 до 45 составила 64 человека, объясняется тем, что респонденты этой группы в меньшей степени находятся в поиске работы.

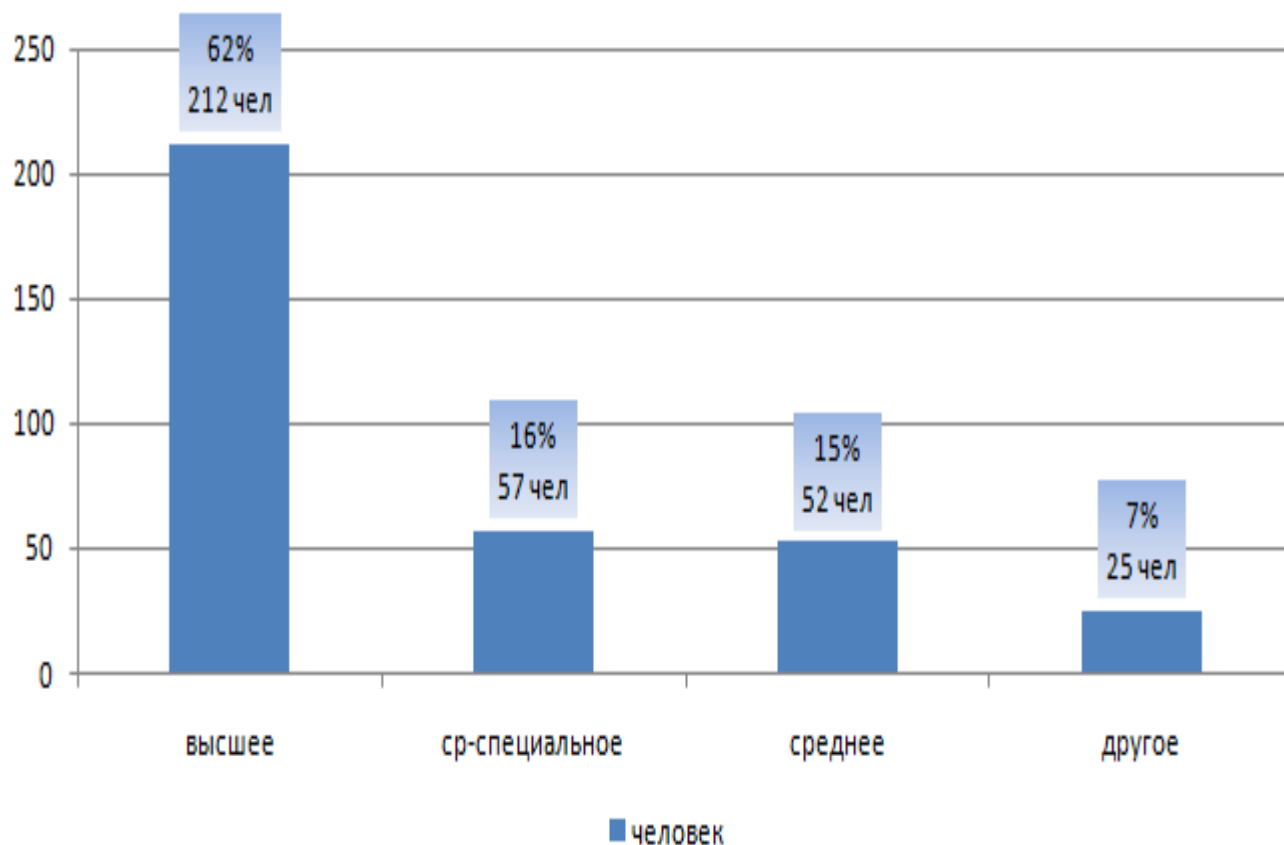
Вопрос 2. Укажите ваш пол



Данный график показывает что наибольшую долю респондентов составляют представительницы женского пола, 59%. Доля представителей мужского пола составляет 41%.

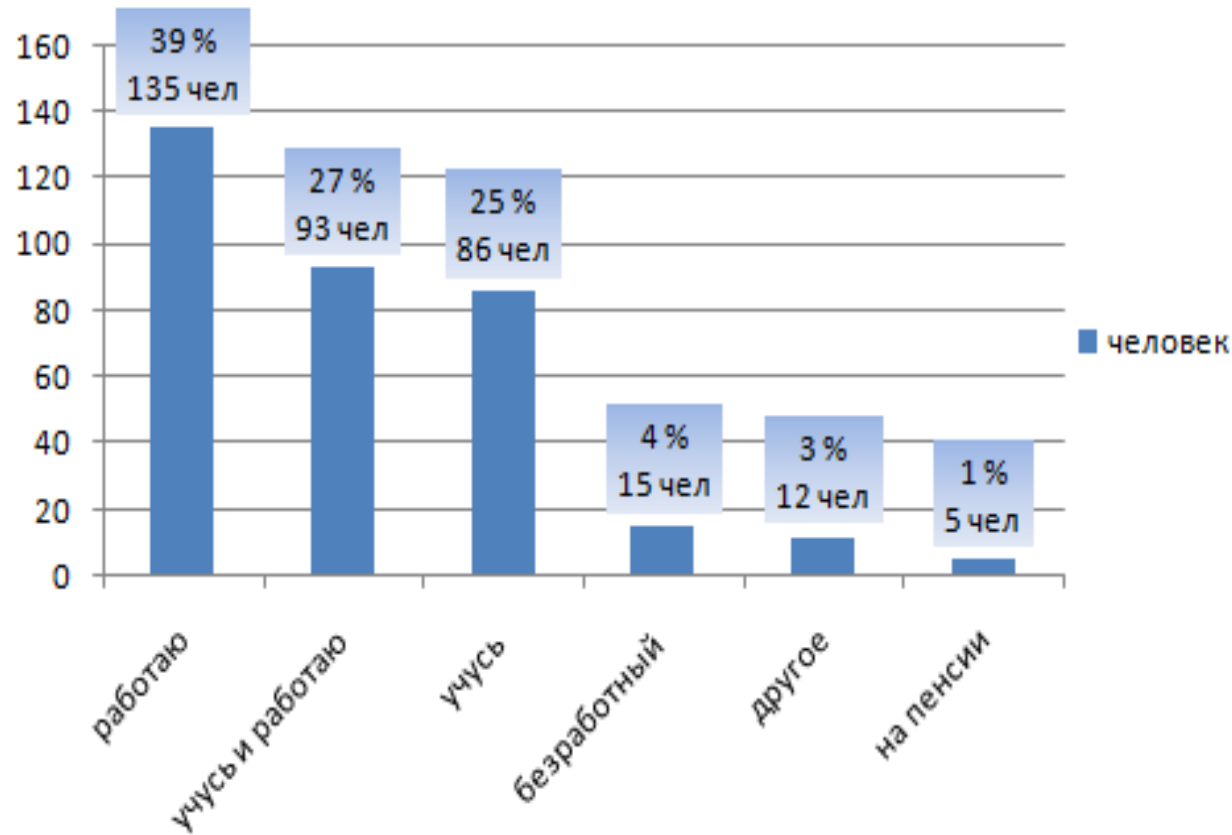
Однако, для структуры репрезентативной выборки разница в 18% не является существенной.

Вопрос 3. Укажите, какое образование вы имеете



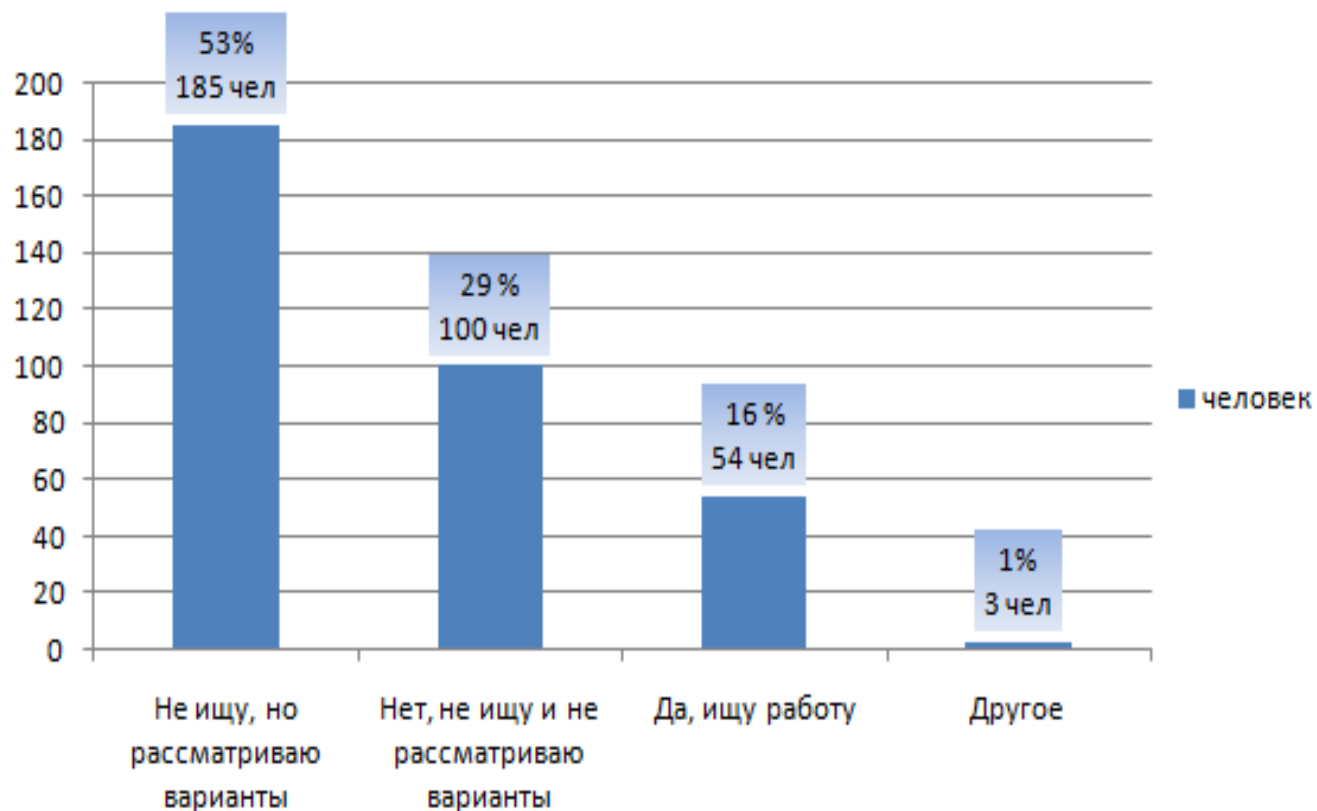
Ответы показывают, что большинство респондентов имеют высшее образование (62%). Среднее-специальное образование имеют 16% респондентов и среднее образование 15%. Это говорит о том что наибольшая часть респондентов уже имеет компетенции в каких-либо сферах, интересующих ФарПост, как работодателя.

Вопрос 4. Укажите род занятий



Результаты ответов свидетельствуют о том, что большинство респондентов работают - 39%, либо учатся или учатся и работают (25% и 27%). Не работают 4% опрошенных респондентов, и только 1% опрошенных находятся сейчас на пенсии. Таким образом, большинство опрошенных респондентов представляют потенциальную аудиторию, которую может заинтересовать работа в ФарПост.

Вопрос 5. Ищете ли вы работу в данный момент?

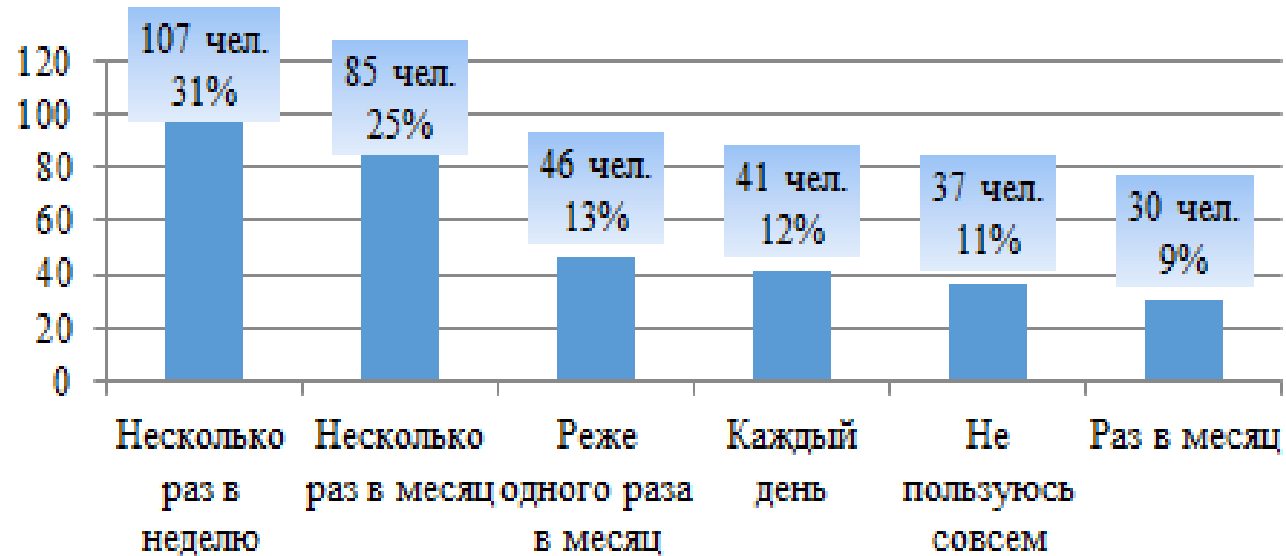


По диаграмме можно сделать вывод, что большинство респондентов не ищут работу, но рассмотрели бы предложения (53%). Это связано с тем что респонденты у которых уже есть работа стараются “держаться за неё”, но новые предложения рассмотрели бы. В случае, если другая компания представит большие возможности на новом рабочем месте, они могут проявить интерес к трудоустройству в ФарПост.

29% респондентов ответили что не ищут и не рассматривают предложения. Данный вариант выбирали работающие респонденты, которые не имеют желание изменить место работы.

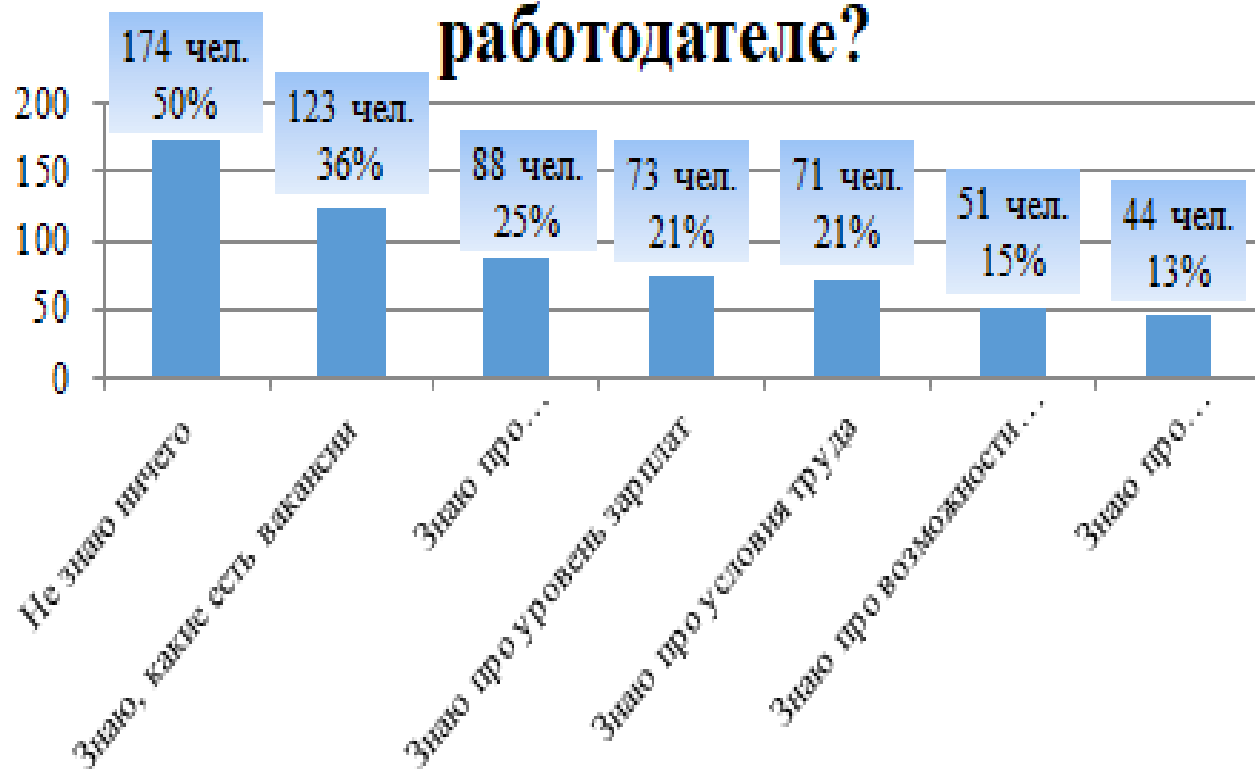
16% опрошенных или 54 человека выбрали вариант ответа “Да, ищу работу”, это выбирали респонденты в возрасте 17-25, которые заканчивают получать образование, либо активно ищут место для трудоустройства

Вопрос 7. Насколько часто вы пользуетесь сайтом FarPost ?



По диаграмме видно, что респонденты пользуются сайтом ФарПост часто, а именно несколько раз в неделю (31%), несколько раз в месяц (25%), так же, реже одного раза в месяц пользуются сайтом 13% респондентов, 12% каждый день, 11% не пользуются совсем, а 9% посещают сайт раз в месяц.

Вопрос 8. Что вы знаете о компании FarPost, как о работодателе?

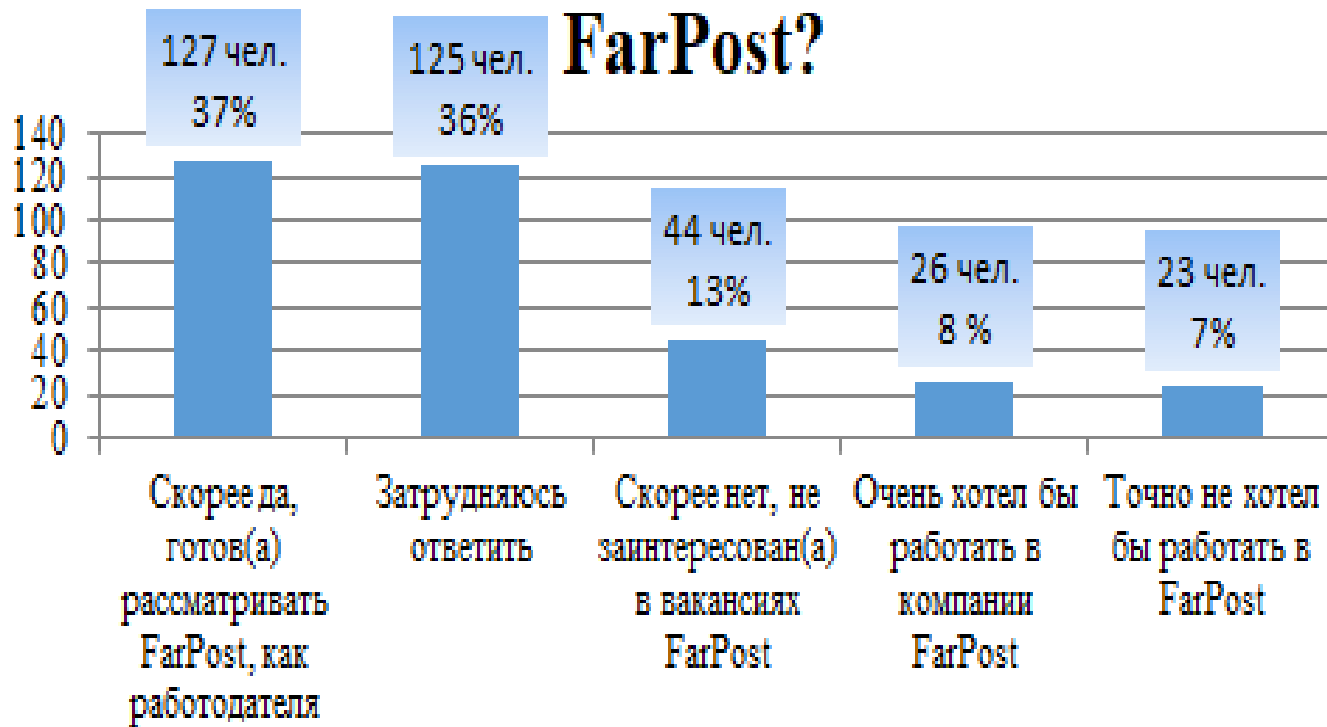


В данном вопросе была возможность выбрать несколько вариантов ответа.

