

男女求职招聘为何有这些差异?

大数据解码《人才多元化洞察报告》

★ 周关注

女性申请资深职位的受聘率比男性高18%;女性寻求推荐的概率虽比男性低26%,但在求职的态度上更趋谨慎……最新出炉的领英《人才多元化洞察报告》,用大数据揭开男女求职和应聘过程中的差异,并指出性别的显著特点会影响企业人才的多元化招聘结果。

据了解,该报告基于职场社交平台LinkedIn(领英)全球6.45亿名会员的行为数据,及20多个国家和地区万余名雇主雇主的调研数据。《报告》通过分析两性在求职和工作中的众多特点,提出制定以数据为驱动力的多元化为导向的招聘策略。

全球经济呈融合之势,越来越多的企业意识到“多元化”带来的积极影响。因此,不少企业将“多元化”写进企业发展的战略目标,并在经营、文化、人才等多维度进行探索和尝试,但很多企业不知道如何制定适合自身发展的“多元化”策略,导致多元化整体进程缓慢。

人才是企业的核心竞争力,人才是否多元化将直接影响企业的招聘格局,进而影响企业的多元化发展。领英中国人力资源负责人张义表示:“人才多元化关键在于了解性别特点并有针对性地制定多元化策略。《报告》让企业和HR更加全面地了解两性在职场中的特点,帮助企业运用科技、语言等方式改善招聘中存在的性别偏见,保持团队人才多元化,激活员工的创新活力,构建多元的职场环境。”

两性差异影响求职招聘多元化

面对新的工作机会,男女表现会有何差异?男女在申请工作的方式上,会有怎样的表现?面对薪资与福利等招聘信息时,两性会有哪些不同的取舍?

《报告》显示,面对新的工作机会,男性(90%)和女性(88%)均表现出极高的兴趣,且会对各种职位信息进行权衡和考虑。每位女性应聘者有2018年平均浏览招聘岗位数量44个,男性为46个。不同的是,在充分了解和权衡心仪的工作机会后,女性求职者的态度更谨慎,决定申请的概率及

申请的职位总数分别比男性低16%和20%。在这些行为数据背后,是源于两性不同特点,研究表明,女性认为需要100%满足职位列出的所有要求才会申请工作,而男性通常在满足60%的要求时就会果断决定申请。虽然女性申请的工作数量少于男性,但数据显示,女性在申请工作后的受聘率比男性高出16%,资深职位的受聘率比男性更是高18%。

《报告》还发现,女性(68%)对薪资福利的重视略高于男性(58%),在考虑新的工作机会时,女性比男性更重视弹性工作制度、产假、医疗保健等福利信息。女性考虑的因素不仅局限于工作本身,还有工作能带来的利好以及所处的职场环境和文化,比如女性倾向于弹性工作制,良好的企业文化、工作氛围和人员背景结构等因素,也是她们关注的重点。

《报告》还根据职场性别认知差异常见问题进行了讨论,例如女性更愿意在领英个人档案中积极展示自己的软技能,但男性则认为不必向雇主强调软技能,硬技能的展现才是职场竞争力的核心关键。此外,在浏览工作职位的介绍时,偏标签化、男性化的叙述,会使女性应聘者不悦,或放弃该工作机会,例如当职位要求涉及“强势”这类词汇时,44%的女性会终止申请该职位,而33%男性也会做出相同决定。

面对两性求职中的显著差异,招聘企业该如何应对?《报告》建议,在充分了解性别特点后,可以逐步制定性别均衡的招聘策略。首先,企业可以通过调整对工作职位描述的措辞,明确职位硬性要求和加分项,以实现和鼓励更多符合职位要求的女性来申请,实现候选人的多样化。同时,企业可以鼓励多元背景的员工在公司的主页分享其真实的日常工作状态,形成多元化文化氛围。此外,针对两性对于薪酬福利的关注度,企业可以将这类信息纳入工作描述中,吸引多元化的人才。

专业招聘怎样避免无意识性别偏见

除了基本的“两性差异”,《报告》也

关注到招聘中无意识性别偏见的问题。领英的数据显示,招聘专家们开始重视并积极采取减少性别偏见的相关措施,如在中国有约70%的专业招聘者会审核职位描述的语言,以确保没有使用偏见性语言,28%招聘者在起草招聘信息时考虑到性别多元化问题。

