



■ партнерство ■ инновации ■ консалтинг

Он пришел дать вам... работу. Результаты исследования TargetT 2004/05

Подготовлены компанией Graduate, опубликованы в журнале Карьера, №6,
июнь 2005

**Алексей Максименко,
Наталья Васильева, Элина
Кийко**

18 мая 2005 г.

125009, Москва, ул. 2-ая
Звенигородская, д. 12, стр. 23, оф. 12
тел./факс: +7 (495) 967-1503
www.kmsgroup.ru
mail@kmsgroup.ru

Ответив на вопрос «Кем быть?», молодежь хочет знать, на кого работать. «Карьера» и компания Graduate представляют результаты второго ежегодного исследования «Лучшие работодатели для молодых специалистов».

Характерная примета нашего времени – рост спроса на молодых специалистов. Крупные западные и российские компании включаются в борьбу за право нанять и вырастить «под себя» лучших выпускников. Увы, вчерашние студенты немного знают о своих потенциальных работодателях. Они хотят трудиться в самых крупных, раскрученных, «брендовых» компаниях. Но самый желанный работодатель – не всегда лучший. И зачастую это выясняется только на практике. Результат – разочарование, обида, увольнение – с одной стороны; текучесть «юных» кадров, неэффективное расходование средств, направляемых на подбор и развитие молодежи, – с другой. Что делать? Определить не просто «самые популярные и желанные компании», а компании, которые максимально соответствуют ожиданиям выпускников. Этому и посвящено наше второе ежегодное исследование Target'2005 «Лучшие работодатели для молодых специалистов».

Как это делалось?

Структура исследования не изменилась. В 2005 году оно вновь проходило в два этапа (первый – опрос студентов и молодых специалистов, анализ заполненных ими анкет; второй – опрос компаний-работодателей).

Первый этап. Его целью было выявление наиболее значимых критериев выбора компании-работодателя и составление рейтинга самых желанных работодателей. Студентам предложили оценить значимость 25 критериев по шкале от -10 до +10 (-10 – очень значимый негативный фактор, 0 – незначимый фактор, +10 – очень значимый позитивный фактор). Все факторы были разделены на четыре основные группы:

- статус и карьерный рост в компании, Ф1 (происхождение компании, численность персонала, возможность продвижения, наличие плана карьерного роста специалистов и др.);
- развитие и профессиональный рост, Ф2 (возможность корпоративного обучения, повышения квалификации, прочие аспекты и возможности развития);
- компенсации и гарантии, Ф3 (заработная плата, социальный пакет и др.);
- условия работы в компании, Ф4 (наличие и частота командировок, возможность совмещать работу с учебой, гибкость рабочего графика, наличие переработок и др.).

На втором этапе проводился телефонный опрос компаний, попавших в число наиболее желанных работодателей. Менеджеры по персоналу отвечали на вопросы, подобные тем, что содержали анкеты для молодых специалистов. Задачей компаний было выбрать из 25 условий (которые на первом этапе оценивали молодые специалисты) те, которые компания предоставляет выпускникам, принимаемым на работу. Каждый

фактор рассматривался как бинарная переменная, равная единице, если компания соблюдает данное условие, и равная нулю – если нет.

Положение компании в сводной таблице определялось реальными условиями, которые она предоставляет молодым специалистам. Параметр «разность позиций в рейтингах» (популярность среди студентов и условия их труда) приводится в качестве информации к размышлению о том, какие компании в наибольшей степени соответствуют представлениям о них студентов и проводят наиболее правильную информационную политику. Чем больше разрыв (это касается как положительных, так и отрицательных чисел) – тем более, в силу разных причин, искажено представление молодежи о компании.

Работодатели, вошедшие в top 20 наиболее желанных, но отказавшиеся предоставить дополнительную информацию об условиях труда и развития молодых специалистов (Nestle, 13-е место в рейтинге популярности, Siemens, 14-е место), занимают последние места в сводном рейтинге и отсортированы по параметру «популярность» среди студентов и молодых специалистов. Нельзя не отметить, что в прошлом году Nestle стала единственной компанией, у которой разность позиций в рейтингах оказалась равна нулю (13-е место и в рейтинге популярности, и в рейтинге реальных условий), – то есть компания полностью соответствовала представлениям и ожиданиям молодежи.

Глазами молодых

В исследовании приняли участие 400 выпускников и студентов ведущих вузов России (в том числе региональных): бакалавры, специалисты, магистры, аспиранты; экономисты, управленцы, технари, гуманитарии и др. Какие критерии выбора работодателя они сочли самыми важными?

