



■ партнерство ■ инновации ■ консалтинг

# Он пришел дать вам работу. Результаты исследования TargetT 2005/06

---

Подготовлены компанией Graduate, опубликованы в журнале «Карьера», №6,  
2006 год

**Татьяна Витина, Наталия  
Васильева, Алексей  
Максименко**

30 мая 2006 г.

123100, Москва, ул. 2-ая  
Звенигородская, д. 12, стр. 23, оф. 12  
тел./факс: +7 (495) 967-1503  
[www.kmsgroup.ru](http://www.kmsgroup.ru)  
[mail@kmsgroup.ru](mailto:mail@kmsgroup.ru)

С каждым годом компании все активнее работают на рынке труда молодых специалистов, проводя все большее количество различных мероприятий для студентов и выпускников. Создавая имидж среди молодых специалистов, работодатели рассчитывают на то, что, смогут удовлетворить свою текущую потребность в персонале, а также создать задел на будущее, стараясь привлечь наиболее талантливых студентов и выпускников пока ещё без большого опыта работы, но с большим потенциалом. Число предложений для молодых специалистов все возрастает, многие компании активно рекламируют себя и перед студентами и выпускниками встает нелегкая проблема выбора «Куда пойти работать?». Этот выбор во многом осложняется тем, что, как известно, в связи с отсутствием опыта работы и высокого уровня квалификации, молодежь является одной из самых уязвимых категорий на рынке труда, и их информированность о реалиях рынка, увы, далека от действительности.

В связи с этим, три года назад журнал «Карьера» и консалтинговая компания Graduate впервые провели исследование Target, целью которого было не просто определить самые желанные компании, но и те из них, что максимально соответствуют ожиданиям выпускников. В этом году «Карьера» и компания Graduate представляют результаты уже третьего ежегодного исследования «Лучшие работодатели для молодых специалистов».

## Как это делалось

Структура исследования осталась той же, что и в 2004 и 2005 годах. Оно проводилось в два этапа:

- опрос студентов московских и региональных вузов и молодых специалистов (не более 3-х лет с момента выпуска), а затем анализ заполненных ими анкет;
- опрос компаний-работодателей.

**На первом этапе** были выявлены наиболее значимые критерии выбора компаний-работодателей и составлен рейтинг самых желанных работодателей. Студентам предложили оценить значимость 43 критериев по шкале от -5 до +5 (-5 – очень значимый недостаток, 0 – незначимый фактор, +5 – очень значимое преимущество).

В этом году в отличие от исследований предыдущих лет были введены две дополнительных группы факторов (характеристики компании и работы) и увеличено количество рассматриваемых факторов. Сделано это было для того, чтобы охватить большее число возможно значимых факторов для студентов и выпускников, что позволило сделать исследование более глубоким и объективным. Итак, к основным группам факторов относятся:

- Ф1: Характеристика компании (динамичное развитие компании в России и мире, высокая эффективность компании, наличие сложившейся корпоративной культуры и т.д.);
- Ф2: Статус и карьерный рост в компании (возможность быстрого продвижения, наличие плана карьерного роста в компании и т.д.);

- Ф3: Развитие и профессиональный рост (возможность корпоративного обучения, наличие специальных программ для молодых специалистов, прочие аспекты и возможности развития);
- Ф4: Характеристика работы (возможность нести ответственность за выполнение отдельных проектов, необходимость выполнения рутинных обязанностей и т.д.)
- Ф5: Компенсации и гарантии (заработная плата, социальный пакет и др.);
- Ф6: Условия работы в компании (наличие и частота командировок, возможность совмещать работу с учебой, гибкость рабочего графика и др.).

