

Munkaerőpiaci-preferencia felmérés 2020

Munkavállalói preferencia kutatás és
munkáltatói márkapercepció felmérés

Összefoglaló az eredményekről



Tartalom

- | | |
|---|---|
| | |
| 1 | A felmérés bemutatása |
| 2 | A felmérés tartalma |
| 3 | Az eredmények összefoglalása |
| 4 | Részletesebb munkaerő-piaci betekintés lehetősége |



**Bencze Róbert**

Igazgató
PwC Magyarország
+36 30 870 3585
robert.bencze@pwc.com

**Örkényi Zoltán**

Menedzser
PwC Magyarország
+36 30 590 0308
zoltan.orkenyi@pwc.com

Tisztelt Róth-Kovács Frida!

A PwC Magyarország már negyedik alkalommal végzi el éves munkaerőpiaci-preferencia felmérését, partnerségben a hazai vállalati szférával, felsőoktatási és középfokú oktatási intézményekkel, kamarákkal és egyéb ernyőszervezetekkel, önkormányzatokkal, valamint a non-profit szféra legkülönbözőbb szereplőivel. Köszönjük ezúton is a Széchenyi István Egyetem érdeklődését, valamint részvételüket e kutatásban! Örömmel osztjuk meg Önökkel az eredmények összefoglalóját e riport formájában, melyek bízunk benne, hogy támogatni tudják majd munkájukat!

Kutatásunk az évek során Európa legnagyobb ilyen típusú felmérésévé és adatbázisává nőtte ki magát, melyhez az idei évtől 10 további ország is csatlakozott. Kutatásunk immáron a teljes munkaerőpiacot lefedi: az eddigi munkavállalói-preferencia felmérés az idei évben egy izgalmas munkáltatói márkapercepció felméréssel is kiegészült, továbbá az Y és Z generáción felül immáron valamennyi korcsoport munkáltatókkal szembeni elvárásait is mérjük. Célunk ugyanakkor változatlan: partnereinket megbízható és friss adatok birtokában kívánjuk segíteni, hogy minél inkább megfelelhessenek a munkavállalók változó elvárásainak és ezáltal tényalapon legyenek képesek munkáltatói márkauzeneteik és értékígéretük optimalizálására. E küldetésünknek az idei évben további nyomatékot ad az is, hogy 2020-ban az egészségügyi vészhelyzet következtében alapjaiban változtak meg a vállalati és egyetemi működés és munkavégzés körülményei, mely jelentősen és részint tartósan változtatta meg a munkavállalók, hallgatók preferenciáit is.

Korábbi ígéretünknek megfelelően szeretnénk megosztani egy rövid összefoglalót országos kutatásunk eredményeiről, valamint a Széchenyi István Egyetem munkavállalóinak és hallgatóinak válaszaikról. Bízunk benne, hogy rövid összefoglalónkat hasznosnak találják majd!

Örömmel folytatjuk Önökkel a beszélgetést és mesélünk kutatásunk további összefüggéseiről is. Kérem, keressenek minket bizalommal!

Tisztelettel:

Bencze Róbert és Örkényi Zoltán

1

A felmérés bemutatása

1.1 A felmérés jelentősége, célja és gyakorlati alkalmazhatósága

A munkavállalók gondolkodásának részletes, adat alapú feltárása

A PwC Magyarország immár negyedik alkalommal végezte el munkaerőpiaci-preferencia felmérését, melyhez **az idei évben Magyarországon felül már 10 további ország is csatlakozott.** A kutatás célja, hogy **friss és részletes adatok birtokában** (korcsoportokon, iparágakon és földrajzi térségeken átívelően) segíthessük partnereinket és a vállalatokat annak megértésében, hogy **milyen szempontok is vezérlik célcsoportjaik munkaerő-piaci döntéseit, milyen elvárásokat fogalmaznak meg** velük szemben (különösen a mostani, rendkívüli helyzetben). Kutatásunk az idei évben már a teljes munkaerőpiacot lefedi: **az Y és Z generáció mellett immáron a tapasztaltabb munkavállalói csoportok is megszólításra kerültek,** továbbá jelentős adatbázist sikerült kiépítenünk a felmérés válaszadói szerinti fontosabb hazai munkáltatókkal kapcsolatos percepciókról is (**munkáltatói márkapercepció kutatás**). E kutatás a berögzült hiedelmek helyett tények és adatok segítségével nyújt támogatást a **munkaerő megszólításához és a megtartásukkal összefüggő döntések** megalapozásához.