Мы видим следующее распределение: 50% респондентов ничего не знают о компании ФарПост, как о работодателе. 36% респондентов знают какие есть вакансии, так как на сайте фарпост очень много предлагается вакансий. 25% респондентов знают о расположении офисов, так как на сайте есть контактная информация. Также 21% респондентов знают уровень зарплат и осведомлены об условиях труда. 15% знают про возможности профессионального роста и 13% знают про корпоративную культуру. Возможно, такая информированность респондентов обеспечивается наличием детальной информации на сайте.

Кристина, расчёт верный! Можно легенду сделать так же, как Алина делала. Ек по косой, а в строчку распределять текст? Просто уменьшить шрифт у легенды можно. тогда у тебя всё войдёт и будет аккуратно. (Подпись легенды "количество респондентов" надо убрать. Если оставлять, то поменять шрифт на Times и через запятую указать %

Вопрос 9. Насколько Вы готовы рассматривать для себя работу в FarPost?



Данный вопрос имеет большой вес в анкетировании, так как определяет, в целом, отношение опрошенных к компании FarPost

37% респондентов отметили “Скорее да, готов(а) рассматривать FarPost, как работодателя”, 36% затрудняются ответить, 13% не заинтересованы в вакансиях, 8% хотели бы работать в компании и 7% точно не хотели бы работать в компании.

Кристина, здесь один человек где-то потерялся. (В сумме получается 345, а не 346. И про легенду то же надо исправить в строчку, а не по косой

Вопрос 10. Каким из этих характеристик соответствует компания ФарПост, чел.



Данный вопрос поставлен для того, чтобы узнать мнение респондентов о компании и сравнить ожидаемые результаты с реальными.

В нём также был представлен множественный выбор ответов.

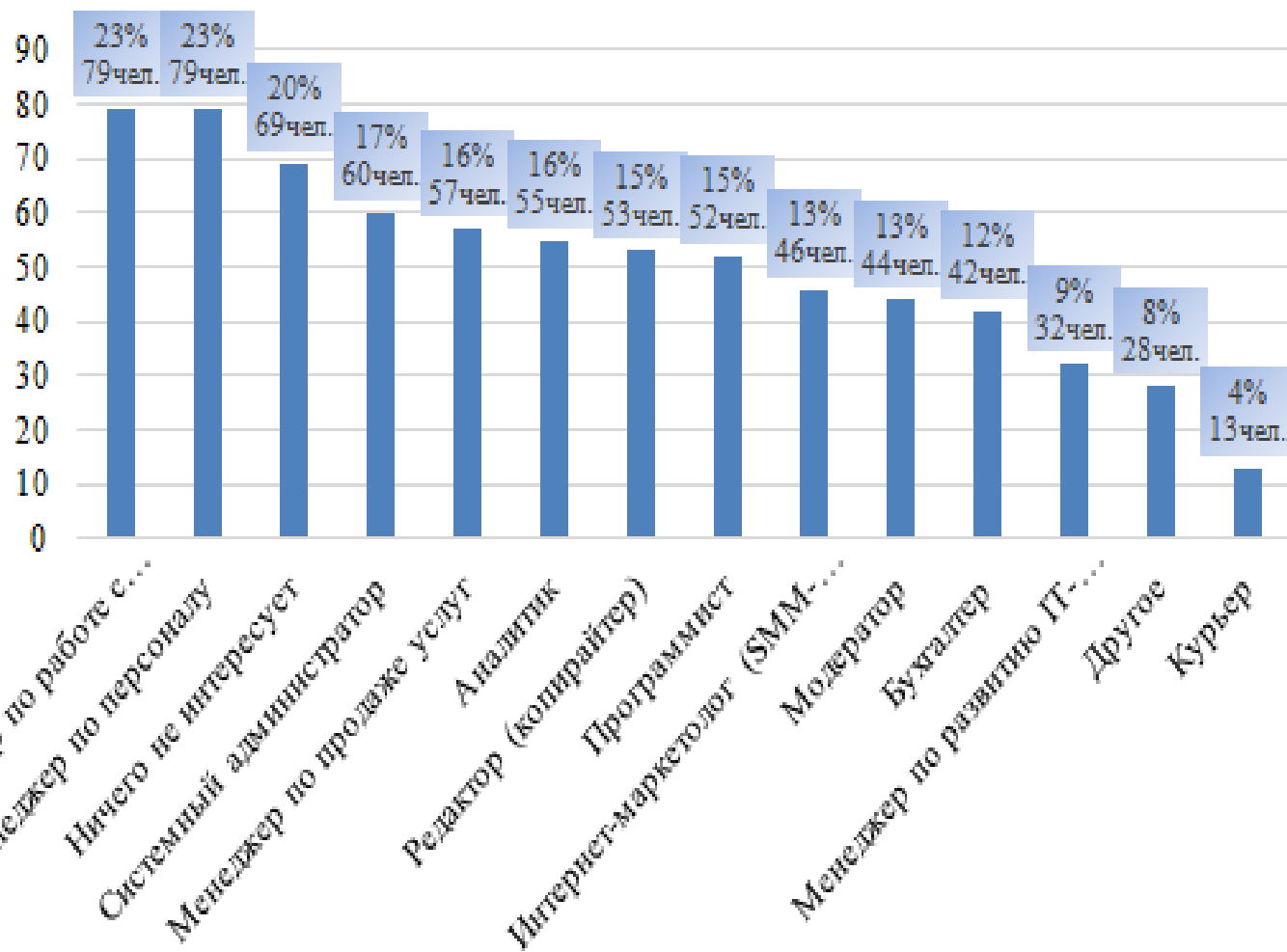
37% респондентов (131 чел.) отметили пункт интересная работа, “затрудняюсь ответить” - 37% (129 чел.), бренд работодателя отметили 36% (127 чел), официальное трудоустройство 33% (118 чел.), инновационность 31% (110 чел.), возможность для профессионального роста 30% (106 чел.), хорошие условия труда 28% (99 чел.), привлекательная заработная плата и премии 24% (88 чел.), компетентные и современные руководители 24% (81 чел.), корпоративная культура 23%, отсутствие переработок 23%, удобное месторасположение 20%, полис ДМС 13%

Вопрос 10. Каким из этих характеристик соответствует компания ФарПост?

В 10 вопросе был дан произвольный вариант ответа “другое”. Справа представлено мнение респондентов (9 чел.).

1. Ненадёжная и безответственная компания.
2. Я не работал у вас, но со стороны пользователя и со стороны просто программиста новичка, всё выглядит интересно.
3. Не интересовалась.
4. Программное обеспечение, которое наблюдает за сотрудниками (двигают ли мышью, нажимают на клавиатуру), а если нет, то штраф или выговор. Это не работа, это рабство. Ни один творческий человек и уважающий себя человек не будет работать в таких условиях. Надеюсь такая система больше не используется.
1. Я не имею представления о том, как работает данная компания.
2. После того, как мои резюме на различные вакансии в фарпосте было отклонено во всех случаях, я не рассматриваю более фарпост как работодателя.
3. Незнаю.
4. Я вас не знаю.
5. Не знаю об этой компании совсем ничего.

Вопрос 11. Какие вакансии FarPost могут вас заинтересовать?

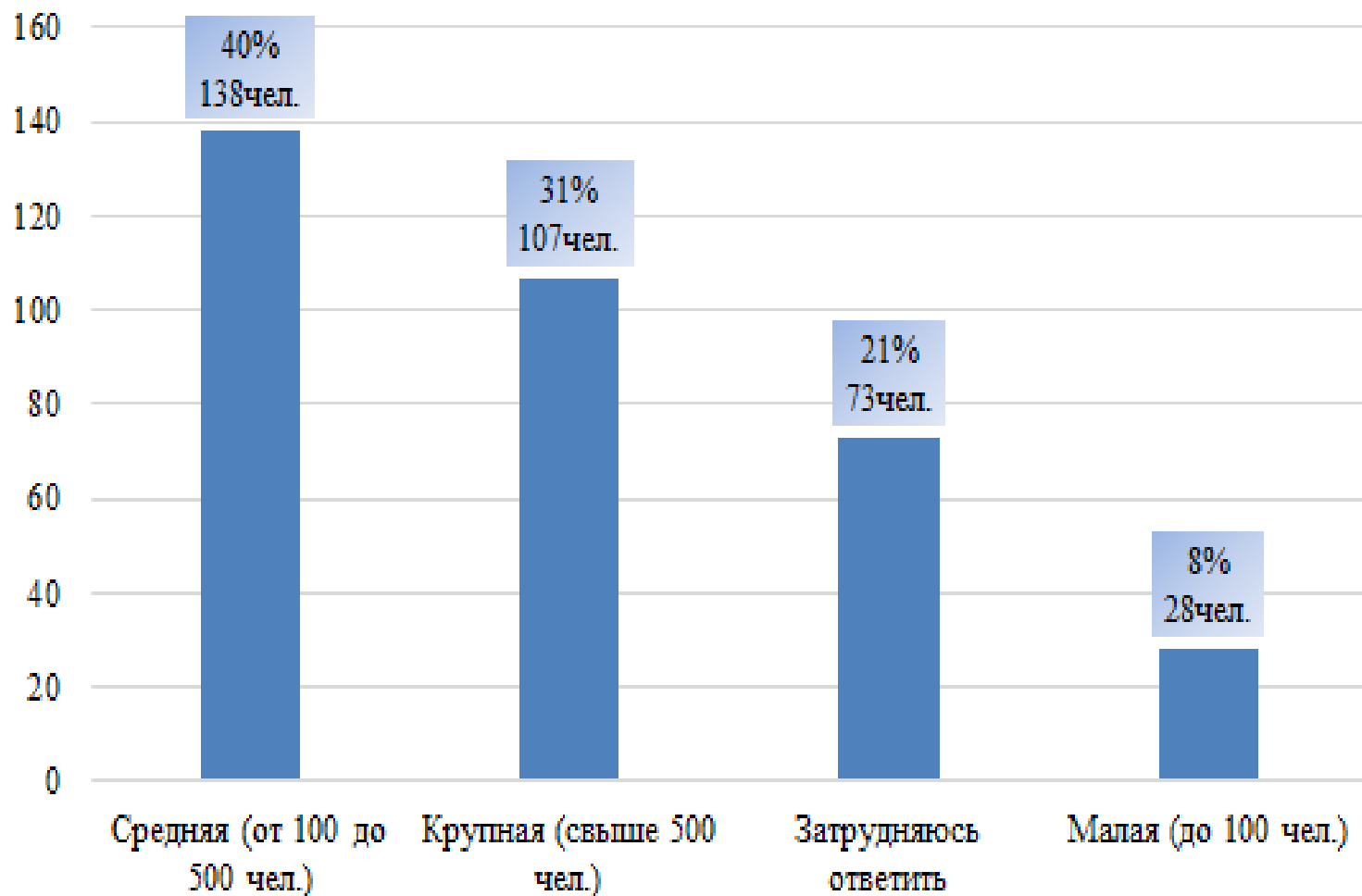


Вопрос был представлен для определения наиболее привлекательных вакансий компании.

Исходя из диаграммы ответов на 11 вопрос, можно сделать вывод, что самые востребованные вакансии среди опрошенных это : Менеджер по работе с клиентами (около 23%), менеджер по персоналу (23%), системный администратор (17%), менеджер по продаже услуг (16%).

Менее востребованные - курьер, менеджер по развитию IT-продуктов, бухгалтер, модератор.
Надежда

Вопрос 12. По вашему мнению, насколько крупная компания FarPost?

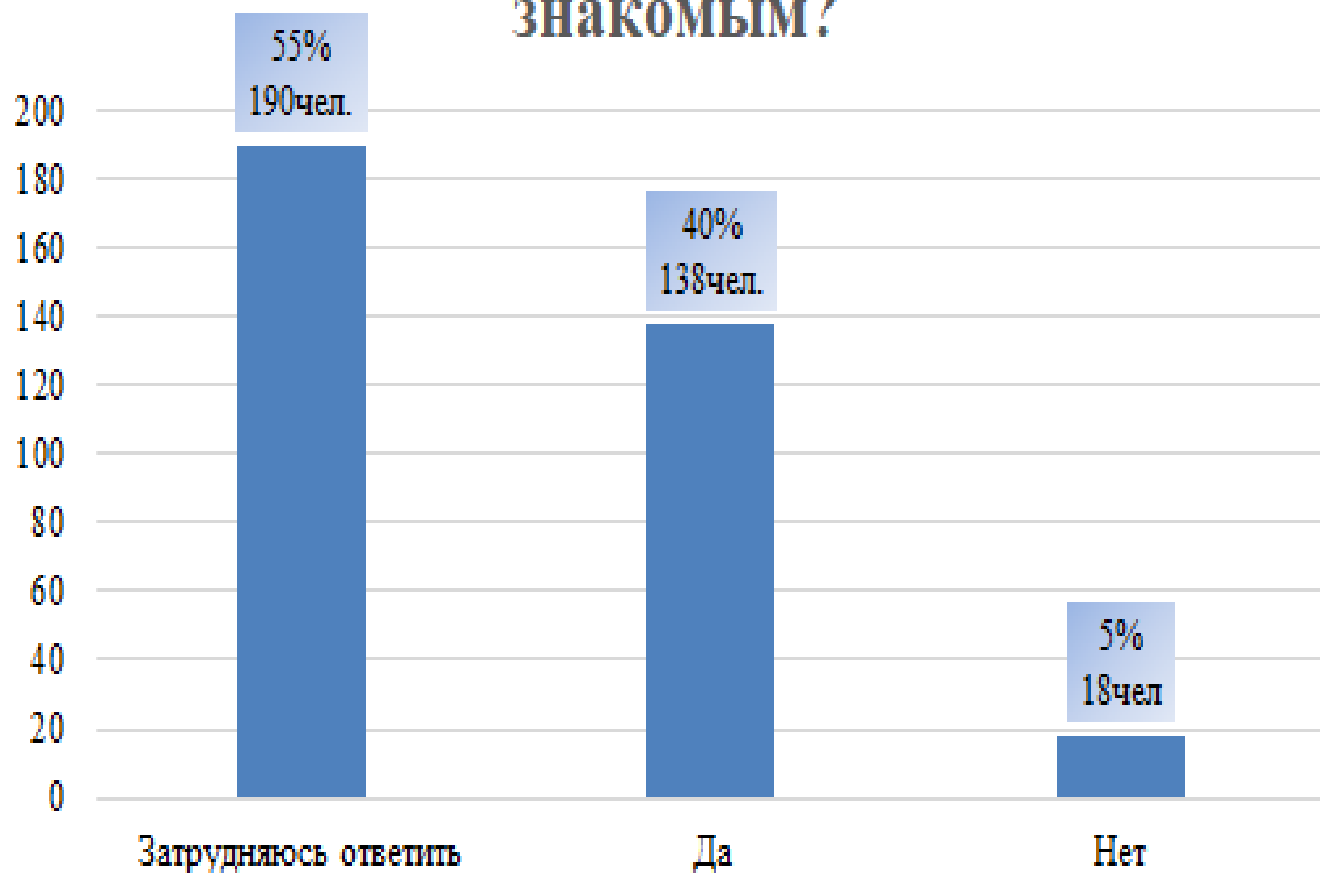


Данный вопрос был поставлен для того, чтобы выяснить, каковы масштабы ФарПост в сознании потенциальных соискателей рабочего места.

Можно сделать вывод, что основная масса опрошенных (40%) предполагает, что FarPost - это средняя по величине компания, 31% считают, что она крупная, 8% считают, что малая и 21% опрошенных затрудняются ответить на этот вопрос.

Таким образом, 67 % респондентов ассоциируют ФарПост, как с большим игроком на региональном рынке.
Надежда

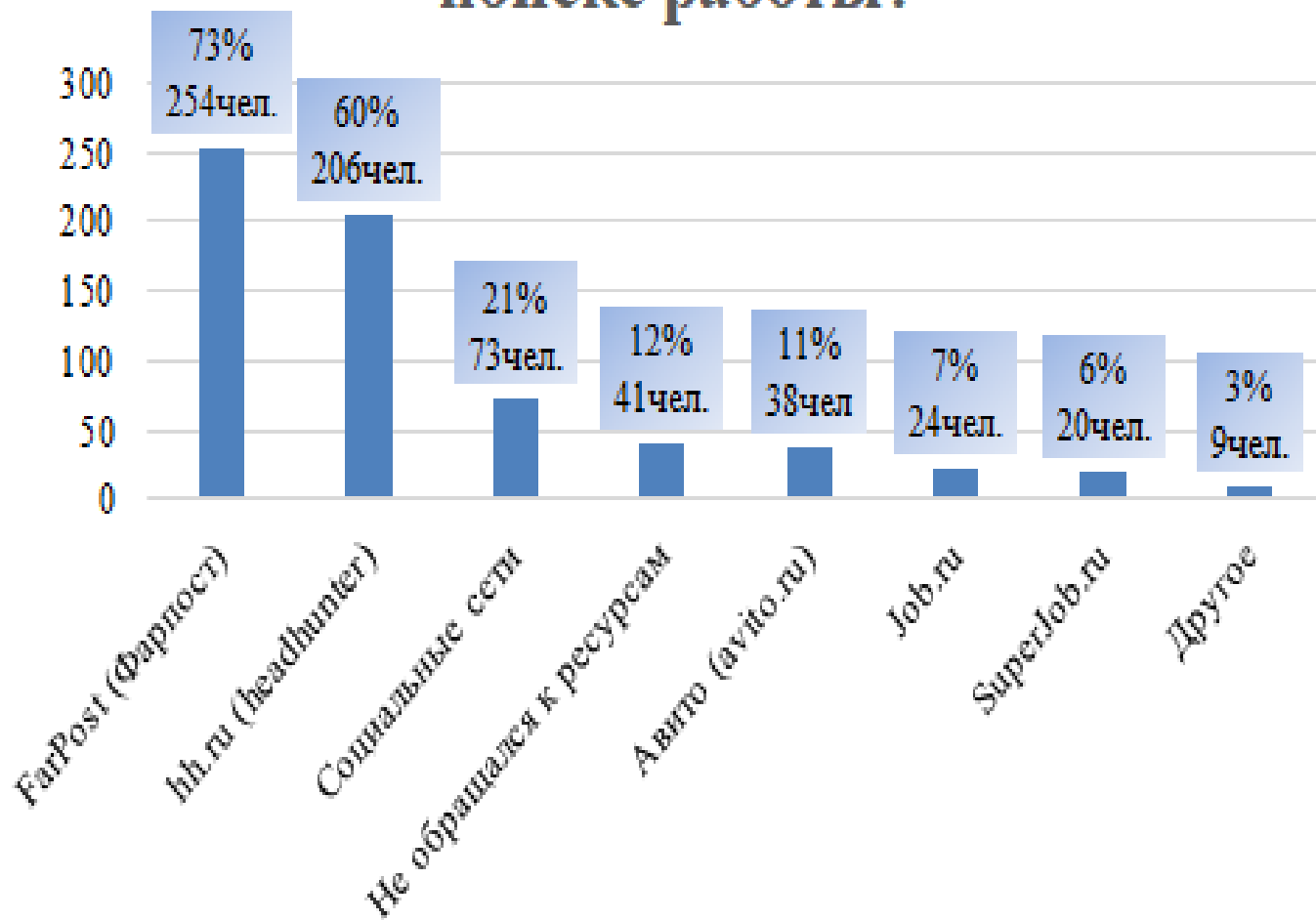
Вопрос 13. Порекомендовали бы Вы компанию FarPost (ФарПост), как работодателя своим родственникам, знакомым?