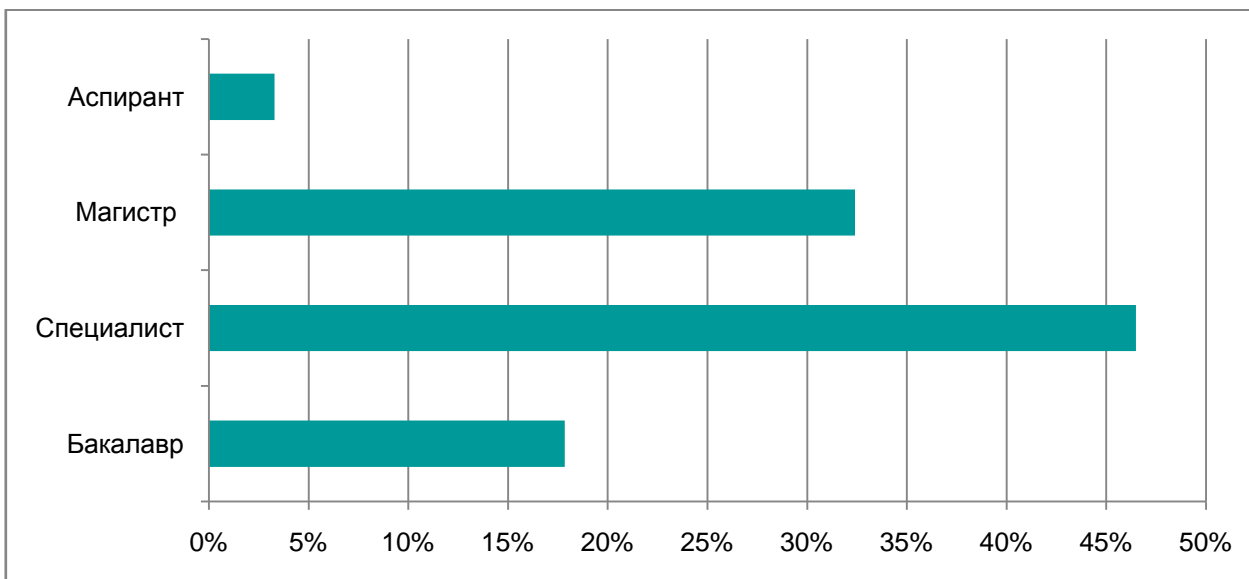
На втором этапе проводился телефонный опрос компаний, попавших в число наиболее желанных работодателей. Менеджеры по персоналу или представители пресс-служб отвечали на вопросы, подобные тем, что содержали анкеты для молодых специалистов. Задачей компаний было выбрать из тех условий, которые на первом 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 реальные 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.