但是无意识的性别偏见依然存在于专业的招聘当中,例如招聘者打开和浏览男性候选人的简历比女性候选人高出13%,发送站内邮件的概率也高出3%。此外,《报告》基于对全球20多个国家和地区用户的调研,得出一系列两性对自身认知的新发现。例如,在面试和绩效评估中,男性和女性用于形容自己的众多词汇中,排前三的高频词汇是相同的,分别是“勤奋”、“工作游刃有余”、“自信”,但综合来看,女性还是会倾向于使用感性且与自己品性相关的词汇,而男性则更侧重于使用专业技能性的词汇。

针对招聘方和求职者自身的无意识偏见行为,《报告》建议企业使用开放、包容性的语言。在起草招聘职位信息时,招聘者需要考虑性别多元化问题;招聘者发布招聘信息之前,需要经过审核以确保不使用有偏见的语言,让招聘职位的信息更具包容性,可以考虑使用“勤奋”、“自信”等词来描述理想的候选人。同时,在描述公司和工作环境时恰当用词,可以用“节奏快”来代替“压力大”这样的词汇,避免候选人对工作环境的负面联想。

面对两性的特征以及潜在的无意识偏见,如何有效解决人才多元化招聘问题?领英认为,企业及人力资源管理者将技术和数据洞察相结合,运用数字化手段让招聘流程更加智能和高效。企业可以充分利用技术实施匿名招聘,从应聘者的申请中删除姓名、照片等关键识别信息,甚至可以通过VR技术消除面试中的无意识偏见问题。同时,企业需要由上至下制定数据驱动型选才策略,从源头开始分析新员工来源以平衡人才结构,可利用领英大数据洞察(LinkedIn Talent Insights)在人才多元化方面做得较好的城市和行业发掘人才。文/关尔

★ 通信e线

今年最新手机黑科技,你了解吗?

今年手机市场的厮杀异常激烈,各种性价比“神机”,如红米Note7 Pro、OPPO K3、vivo Z5x、荣耀9X,扑面而来。除了价格,还有一大堆炫酷的“黑科技”层出不穷。今年的手机黑科技到底有多厉害?让我们盘点下。

●瀑布屏 要论今年最火最潮的屏幕设计,当属搭载升降式相机的真·全面屏手机,整个手机正面除了屏幕就剩下个边框。虽然屏占比超高,但OPPO仍不满意,因为真·全面屏不够真,还有个边框在!于是OPPO在近日整了个“瀑布屏”,拥有88度超大曲率,手机侧面全是屏幕。这个瀑布屏号称能消灭手机边框,突破现在95%屏占比的上限,达到传说中100%的超·真·全面屏领域。据悉,下半年vivo、华为都会跟风推出瀑布屏手机。

●折叠屏 其实折叠屏手机不是什么新概念,早在2017年的时候就被曝光过。不过因为技术难度很高,直到2019年三星推出Galaxy Fold,才正式面世。不过折叠屏手机还不太成熟,属于测试阶段的产品。除了三星,另一个比较出名的折叠屏手机便是华为的Mate X。两家折叠屏的区别是:三星Galaxy Fold朝内折,而华为Mate X则是朝外折。但相同的是,它们都很贵。华为Mate X在欧洲卖2299欧元,换算成人民币1.8万;三星Galaxy Fold也得1980美元。目前,只适合极客、手机发烧友们把玩,而且都处在“有价无市”的尴尬状况。

●屏下摄像头 MWC上海2019大会上,OPPO就展示了传说中的“屏下摄像头”技术——透视全景屏,它直接把摄像头塞到屏幕下面,让你看不见、摸不着。整台手机浑然一体,很高科技的感觉。相对于现在满大街的升降式摄像头,屏下摄像头的好处有三:一减轻手机重量;二增加手机颜值;三带来更多可玩性,未来可以整个4摄终极版柔光自拍之类的。可惜缺点也很明显,试想,隔着块玻璃拍照,拍出来的照片会不会受影响么?总的来说,屏下摄像头创新有余,实用性不强。