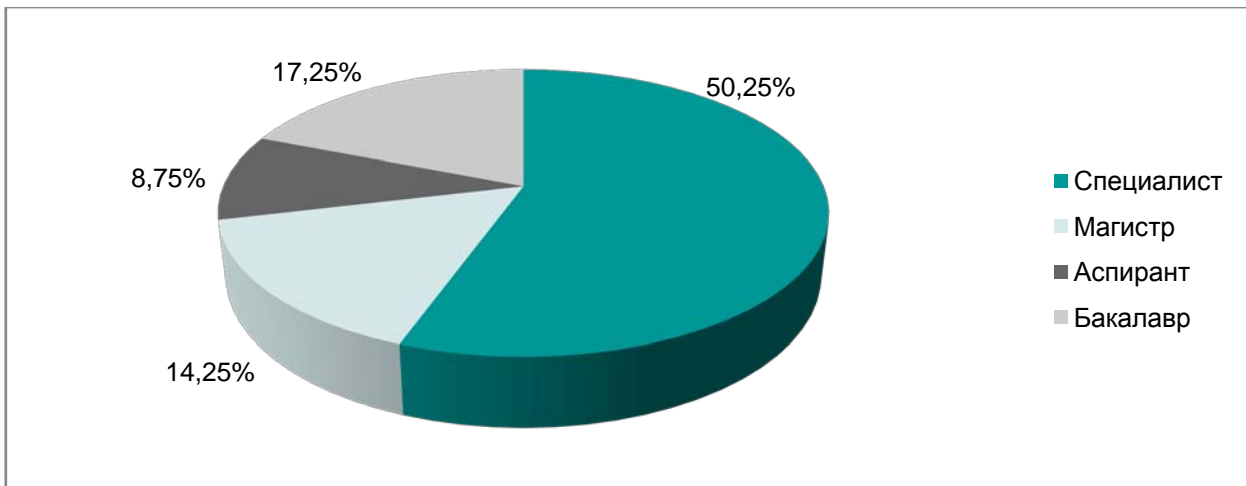


Диаграмма 1. Статус участников исследования

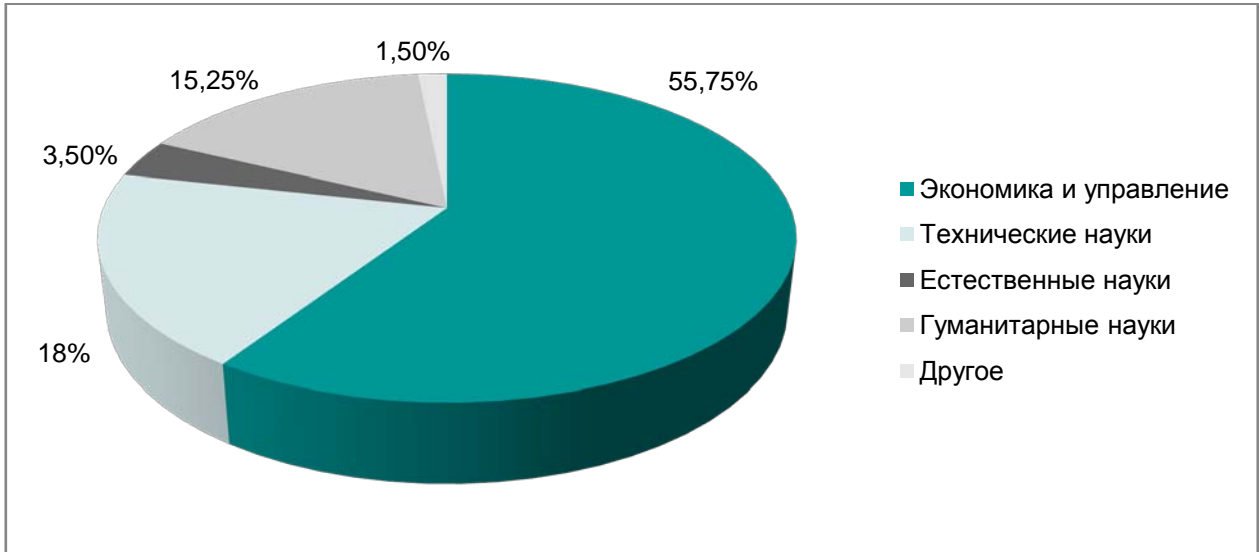


Диаграмма 2. Специализация участников исследования

Как и в прошлом году, наиболее значимой оказалась группа Ф2 (развитие и профессиональный рост внутри компании, 32% опрошенных). Молодые специалисты смотрят в будущее, они намерены учиться, учиться и еще раз учиться: наивысшую оценку в этой группе получили обучение за счет компании и посещение профессиональных тренингов.