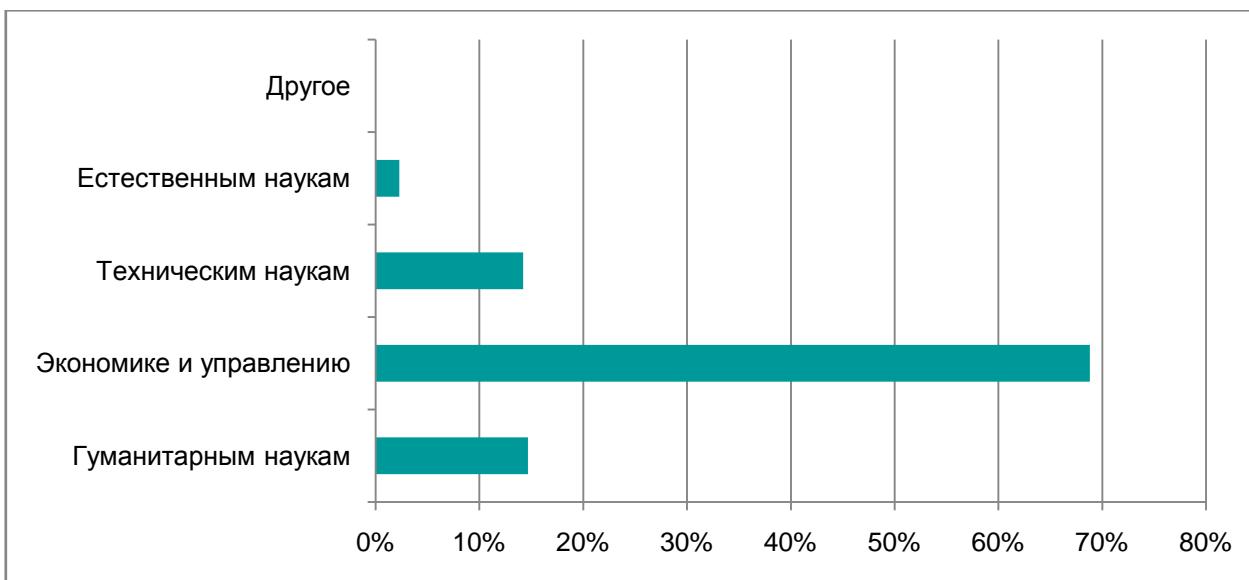
Работодатели, вошедшие в Топ 20 наиболее желанных, но отказавшиеся предоставить информацию об условиях труда и развития молодых специалистов (Газпром, 1-е место в рейтинге популярности, ТНК-ВР, 18-е место, Уралсиб, 20-е место), занимают последние места в сводном рейтинге и отсортированы по параметру «популярность» среди студентов и молодых специалистов. Стоит отметить, что в прошлом году две компании из этих трех вошли в рейтинг самых желаемых работодателей и по параметру «реальные условия», и заняли 1-е (ТНК-ВР) и 16-е место (Газпром). Работодатели, представившие неполную информацию по условиям работы для молодых специалистов, при обработке ответов получили по этим условиям оценку равную нулю.

## Чего хочет молодежь

В этом году в исследовании приняли участие 500 студентов и выпускников из ведущих московских и региональных вузов, это были экономисты, технари, управленцы, гуманитарии, получившие или получающие степень бакалавров, специалистов, магистров, а также аспиранты.



**Диаграмма 1. Распределение по ученой степени**



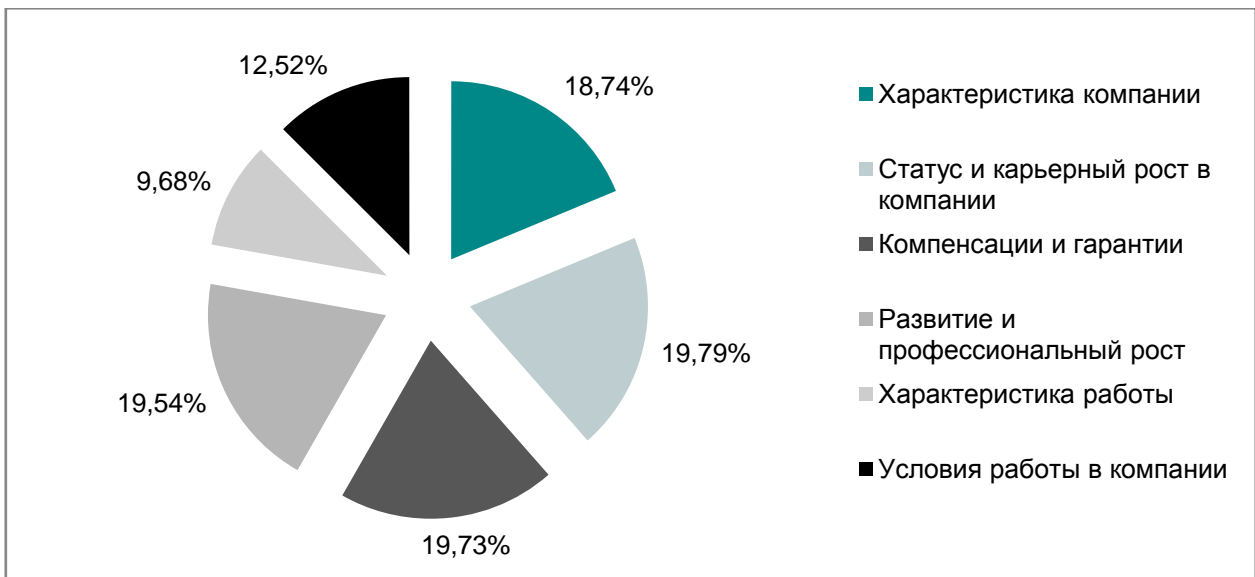
**Диаграмма 2. Распределение по образованию**

