



■ партнерство ■ инновации ■ консалтинг

Он пришел дать вам работу... Результаты исследования TargetT 2006/07

Подготовлены компанией Graduate, опубликованы в журнале «Карьера», №7,
2007 год

**Наталья Васильева,
Александра Долгорукова,
Алексей Максименко**

25 мая 2006 г.

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

В условиях активно растущей экономики и сложившейся конкуренции компании все чаще говорят о дефиците персонала, «кадровом голоде» и «войне за таланты», которую работодатели ведут на рынке труда не только специалистов с опытом работы, но и студентов.

Чтобы привлечь студентов и выпускников вузов, компании проводят многочисленные презентации, устраивают case-study, участвуют в различных ярмарках вакансий. В результате молодым специалистам остается только собрать информацию о потенциальных работодателях и выбрать из всего этого множества одного, к кому пойти работать. Главное, потом не разочароваться в выборе.

Разочарование может произойти по ряду причин. Во-первых, то, как компания себя позиционирует, не всегда и не во всем может соответствовать действительности. А во-вторых, студенты и выпускники могут иметь завышенные ожидания и требования к работодателям.

Чтобы определить, насколько правомерны эти предположения, консалтинговая компания Graduate и журнал «Карьера» в четвертый раз проводят исследование Target, целью которого является не просто выявить самые желанные для молодых специалистов компании, но и те из них, которые максимально соответствуют ожиданиям выпускников.

Как это делалось?

По сравнению с исследованиями прошлых лет структура осталась та же. Target проводился в два этапа:

- опрос студентов старших курсов и выпускников (не более трех лет с момента выпуска) московских и региональных вузов и молодых специалистов с целью выявить их пожелания и предпочтения при выборе постоянного места работы;
- опрос компаний-работодателей.

На первом этапе студенты и молодые специалисты оценили значимость 40 факторов, на которые они ориентируются при выборе постоянного работодателя, по шкале от -3 до +3 (-3 — очень значимый недостаток, 0 — незначимый фактор, +3 — очень значимое преимущество). Эти факторы, как и в предыдущие годы были разделены на группы. Всего было выделено 7 групп факторов (ГФ).

Кроме того, студенты и выпускники вузов назвали свои ожидания о заработной плате, перспективах карьерного и профессионального роста. Также в рамках первого этапа исследования были выявлены наиболее «популярные» работодатели: студентов просили назвать от трех до пяти компаний, в которых они хотели бы работать.

Было опрошено 450 студентов и выпускников вузов Москвы и регионов с различным образованием. Дифференциация по сфере получения образования представлена на диаграмме.

