

“ยูนิเวอร์ซั่ม” เผยผลการจัดอันดับบริษัทที่นักศึกษา อยากทำงานด้วยมากที่สุดประจำปี 2559



สตอกโฮล์ม-30 มิ.ย.-พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

- คนรุ่นใหม่มองอุตสาหกรรมพลังงานน่าสนใจน้อยลง ขณะที่แบรนต์ไลฟ์สไตล์กลับสร้างแรงดึงดูดมากขึ้น

นักศึกษาสาขาธุรกิจและวิศวกรรม/ไอทีกว่า 267,000 คน ใน 12 ประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดของโลกได้ร่วมตอบแบบสำรวจ Talent Survey ของยูนิเวอร์ซั่ม (Universum) ซึ่งจัดอันดับบริษัทที่คนยุคมิลเลนเนียลอยากร่วมงานด้วยมากที่สุด และผลสำรวจดังกล่าวนับเป็นข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง

(รูปภาพ: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160616/380236>)

งานที่ดีต้องมีความสมดุล

นักศึกษาสาขาธุรกิจและวิศวกรรม/ไอทีต่างต้องการมีวิถีชีวิตที่สมดุลระหว่างการทำงานและการมีเวลาส่วนตัว ไลฟ์สไตล์ที่สมดุลเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกในการมองหาของนักศึกษาทั้งสองสาขาในทุกประเทศ ยกเว้น อินเดีย ที่มองว่าการได้ทำงานในต่างแดนนั้นสำคัญกว่า และ รัสเซีย ที่ยกให้ความมั่นคงในหน้าที่การงานมาเป็นอันดับหนึ่ง ประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารต่างมีจุดเด่นที่คล้ายคลึงกัน

สำหรับประเทศส่วนใหญ่ที่ใช้ภาษาอังกฤษ เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา การปรับข้อเสนอให้เข้ากับบริบทท้องถิ่นเพื่อดึงดูดพนักงานกลุ่มเป้าหมายนั้นแทบจะไม่มี ความจำเป็น ขณะเดียวกันความแตกต่างในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทำให้ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าอะไรที่เป็นปัจจัยดึงดูด ทั้งนี้ ญี่ปุ่นถือเป็นประเทศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากที่สุด ต่างจากประเทศอื่นๆ ที่ยูนิเวอร์ซั่มได้สำรวจ

“กูเกิล” ยังครองใจนักศึกษาสาขาธุรกิจและวิศวกรรม/ไอทีได้มากที่สุด แต่อย่าประมาท “แอปเปิล” ที่กำลังไล่ตามมาติดๆ

สำหรับนักศึกษาสาขาวิศวกรรม/ไอที กูเกิลยังคงครองอันดับ 1 ตามมาด้วยไมโครซอฟท์ แอปเปิล บีเอ็มดับเบิลยู กรุ๊ป และไอบีเอ็ม ซึ่งชิงอันดับ 5 มาจากจีอี ในส่วนของนักศึกษาสาขาธุรกิจ พบว่าแอปเปิลกำลังสั่นคลอนตำแหน่งผู้นำของกูเกิล เมื่อสามารถทำอันดับเลื่อนขึ้นถึง 5 ชั้น จากอันดับ 7 มาอยู่ที่อันดับ 2 ตามด้วยเอนส์ท์ แอนด์ ยัง

(EY) และโกลด์แมน แซคส์ ขณะที่ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส (PwC) กลับร่วงถึง 3 อันดับลงไปอยู่ที่อันดับ 5

ด้านธนาคารต่าง ๆ นั้นกำลังเผชิญกับความท้าทายในการช่วงชิงคนเก่งในสาขาธุรกิจเข้าทำงาน เนื่องจากต้องแข่งขันกับบรรดาบริษัทเทคโนโลยี จึงส่งผลให้อันดับของธนาคารบางแห่งลดลง อย่างไรก็ตามธนาคารบางแห่งก็สามารถฉวยข้อได้เปรียบจากการที่นักศึกษาสาขาวิศวกรรม/ไอทีสนใจร่วมงานกับบริษัทผู้ให้บริการทางการเงิน ทำให้อันดับของธนาคารเหล่านี้ปรับตัวสูงขึ้น

ขณะที่ระดับความน่าเชื่อถือของอุตสาหกรรมยานยนต์ยังคงที่ แต่สำหรับบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคนั้นพบว่ามี การเปลี่ยนแปลงอันดับ โดยแบรนด์ “ไลฟ์สไตล์” ทำอันดับได้ดีกว่าแบรนด์ประเภทอื่นๆ เช่น ไนกี้ ซึ่งติดโผธุรกิจเป็นครั้งแรกในอันดับที่ 16 ส่วนอุตสาหกรรมพลังงานมีความน่าเชื่อถือน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด อันเป็นผลมาจากราคาน้ำมันและก๊าซที่ตกต่ำ แต่ถึงกระนั้น บริษัทพลังงานทดแทนกลับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในหมู่นักศึกษาทั้งสองสาขา

ยูนิเวอร์ซั่ม เป็นบริษัทวิจัย ให้คำปรึกษา และวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร โดยอาศัยความรู้ความเข้าใจเชิงลึก และความเชี่ยวชาญในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับนายจ้าง สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมและผลการจัดอันดับทั้งหมด กรุณาดูที่ <http://bit.ly/WMAE2016>

สื่อมวลชนติดต่อ:

Jonas Barck, Global Director of Media and Public Relations
Jonas.barck@universumglobal.com
+46-706-933-388

ที่มา: Universum