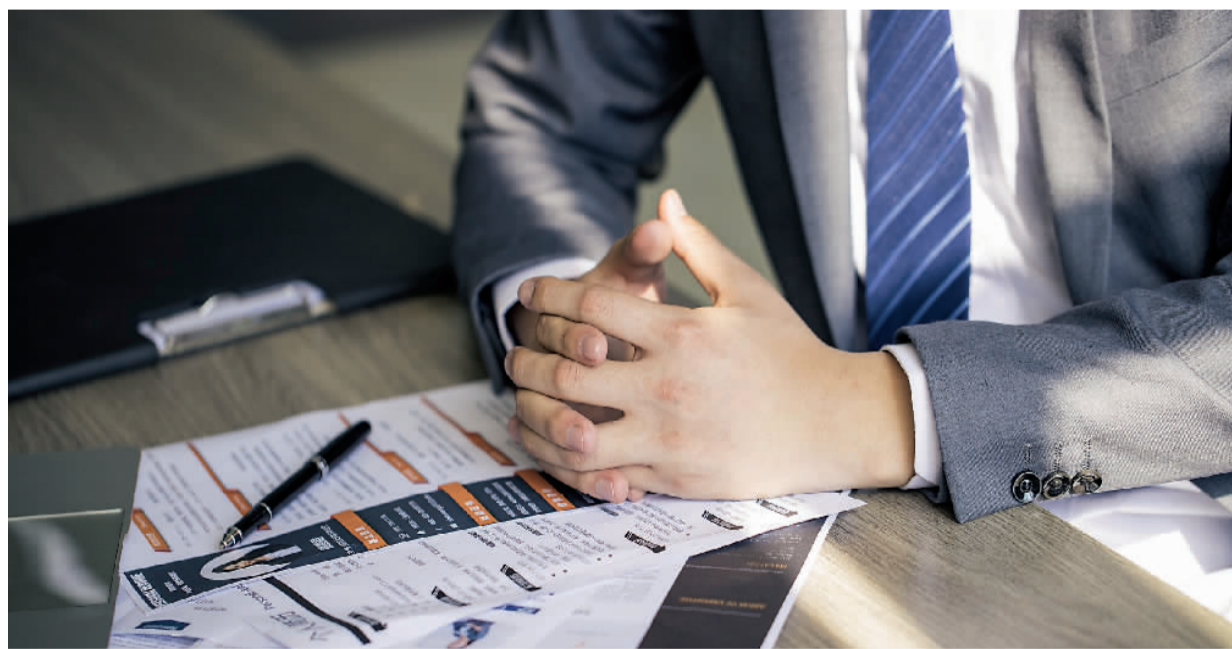
●vivo120W超级快充 目前手机充电谁最快?当推vivo的120W炸裂式快充。要知道除去旗舰机,现在绝大部分手机的充电功率都在18W以内,苹果更是万年5W。这款手机充电到底有多快?据vivo称,充满一台4000毫安大电池手机,仅需13分钟。

●50倍数码变焦 手机居然能跟望远镜合为一体?华为P30 Pro一问世,便立马登顶DXO(相机评分机构,类似国内安兔兔)。携手P20Pro、Mate20Pro瓜分前三名,成为国内手机拍照之王。

P30 Pro后置三摄,分别为4000W像素主镜头、800W像素变焦镜头、2000W像素超广角镜头。内部采用潜望镜结构,一层一层反光设计。可以实现5倍光学变焦,10倍无损变焦,50倍数码变焦。

●1亿像素相机 此1亿像素,可不是某厂商那个前后相加总和1个亿的手机。而是真正的1亿像素摄像头,像素数量达到1亿800万,堪称手机史上最高,由小米首发,摄像头感光面积1/1.3英寸,拍出来的照片分辨率达到12032x9024。不过目前还处于调试中,要是小米给力的话,估计我们会在小米MIX4上看到。

●全屏屏指纹识别 vivo年初发布过一款概念手机——vivo APEX 2019。它采用一体化机身,全身上下没有一处拼凑,宛若天成,充满未来感。其最大亮点不是机身,而是屏幕指纹识别。不同于现在普遍拇指大的识别区域,vivo APEX 2019的整个屏幕都支持指纹识别。手指无论放在屏幕哪个地方,皆能瞬间识别,解锁手机。单论便利性和体验,碾压99%的指纹识别手机。可是,没有量产压根买不到,所以它至今停留在“概念手机”上。文/雨田



三大运营商上半年日均赚4.24亿

随着近日中国电信财报的发布,三大运营商上半年业绩全部出炉。据统计,上半年,三大运营商共净利768.49亿元,平均日赚约4.24亿元。用户使用流量方面,中国移动4G用户月均使用流量达7.1GB,同比增长132.5%。中国电信手机

上网流量实现翻倍,4G用户月均使用流量达到7.3GB。中国联通用户月均使用流量也达到约7GB。文/容和

2折买正版Photoshop

很多人对Adobe不会陌生,其推出的图形设计、影像编辑与网络开发的软件产品套装被广泛应用,其中,最被人

熟知的就是Photoshop了,但是,高昂的定价让很多人对正版望而却步。近日,Adobe和天猫达成战略合作,Adobe全球唯一旗舰店落户天猫。Adobe Creative Cloud(Adobe CC)创意云套装,也第一次同步面向国内个人用户开放购买,正版PS软件的费用降低至企业价2折。9月9日起,个人用户每年花888元就能买到正版Photoshop及Lightroom Classic。文/关尔