### **Какие факторы в этом году стали наиболее значимыми для молодых специалистов при трудоустройстве?**

Первое по значимости место занимает группа факторов «Статус и карьерный рост в компании». Для молодых специалистов все большее значение приобретает возможность роста в компании, и молодые сотрудники хотят, приходя в компанию, видеть, как они

могут добиться этого роста, поэтому неудивительно, что наиболее важными факторами в этой группе являются возможность быстрого продвижения и наличие плана карьерного роста в компании.

Второе место, как и в прошлом году, занимает группа факторов «Компенсации и гарантии». Среди наиболее важных факторов внутри группы можно выделить, как и в 2005 году, рост заработной платы и наличие премий и бонусов, а также новый фактор – оплата переработок компанией. По-прежнему молодежь в меньшей степени волнует размер стартовой заработной платы (главное знать, куда расти и что результаты твоей работы не останутся незамеченными) и неденежные компенсации.



**Диаграмма 3. Значимость факторов при трудоустройстве**

Отметим, что два года подряд на первом месте находилась группа факторов «Развитие и профессиональный рост», которая в этом году занимает лишь третье место. Здесь, как и прежде, для молодых специалистов важна возможность получить образование, те навыки и знания, которых им не хватает и которые может дать им компания. Кроме того, студенты и выпускники идут в компанию с долгосрочными целями и для них важно остаться в компании после испытательного срока.

В целом, стоит обратить особое внимание на то, что разрыв в значимости этих трех групп факторов очень мал (они различаются на десятые и сотые доли). Более того, в течение трех лет именно эти группы факторов являются для молодых специалистов самыми значимыми.

Четвертое место занимает новая группа факторов – «Характеристика компании». Стоит отметить, что 3 из 10 наиболее важных характеристик условий работы в компании относятся именно к этой группе факторов, к этим факторам относятся: динамичное развитие компании в России и мире, а также высокая эффективность компании.

Остальные факторы, такие как наличие сложившейся корпоративной культуры, важность продукции производимой компанией и др. оказались гораздо менее значимы. Получается, что студенты высоко оценили именно те факторы, которые способствуют наиболее быстрому продвижению в компании (заметим, что этот фактор находится на третьем месте в топ-10 наиболее важных характеристик условий работы).

По-прежнему не столь значимыми для молодых специалистов остаются условия работы в компании. Но все-таки ряд факторов является достаточно значимым. Так студенты особенно ценят возможность совмещения работы с учебой, а молодые специалисты в целом – наличие рабочего места в помещении с числом сотрудников менее 10 человек, а также зарубежные командировки. Кроме того, особое внимание привлекает к себе такой фактор как наличие переработок. В исследовании 2003/2004 года этот фактор рассматривался студентами и выпускниками со знаком «+», в прошлом году он был практически незначим, но все-таки стал уже отрицательным. В исследовании этого года переработки стали уже однозначно негативным фактором.

В этом году последнее, шестое место занимает группа факторов «Характеристика работы». Молодых специалистов не смущает выполнение преимущественно рутинной работы в начале карьеры, лишь бы впереди была возможность себя по-настоящему реализовать.