A felmérés célja

A munkaerő-piaci célcsoportok elvárásainak és percepcióinak valós idejű és pontos megismerése.

A munkaerő bevonzásával és megtartásával kapcsolatos vállalati stratégiák és döntéseinek adat alapú támogatása.

A járványhelyzet munkaerő-piaci preferenciákra gyakorolt hatásának feltárása, az ahhoz való hatékony alkalmazkodás lehetőségének megteremtése.



Az eredmények gyakorlati alkalmazhatósága

A munkavállalói élmény fejlesztésére irányuló döntések megalapozása.

A munkáltatói értékígéret célcsoportonkénti optimalizálása.

A munkáltatói márkához kapcsolódó percepciók megismerése és potenciális versenytársakkal való összevetése.

1.2 Kutatásunk és adatbázisunk kiemelt jellemzői

Európában is egyedülálló, komplex megközelítés, „okos” felmérés



Komplex mérési megközelítés, magas adatminőség, mely és részletes betekintés

Mesterséges intelligenciával megtámogatott komplex mérési megközelítésünk jóval magasabb adatminőséget tesz lehetővé, mint a hagyományos kérdőívek. A felmérés során abszolút és relatív preferenciákat, továbbá a vizsgált tényezők közötti átváltások (trade-off) megítélését is mérjük. A gyűjtött demográfiai és egyéb adatok számossága ezernyi metszet vizsgálatát teszi lehetővé, mely így akár városonként, korcsoportonként, szektoronként, végzettség vagy a mobilitási szándék alapján is képes a munkaerő-piaci célcsoportok preferenciáinak pontos és részletes feltárására. Kutatásunk során minden olyan elem kapcsán vizsgáljuk a preferenciákat, melyek hatással lehetnek a munkavállalói élmény alakulására és a munkáltatói márka vonzerejének megítélésére.

- ✓ Mesterséges intelligencia alapú online, „okos” kérdőív
- ✓ 400+ algoritmus méri az abszolút és relatív preferenciákat
- ✓ Célzott, különböző bontású elemzések, testreszabhatóság
- ✓ 12 fókuszterület és 55 tényező egyidejű vizsgálata



Európa legnagyobb munkaerőpiaci-preferencia felmérése és adatbázisa

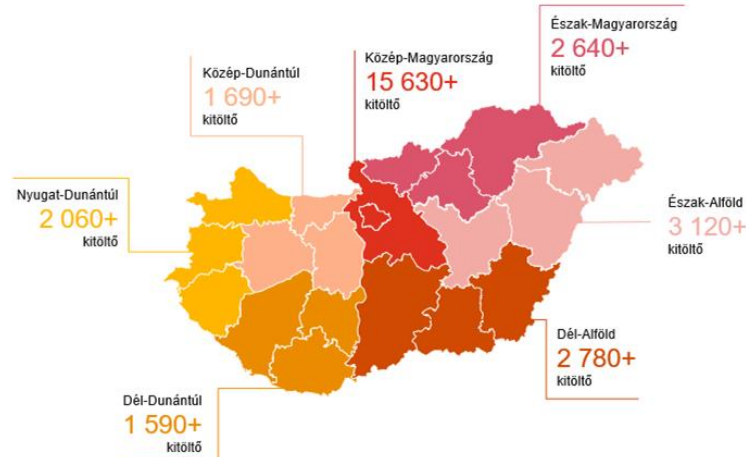
Megközelítésünk és a **magas adatmennyiség** lehetővé teszi, az országosan felül **területi és megyei** szintű elemzéseket is készítsünk.