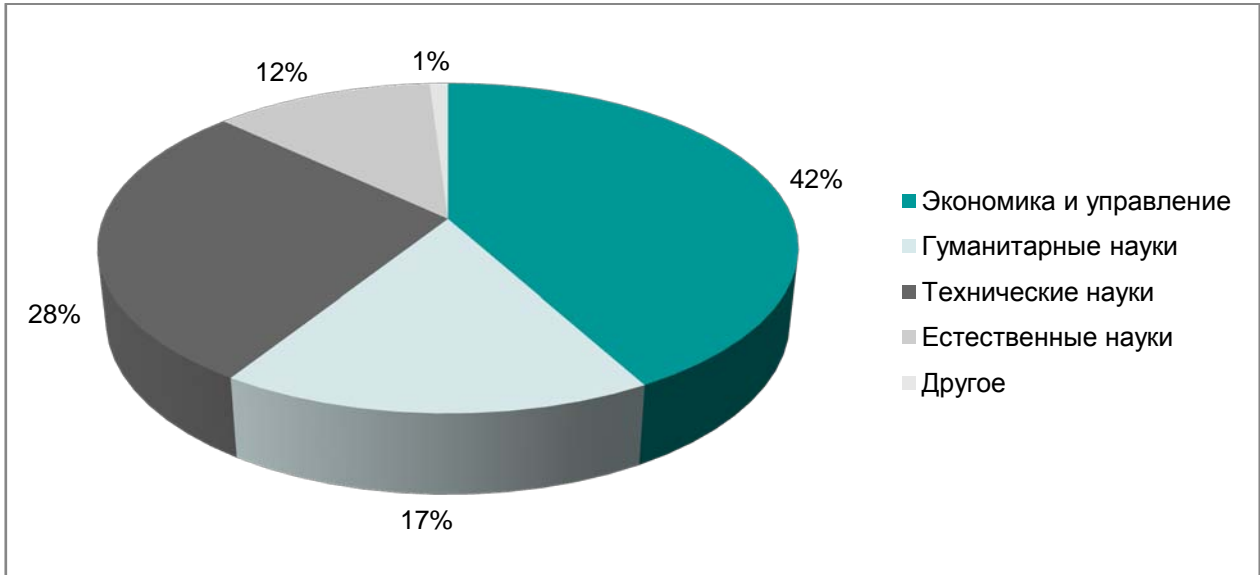


Диаграмма 1. Дифференциация по образованию

На втором этапе исследования был проведен телефонный опрос компаний-работодателей, попавших в рейтинг по популярности среди студентов и молодых специалистов. На вопросы отвечали менеджеры по персоналу.

Среди факторов, оцененных студентами, работодатели выбирали те, которые они предоставляют молодым сотрудникам. Каждый фактор оценивался, как 1 балл, если компания соблюдает данное условие, и как 0 баллов — 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. Для разных работодателей разность позиций может быть как отрицательной, так и положительной. Это своего рода разрыв между позиционированием компании на рынке труда и действительностью, показатель правильности проведения информационной политики работодателя.

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, 9-ое, Citibank – 11-ое), занимают последние места в сводном рейтинге и отсортированы по параметру «популярность» среди студентов и молодых специалистов.

Что нового?

В этом году была выделена отдельно такая группа факторов как «положение компании в России и мире» и добавлена новая группа «внутренний комфорт». Последняя ГФ характеризует взаимодействие молодого специалиста с коллективом компании.

Введение новых ГФ было сделано для того, чтобы охватить большее число возможно значимых для студентов и молодых специалистов при выборе работы факторов, и соответственно, сделать наше исследование наиболее полным и объективным.

Таким образом, в исследовании Target 2007 были оценены следующие ГФ:

- ГФ1: Положение компании в России и мире (динамичное развитие компании в России и в мире, известность, инновации в бизнесе компании, возможность работать в международной команде сотрудников и т.д.)
- ГФ2: Внутренний комфорт (наличие сложившейся корпоративной культуры, взаимоотношения молодого специалиста с руководителем, возрастная дифференциация сотрудников, наличие корпоративных проектов, конкурсов и конференций)
- ГФ3: Развитие и профессиональный рост (наличие программы развития молодых специалистов/менеджеров, наличие плана профессионального развития у каждого сотрудника, возможность пройти обучение за рубежом или получить дополнительное образование, наличие наставника, быстрый рост числа обязанностей и их усложнение и т.д.)
- ГФ4: Карьерный рост в компании (возможности горизонтального роста, быстрого продвижения в компании, четкая карьерная лестница)
- ГФ5: Компенсации и гарантии (размер стартовой заработной платы и ее рост, наличие премий и бонусов по результатам работы, оплата переработок, негосударственное медицинское страхование и т.д.)
- ГФ6: Условия работы в компании (наличие командировок, необходимость переработок, рабочий кабинет и т.д.)
- ГФ7: Характеристики работы в компании (необходимость выполнять рутинные обязанности на начальном этапе работы в компании, возможность решать трудные интересные задачи и оказывать влияние на принимаемые решения и т.д.).

О важности материальных ценностей

На что же ориентируется молодежь при выборе постоянного работодателя?

Исходя из того, как студенты и выпускники вузов расставили по приоритетам факторы, которыми они будут руководствоваться при выборе компании-работодателя, оказалось, что занимавший в прошлом году первое место фактор «карьерный рост в компании» сместила группа факторов «компенсации и гарантии».

Основным мотивом при выборе постоянного места работы для молодежи является заработная плата. Интересно, что самым важным фактором в данной группе стало «наличие премий и бонусов по результатам работы». Молодые специалисты готовы прилагать все усилия для качественного выполнения работы и хотят получать объективное вознаграждение за свои старания.

Чуть менее значимыми факторами в группе «компенсации и гарантии» стали «быстрый рост заработной платы», «оплачиваемые переработки», а также новый введенный нами фактор «компенсация затрат, связанных с рабочими нуждами» (проезд, мобильный телефон и т.д.). Мы попросили студентов назвать, какие компенсации, не гарантированные государством, они хотели бы получать от работодателя. Наиболее часто упоминаемыми стали оплачиваемые обеды, транспорт, мобильная связь и занятия спортом.