**Таблица 1. Наиболее важные характеристики условий работы в компаниях**

Характеристика	Важность
Рост заработной платы	3,99
Динамичное развитие компании в мире	3,97
Возможность быстрого продвижения в компании	3,88
Динамичное развитие компании в России	3,87
Возможность остаться в компании после испытательного периода	3,77
Наличие премий и бонусов по результатам работы	3,72
Высокая эффективность компании	3,68
Дополнительное образование, оплачиваемое компанией	3,67
Компания оплачивает переработки	3,59
Наличие отдельных профессиональных тренингов для обучения	3,48

Из приведенных в таблице данных видно, что, молодых специалистов, в первую очередь, волнует возможность быстрого роста в компании (об этом свидетельствуют как факторы, относящиеся к группе «статус и карьерный рост», так и косвенные факторы, относящиеся к группе «характеристика компании», о которых речь шла выше) и денежные компенсации, причем молодых специалистов теперь волнует не просто рост заработной платы, но и оплата переработок. Значимость факторов, относящихся к группе «развитие и профессиональный рост», в прошлом году занимавших 3-е и 4-е среди наиболее важных характеристик условий работы в компании, в этом году заметно снизилась, они оказались лишь на 8-м и 10-м месте.

## Они выбирают

Как и в предыдущие годы, двадцатку «самых желанных» составили наиболее крупные компании российского и мирового рынка. Можно выделить три лидирующие отрасли: FMCG, аудиторские компании и нефтедобывающие компании. Причем эта тенденция в выборе отраслей сохраняется уже три года. Возглавляют список Газпром, McKinsey & Company, PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young и ЛУКОЙЛ.

По сравнению с прошлым годом в рейтинге желанных работодателей появилось пять компаний-новичков: Morgan Stanley, Deloitte, BBDO, Coca-Cola и Уралсиб. Появление в Топ 20 Coca-Cola и Deloitte нельзя назвать непредсказуемым, в прошлом году эти компании заняли 22-е и 25-е место соответственно, в два года назад – 29-е и 16-е. А вот остальные компании-новички в предыдущие годы не попали даже в 50 лучших. Чем это может быть вызвано? Прежде всего тем, что за последний год значительно возрос интерес к сфере профессиональных услуг, и если просто посмотреть на Топ 20 «самых желанных» компаний прошлого года и нынешнего, видно, что доля FMCG компаний сократилась, а доля компаний, оказывающих профессиональные услуги значительно выросла (если в прошлом году соотношение этих компаний было примерно одинаковым, с небольшим перевесом FMCG компаний, то в этом году, компаний оказывающих профессиональные услуги в 1,5 раза больше, чем FMCG).

Что же является источником популярности и столь высоких рейтингов у компании в Топ 20? Во-первых, стоит отметить, что ряд компаний весьма узнаваем на рынке труда молодых специалистов за счет широкомасштабных программ привлечения студентов и выпускников. К таким компаниям, без сомнения, относятся PricewaterhouseCoopers, постоянно организующая для студентов всевозможные мероприятия и курсы, компания ВАТ, организующая семинары, лекции и презентации для молодых специалистов, также как и компания Shell, Procter&Gamble, L'oreal. Более того, в этом году намного активнее на рынке молодых специалистов ведет себя компания Deloitte (во многом именно это предрешило попадание компании в рейтинг «самых желанных») и компания Ernst&Young, проводившая в этом году дни открытых дверей.

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			
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4
Morgan Stanley	14	-	1	-	13	-	3	1-6	1-2	7-13
Shell	6	15	2	13	4	2	9	1-6	3-6	7-13
ЛУКОЙЛ	5	2	3	3	2	-1	12-13	8-13	1-2	7-13
Danone	13	19	4	7	9	12	1-2	1-6	11-12	7-13
BAT	12	10	5	5	7	5	15	8-13	3-6	1-6
Procter&Gamble	8	4	6	10	2	-6	11	14	3-6	15-16
Pricewaterhouse Coopers	3	1	7	9	-4	-8	10	1-6	3-6	1-6
L'Oreal	9	18	8	14	1	4	7	8-13	11-12	7-13
Альфа-Банк	17	17	9	6	8	11	17	7	8-10	7-13
Nestle	15	13	10	-	5	-	6	1-6	17	7-13
Deloitte	7	-	11	-	-4	-	5	8-13	8-10	1-6
McKinsey	2	5	12	17	-10	-12	1-2	15-17	15	15-16
KPMG	16	16	13	18	3	-2	4	8-13	14	1-6
BBDO	11	-	14	-	-3	-	14	1-6	16	1-6
Тройка-Диалог	10	11	15	8	-5	3	8	15-17	13	17
Coca-Cola	19	-	16	-	3	-	16	8-13	8-10	1-6
Ernst&Young	4	9	17	15	-13	-6	12-13	15-17	7	14
Газпром	1	7	Информация компанией не предоставлена (в 2005 году в рейтинге реальных условий компания заняла 16-е место)							
ТНК-ВР	18	20	Информация компанией не предоставлена (в 2005 году в рейтинге реальных условий компания заняла 1-е место)							
Уралсиб	20	-	Информация компанией не предоставлена							