Данный вопрос отражает не только заинтересованность в ФарПост, как в работодателе, но и лояльность респондентов компании.

На диаграмме видим следующую статистику, 55% ответов "затрудняюсь ответить", 40% ответов "да", 5% ответов "нет". На наш взгляд, респонденты могли затрудниться с ответами в случае, если они не имеют привычки давать советы. Или же сложно говорить о советах "в отрыве" от реальных вакансий и возможностей их занять.

Вопрос 14. На какие ресурсы Вы, как правило, обращаетесь при поиске работы?



Надежда

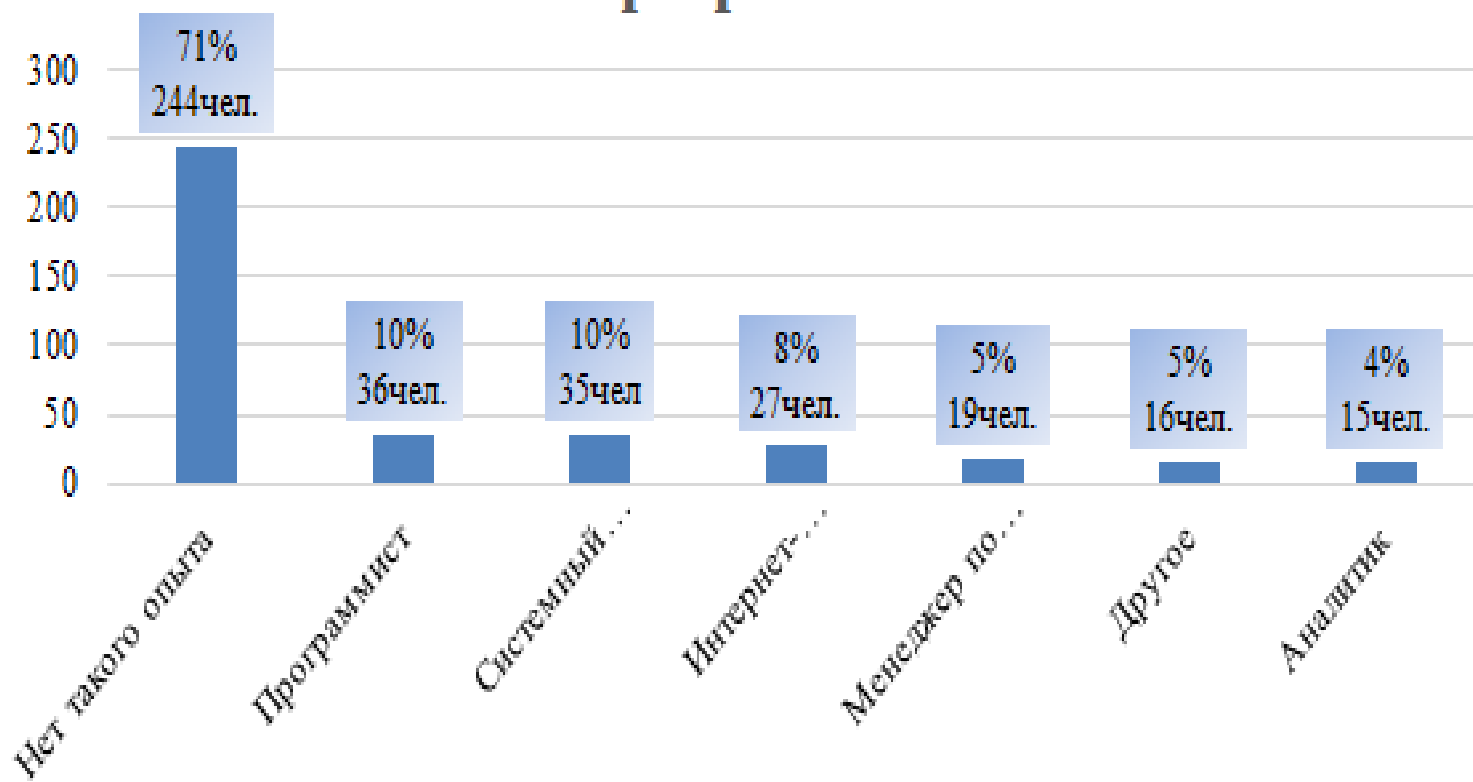
Данный вопрос показывает на какие ресурсы обращает внимание респондент при поиске работы.

Диаграмма показывает следующую последовательность. Наибольший удельный вес занимает FarPost (73 %), наименьший SuperJob.ru. (6 %).

Можно сделать следующий вывод, FarPost занимает лидирующее место среди всех интернет-ресурсов по поиску рабочих мест в регионе.

Ответы на 13 и 14 вопросы в выборке целевой аудитории свидетельствуют о том, что компания ФарПост является узнаваемой в деле поиска работы, а её сайт - востребованным в регионе.

Вопрос 15. Есть ли у вас опыт работы в должности, связанной с информационными технологиями или веб-разработкой?



Данный вопрос отражает статистику ответов по респондентам, имеющим опыт в IT сфере.

Мы видим, что наибольшее количество людей не имеет опыта (71%), наименьшее - аналитик (4%). Общая совокупность ответов, где была возможность выбрать несколько вариантов, это 392 ответа. В их структуре 42% приходится на ответы респондентов, которые так, или иначе связаны с IT сферой.

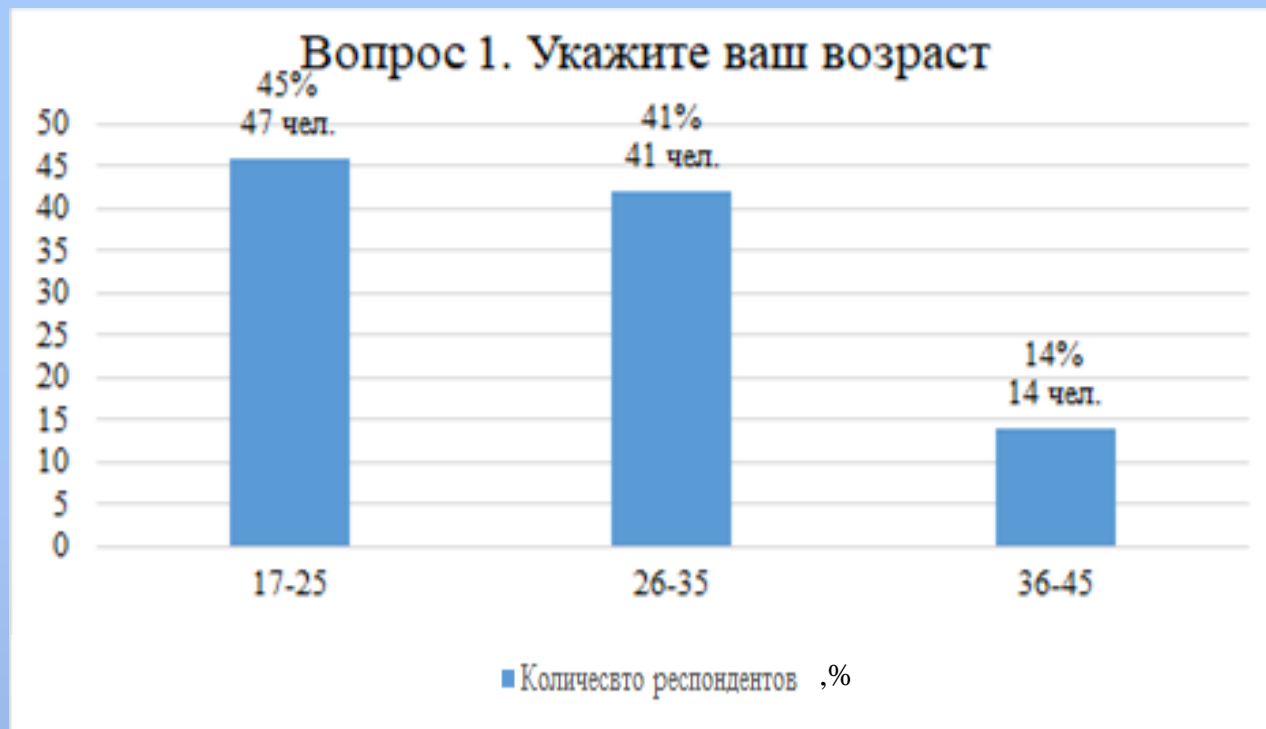
Детализацию мнения этой аудитории в ответах на вопросы анкеты рассмотрим на следующих слайдах.

Надежда

Варианты ответов целевой аудитории, имеющей отношение к IT отрасли



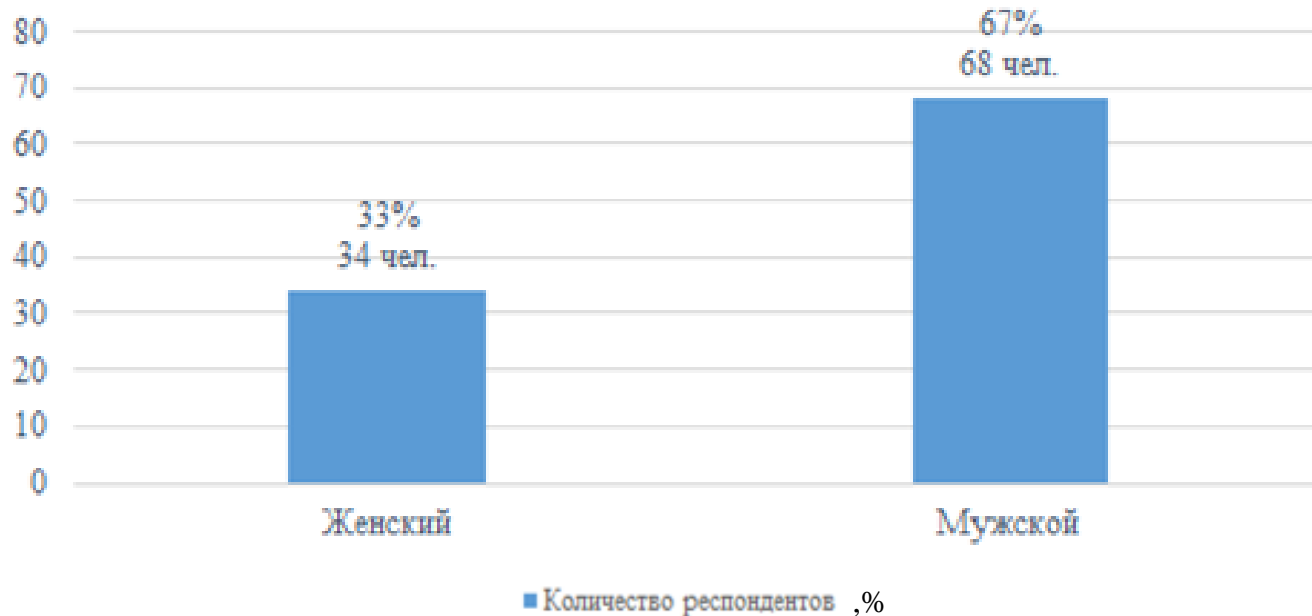
Учитывая тот факт, что общее число респондентов целевой аудитории - 346 чел. Из них 244 чел. не имеют отношения к IT сфере, количество респондентов, имеющих отношение к IT отрасли - **102 человека.**



Данный вопрос отражает количество людей в IT сфере с возрастной категорией от 17-25 лет (45 %), от 26-35 лет (41 %), от 36-45 лет (14 %).

Наибольший удельный вес занимает возраст от 17-25 лет, наименьший от 36-45 лет.

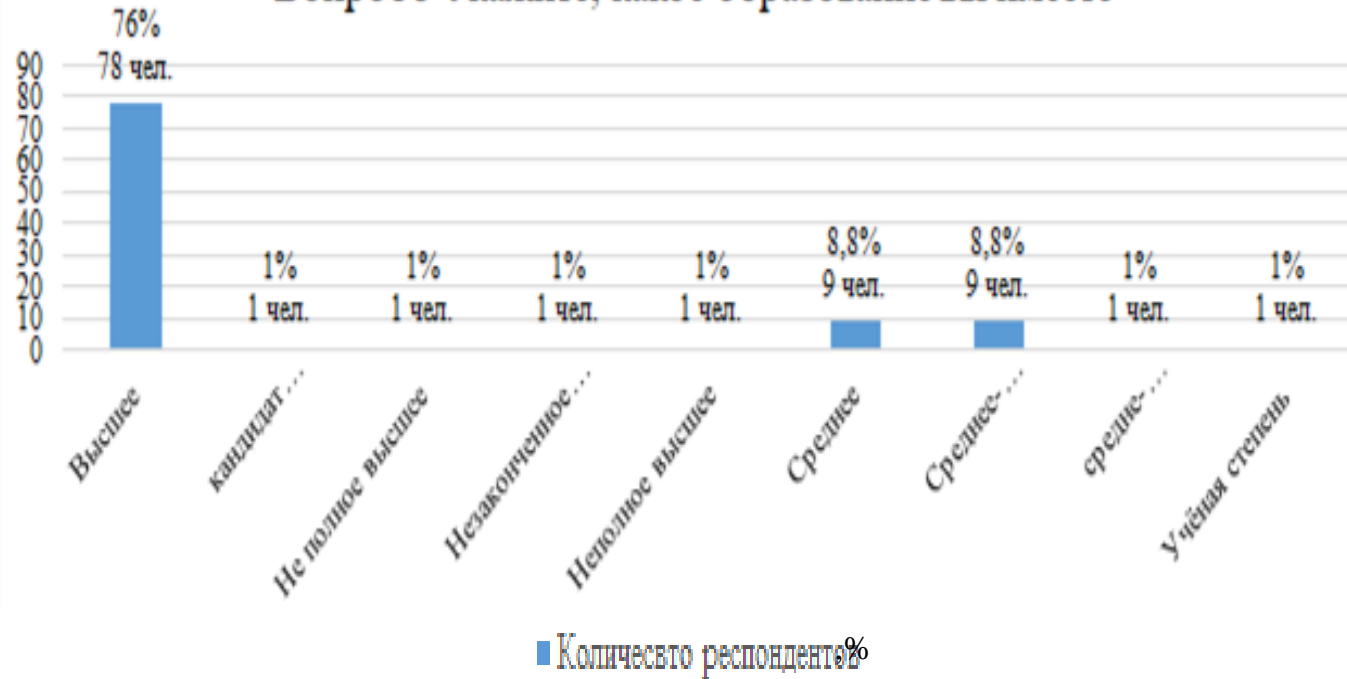
Вопрос 2. Укажите пол



Данный вопрос показывает гендерное соотношение респондентов женский 34 человека (33 %), мужской 68 человек (67 %).

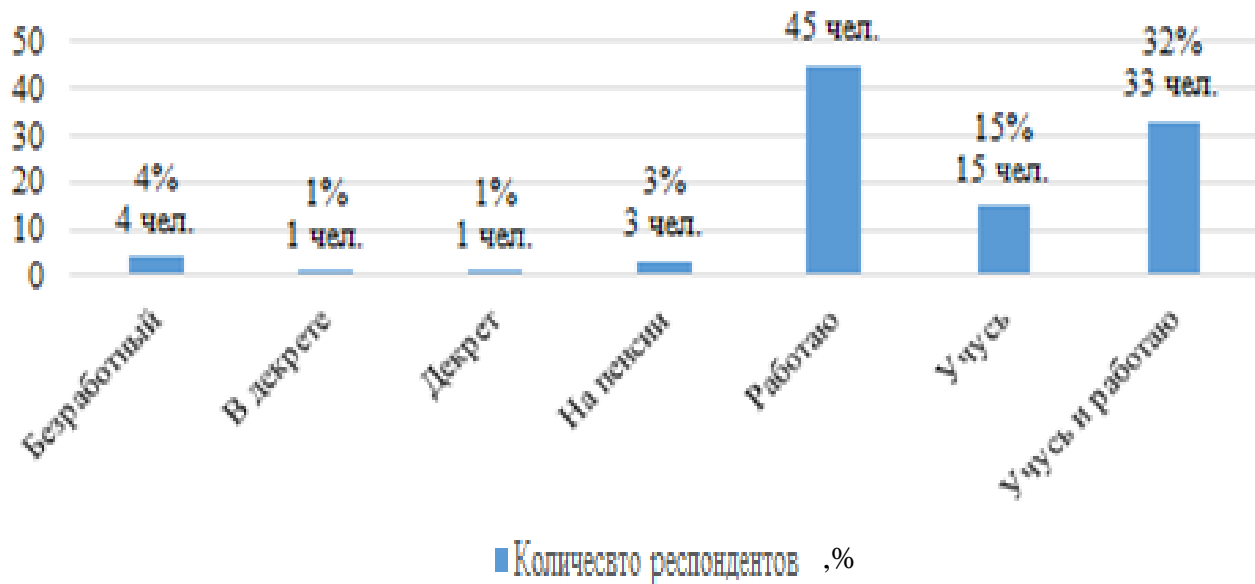
Наибольшее количество опрошиваемых людей, имеющих отношение к IT аудитории мужчины (67 %).

Вопрос 3 Укажите, какое образование вы имеете



Респонденты с высшим образованием занимают лидирующее место 76 % , второе место занимают среднее 8,8% и среднее-специальное 8,8%.

Вопрос 4. Укажите ваш род занятий (Одиночный выбор)



Работающих наибольшее количество 44 %, на втором месте учатся и работают 32 %, на третьем учатся - 15%. Наименьшее количество респондентов находится в декрете 1%.

Вопрос 5. Ищете ли вы работу в данный момент? (Одиночный выбор)



Специалисты IT направлений востребованы рынком труда. 58 % (57 % + 1 %) не ищут работу. Это говорит о том, что они трудоустроены на удовлетворяющих их условиях.

Больше половины респондентов не ищут работу, но рассматривают предложения 57 %, на втором месте не ищут и не рассматривают предложения 23%, на третьем месте ищут работу 19%, и всего 1% работающих.