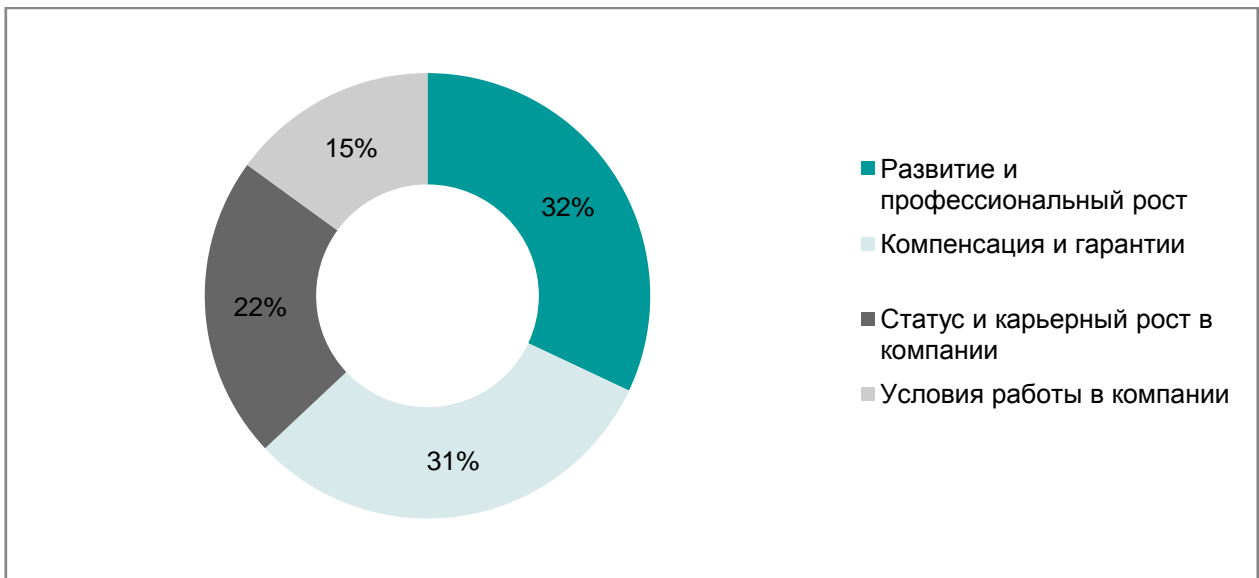


Диаграмма 3. Значимость факторов оценки компаний-работодателей

В отличие от результатов исследования прошлого года, возрос интерес к компенсациям и гарантиям (группа Ф3) – 31%, второе место; на третьем месте оказались статус и карьерный рост (группа Ф1, 22% опрошенных).

Что касается компенсаций, наиболее важными параметрами участники опроса назвали рост заработной платы и наличие премий и бонусов. Стартовая заработная плата оказалась менее значима – молодые специалисты интересуются, прежде всего, перспективами и возможностями (это касается и доходов, и профессионального развития). Поэтому неудивительно, что в группе Ф1 (статус и карьерный рост) определяющими факторами выбора работодателя оказались возможность продвижения внутри компании и наличие четкого плана карьерного роста. Именно эти требования нынешние выпускники предъявляют при приеме на работу.

Последнее, четвертое место занял параметр «условия труда» (группа Ф4, 15%). Ради карьерных высот молодежь готова трудиться сверхурочно и ездить на работу за тридевять земель. В качестве позитивных факторов участники опроса особо отметили возможность зарубежных командировок, а также работу в кабинете с числом сотрудников менее 10 человек (open-space, система перегородок – менее популярный вариант).

Таблица 1. Наиболее важные характеристики условий работы в компаниях

Характеристика	Важность
Быстрое продвижение в компании	8,1
Рост заработной платы	8,1
Дополнительное образование	7,8
Профессиональные тренинги	7,4
План карьерного роста	7,1
Премии и бонусы	7,1
Рабочее место с числом сотрудников менее 10	6,0
Иностранные командировки	5,2

Я выбираю

Как и в прошлом году, двадцатку самых желанных и популярных составляют наиболее крупные отечественные и западные компании, работающие в России. Лидируют

представители отрасли FMCG (Fast Moving Consumer Goods), аудиторские и нефтедобывающие компании. Список возглавляют PricewaterhouseCoopers, «ЛУКОЙЛ», Mars, Procter & Gamble и McKinsey. Что же является источником популярности?