Если отдельно говорить об FMCG компаниях, то популярность таких компаний как Procter&Gamble, L'oreal, Nestle, Danone, может частично объясняться тем, что с их продукцией каждый из нас сталкивается практически ежедневно. Но, несомненно, прежде всего, попадание именно этих, а не каких-то других FMCG компаний в рейтинг «самых желанных» связано с тем, что они с каждым годом увеличивают свою активность на рынке труда молодых специалистов, постоянно участвуя в днях карьеры в различных вузах, проводя специальные игры и презентации для молодых специалистов, привлекая тем самым внимание к себе студентов, ещё совсем не знающих рынка труда, и поддерживая свой имидж в глазах тех, кто уже активно ищет работу.

В рейтинге самых популярных компаний есть и такие, которые не занимаются крупномасштабной рекламой как в целом на рынке, так и среди молодых специалистов, однако интерес к ним не менее велик. К таким компаниям можно отнести Morgan Stanley, McKinsey & Company, Тройку-Диалог. У этих компаний достаточно узкая целевая аудитория поэтому им нет необходимости в проведении широкомасштабных акций. По сути, это компании с известными, брендовыми именами на своем рынке, а наборы молодых специалистов в них небольшие, в результате складывается впечатление, что в них попадают только «самые-самые». Более того, интерес к этим компаниям может быть объяснен их отраслевой принадлежностью. Дело в том, что на рынке труда молодых специалистов сложилось мнение о том, что сотрудники инвестиционных и консалтинговых компаний – это успешные, амбициозные, целеустремленные молодые люди, достигающие огромных карьерных высот и богатства. Словом, работать в инвестициях – модно.

В целом, закономерности, наметившиеся в исследованиях двух прошлых лет, применимы и к сегодняшнему дню: отдавая свой голос в пользу той или иной компании, молодые специалисты смотрят на активность компании на рынке труда молодых специалистов, в том числе и узнаваемость компании за счет постоянного проведения мероприятий для студентов и выпускников, узнаваемость компании на рынке в целом, динамичность развития компании и отрасли, в которой она работает, а также на устойчивость компании на российском рынке.

В этом году из рейтинга «самых желанных» компаний ушли Mars, Microsoft, Citibank, Unilever, Siemens. Нельзя однозначно сказать, что это было вызвано снижением активности этих компаний на рынке труда молодых специалистов. Скорее дело в том, что другие компании, попавшие в рейтинг в этом году, наращивали свою активность.

## Реальность

В этом году также как и в течение двух предыдущих лет сохраняется большая разница значений между ожидаемыми (составленными на основе ответов студентов) и реальными условиями труда, предоставляемыми компаниями. Можно выделить лишь три компании, которые почти не изменили свои позиции: L'oreal, Procter&Gamble и ЛУКОЙЛ. Причем компания ЛУКОЙЛ уже второй год подряд занимает в рейтинге реальных условий третье место, компания L'oreal поднимается каждый год на несколько позиций. Остальные же компании упали или поднялись в рейтинге в среднем на 4-5 позиций. И

удивляет даже не столько такая разница между реальностью и ожиданиями, сколько то, что в этом году компании, потерявшие или набравшие наибольшую разницу, те же, что и в прошлом году (Danone, Альфа-банк, McKinsey).