Варианты	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Привлекательная заработная плата и премии	0,98%	0,00%	0,98%	0,00%	1,96%	3,92%	6,86%	5,88%	10,78%	68,63%
Официальное трудоустройство (“белая” зарплата, соц. гарантии по ТК РФ)	9,80%	1,96%	7,84%	2,94%	10,78%	5,88%	6,86%	13,73%	5,88%	34,31%
Хорошие условия труда (комфортное рабочее место, бесплатное питание)	2,94%	2,94%	4,90%	1,96%	7,84%	5,88%	16,67%	9,80%	5,88%	41,18%
Корпоративная культура (дресс-код, тренажёрный зал или оплата занятий спортом, обучение и тренинги за счет компании, стиль управления)	18,63%	7,84%	8,82%	5,88%	17,65%	6,86%	3,92%	6,86%	4,90%	18,63%
Отсутствие переработок, гибкий подход к рабочему времени, возможность удаленной работы	2,94%	2,94%	3,92%	0,98%	7,84%	2,94%	9,80%	13,73%	7,84%	47,06%
Интересная работа (разнообразные задачи)	1,96%	1,96%	0,00%	1,96%	8,82%	5,88%	11,76%	14,71%	5,88%	47,06%
Полис добровольного мед. страхования, вакцинация	26,47%	5,88%	9,80%	7,84%	13,73%	8,82%	5,88%	6,86%	2,94%	11,76%
Бренд работодателя (стабильность, хорошая репутация)	11,76%	5,88%	4,90%	7,84%	15,69%	7,84%	11,76%	7,84%	5,88%	20,59%
Возможности для профессионального роста	2,94%	1,96%	1,96%	2,94%	4,90%	5,88%	7,84%	11,76%	10,78%	49,02%
Удобное месторасположение (легко добраться, припарковаться)	3,92%	1,96%	4,90%	6,86%	9,80%	1,96%	10,78%	13,73%	5,88%	40,20%
Компетентные и современные руководители	1,96%	0,00%	1,96%	0,98%	6,86%	5,88%	4,90%	11,76%	8,82%	56,86%
Инновационность (использование современных технологий)	0,98%	0,98%	4,90%	0,00%	17,65%	15,69%	8,82%	13,73%	5,88%	31,37%

Оцените важность факторов при выборе работодателя по шкале от 1 до 10, где 1 - совсем не важно, 10 - очень важно

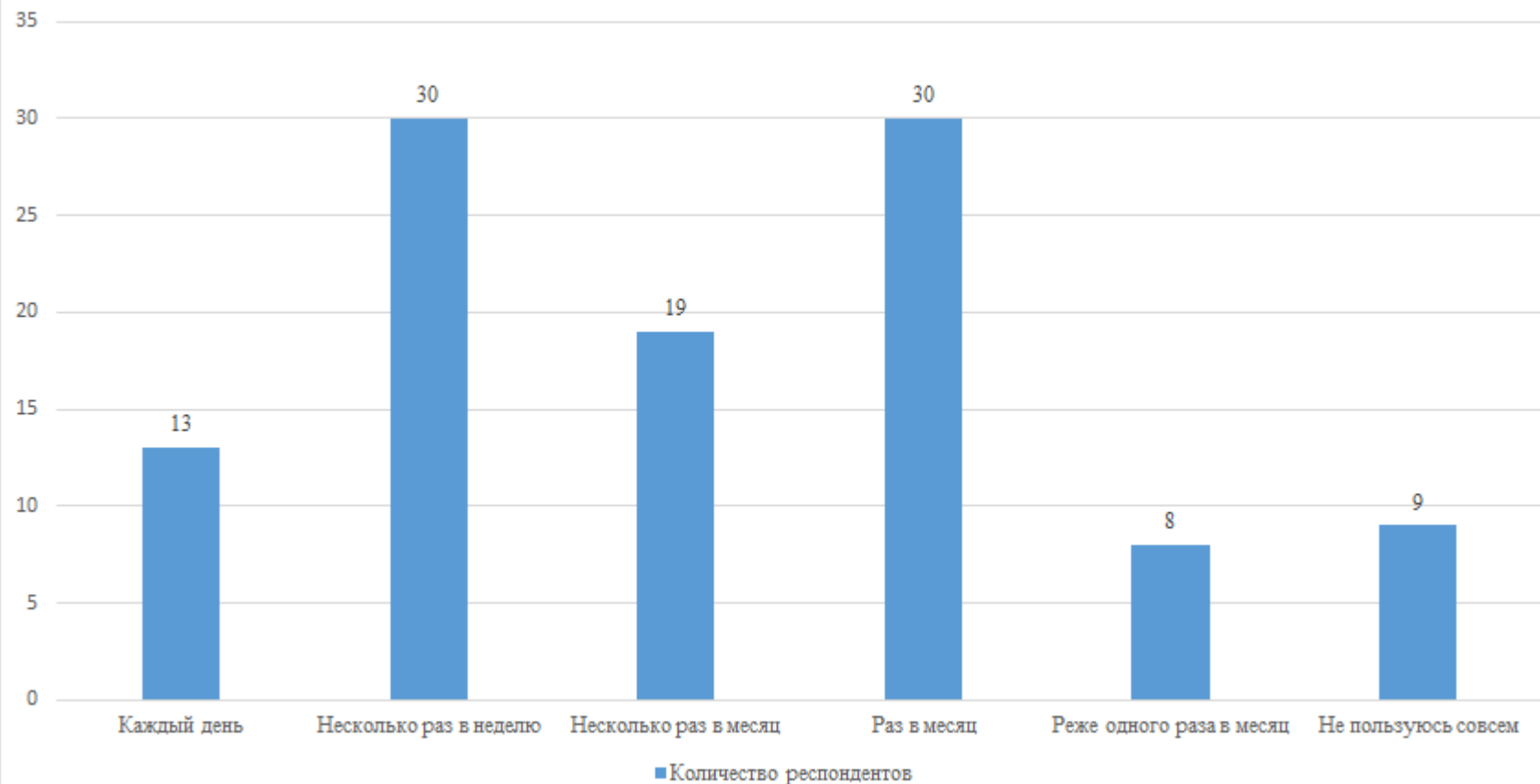


Вопрос 6

Оцените важность факторов при выборе работодателя по шкале от 1 до 10, где 1 - совсем не важно, 10 - очень важно

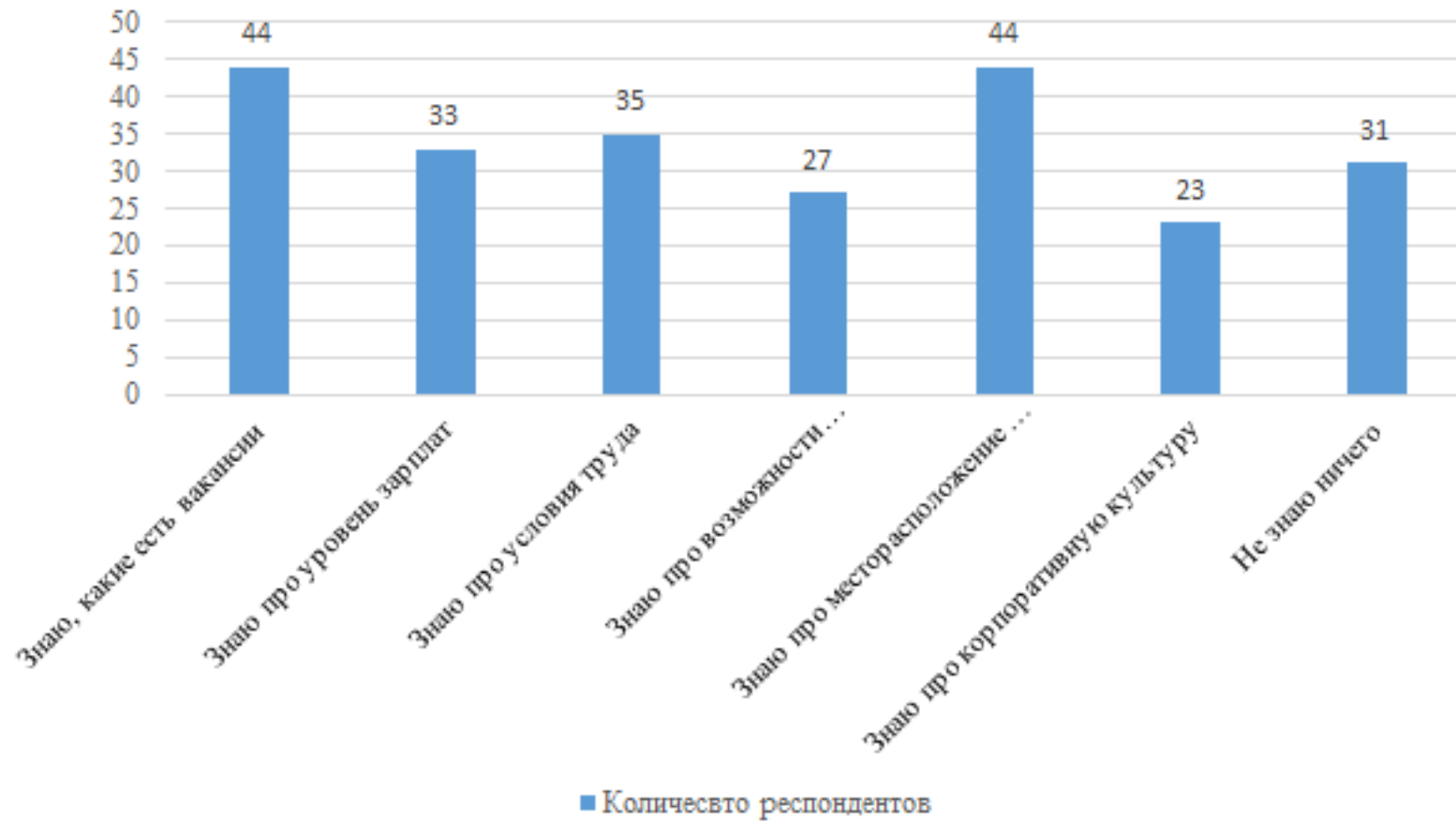
Как видно из таблицы, большинству респондентам важен фактор заработной платы и премий (88,9% опрошенных поставили от 7), хорошие условия труда (74,5% респондентов поставили оценку от 7), также отсутствие переработок, гибкий подход к рабочему времени, возможность удаленной работы (более 80% опрошенных поставили оценку от 7), хорошие условия труда (79,4% респондентов поставили оценку от 7 этому фактору), возможности для профессионального роста (79,2% респондентов поставили оценку от 7 этому фактору), удобное месторасположение (70% опрошенных поставили оценку от 7), компетентные и современные руководители (82,6% респондентов поставили оценку от 7) и инновационность (60,4% опрошенных поставили оценку от 7)

Вопрос 7. Насколько часто вы пользуетесь сайтом FarPost (Фарпост)?



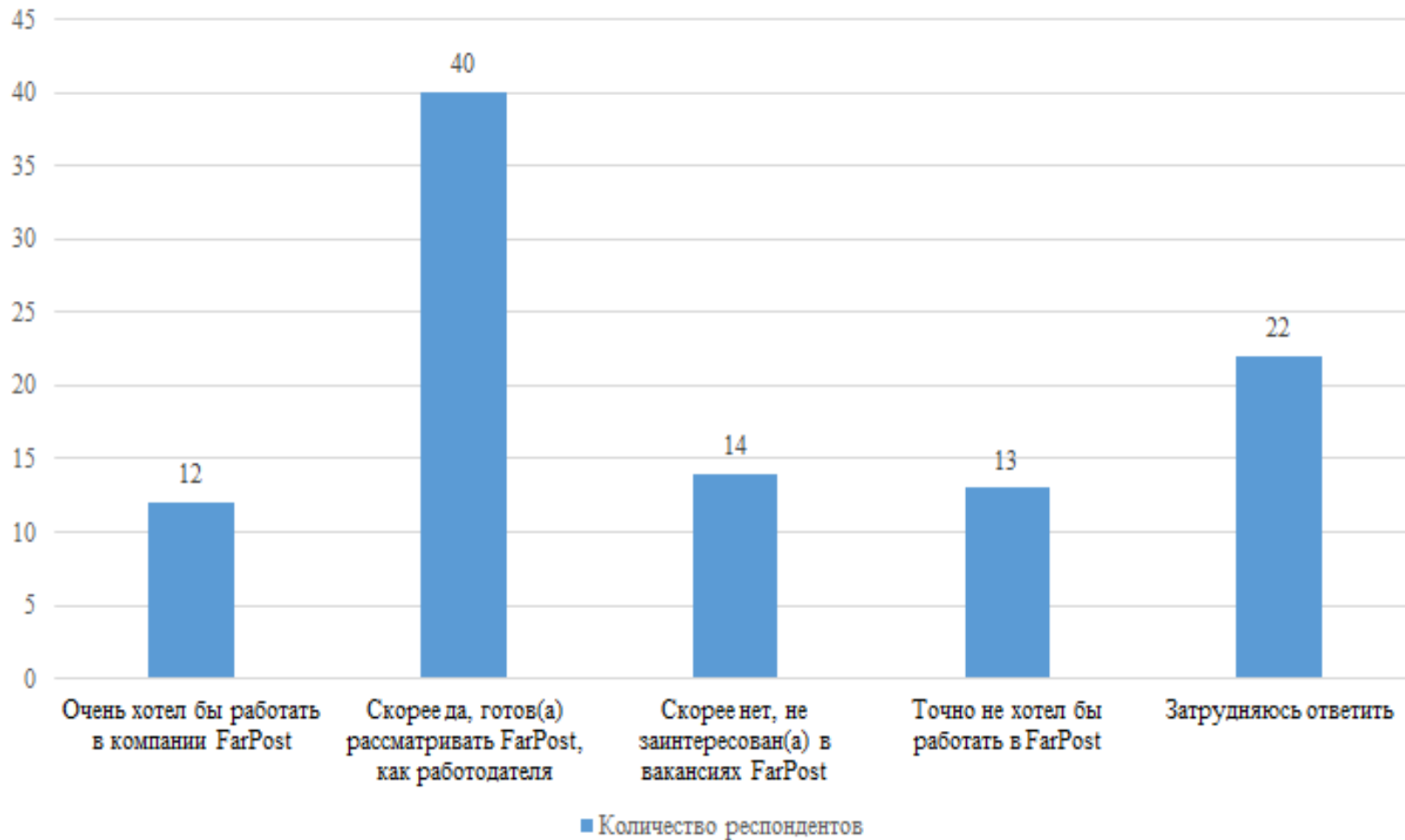
Наибольшее количество людей пользуются сайтом раз в месяц и несколько раз в неделю, оба варианта выбрало одинаковое количество человек, по 30 в каждом. Таким образом мы видим что большинство респондентов пользуются сайтом FarPost (Фарпост), так как самая малая доля опрошенных ответили что они не пользуются совсем или реже одного раза в месяц.

Вопрос 8. Что вы знаете о компании FarPost (Фарпост), как о работодателе?



Из ответов видно что большая часть респондентов знает какие есть вакансии и месторасположение офисов. Меньше всего знаю про корпоративную культуру.

Вопрос 9. Насколько вы готовы рассматривать для себя работу в FarPost (Фарпост)?

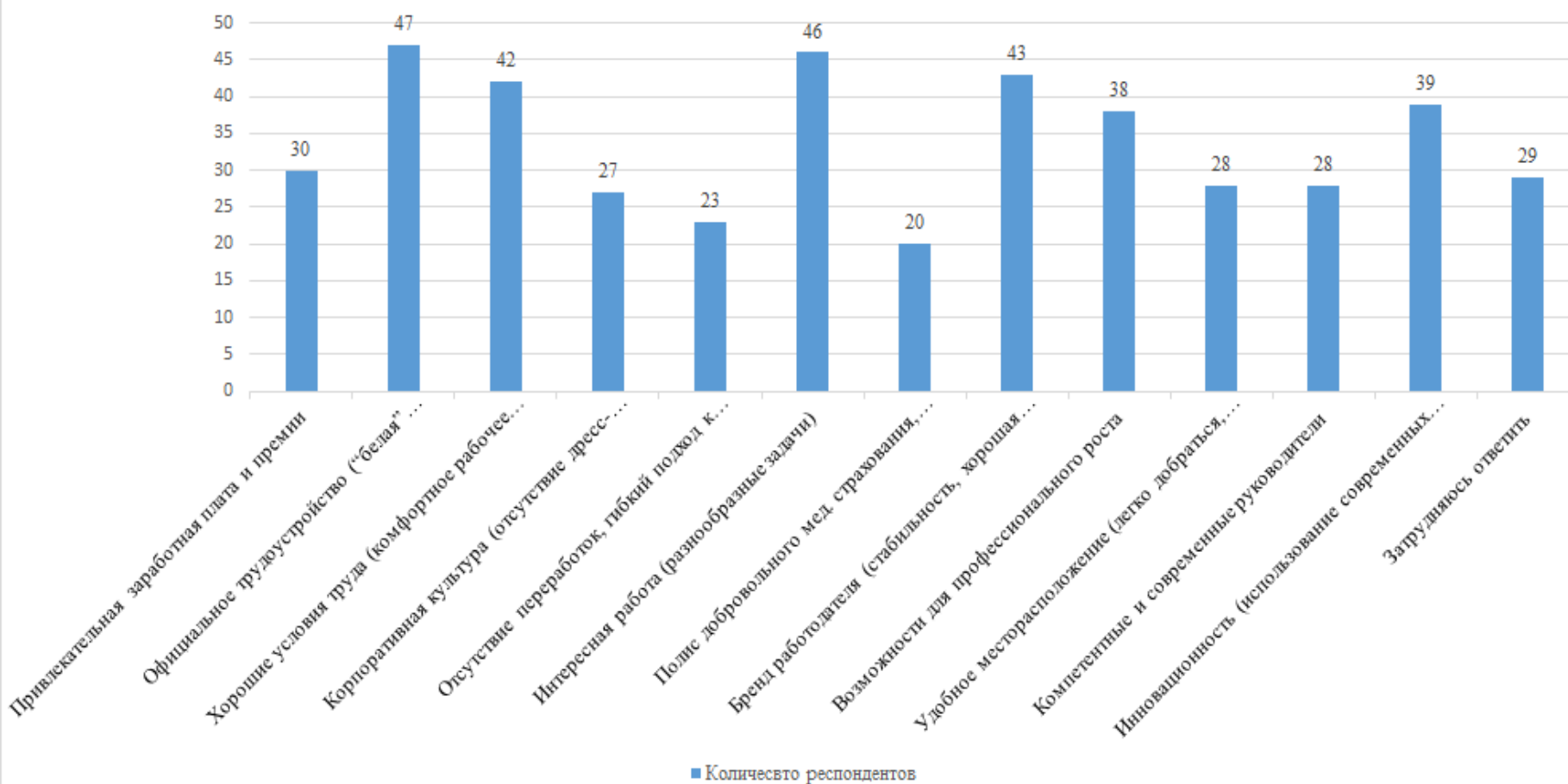


Основная масса опрошенных (40 ответов) положительно относится к компании FarPost, как к работодателю (это 39 % опрошенных) и готовы рассматривать для себя свободные вакансии в данной компании.

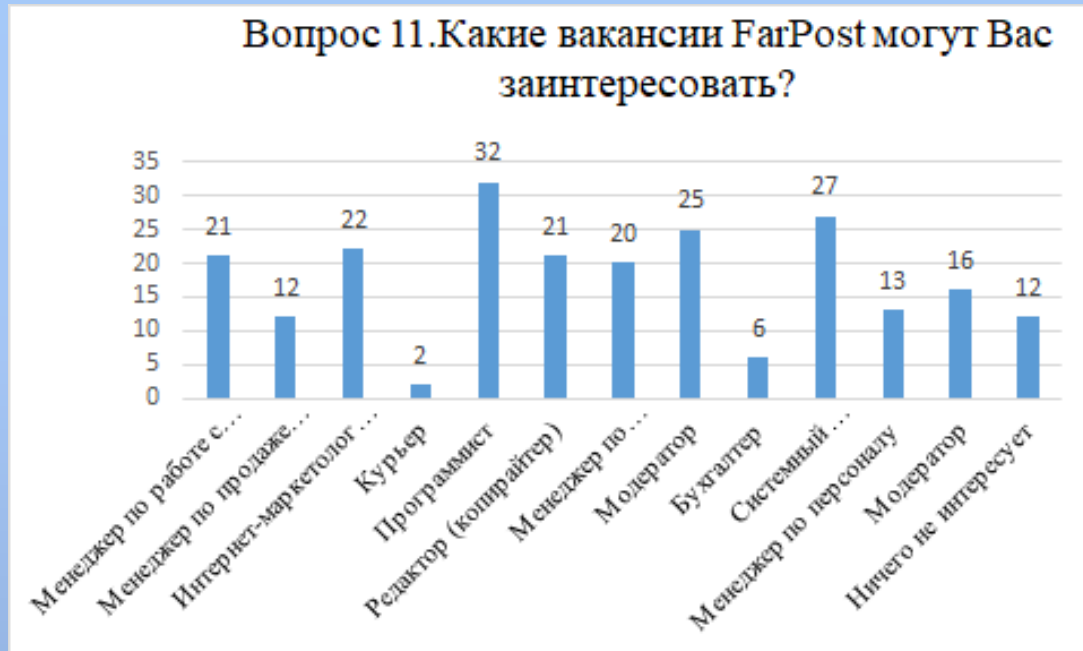
Немалая доля респондентов затруднились с ответом - 22 ответа. Отрицательно ответили относительно желания работать в ФарПост 13 % респондентов.