Присутствие на вершине рейтинга Mars и Procter & Gamble легко объяснимо высокой узнаваемостью – практически каждый человек постоянно сталкивается с их продукцией в повседневной жизни. Кроме того, они уделяют большое внимание имиджевой составляющей, работе со студентами и молодыми специалистами. В рамках многочисленных выставок, дней карьеры, тренингов, семинаров, проводимых как самими компаниями, так и их посредниками на рынке трудоустройства, студентам предоставляется разнообразная информация об условиях труда и перспективах роста.

Интересно присутствие в пятерке лидеров двух компаний, абсолютно по-разному относящихся к привлечению молодых специалистов. Узнаваемость PricewaterhouseCoopers (лидер рейтинга популярности и желанности), сделавшей ставку на открытость, – следствие продуманной активной политики: большие затраты на соответствующую рекламу, проведение Top Graduate (встреча представителей компании со студентами) и ежегодного конкурса Finance Case Study Competition, чтение лекций в вузах, чьи студенты являются целевой аудиторией, интересующей PricewaterhouseCoopers.

Абсолютно противоположных взглядов придерживается консалтинговая компания McKinsey (пятое место). Практически единственное, что она делает для привлечения молодых специалистов, – раз в год проводит набор на стажировку. Численность персонала московского офиса компании не превышает 100 человек. Среди молодых специалистов распространено мнение, что эту «золотую сотню» составляют лучшие из лучших, прошедшие строжайший отбор, череду сложнейших интервью, на которых проверяется все, начиная от знания экономики и заканчивая смекалкой; а запись в трудовой книжке о работе в McKinsey – это путь к созданию собственного бизнеса либо открытые двери практически в любую западную компанию.

В целом можно отметить следующие закономерности: делая выбор, молодые специалисты ориентируются на узнаваемость компании (Mars, ВАТ, «Газпром»), ее активность на рынке молодых специалистов (PricewaterhouseCoopers, Unilever), устойчивость ее положения внутри страны («ЛУКОЙЛ», ТНК-ВР). Следует отметить, что в число наиболее желанных в этом году не попали ЮКОС (11-е место в 2004 году) и «ВымпелКом» (15-е место). Молодые специалисты полагают, что в свете реорганизации этих компаний положение в них новых, неопытных сотрудников не будет устойчивым.

Еще один любопытный факт: традиционно любимый молодежью член «большой четверки аудиторов» Deloitte (16-е место по популярности в 2004 году) в этом году вошел только в топ 25 рейтинга самых желанных работодателей и в итоговой таблице не представлен. Топ 20 покинули также Gillette (17-е место по популярности в 2004 году), Boston Consulting Group (15-е место), Samsung Electronics (18-е место). Им на смену пришли Siemens, Shell, ТНК-ВР, L'Oreal, Citibank, Danone. Нельзя не отметить, что в топ 20 самых желанных и популярных в этом году представлено большее, по сравнению с 2004 годом, количество компаний топливно-энергетического комплекса: новички рейтинга ТНК-

BP и Shell, «ЛУКОЙЛ» (10-е место по популярности в 2004 году), «Газпром» (6-е место в 2004 году). Возможно, это связано с ростом спроса на самых разных технических специалистов и, соответственно, повышением активности добывающих компаний на рынке Graduate Recruitment.

Ожидания и реальность

Первое, что бросается в глаза, – гигантский разрыв между рейтингом, составленным на основе анкетирования молодых специалистов, и рейтингом, составленным на основе анализа информации, предоставленной компаниями. Только четыре компании (Mars, «ЛУКОЙЛ», Shell и L'Oreal) практически не изменили свои позиции. Остальные 14 поднялись или упали в среднем на пять-шесть пунктов. Что же является причиной?

Во-первых, несоответствие имиджевой составляющей («рекламных» предложений и обещаний, особенностей позиционирования компании) реальным условиям труда и возможностям роста выпускников. В результате такой легендарный для молодых специалистов гигант, как PricewaterhouseCoopers, оказался на девятом месте. Хотя развитая «имиджевая» составляющая, активная позиция на рынке молодых специалистов позволила компании стать лидером рейтинга самых желанных работодателей.