Magyarországi válaszadók

száma összesen: **91 000+**

Európai válaszadók száma

összesen: **44 200+**



1.3 Továbbfejlesztett, teljeskörű munkaerő-piaci felmérés

Új tényezők és fókuszterületek

Annak érdekében, hogy a munkaerő-piaci elvárások terén eddig nem látott mély betekintésre és részletes adatokra tehesünk szert, az idei évtől még tovább bővítettük a vizsgált tényezők és fókuszterületek számát: összesen 55 tényezőt vizsgálunk 12 fókuszterület mentén. E bővítés lehetővé teszi a nemzetközi és hazai munkaerő-piaci trendek nyomon követését, valamint minden olyan tényező lefedését, melyek meghatározók lehetnek a munkahelyválasztás során.

2020-tól felmérésünk kiterjed az egyes munkáltatói márkákkal kapcsolatos percepciókra is, így a vállalatok tiszta képet kaphatnak arról, miként vélekednek róluk a munkaerőpiacon. A részletes adatgyűjtés révén lehetőség adódik arra is, hogy mindezt célcsoportok mentén tárjuk fel és felrajzoljuk egy-egy vállalat relatív pozícióját a piacon.

Munkáltatói márka-percepciók megismerése



A szenior munkavállalók beemelésé

Az idei felmérés részeként a Z és Y generáció mellett már kiemelt figyelmet fordítottunk a tapasztaltabb munkavállalókra és korcsoportokra is, így kutatásunk már a munkaerőpiac valamennyi szegmensét lefedi. Bővült a begyűjtött demográfiai adatok köre is, mely még mélyebb elemzéseket és támogatást tesz lehetővé.

Az idei évben Magyarországon felül már 10 európai ország (illetve Dél-Afrika) csatlakozott felmérésünkhöz, így idén először nemzetközi preferencia adatokkal is rendelkezünk. A nagy mennyiségű, nemzetközi adat európai összehasonlító elemzéseket tesz lehetővé.



A felmérés európai színpadra lépése

1.4 Az Év Legvonzóbb Munkahelye díj és díjkiosztó esemény



A PwC Magyarország minden évben sajtónyilvános esemény keretében osztja ki az **Év Legvonzóbb Munkahelye** díjakat (összesített első és tíz iparági helyezéseket) a kutatás eredményei alapján. Az idei díjátadó időpontja: 2020. november 17.

A díjak a PwC munkavállalói preferencia felmérése alapján kerültek kiosztásra. A felmérés részeként – az idei évben közel 35.000 kitöltőtől – azt kérdeztük, melyek számukra a legvonzóbb hazai munkáltatói márkák. A nominálás (top-of-mind válaszadás), majd a díjak feletti ítéletet is maga a munkaerőpiac mondja ki, mely még erősebb visszajelzést így a díjazottaknak. A díjak 10 iparági kategória mentén kerülnek kiosztásra.

A 2020-as év nyertesei



2

A felmérés tartalma

2.1. Vizsgált fókuszterületek

Felmérésünk holisztikus megközelítése révén valamennyi olyan területen méri a munkavállalók preferenciáit, melyek meghatározóak munkahelyválasztásuk során és hatással lehetnek a munkáltatói márkával kapcsolatos percepciók alakulására. Többéves tapasztalatunk, nemzetközi ismereteink, ügyfeink visszajelzései, valamint munkaerő-piaci trendek alapján az idén már 12 fókuszterületen végeztük el méréseinket.

Fókuszterületek

Fizetés és bónuszok 	Személyes és szakmai fejlődés 
Egyéb nem pénzbeli juttatások 	Karrier 
Transzparens vállalati működés 	Munka és magánélet egyensúly 
Munka tartalma 	Nemzetköziség 
Vállalati kultúra 	Humán környezet* 
Vállalat megítélése 	Fizikai munkakörnyezet* 

*Ezt a két fókuszterületet a „Munkakörnyezet” kettéválasztásával hoztuk létre.



2.2 A felmérésben vizsgált 55 preferencia tényező

A 12 fókuszterület részeként mintegy 55 tényező mentén vizsgáljuk a munkavállalók és a munkaerőpiac preferenciáit és elvárásait. E tényezők igen sokrétűek és magukban foglalnak mindent, mely befolyásolhatja a munkavállalók megélését és preferenciáit, így pénzbeli és nem pénzbeli elemeket egyaránt (pl.: a munka társadalomra gyakorolt pozitív hatása vagy a digitális készségfejlesztés). Az ideai tényezők már figyelembe veszik a jelenlegi járványhelyzet miatti megváltozott körülményeket és elvárásokat is (pl.: távmunka, egészségmegőrző szolgáltatások, munkahely biztonsága, stb.).