ДАВИД

Вопрос 10. По вашему мнению, каким из этих характеристик соответствует компания FarPost (Фарпост), как работодатель?

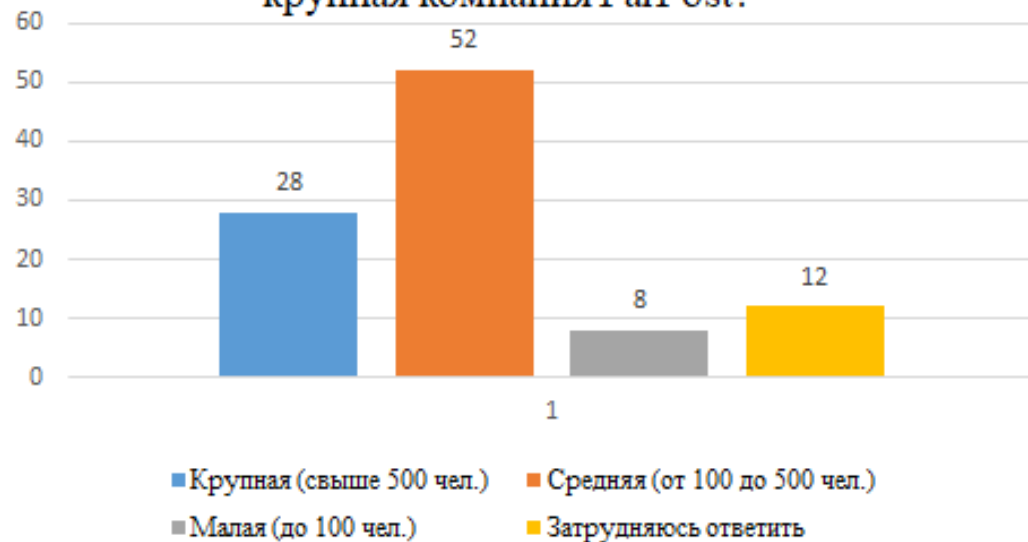


Данная диаграмма показывает каким считают респонденты компанию FarPost (Фарпост). Большинство опрошенных считает что FarPost (Фарпост) имеет официальное трудоустройство, хорошие условия труда, отсутствие переработок, гибкий подход к рабочему времени, возможность удаленной работы, бренд работодателя, возможность профессионального роста и инновационность



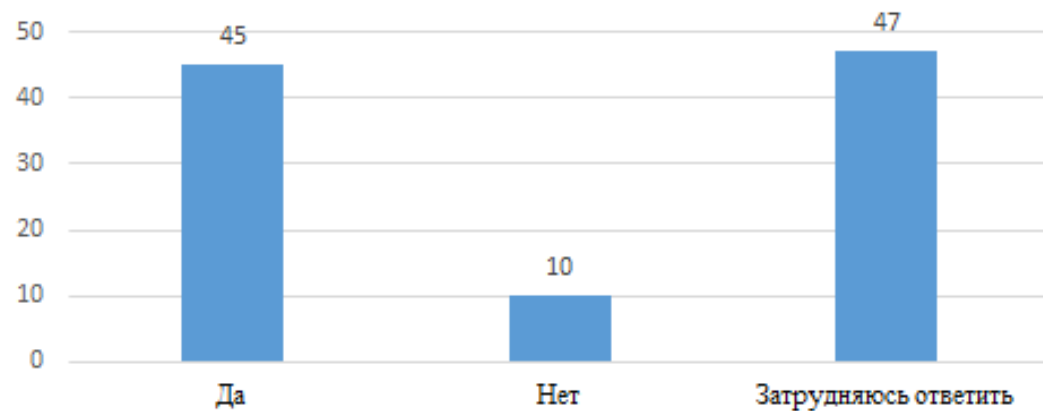
Исходя из расстановки ответов на 11 вопрос, можно сделать вывод, что самые востребованные вакансии среди опрошенных это: Программист 32, Системный администратор 27, Модератор 25.

Вопрос 12. По Вашему мнению, насколько крупная компания FarPost?



Можно сделать вывод, что основная масса опрошенных (52человек) ответил, что FarPost - это средняя по величине компания, (28 человека) что FarPost - это крупная по величине компания, (8 человек) считают, что она малая, (12человек) опрошенных затрудняются ответить на этот вопрос

13. Порекомендовали бы вы компанию FarPost (ФарПост) , как работодателя своим родственникам, знакомым?



На диаграмме видим следующую статистику ,47 ответов "затрудняюсь ответить",45 ответов "да", 10 ответов "нет".

14. На какие ресурсы Вы, как правило, обращаетесь при поиске работы?

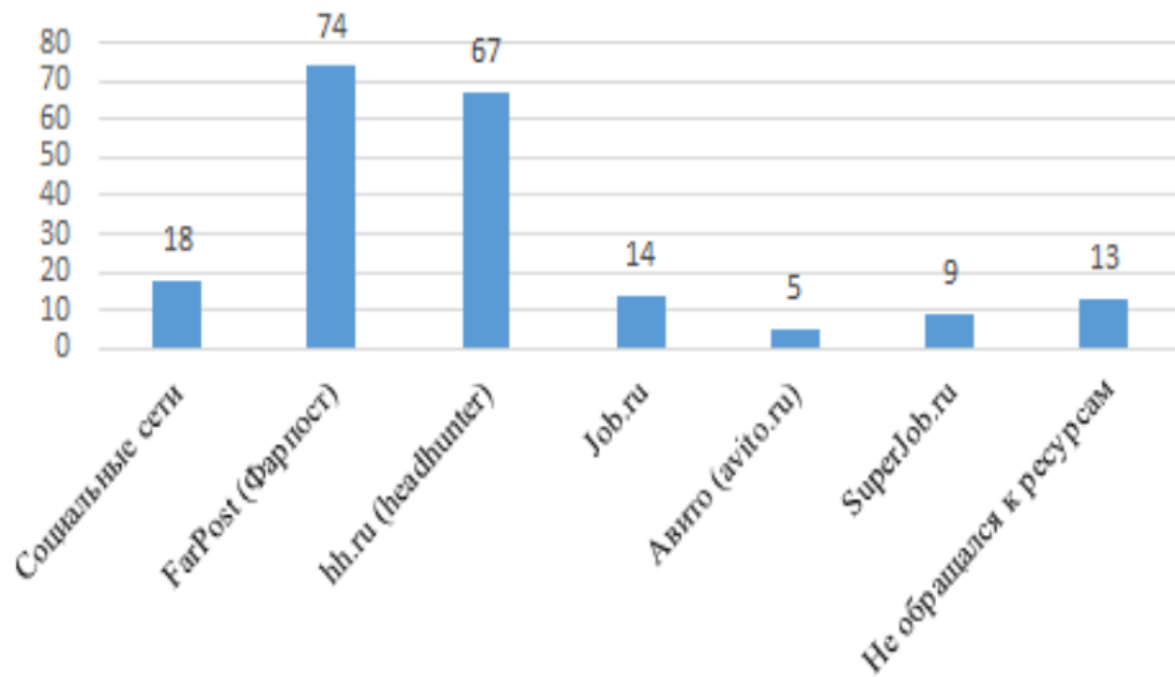
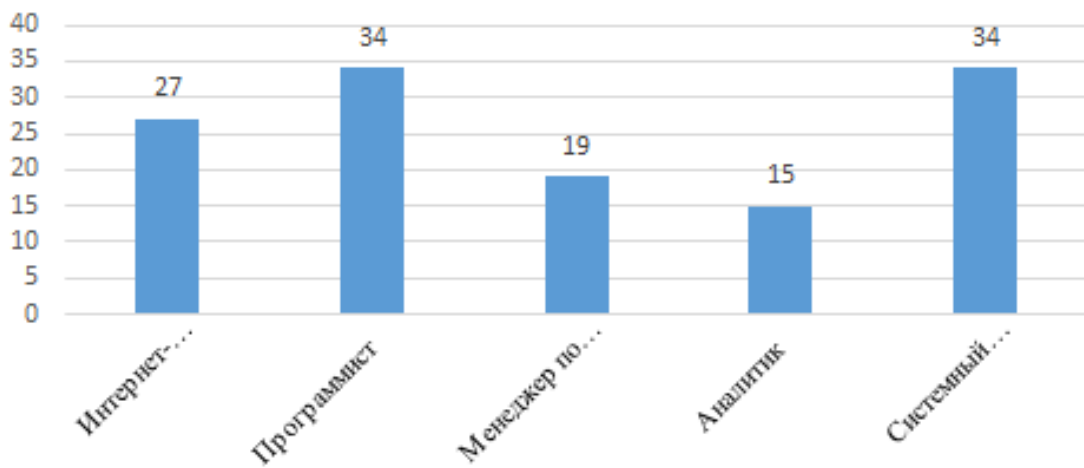


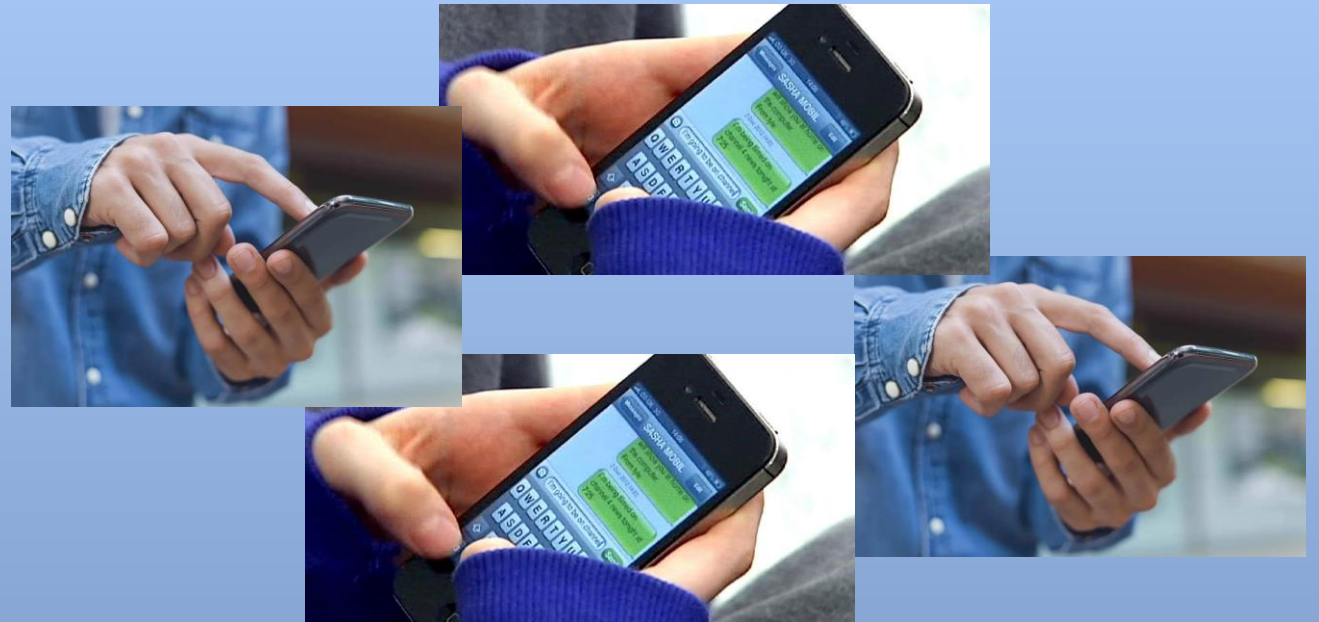
Диаграмма нам показывает следующую последовательность. Наибольший удельный вес занимает FarPost (74 ответа), наименьший Авито(5 ответов). Можно сделать следующий вывод, FarPost занимает лидирующее место среди всех интернет-ресурсов по поиску рабочих мест в регионе среди аудитории в работоспособном возрасте, имеющей отношение к IT технологиям.

15. Если ли у вас опыт работы в должности, связанной с информационными технологиями или веб-разработкой?

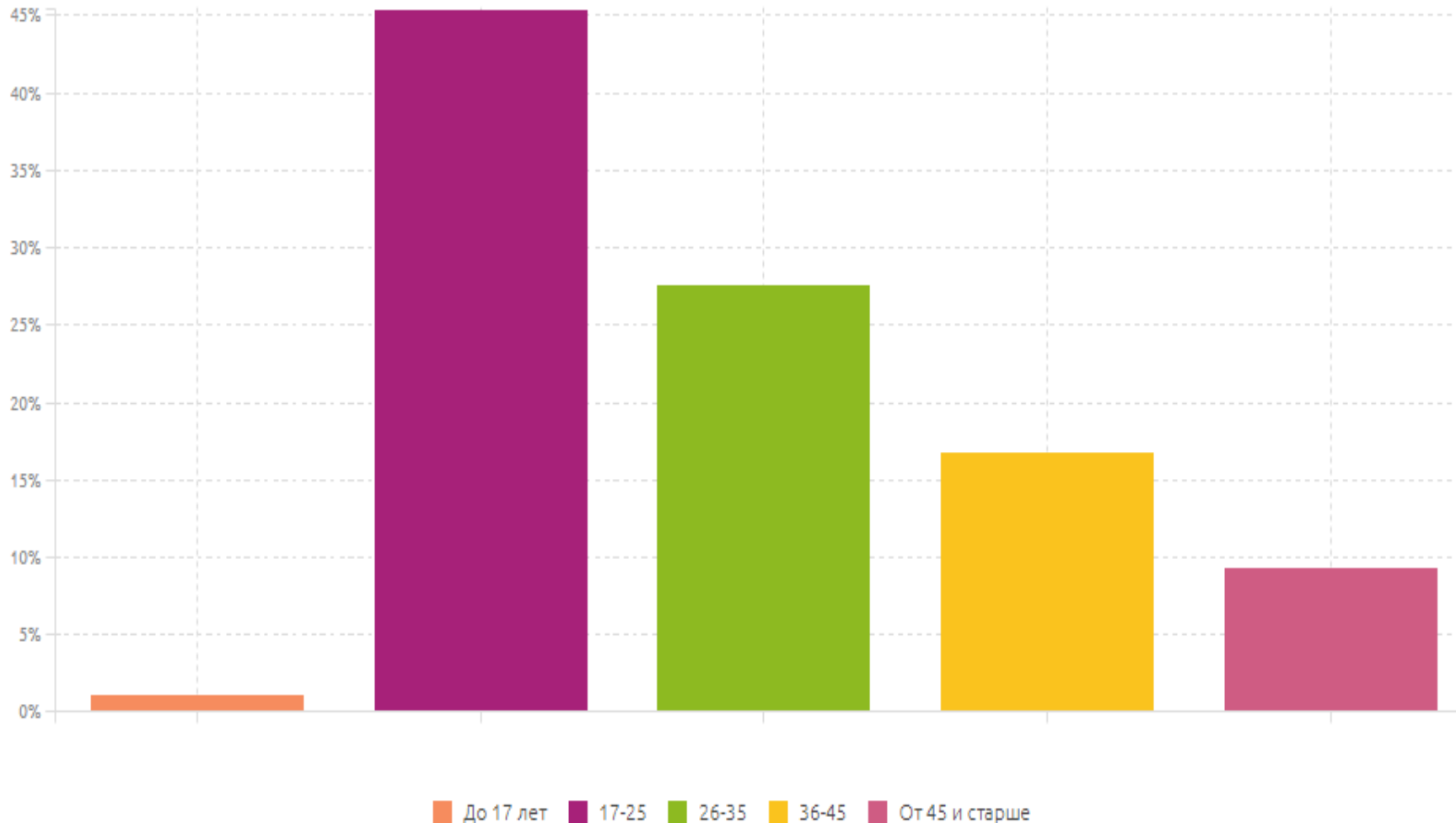


Мы видим, что одинаковое количество людей выбрало Программист и Системный Администратор по (34 человека), наименьшее Аналитик (15 человек)

На следующих слайдах представлены
результаты ответов респондентов по
совокупной выборке - 389 чел.

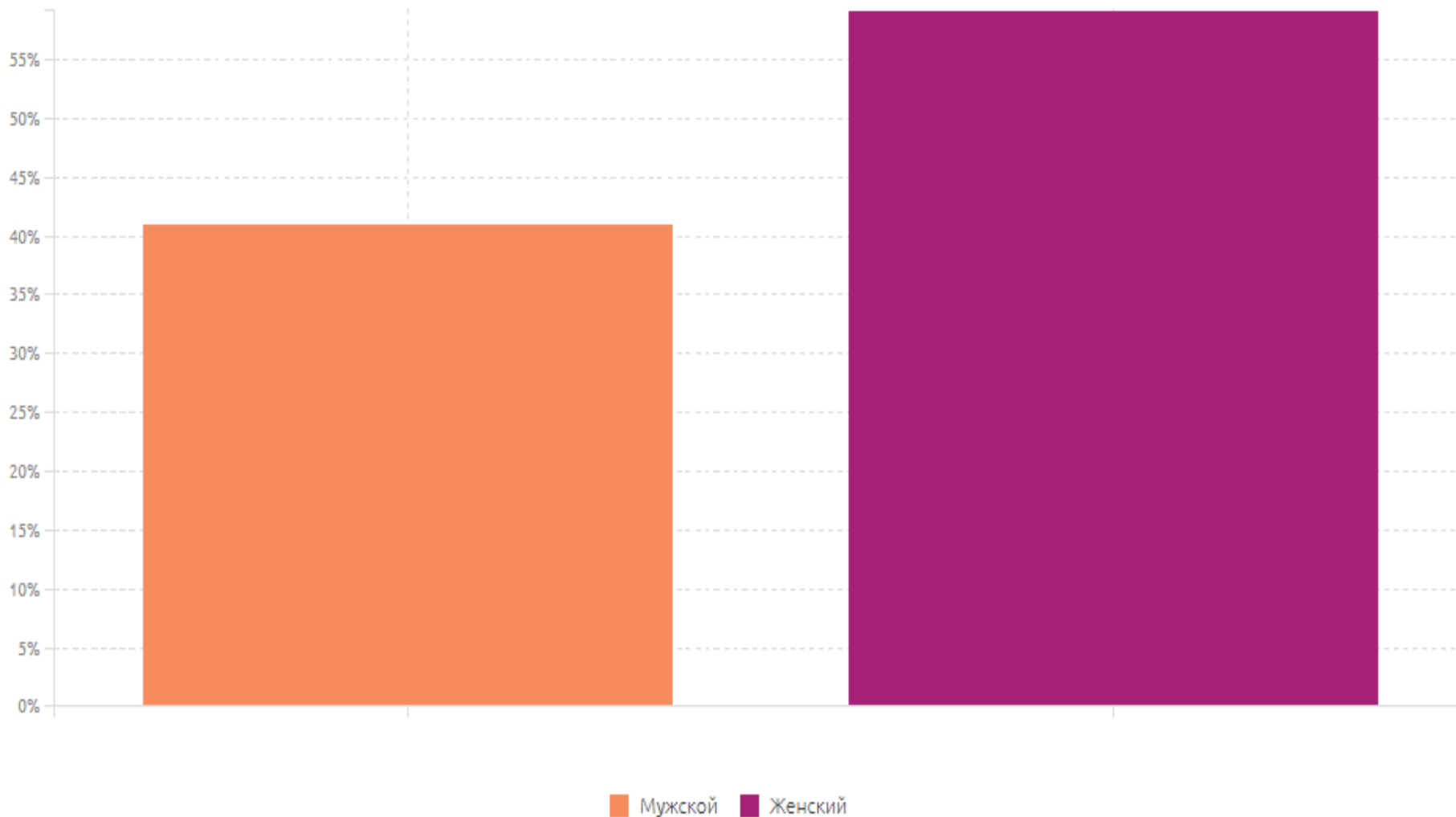


Вопрос 1. Укажите ваш возраст



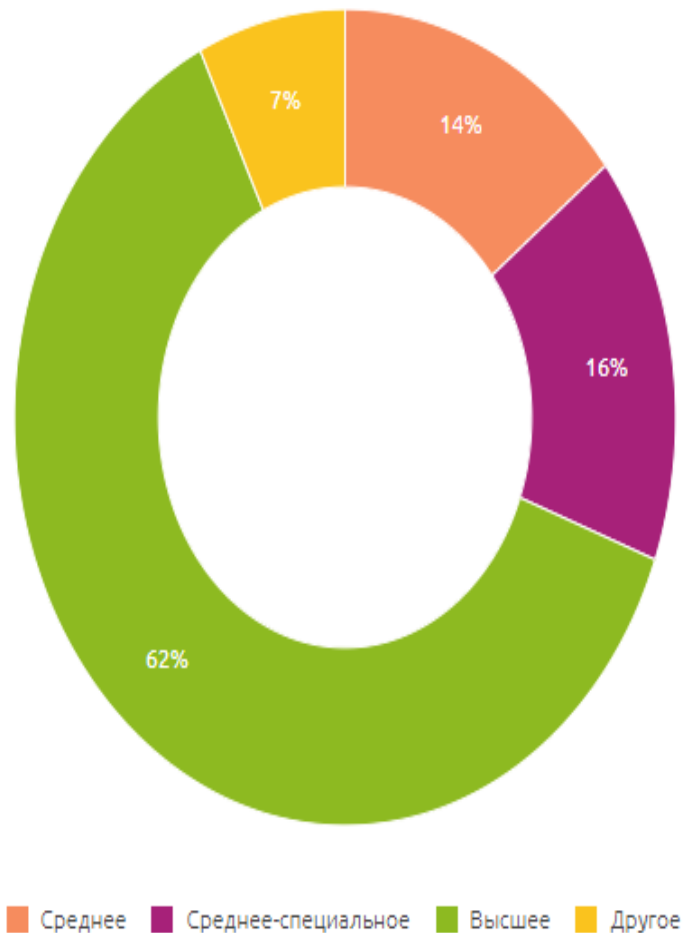
Данный график иллюстрирует, что большинство людей (45%), которые приняли участие в нашем опросе, находятся в возрасте от 17 до 25 лет. Таким образом, в репрезентативной выборке представлены все возрастные группы. Тот факт, что возрастная группа старше 45-ти представлена минимальным 9 %, объясняется тем, что респонденты этой группы в меньшей степени находятся в поиске работы.