## О чем это говорит

В первую очередь, подтверждается высказанное в прошлогоднем исследовании предположение о том, что зачастую, то, как компания себя позиционирует, не соответствует её реальным предложениям для молодых специалистов. Так, например, компания PricewaterhouseCoopers, занимающая два года подряд первое, а в этом году третье место в рейтинге самых желанных работодателей, не может войти в пятерку лучших работодателей по реальным условиям уже два года. То же можно сказать и о компании McKinsey & Company (в прошлом году компания упала на 12 пунктов, в этом на 10).

Кроме того, не все компании проводят широкомасштабные рекламные и имиджевые акции для привлечения студентов и выпускников. Некоторые из представленных в рейтинге компаний предпочитают работать с определенными вузами напрямую, привлекать молодых специалистов на основе рекомендаций и т.п., что сказывается на их популярности.

Другие компании в большей степени сосредоточены на узкой целевой аудитории, рекламируются нешироко и только там, где может и должен быть отклик на их предложения. К ним можно отнести и лидера этого года компанию Morgan Stanley, а также Тройку-Диалог, Уралсиб.

Если говорить о специфике отдельных отраслей, то компании «большой четверки», которые в этом году попали в рейтинг в полном составе, по четырем факторам из шести предоставляют молодым специалистам хорошие возможности, а в группе факторов «Характеристика работы» вообще лидируют. Проигрывает big 4 за счет таких групп факторов, как «Компенсации и гарантии» и особенно «Условия работы в компании» (что во многом связано с ненормированностью рабочего дня, а также большим количеством командировок, присущих данному виду бизнеса). Похожая ситуация, кстати, была и в прошлом году.

Что касается FMCG компаний, то представители этой сферы занимают ведущие положения во всех группах факторов. В течение двух лет эти компании уступали в рейтинге только по одному показателю – развитие и профессиональный рост, но теперь этого отставания как не бывало.

Если говорить о заработной плате, то по сравнению с прошлым годом запросы студентов значительно выросли. Если в прошлом году молодые специалисты рассчитывали на компенсацию в размере \$700, то в этом году минимально приемлемая для них заработная плата в среднем достигает уровня \$850. Но нельзя говорить о том, что молодые специалисты «потеряли совесть» и перестали реально смотреть на условия работы в компаниях. Сегодня такую заработную плату им готовы платить 71% самых

желанных работодателей. Стоит отметить, что на протяжении последних двух лет сокращается разрыв между желаемой заработной платой, которую хотели бы получать молодые специалисты и минимально приемлемой для них заработной платой после испытательного срока, что говорит о том, что их представление о рынке становится более адекватным.

**Таблица 3. Зарплатные ожидания молодых специалистов**

	Желаемая заработная плата	Минимально приемлемая заработная плата после испытательного срока	Разница между желаемой и минимально приемлемой заработной платой	% компаний, готовых платить минимально приемлемую для молодых специалистов заработную плату
2003-2004	-	870	-	50%
2004-2005	1120	710	410	89%
2005-2006	1200	850	350	71%

В целом поведение молодых специалистов на рынке труда становится с каждым годом все более отвечающим его реалиям. За счет проведения всевозможных презентаций, игр, семинаров, дней открытых дверей, участия в днях и ярмарках карьеры, компании стараются проинформировать студентов о том, чего молодые специалисты могут добиться в этих компании, как там строится работа, как и что нужно делать, чтобы желаемое стало реальным. Студентам и выпускникам же стоит помнить, что работодателя нельзя выбирать только по известному на рынке имени, решение это должно быть взрослым, взвешенным и обдуманым. Возможно, в начале стоит составить свой рейтинг «самых желанных», но не забыть проверить соответствуют ли мечты и желания, тому, что получается на практике.