Munka tartalma

- Érdekes és kihívást jelentő munka
- A munkakör és feladatok változatossága
- Egyéni felelősségvállalás és autonómia lehetősége
- A munka társadalomra gyakorolt pozitív hatása

Fizikai munkakörnyezet

- Modern technológia (eszközök és rendszerek)
- Munkahely megközelíthetősége
- Jóllétet, kényelmet támogató fizikai környezet
- Inspiráló irodai környezet

Humán környezet

- Közvetlen felettes vezetői stílusa
- Közvetlen munkatársak
- Egyéb együttműködő partnerek (ügyfelek és egyéb munkatársak)

Fizetés és bónuszok

- Alapbér
- Túlórákifizetés
- Mozgóbér (teljesítmény alapú kifizetések)
- Bónusz

Vállalat megítélése

- Vállalati márkanév
- Céges társadalmi felelősségvállalás (CSR)
- A vállalat profilja, tevékenysége
- Munkahely biztonsága (pl. gazdasági visszaesés idején)
- A vállalat termékeinek és szolgáltatásainak népszerűsége és elismertsége

Transzparens vállalati működés

- Átlátható, kiszámítható karrierút
- Átlátható és méltányos kompenzációs rendszer
- Vezetői elérhetőség és bizalom
- Vezetői közvetlen, nyílt és őszinte kommunikáció
- Vállalati jövőkép és stratégia

Nemzetköziség

- Nemzetközi projektekben való részvétel (hazai munkavégzéssel)
- Külföldi képzéseken és eseményeken való részvétel
- Lehetőség külföldi munkavégzésre (állandó vagy projekt jelleggel)

Karrier

- Hazai karrierlehetőségek vállalaton belül
- Nemzetközi karrierlehetőségek vállalaton belül
- Előrelépés gyorsasága
- Valós teljesítményen alapuló előmenetel - hiteles és méltányos teljesítményértékelés

Munka és magánélet egyensúlya

- Rugalmas munkarend és munkaidő
- Távmunka (Home Office)
- Sabbatical (általában fizetés nélküli, "alkotói" szabadság)
- Rész munkaidős és egyéb atipikus foglalkoztatási formák
- Kiszámítható időbeosztás

Vállalati kultúra

- Csapatmunka és együttműködés
- Munkatársak általi innováció ösztönzése
- Rendszeres visszajelzés (feedback kultúra)
- Rendszeres céges csapatépítések és közösségi programok
- Esélyegyenlőség fizetés és karrier terén (pl. nők és férfiak között)

Egyéb nem pénzbeli juttatások

- Cafeteria
- Lakhatást megkönnyítő vállalati támogatási formák
- Egészségmegőrző szolgáltatások és kezdeményezések
- „Házhoz jövő” vállalati kényelmi szolgáltatások
- Nyugdíjpénztár
- Telefon magáncélra
- Családhoz és gyermekgondozáshoz kapcsolódó szolgáltatások és programok
- Mentális egészséget támogató szolgáltatások

Személyes és szakmai fejlődés

- Üzleti és szakmai képzések
- Személyes készségfejlesztés
- Digitális készségfejlesztés
- Felsőfokú tanulmányok támogatása
- Vállalati coaching / mentoring program