Вопрос 2. Укажите ваш пол



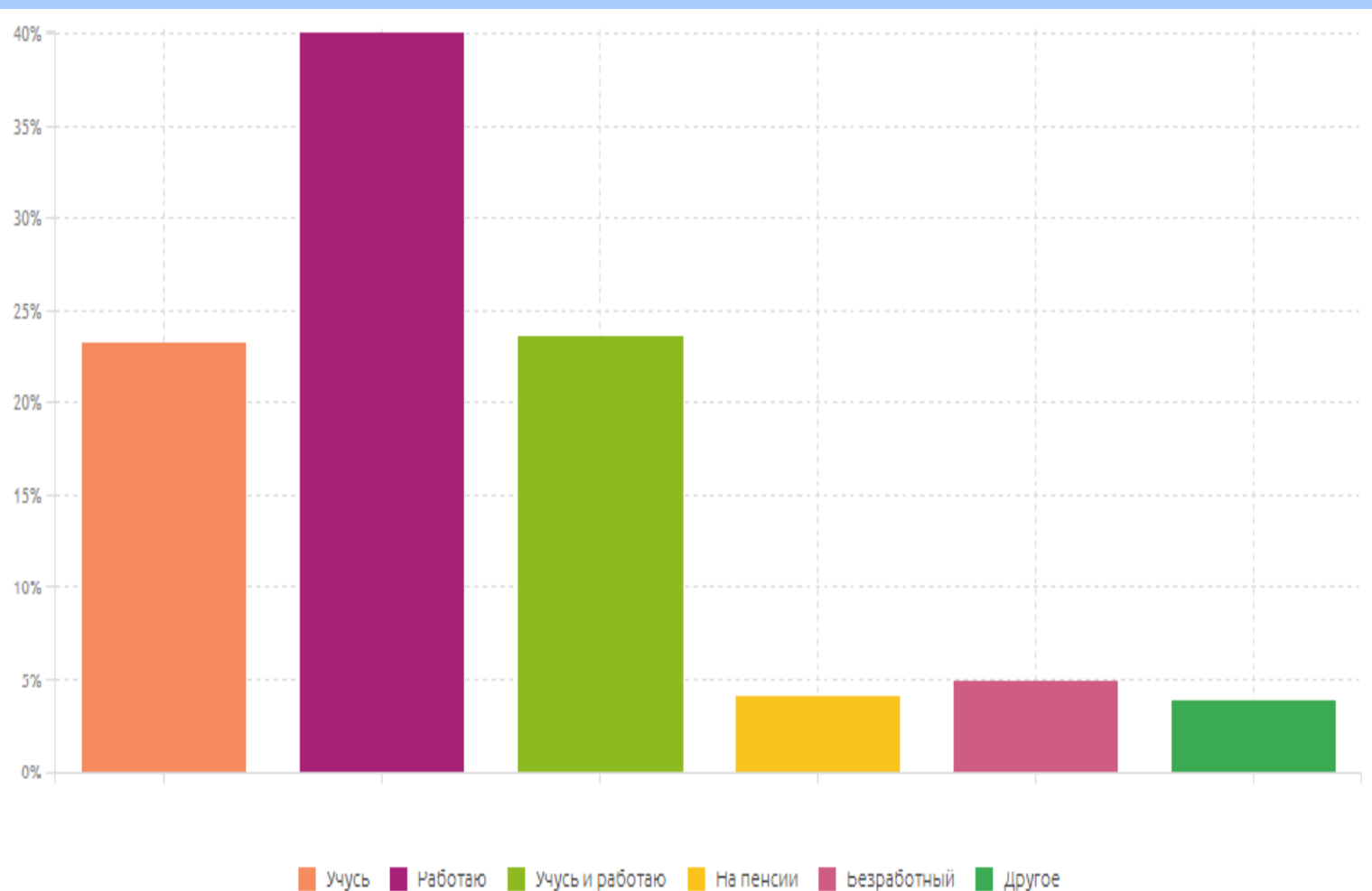
Данный график показывает что наибольшую долю респондентов составляют представительницы женского пола, 59%. Доля представителей мужского пола составляет 41%. Однако, для структуры репрезентативной выборки разница в 18% не является существенной.

Вопрос 3. Укажите, какое образование вы имеете



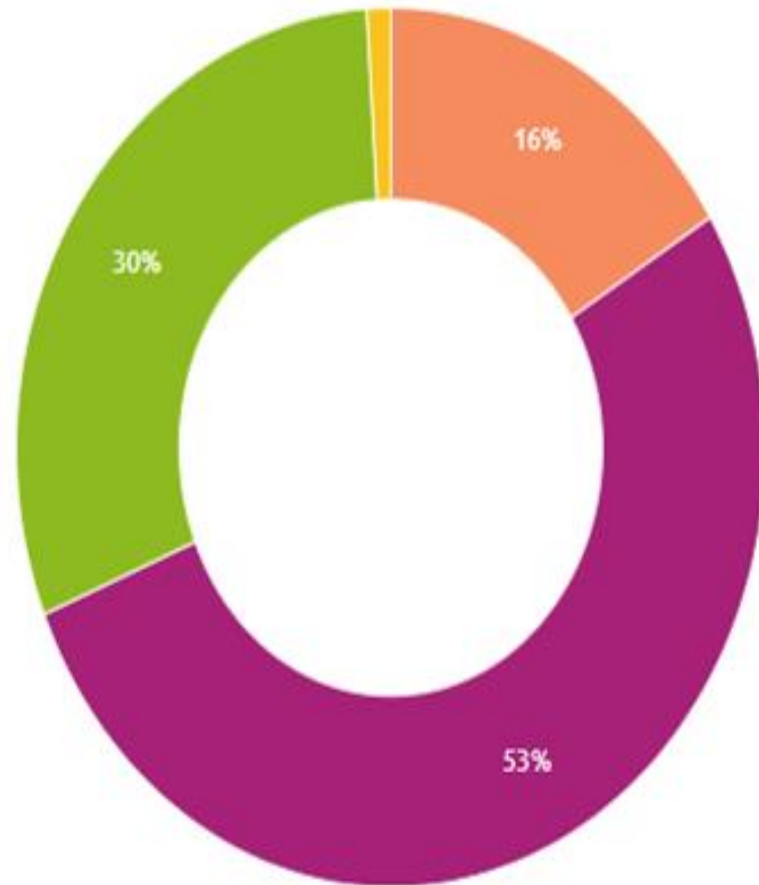
Ответы показывают, что большинство респондентов имеют высшее образование (62%). Среднее-специальное образование имеют 16% респондентов и среднее образование 14%. Это говорит о том что наибольшая часть респондентов уже имеет компетенции в каких-либо сферах, интересующих ФарПост, как работодателя.

Вопрос 4. Укажите род занятий



Результаты ответов свидетельствуют о том, что большинство респондентов работают - 40%, либо учатся или работают (23% и 24%). Не работают 5 % опрошенных респондентов, и только 4% опрошенных находятся сейчас на пенсии. Таким образом, большинство опрошенных респондентов представляют потенциальную аудиторию, которую может заинтересовать работа в ФарПост. Примечательно, что респонденты пенсионного возраста проявили интерес к опросу. Это говорит о том, что и люди “серебряного возраста” потенциально могут представлять интерес в качестве сотрудников для компании

Вопрос 5. Ищете ли вы работу в данный момент?



По диаграмме можно сделать вывод, что большинство респондентов не ищут работу, но рассмотрели бы предложения (53%). Возможно, это связано с тем что респонденты у которых уже есть работа стараются “держаться за неё”, но новые предложения рассмотрели бы. В случае, если другая компания представит бОльшие возможности на новом рабочем месте, они могут проявить интерес к трудоустройству в ФарПост.

30% респондентов ответили что не ищут и не рассматривают предложения, возможно этот фактор выбирали респонденты 17- 25 лет, которые обучаются в школах и в колледжах. Возможно, это уже работающие респонденты, которые не имеют желание изменить место работы. Более детальный анализ массива позволит ответить на данный вопрос.

Да, ищу работу Не ищу, но рассматриваю предложения Нет, не ищу и не рассматриваю предложения Другое

Вопрос 6. Оцените важность фактора при выборе работодателя по шкале от 1 до 10, где 1- совсем не важно, 10- очень важно

Варианты	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Привлекательная заработная плата и премии	0%	0%	0%	1%	1%	3%	3%	6%	6%	9%	72%
Официальное трудоустройство ("белая" зарплата, соц. гарантии по ТК РФ)	0%	8%	3%	4%	3%	10%	6%	6%	8%	7%	46%
Хорошие условия труда (комфортное рабочее место, бесплатное питание)	0%	3%	2%	4%	3%	8%	6%	10%	13%	8%	44%
Корпоративная культура (дресс-код, тренажёрный зал или оплата занятий спортом, обучение и тренинги за счет компании, стиль управления)	0%	16%	6%	8%	4%	18%	8%	7%	6%	4%	23%
Отсутствие переработок, гибкий подход к рабочему времени, возможность удаленной работы	0%	4%	2%	4%	2%	10%	5%	8%	14%	6%	43%
Интересная работа (разнообразные задачи)	0%	1%	1%	2%	2%	8%	6%	8%	13%	8%	53%
Полис добровольного мед. страхования, вакцинация	0%	21%	6%	5%	6%	17%	8%	5%	7%	3%	23%
Бренд работодателя (стабильность, хорошая репутация)	0%	7%	4%	2%	4%	15%	5%	10%	12%	6%	34%
Возможности для профессионального роста	0%	2%	2%	1%	2%	7%	5%	7%	9%	10%	55%
Удобное месторасположение (легко добраться, припарковаться)	0%	4%	3%	2%	4%	8%	5%	7%	14%	6%	45%
Компетентные и современные руководители	0%	2%	1%	1%	2%	9%	6%	7%	12%	9%	53%
Инновационность (использование современных технологий)	0%	4%	2%	3%	4%	15%	11%	8%	12%	8%	34%

Высокая доля респондентов выделила фактор “Привлекательная заработная плата и премии” - 72%, а также “Возможность для профессионального роста” - 55%. Большинство не отвлекаются на вакансию, если указанная ставка ниже рыночной и работа не предполагает дальнейшее развитие. Стоит отметить, что в официальном трудоустройстве заинтересовано около половины опрошенных (46%), можно предположить, что работники не хотят платить налог из-за невысокой зарплаты. Комфортные условия на 10 баллов оценили 44% респондентов. Что говорит о значительности данного фактора.

Вопрос 6. Оцените важность фактора при выборе работодателя по шкале от 1 до 10, где 1- совсем не важно, 10 - очень важно

Немаловажным фактором является “Интересная работа” - 53% опрошенных оценили как “очень важно”. Также выделяют “Компетентные и современные руководители” и “Удобное местоположение” это говорит о том, что к выбору работы относятся серьезно и учитывают все интересующие условия.

Только 34% опрошенных выделили “бренд работодателя” и “инновационность”. Столь низкую заинтересованность респондентов данными вариантами ответов можно объяснить тем, что недостаточно было понятно, что автор анкеты в эти понятия “вкладывает”, или тем, что такие факторы, как размер заработной платы, возможности профессионального роста ит.д. более преобладают в сознании соискателей рабочего места.



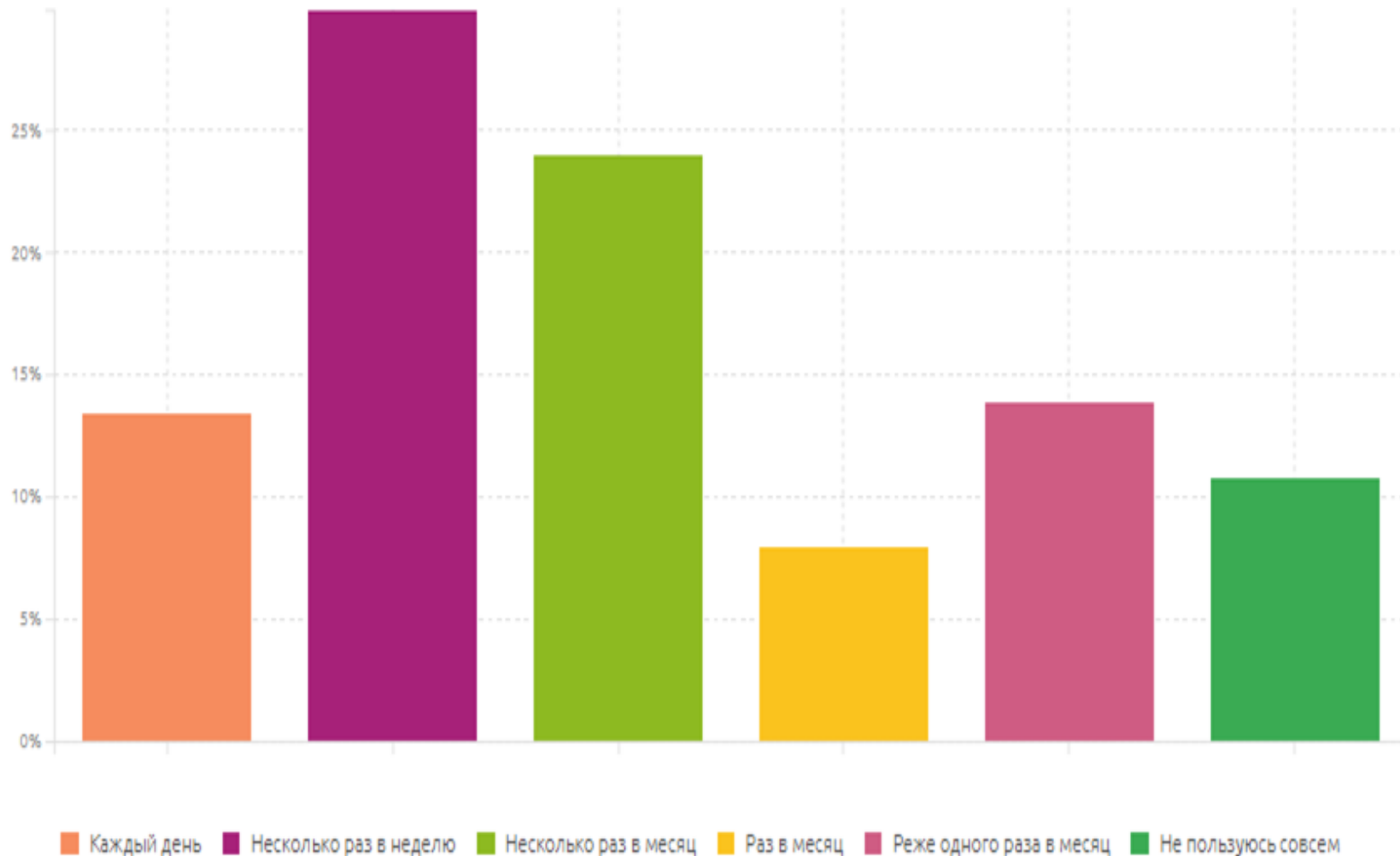
Вопрос 6. Оцените важность фактора при выборе работодателя по шкале от 1 до 10, где 1- совсем не важно, 10 - очень важно

По нашему мнению, если бренд компании “Сильный”, но при этом предлагают заработную плату ниже рыночной, вряд ли это может заинтересовать соискателя. Та же ситуация и с инновационностью компании.

Такие факторы как “Корпоративная культура” и “Полис добровольного мед. страхования, вакцинация” не пользуются популярностью среди потенциальных соискателей



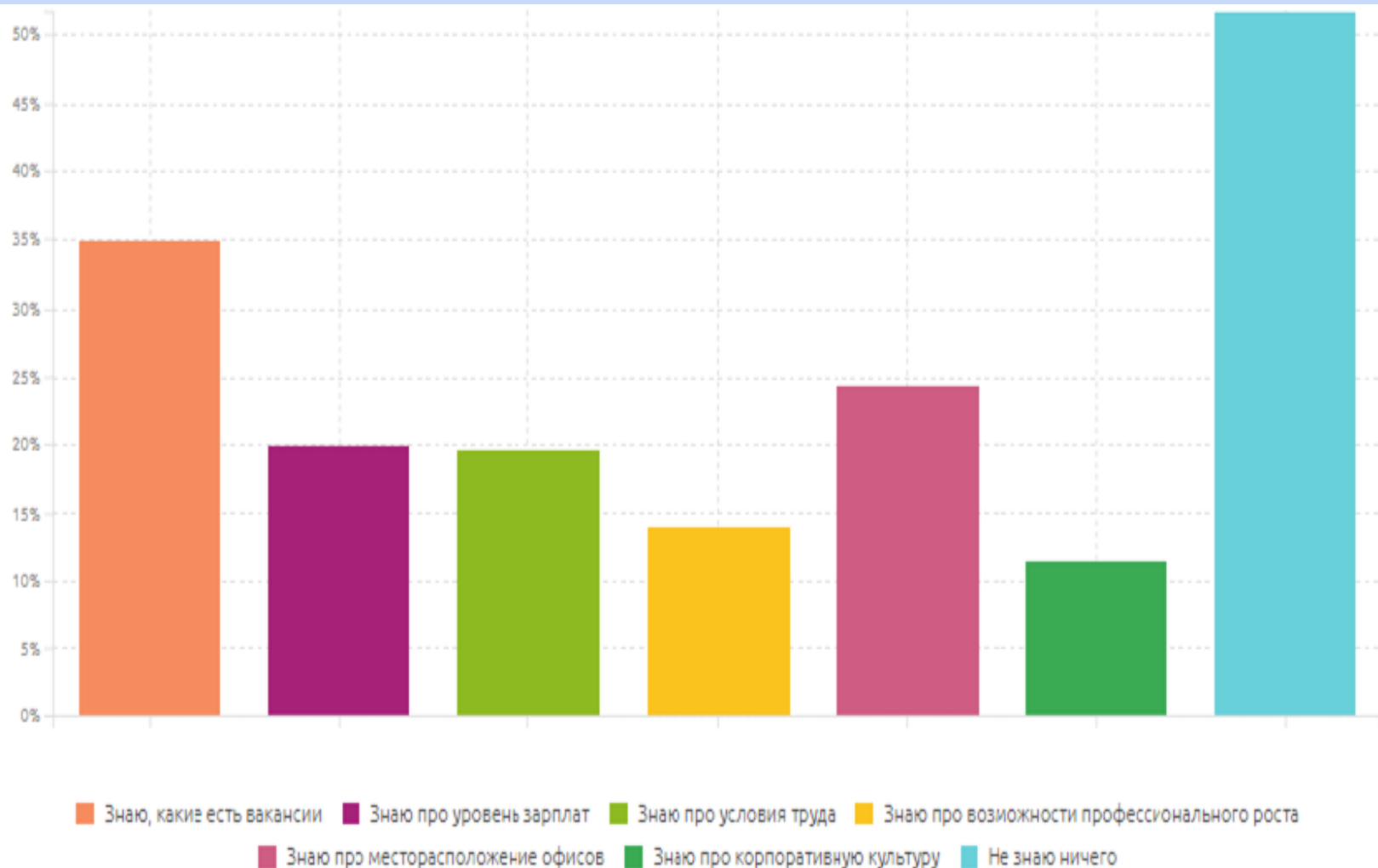
Вопрос 7. Насколько часто вы пользуетесь сайтом FarPost (ФарПост)



По диаграмме видно, что респонденты пользуются сайтом ФарПост часто, а именно несколько раз в неделю (30%) и несколько раз в месяц (24%).

