

ANGAJABILITATE ÎN ROMÂNIA

Pentru intervalul aprilie – iunie 2016, angajatorii români raportează **perspective de angajare optimiste**:

- 26% dintre angajatori anticipează o creștere a numărului de angajați
- 7% prognozează o scădere
- 66% nu preconizează nici o schimbare.¹

În perioada aprilie – iunie este preconizat un climat de angajare favorabil celor aflați în căutarea unui loc de muncă în Ungaria, Polonia și **România, angajabilitatea crescând cu 10%**.²

48,17% consideră că în România tinerii **pot obține cu greu un loc de muncă**.

3,44% sunt de părere că pot obține cu ușurință un loc de muncă în România.³

Atractivitatea unui loc de **muncă în străinătate**⁴:

- 23,85% caută în special joburi în străinătate
- 44,58% sunt interesați într-o oarecare măsură de un loc de muncă în străinătate
- 25,23% nu sunt interesați

Rata șomajului la nivelul României în 2015 s-a situat între 6,5% și 7,4%

Rata șomajului în rândul tinerilor este mult peste această medie - 21,6%.⁵

E-LEARNING⁶

Peste 70% dintre tineri declară că e-learning-ul îi ajută mult în viața personală și profesională de zi cu zi.

De ce apelează tinerii la e-learning:

- 74.5% doresc să exploreze mai multe tematici decât cele cuprinse în curriculumul școlar / universitar
- 57.1% preferă să învețe acasă, în propriul lor ritm
- 77,7% consideră că e-learning-ul îi ajută să descopere subiecte și abordări noi
- 45,7% completează noțiunile însușite prin învățământul tradițional

¹ Studiul Manpower privind Perspectivele Angajării de Forță de Muncă | Q2 2016 | Eșantion: 627 de angajatori din România

² Studiul Manpower privind Perspectivele Angajării de Forță de Muncă | Q2 2016 | Eșantion: 627 de angajatori din România

³ Studiu BCR | Eșantion: 436 studenți și tineri absolvenți | august-septembrie 2015

⁴ Studiu BCR | Eșantion: 436 studenți și tineri absolvenți | august-septembrie 2015

⁵ INS

⁶ Studiul Educație în Ctrl | martie 2016 | Eșantion: 400 de persoane, în majoritate din mediul urban, cu vârste cuprinse între 14 și 35 de ani

82,6% spun că au urmat cel puțin un curs online (programare, limbi străine nestudiate în școală, design și marketing).

87,5% folosesc YouTube ca instrument de învățare.

- 70,4% urmăresc cel puțin un vlogger român
- 53,2% urmăresc cel puțin un vlogger străin

MILENIALII VS. LOCUL DE MUNCĂ

Cum caută milenialii un loc de muncă⁷:

- 58,94% și-au creat un profil online pe site-urile specializate
- 58,49% au trimis cv-urile la companii și agenții specializate
- 27,75% au participat la târguri de joburi
- 38,76% au aplicat la internship-uri
- **43,35% au întrebat prietenii/cunoștințele**

Lumea generației milenialilor este digitală, cu efect direct asupra modului în care comunică⁸:

- 41% dintre cei chestionați preferă să comunice electronic decât față în față sau la telefon

72% dintre mileniali spun că au făcut **compromisuri** pentru locul de muncă în perioada de recesiune economică.⁹

Cele mai importante două aspecte **ce îi atrag pe mileniali la un loc de muncă**, la nivel global, sunt¹⁰:

- angajatori care au programe de training și dezvoltate (35%)
- șansa de a lucra cu un mentor (28%)

Totuși, în România, **80% dintre studenți preferă un salariu bun** în detrimentul unui loc de muncă într-un domeniu care îi interesează¹¹.

Câți tineri din România lucrează în domeniul în care s-au pregătit?¹²

- Aproximativ 30% dintre respondenți lucrează în domeniul pentru care s-au pregătit
- 15% dintre ei activează într-un domeniu conex/apropiat
- 33% dintre tineri sunt angajați într-o activitate complet diferită de cea în care sunt specializați
- 20% dintre tineri nu au nicio calificare profesională

⁷ Studiu BCR | Eșantion: 436 studenți și tineri absolvenți | august-septembrie 2015

⁸ Studiul PWC Millennials at work, Reshaping the workplace 2011 | Eșantion: Global (inclusiv România)

⁹ Studiul PWC Millennials at work, Reshaping the workplace 2011 | Eșantion: Global (inclusiv România)

¹⁰ Studiul PWC Millennials at work, Reshaping the workplace 2011 | Eșantion: Global (inclusiv România)

¹¹ Studiu BCR | Eșantion: 436 studenți și tineri absolvenți | august-septembrie 2015

¹² Raport Tineri în România: griji, aspirații, atitudini și stil de viață | CURS | 2014