3

Az eredmények
összefoglalása

3.1 A felmérés számokban



14%

középiskolában tanul



35%

egyetemi hallgató*

*tanulmányai mellett dolgozhat is



50%

dolgozik*

*ideértve a dolgozó egyetemi hallgatókat is



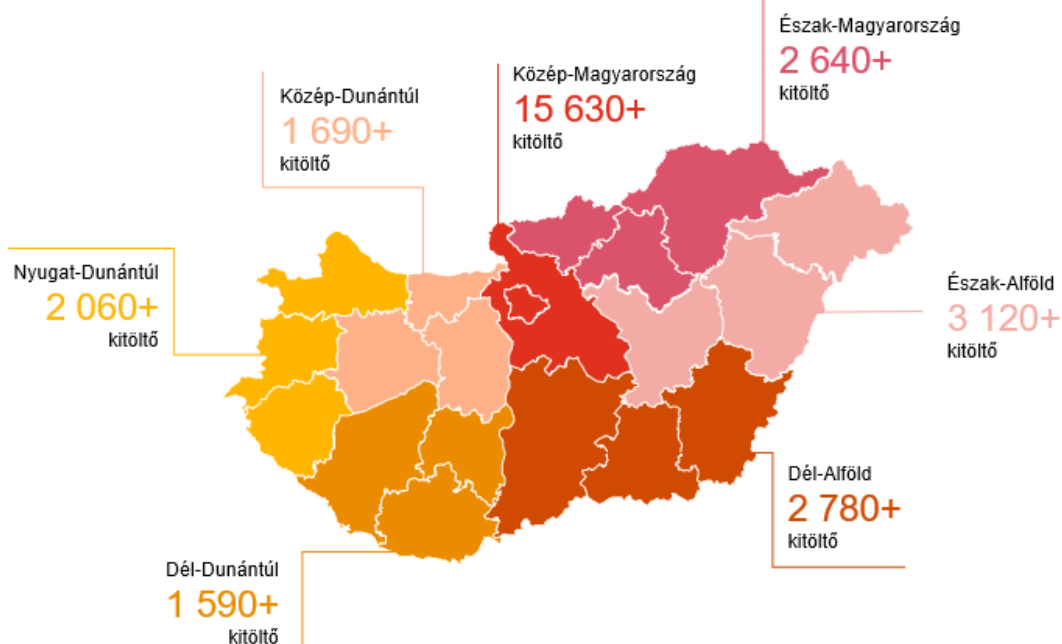
50+

résztevő tankerület,
közoktatási valamint egyházi
intézmény



21

résztevő felsőoktatási
intézmény



35 000+
új válaszadó 2020-ban

**Összesen
91 000+**
preferencia profilból álló
adatbázis

3.2.1 Hazai eredmények 2019-2020

Az aggregált adatok szerinti relatív preferencia sorrend első tíz eleme



Az **alapbér** fontossága kiugróan megnőtt a tavalyi évhez képest, ami a pandémia okozta bizonytalansággal magyarázható. A **rugalmas munkarend** és a **kiszámítható időbeosztás** idén a listánk második és harmadik helyét foglalják el. A **közvetlen munkatársak** szerepe is felértékelődött, ellenben a **közvetlen felettes vezetői stílusa** idén kevésbé fontos a munkavállalóknak. A tavalyi felméréshez képest az egyik újonnan bevezetett elemünk, a **felsőfokú tanulmányok támogatása** is bekerült a TOP 10 preferencia közé.

2019

- | | |
|-----|--|
| #1 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| #2 | Stabilitás és kiszámíthatóság |
| #3 | Alapbér |
| #4 | Érdekes és kihívást jelentő munka |
| #5 | Közvetlen felettes vezetői stílusa |
| #6 | Közvetlen munkatársak |
| #7 | Valós teljesítményen alapuló előmenetel |
| #8 | Üzleti és szakmai képzések |
| #9 | Esélyegyenlőség fizetés és karrier terén |
| #10 | Csapatmunka és együttműködés |

2020 - 28 év alattiak

- | | |
|-----|---|
| #1 | Alapbér |
| #2 | Rugalmas munkarend és munkavégzés |
| #3 | Kiszámítható időbeosztás |
| #4 | Közvetlen munkatársak |
| #5 | Érdekes és kihívást jelentő munka |
| #6 | Túlórakifizetés |
| #7 | Közvetlen felettes vezetői stílusa |
| #8 | Üzleti és szakmai képzések |
| #9 | Valós teljesítményen alapuló előmenetel |
| #10 | Felsőfokú tanulmányok támogatása |