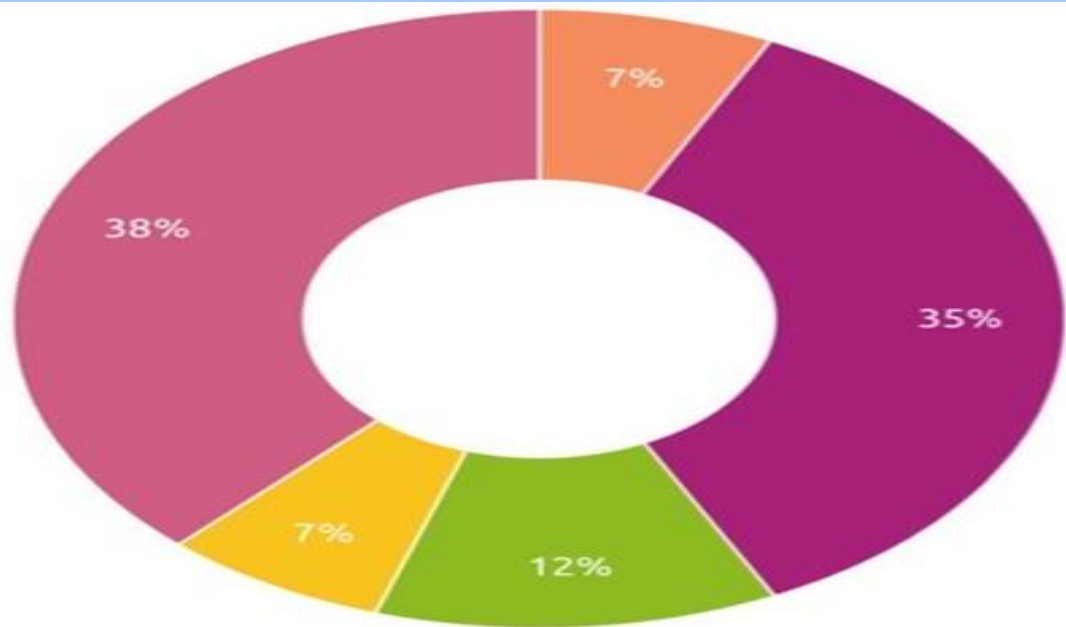
14% респондентов используют сайт ежедневно. 13% - раз в месяц. 14% - реже одного раза в месяц. То есть 95% респондентов лояльны к ФарПост, как к компании, если регулярно используют её ресурс.

Вопрос 8. Что вы знаете о компании FarPost (Фарпост), как о работодателе?



Из данной диаграммы мы видим, что больше 50% респондентов ничего не знают о компании ФарПост, как о работодателе. 35% респондентов знают какие есть вакансии, так как на сайте фарпост очень много предлагается вакансий. 24% респондентов знают о расположении офисов, так как на сайте есть контактная информация. Также 20% респондентов знают уровень зарплат и осведомлены об условиях труда. Возможно, такая информированность респондентов обеспечивается наличием детальной информации на сайте.

Вопрос 9. На сколько вы готовы рассматривать для себя работу в FarPost?



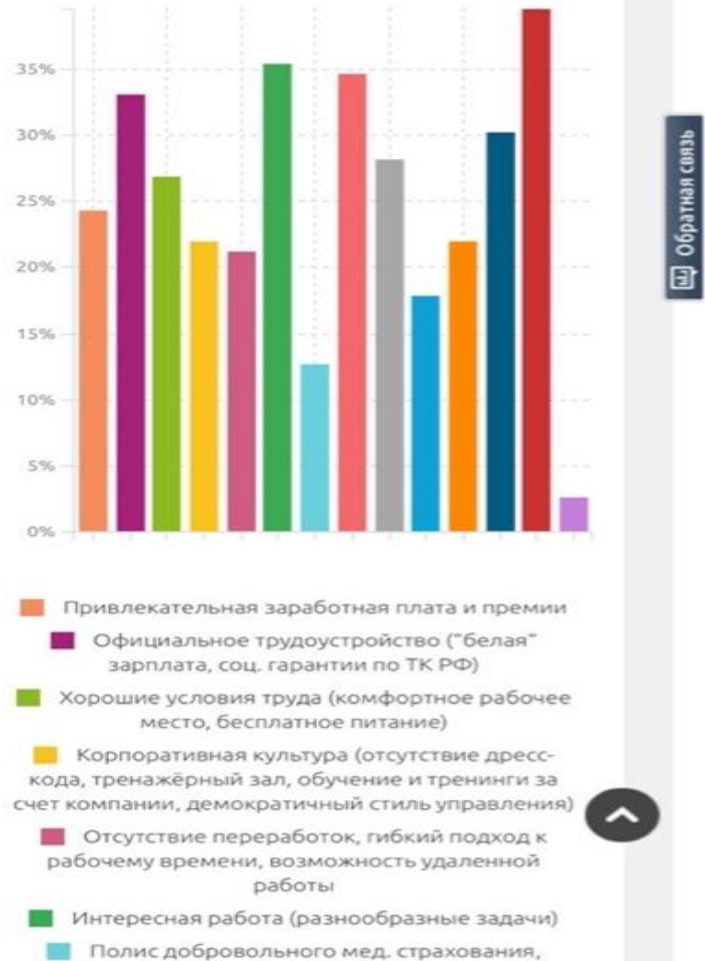
- Очень хотел бы работать в компании FarPost
- Скорее да, готов(а) рассматривать FarPost, как работодателя
- Скорее нет, не заинтересован(а) в вакансиях FarPost
- Точно не хотел бы работать в FarPost
- Затрудняюсь ответить

Данный вопрос имеет большой вес в анкетировании, так как определяет, в целом, отношение опрошенных к компании FarPost

Основная масса опрошенных (42%) положительно относится к компании FarPost, как к работодателю и готовы рассматривать для себя свободные вакансии в данной компании.

Немалая доля респондентов затруднились с ответом - 38%.

Вопрос 10. По вашему мнению, каким их характеристик соответствует FarPost, как работодатель ?

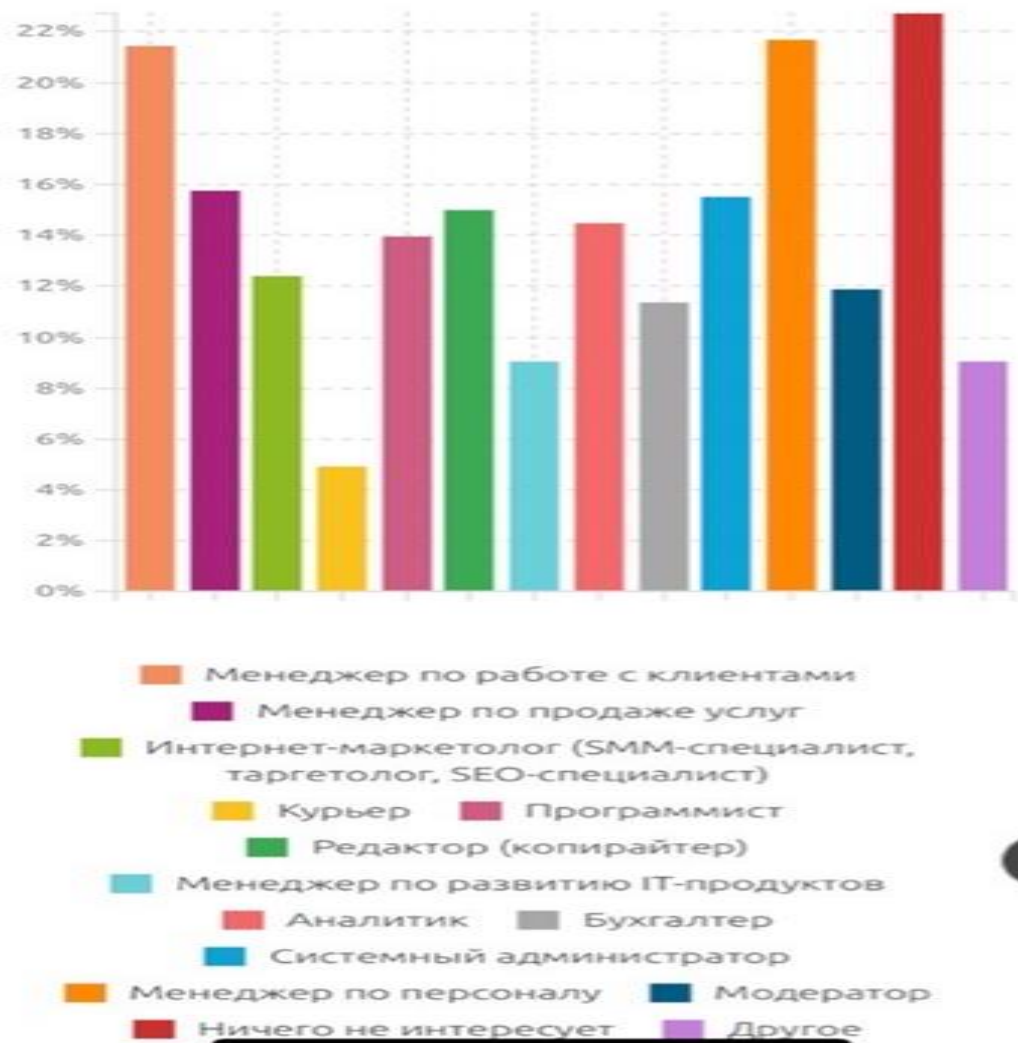


Данный вопрос поставлен для того, чтобы узнать мнение респондентов о компании и провести соответствие с реальностью.

Более 35% опрошенных считают, что в компании FarPost интересно работать(разнообразные задачи), 35% считают, что в данной компании гибкий график и отсутствуют переработки, 34% отметили официальное трудоустройство, 23% отметили хорошие условия труда.

Полис добровольного медицинского страхования вновь остался не достаточно востребованным респондентами.

Вопрос 11. Какие вакансии FarPost могут Вас заинтересовать?

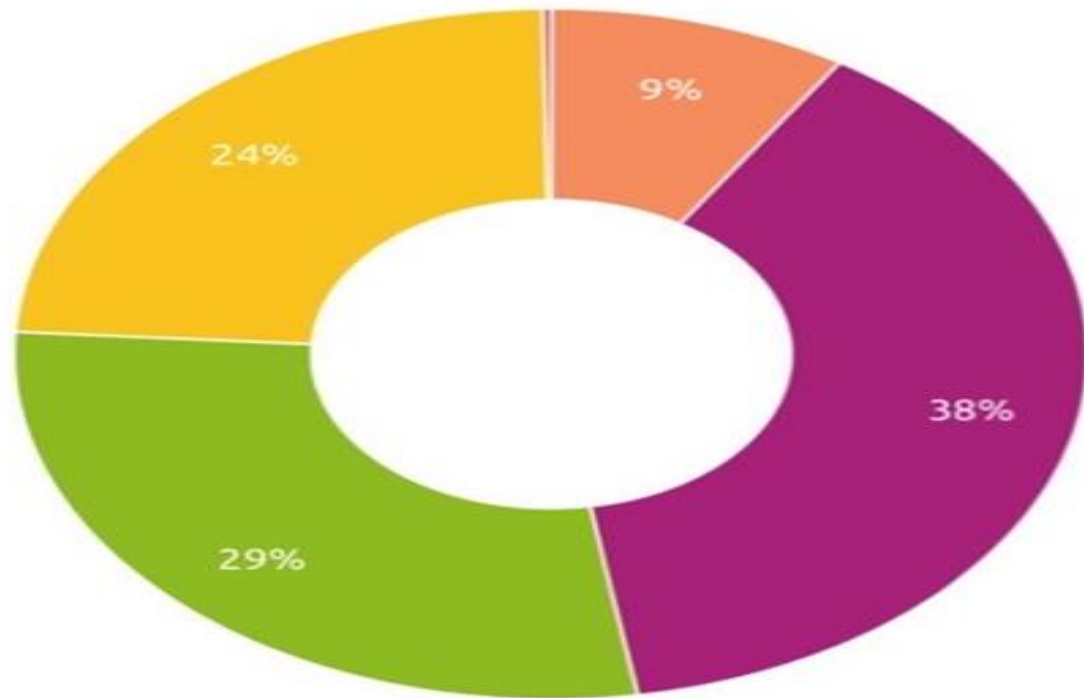


Вопрос был представлен для определения наиболее привлекательных вакансий компании.

Исходя из диаграммы ответов на 11 вопрос, можно сделать вывод, что самые востребованные вакансии среди опрошенных это : Менеджер по работе с клиентами (около 22%), менеджер по персоналу (22%), менеджер по продаже услуг (16%), системный администратор (15%).

Менее востребованные - курьер, менеджер по развитию IT продуктов, бухгалтер, модератор.

Вопрос 12. По Вашему мнению, насколько крупная компания FarPost?

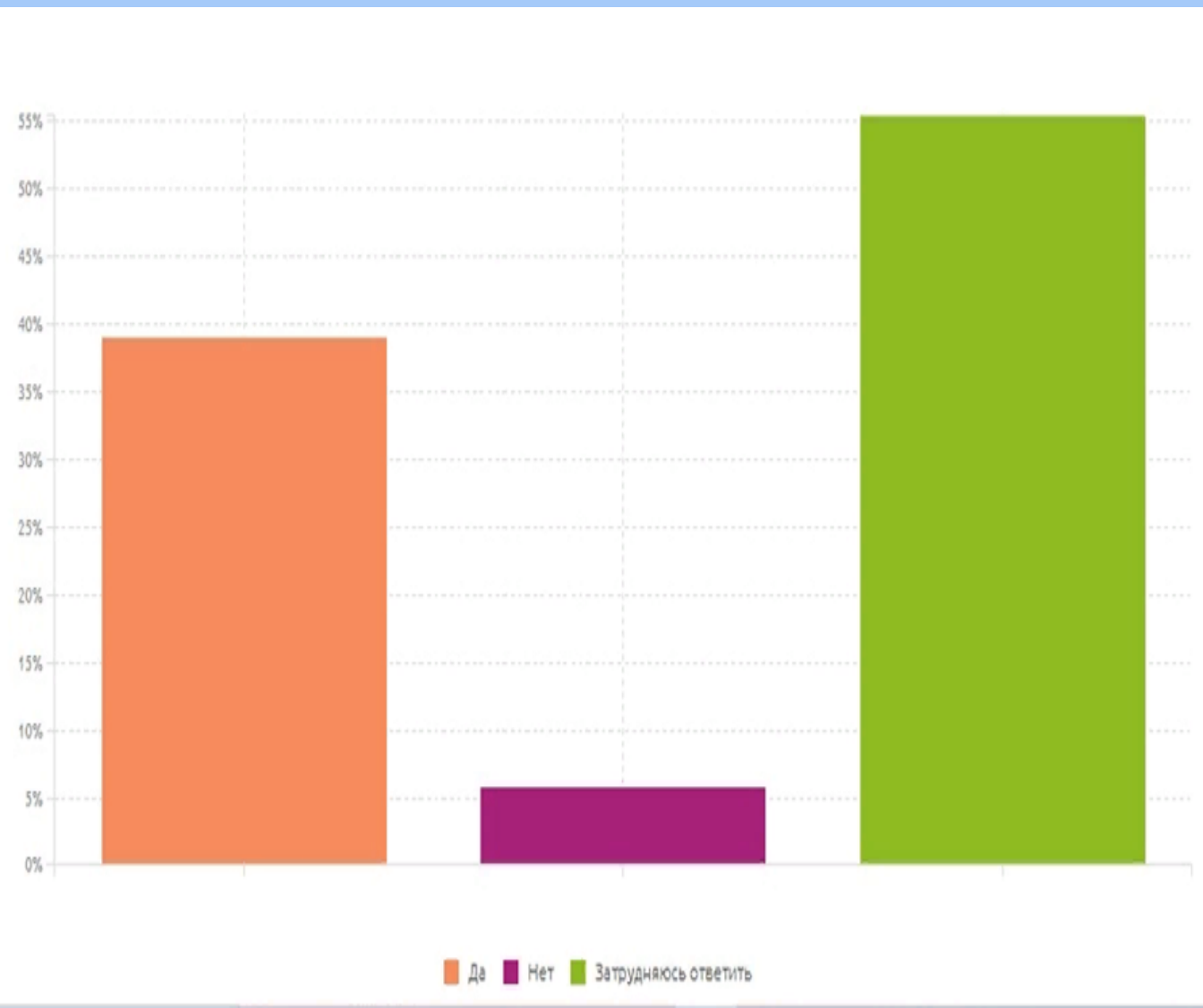


Данный вопрос был поставлен для того, чтобы выяснить, каковы масштабы ФарПост в сознании потенциальных соискателей рабочего места.

Можно сделать вывод, что основная масса опрошенных (38%) предполагает, что FarPost - это средняя по величине компания, 29% считают, что она крупная, 9% считают, что малая и 24% опрошенных затрудняются ответить на этот вопрос.

Таким образом, 67 % респондентов ассоциируют ФарПост, как с большим игроком на региональном рынке.