Во-вторых, далеко не все компании придерживаются политики активного информирования и привлечения молодежи. Помимо McKinsey достаточно показателен пример пятерки лидеров, в которой представлены компании ТЭК (ТНКBP, «ЛУКОЙЛ»), FMCG (BAT, Procter & Gamble) и IT (Microsoft). Наиболее серьезно менялись позиции ТНКBP (разность рейтингов – 19) и Microsoft (разность рейтингов – 8), которые в принципе не нуждаются в рекламе, специалисты соответствующего профиля сами находят «ходы» в эти организации. Многие компании предпочитают работать с нужными им специалистами напрямую, обращаясь в специализированные вузы. Что и определяет их меньшую популярность среди широкой студенческой общественности.

Огромный разрыв между рейтингами популярности и реальными условиями труда наблюдался и в прошлом году: максимальные показатели разности позиций в рейтингах были у Gillette (15) и Альфа-банка (13). Напрашивается неутешительный вывод – студенты по-прежнему мало что знают о своих работодателях. Но одновременно их представление о рынке труда стало более адекватным – в частности, молодые специалисты более реально смотрят на условия работы в компаниях, рассчитывают на заработную плату \$700 – в противовес прошлогодним \$870 (даже тогда такую зарплату им были готовы платить лишь 50% самых популярных работодателей). Во многом это связано с более активным информированием молодежи компаниями. Среди самых популярных методов привлечения студентов и выпускников – по-прежнему различные конкурсы, презентации в вузах, участие в выставках, семинары и лекции линейных менеджеров на профессиональные темы, стажировки и практики для студентов, стипендиальные программы и прочее.

Таблица 2. Top 20 – лучшие работодатели России

Компания	Рейтинг популярности (П)		Рейтинг реальных условий (Ф)		Разность позиций в рейтингах (П-Ф)		Рейтинг по группам факторов**			
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
ТНК-ВР	20	-	1	-	19	-	8-9	1-2	3-4	4
Mars	3	3	2	7	1	-4	3-7	4-6	1-2	18
ЛУКОЙЛ	2	10	3	-	-1	-	8-9	9	1-2	13
Microsoft	12	9	4	1	8	8	11	3	8	5-6
ВАТ	10	14	5	12	5	2	17	4-6	3-4	8
Альфа-банк	17	19	6	6	11	13	15	1-2	11-12	9
Danone	19	-	7	-	12	-	1-2	17	13-15	1
Тройка Диалог	11	12	8	5	3	7	10	11	7	11
Pricewaterhouse Coopers	1	1	9	4	-8	-3	3-7	7-8	9-10	16
Procter&Gamble	4	2	10	8	-6	-6	3-7	14-16	5	17
Citibank	6	-	11	-	-5	-	3-7	4-6	13-15	14
Unilever	8	7	12	10	-4	-3	1-2	12-13	17-18	2-3
Shell	15	-	13	-	2	-	12	12-13	17-18	2-3
L'Oreal	18	-	14	-	4	-	13-14	7-8	11-12	12
Ernst&Young	9	5	15	14	-6	-9	3-7	14-16	16	7

Компания	Рейтинг популярности (П)		Рейтинг реальных условий (Ф)		Разность позиций в рейтингах (П-Ф)		Рейтинг по группам факторов**				
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	
Газпром	7	6	16	17	-9	-11	16	10	9-10	10	
McKinsey	5	4	17	3	-12	1	18	18	6	5-6	
KPMG	16	11	18	16	-2	-5	13-14	14-16	13-15	15	
Nestle	13	13	Информация компанией не предоставлена (в 2004 году в рейтинге реальных условий компания заняла 13-е место)								
Siemens	14	-	Информация компанией не предоставлена								

Таблица 3. Компании с лучшими условиями труда

Место в рейтинге	Статус и карьерный рост	Развитие и профессиональный рост	Компенсации и гарантии	Условия работы
1	Danone, Unilever	Альфа-банк, ТНК-BP	Mars, Лукойл	Danone
2				Shell, Unilever
3	Citibank, Ernst&Young, Mars, Procter&Gamble	Microsoft	BAT, ТНК-BP	ТНК-BP
4		BAT, Citibank, Mars		
5			McKinsey	McKinsey, Microsoft
6				

Итак, студент выходит на карьерную тропу. И его подход к выбору работодателя должен быть серьезным и взвешенным. Работодателю, в свою очередь, не следует чрезмерно усердствовать с саморекламой. Лучшее решение – предоставление реальной информации об условиях карьерного роста и профессионального развития вчерашних выпускников.

Примечания:

* Положение компании-работодателя в сводном рейтинге определялось условиями, которые она предоставляет молодым специалистам.

** Группа факторов:

Ф1 – статус и карьерный рост;

Ф2 – развитие и профессиональный рост;

Ф3 – компенсации и гарантии;

Ф4 – условия работы.