3.2.2 Hazai eredmények 2020

A relatív preferencia sorrend első öt eleme korcsoport szerinti bontásban

Kutatásunk eredményei azt mutatják, hogy a 28 év felettiek körében az alpbér kiemelkedően fontos elem, ez a tényező idén a legmeghatározóbb az 55 elem közül. A **rugalmas munkaidőt** a **közvetlen felettes vezetői stílusa** követi a preferencia sorrendben, megelőzve a **kiszámítható időbeosztást**. Bár az öt legfontosabb elem közé nem kerültek be, a **távmunka (Home Office)** lehetősége, valamint a **munkahely biztonsága** szintén nagyon fontos a 28 év felettiek számára. Számottevő generációs eltérés mutatkozik a **cafeteria** és a **bónusz** fontosságában, a tapasztalt munkavállalók számára ezek az elemek értékesebbek, mint a kezdőknek.

28 év felettiek

#1

Alpbér

#2

Rugalmas munkarend és munkavégzés

#3

Közvetlen felettes vezetői stílusa

#4

Kiszámítható időbeosztás

#5

Érdekes és kihívást jelentő munka

3.3 A nemzetközi mobilitás alakulása 2020-ban

**Attitűd a külföldi munkavállalással szemben
(16-28 éves korosztály):**

91% nyitott,

60% kifejezetten érdeklődik

Legfőbb motivációk:

#1 Magasabb fizetés

#2 Vonzóbb fizikai környezet (céges iroda, települési infrastruktúra, stb.)

#3 Nyelvtanulás

#4 Személyes fejlődés

#5 Más kultúra / Vállalati kultúra



3.4.1 A Széchenyi István Egyetem eredménye

A válaszadók összesített relatív preferencia sorrendje

Széchenyi István Egyetem

833

kitöltés

Top 10 preferencia

- | | |
|-----|---|
| #1 | Alapbér |
| #2 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| #3 | Kiszámítható időbeosztás |
| #4 | Közvetlen munkatársak |
| #5 | Közvetlen felettes vezetői stílusa |
| #6 | Érdekes és kihívást jelentő munka |
| #7 | Üzleti és szakmai képzések |
| #8 | Valós teljesítményen alapuló előmenetel |
| #9 | Túlórákifizetés |
| #10 | Felsőfokú tanulmányok támogatása |

3.4.2 A Széchenyi István Egyetem eredménye

A kitöltők relatív preferencia sorrendje korcsoportos bontásban

24 év alattiak

- | | |
|----|-----------------------------------|
| #1 | Alapbér |
| #2 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| #3 | Kiszámítható időbeosztás |
| #4 | Közvetlen munkatársak |
| #5 | Érdekes és kihívást jelentő munka |

24 év felettiak

- | | |
|----|------------------------------------|
| #1 | Alapbér |
| #2 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| #3 | Kiszámítható időbeosztás |
| #4 | Közvetlen felettes vezetői stílusa |
| #5 | Érdekes és kihívást jelentő munka |

3.5 Nemzetközi kitekintés

44 200+ válaszadó

40% felsőoktatásban tanul
51% már foglalkoztatott*

*akár tanulmányai folytatása mellett

Válaszadók száma
korcsoportokra bontva:

16-23 **19 513**

24-30 **7745**

30-40 **8870**

A válaszadók végzettsége

35% közgazdász

10% informatikus

10% mérnök

Nyugat-Európában a fizetéssel kapcsolatos elemek közül csak az alapbér került be az öt legfontosabb közé, a negyedik helyen. Ennél fontosabb a régió munkavállalói számára, hogy a munkájuk érdekes és kihívást jelentő legyen. Oroszországban ellenben a fizetéssel kapcsolatos preferenciák dominálnak, Nyugat-Európával ellentétben itt kevésbé jelennek meg a kommunikációt, kooperációt előtérbe helyező elemek. A közép-európai preferenciarendszerben a fizetéssel és a munka és magánélet egyensúlyával kapcsolatos elemek dominálnak, ez utóbbi kiemelten fontos a munkavállalóknak a két másik régióval összehasonlítva.