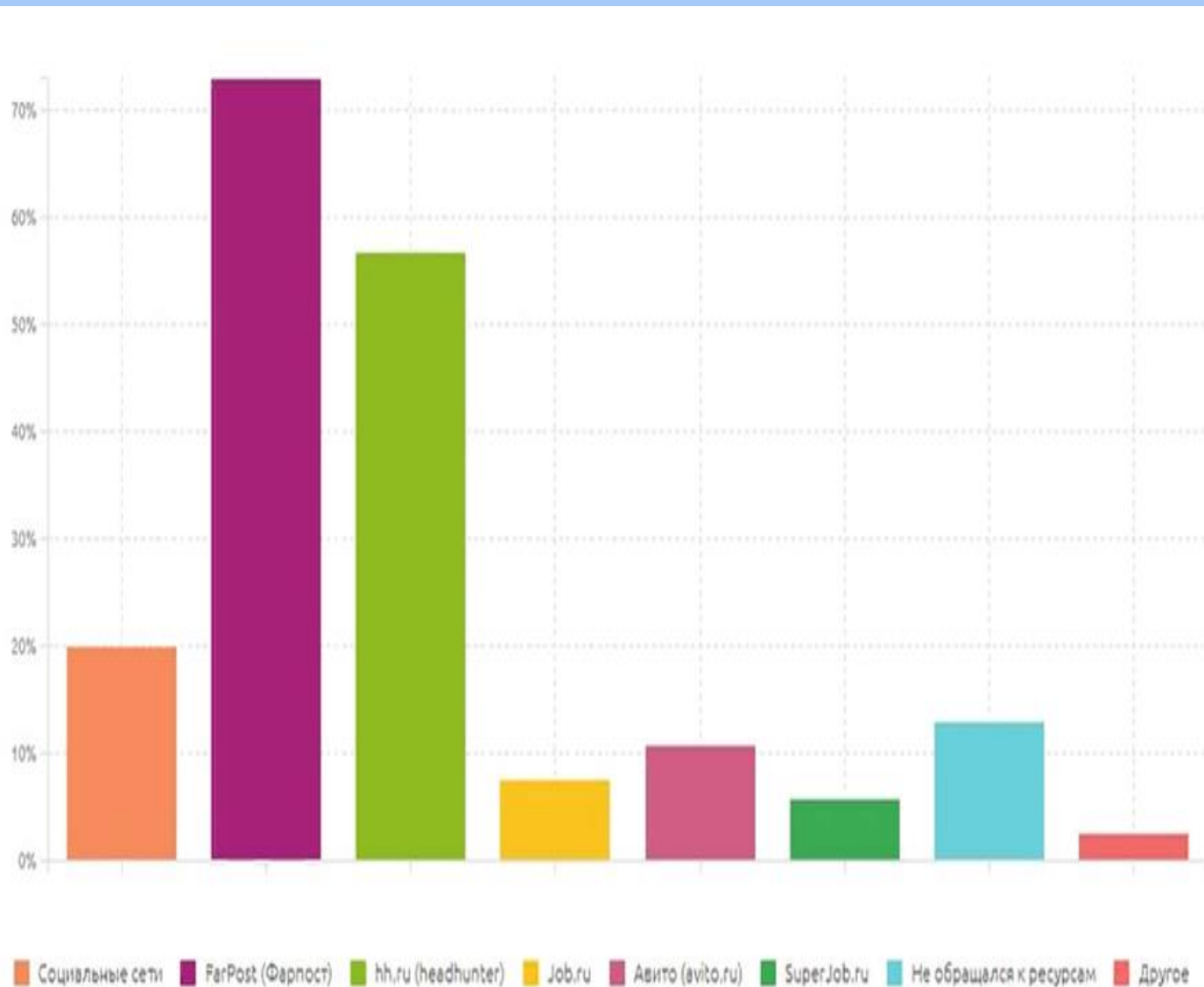
13. Порекомендовали бы вы компанию FarPost (ФарПост), как работодателя своим родственникам, знакомым?



Данный вопрос отражает не только заинтересованность в ФарПост, как в работодателе, но и лояльность респондентов компании.

На диаграмме видим следующую статистику, 55% ответов "затрудняюсь ответить", 38% ответов "да", 7% ответов "нет". На наш взгляд, респонденты могли затрудниться с ответами в случае, если они не имеют привычки давать советы. Или же сложно говорить о советах "в отрыве" от реальных вакансий и возможностей их занять.

14. На какие ресурсы Вы , как правило , обращаетесь при поиске работы ?

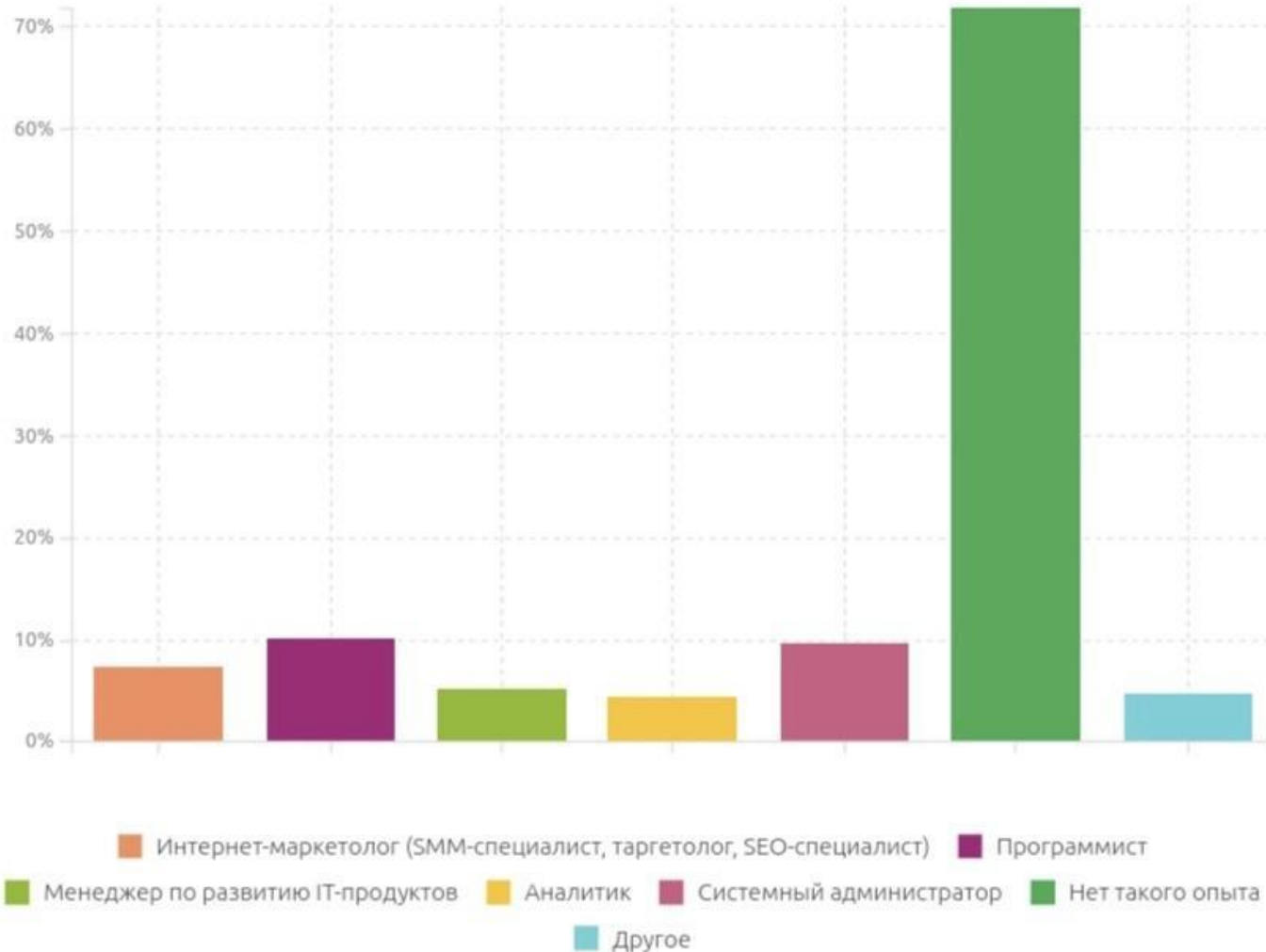


Данный вопрос показывает на какие ресурсы обращает внимание респондент при поиске работы.

Диаграмма нам показывает следующую последовательность. Наибольший удельный вес занимает FarPost (75 %), наименьший SuperJob.ru. (7 %).

Можно сделать следующий вывод, FarPost занимает лидирующее место среди всех интернет-ресурсов по поиску рабочих мест в регионе.

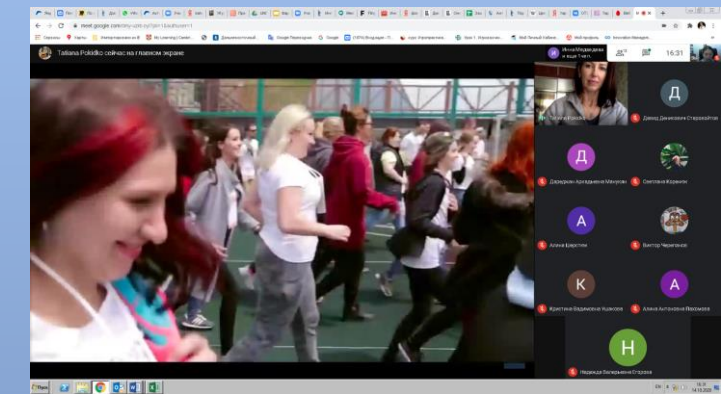
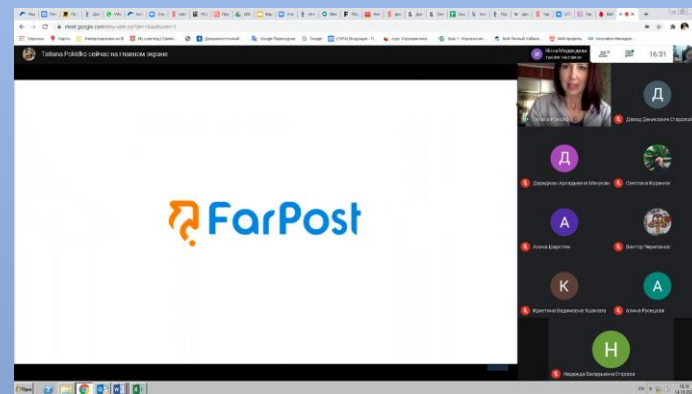
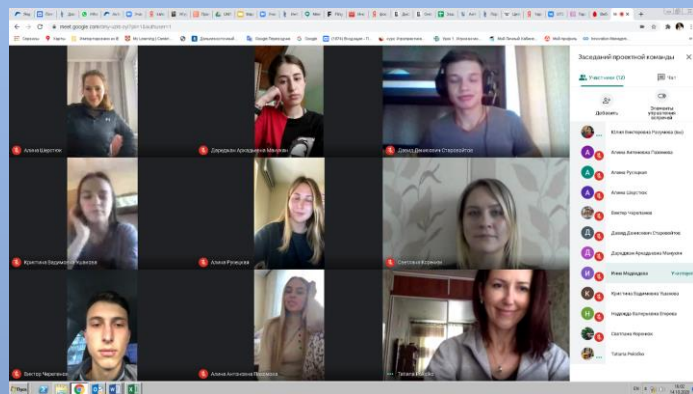
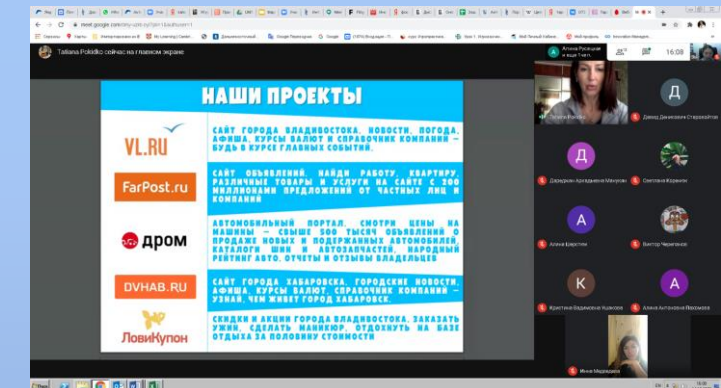
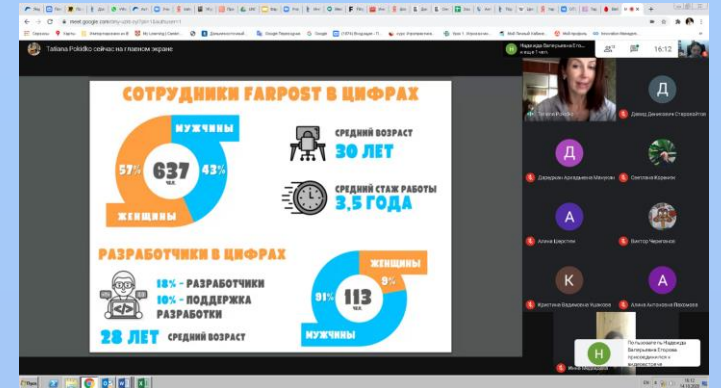
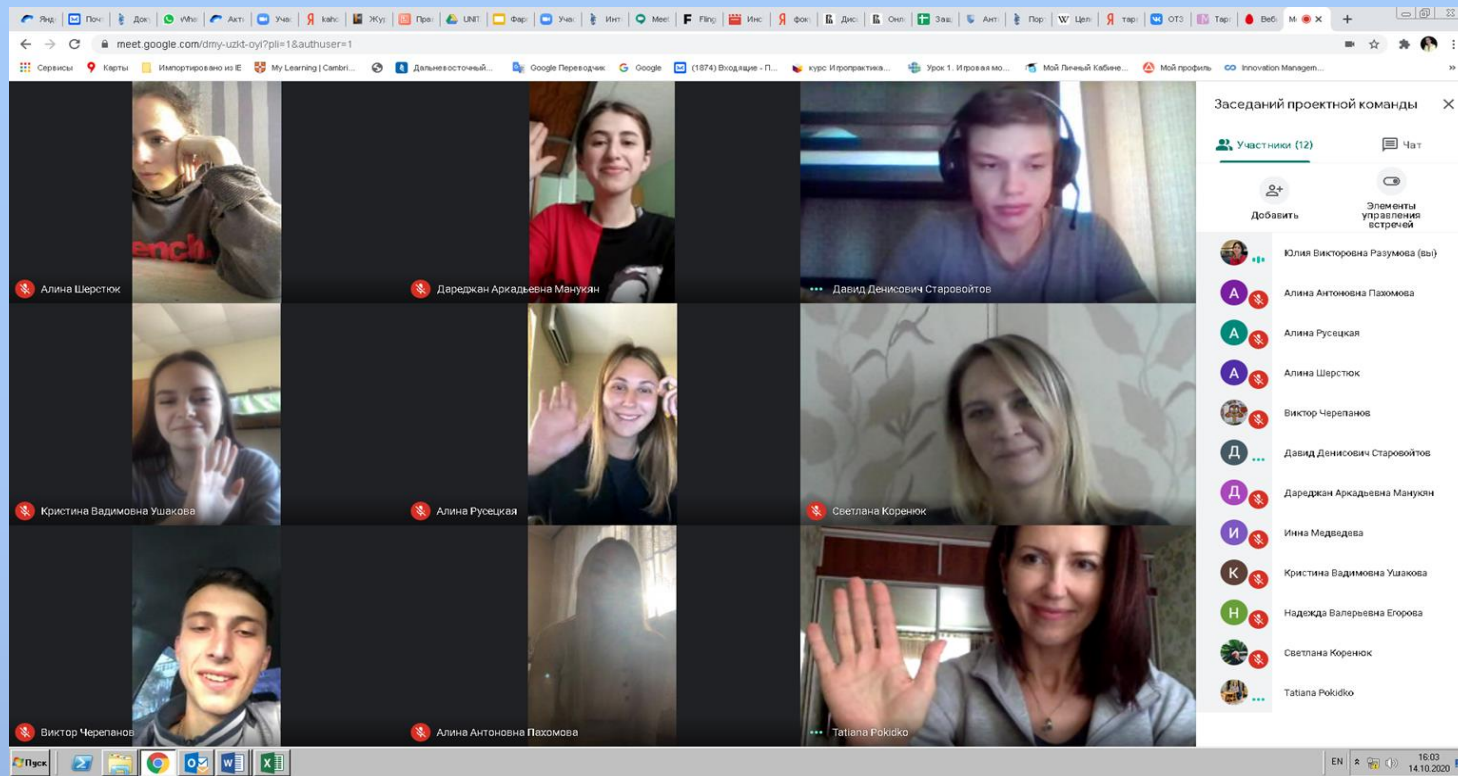
15. Если ли у вас опыт работы в должности , связанной с информационными технологиями или веб-разработкой?



Данный вопрос отражает статистику ответов по респондентам, имеющим опыт в IT сфере.

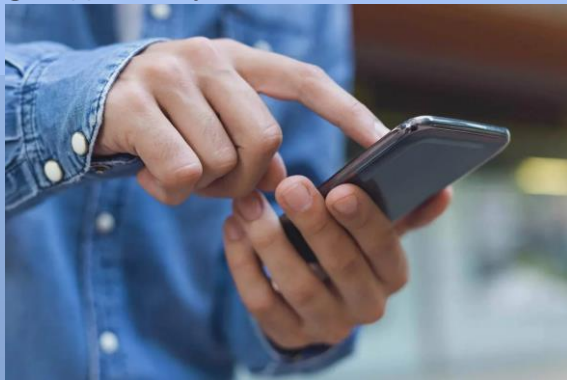
Мы видим, что наибольшее количество людей не имеет опыта (75%), наименьшее - аналитик (6%).

Наши встречи



Результаты проекта:

- Анкета: перечень вопросов, согласованный с заказчиком, размещена на электр ресурсе Anketolog.ru, распространена через социальные сети и личные контакты.
- Результаты анкетирования в таблицах Microsoft Excel. Переданы заказчику
- Результаты анкетирования проанализированы и представлены в презентации Power Point. Согласованы с заказчиком и будут доработаны.



Отзыв Заказчика

Хочу поблагодарить команду студентов и руководителя проекта за проведённую работу. Наша компания FarPost существует на рынке Владивостока уже более 20 лет и известна своими продуктами почти каждому жителю. Самые значимые из них - это сайты FarPost.ru, VL.ru, проекты по покупке билетов на городские мероприятия, доставка еды из различных заведений города, бронирование баз отдыха в Приморском крае и многие другие. Но, впервые мы решили провести исследование нашего бренда, как компании работодателя.

Ребята проделали большую работу по изучению предметной области нашего запроса, сбора и анализа данных.

Результаты работы имеют для нас практическую ценность. Мы получили реальное представление о том, что думают о работе в нашей компании жители города и возможно наши будущие сотрудники.

Уточненные данные анализа ответов нашей целевой аудитории (специалистов, имеющих отношение к сфере информационных технологий) мы учтем при составлении плана мероприятий по позиционированию компании FarPost на рынке, как работодателя.

Я верю, что работа над нашим проектом помогла студентам применить на практике, уже имеющиеся у них знания и расширила круг их компетенции в части проведения социологических исследований.

С наилучшими пожеланиями,

Татьяна Покидько



Татьяна Покидько,
Директор по
персоналу
ООО “ФарПост”

АКТ ВЫПОЛНЕННЫХ РАБОТ

Приложение № 2
к Соглашению
от 05 марта 2020 г.

Акт об оказании услуг

г. Владивосток

" ____ " _____ 2021 г.

ООО «ФарПост», именуемое в дальнейшем «Заказчик», в лице директора Николаева Егора Александровича, действующего на основании Устава, с одной стороны, и **Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»**, именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице проректора по учебно-воспитательной и научно-исследовательской работе Голикова Сергея Юрьевича, действующего на основании доверенности № 38 от 10 марта 2020 г., с другой стороны, именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящее Соглашение о нижеследующем:

1. В соответствии с Соглашением о взаимодействии по реализации проекта от «05» марта 2020 г. (далее - Соглашение) Исполнитель оказал, а Заказчик принял следующие услуги: обработанные результаты исследования в соответствии с требованиями к результату проекта, указанными в Техническом задании (Приложение № 1 к Соглашению).
2. Услуги оказаны в срок с 15.10.2020 г по 18 января 2021 г
3. Стороны взаимных претензий не имеют.
4. Акт составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

Исполнитель:
Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский
государственный университет экономики
и сервиса»

Проректор по учебно-воспитательной и
научно-исследовательской работе



/Голиков С.Ю./

Заказчик:
ООО «ФарПост»
ИНН/КПП 2536133126/253601001
ОГРН 1032501290227

Директор ООО «ФарПост»

/Е.А. Николаев/



**Благодарим ФарПост за
заявку!**

**Готовы выполнить ещё один
проект!**