Nyugat-Európa TOP5
(B, E, GB, CH, NL)

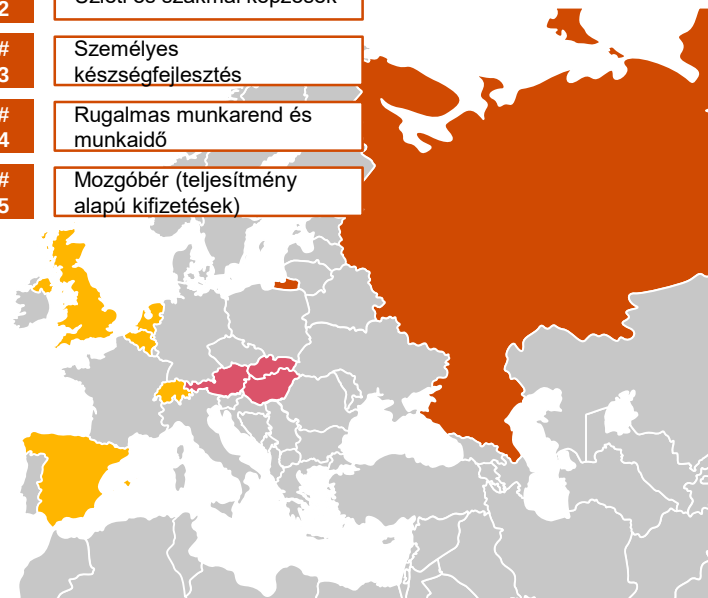
- | | |
|-----|-----------------------------------|
| # 1 | Érdekes és kihívást jelentő munka |
| # 2 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| # 3 | Közvetlen munkatársak |
| # 4 | Alapbér |
| # 5 | Üzleti és szakmai képzések |

Oroszország TOP5

- | | |
|-----|---|
| # 1 | Alapbér |
| # 2 | Üzleti és szakmai képzések |
| # 3 | Személyes készségfejlesztés |
| # 4 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| # 5 | Mozgóbér (teljesítmény alapú kifizetések) |

Közép-Európa TOP5
(A, HU, SK)

- | | |
|-----|------------------------------------|
| # 1 | Alapbér |
| # 2 | Rugalmas munkarend és munkaidő |
| # 3 | Kiszámítható időbeosztás |
| # 4 | Közvetlen munkatársak |
| # 5 | Közvetlen felettes vezetői stílusa |



4

Részletesebb
munkaerő-piaci
betekintés lehetősége

4.1 Részletes célcsoportonkénti piaci adatok, elemzések, preferenciaprofilok

A felmérés keretében gyűjtött demográfiai adatok sokasága, valamint a válaszadók nagy száma lehetővé teszi, hogy különböző célcsoportok tüpontos profiljait építsük fel (iparáganként, korcsoportonként, ágazati érdeklődés mentén, akár megyei szintre lebontva, stb.) és friss piaci adataink alapján részletesen elemezzük munkaerő-piaci elvárásaikat, a munkavállalói döntéseik mögött meghúzódó szempontokat. Mindez akár a munkáltatói márkáüzenetek szegmensenkénti pontosítását, a vállalat vonzóképességének növelését segítheti. Az alábbi példa e perszóna építést illusztrálja; Tamás egy célcsoportot testesít meg, kiemelve elvárásának fő elemeit. Megoldásunk teljes mértékben testreszabható.

Kifinomult szűrési lehetőségek (példák)

 Nem ▼

 Életkor ▼

 Tanulmány ▼

 Jelenlegi lokáció ▼

 Jelenlegi foglalkozás ▼

 Munkatapasztalat ▼

 Preferált vállalati típus ▼

 Iparági érdeklődés ▼

 Lokáció érdekeltség ▼

Alkalmazott filterek

Férfi

22-25

Gazdasági tanulmányok

Debrecen

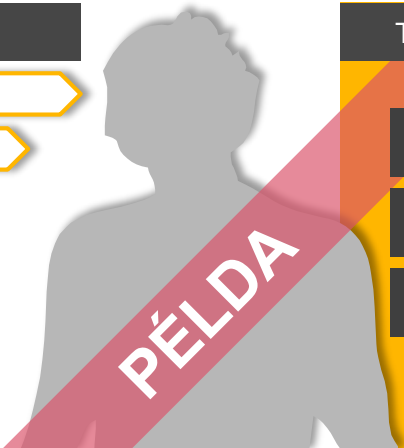
Teljes munkaidőben dolgozó

TOP3 preferencia elem:

#1 Alapfizetés

#2 Stabilitás

#3 Cafeteria



PÉLDA

Tamás

Végzett közgazdász
Jelenlegi lokáció: Észak-Alföld

4.2 Munkáltatói márka-percepció elemzés

Idén tovább fejlesztettük kutatásunkat, így az összegyűjtött adatok alapján már képesek vagyunk a hazai vállalatok és munkáltatók munkaerő-piaci pozícióját is elemezni. A kibővített és részletes felmérésünk alapján rangsorolni tudjuk a legvonzóbb vállalatokat, kvalitatív elemzéseket végezhetünk a célcsoportok munkáltatói márkákkal kapcsolatos percepcióiról, továbbá friss adatbázisunk iparági összehasonlítások elkészítését is lehetővé teszi. Elemzéseinket a kutatásban résztvevő fiatal pályakezdekők és tapasztalt munkavállalók szabad szavas, "top of mind" módszerrel gyűjtött válaszai alapján készítjük el.

Vizsgált percepciók - a begyűjtött adatok köre

- A válaszadó által legvonzóbbnak tartott három vállalat „top of mind” módszerrel történő felsorolása
- A felsorolt vállalatok iparági besorolása a válaszadó által
- A döntés megindoklása szabad szavas válaszadással

- A válaszadó által legkevésbé vonzónak tartott három vállalat „top of mind” módszerrel történő felsorolása
- A felsorolt vállalatok iparági besorolása a válaszadó által
- A döntés megindoklása szabad szavas válaszadással

Adatalapon megválaszolható kérdések - elemzési lehetőségek

A munkavállalók körében (adott szegmens, lokáció, szektor, stb. mentén) mely munkáltatói márkák számítanak a legvonzóbbnak?

A megjelölt célcsoportokban mennyire preferálják az adott vállalathoz képest a versenytársakat a munkavállalók?

Az adatok tükrében miként építhet hiteles külső és belső munkáltatói márkát egy vállalat?

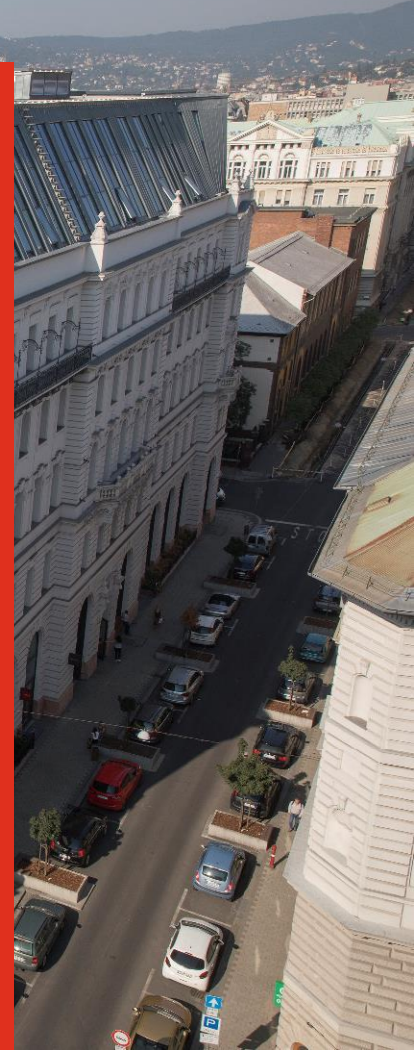
Mi a munkaerőpiac vélekedése a vállalat munkáltatói márkájáról?

Miként tehet szert egy vállalat megkülönböztető előnyre a munkaerőpiacon?

Hogyan vélekednek a munkavállalók egyes iparágakról, miben tér el ettől az adott vállalat munkáltatói márka-percepció szempontjából?



[pwc.com](https://www.pwc.com)



This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, PwC, its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.

© 2020 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers Auditing Ltd. and/or PricewaterhouseCoopers Hungary Ltd. which are member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.