При этом, как и прежде, размер стартовой заработной платы является для молодых специалистов менее значимым фактором, чем перспектива его роста в будущем.

Во вторую очередь молодые специалисты ориентируются на то, какое место занимает компания в России и мире. Здесь молодежь учитывает то, насколько динамично работодатель развивается в своей стране и за рубежом, а также насколько известно имя компании на рынке.

Третье место по значимости разделили группы факторов «развитие и профессиональный рост» и «карьерный рост». Приходя в компанию, молодые специалисты рассчитывают на быстрое развитие, как в карьерном плане, так и в профессиональном. Это подтверждает тот факт, что самыми важными в этих группах стали соответственно факторы «возможность получить дополнительное обучение, оплачиваемое компанией» и «возможности быстрого продвижения по карьерной лестнице в компании».

Такие группы факторов, как «внутренний комфорт», «характеристики работы в компании» и «условия работы» отошли на последний план. Наиболее значимым среди выше перечисленных групп фактором стал «гибкий рабочий день и возможность совмещения работы с учебой». Интересно, что студенты оценивают со знаком «-» как фактор «необходимость переработок», так и фактор «в компании запрещены переработки». Видимо, работодатель должен предоставить молодому специалисту право самому решать, когда перерабатывать, и при этом оплачивать эти переработки.

Кроме того, со знаком «-» студенты оценивают «работу под постоянным контролем руководителя» и «необходимость выполнять рутинные обязанности на начальном этапе работы в компании». Хотя в прошлом году молодых специалистов не смущало выполнение преимущественно рутинной работы в начале карьеры.

Утрируя, можно сказать, что большинство молодых специалистов предпочитают неинтересную высокооплачиваемую работу в известной компании интересной работе с возможностью решать трудные интересные задачи и оказывать влияние на принимаемые руководством решения. Основной мотив, на который ориентируются студенты и

выпускники вузов – перспектива быстрого роста заработной платы, карьерного и профессионального статусов.

Подводя итоги...

Абстрагируясь от выделенных нами групп, проанализируем, какие факторы являются наиболее значимыми для студентов и молодых специалистов при выборе постоянного работодателя. В таблице приведены самые важные характеристики условий работы в компаниях, а также место каждого фактора по значимости в исследовании прошлого года («0» означает, что данный фактор не был значимым для молодых специалистов в прошлом году; «-» - что данного фактора не было в анкете):

Таблица 1. Наиболее важные характеристики условий работы в компании

Название фактора	Место фактора в Target 2007	Место фактора в Target 2006
Наличие премий и бонусов по результатам работы	1	6
Быстрый рост заработной платы	2	1
Возможность получить дополнительное обучение, оплачиваемое компанией	3	8
Компания оплачивает переработки	4	9
Динамичное развитие компании в России	5	4
Возможности быстрого карьерного продвижения в компании	6	3
Динамичное развитие компании в мире	7	2
Наличие наставника, который передаст все тонкости бизнеса компании и поможет в решении сложных вопросов	8	-
Компания компенсирует затраты, связанные с рабочими нуждами (проезд, сотовую связь и т.д.)	9	-

Из приведенных в таблице данных видно, что значимость абсолютно всех компенсаций, как материальных, так и нематериальных – в виде бесплатного обучения, возросла для молодых специалистов по сравнению с прошлым годом.

С чем же связаны изменения в предпочтениях молодежи? Возможно, изменилась психология молодых специалистов. Если раньше студенты и выпускники вузов хотели сначала набраться опыта и приобрести необходимую квалификацию, а затем уже претендовать на высокую заработную плату, то сейчас ситуация изменяется. В связи с тем, что на рынке труда образовался дефицит рабочей силы, работодатель, чтобы завоевать хорошие кадры, готов предложить более высокие стартовые заработные платы и дополнительные компенсации. Молодые специалисты поняли, что за их «таланты» идет «война» и что они могут требовать большего.

FMCG не предлагать

Студенты и молодые специалисты отдают свое предпочтение преимущественно крупным западным компаниям. В рейтинге самых желанных работодателей Top 20 представлены 13 зарубежных работодателей и только 7 российских. Что касается отраслей, в которых хотела бы работать молодежь, то ситуация всех четырех прошлых лет, когда лидерами были FMCG-компании, аудиторские и нефтедобывающие компании, изменилась.

Таблица 2. Top 20 – лучшие работодатели России

Компании	Рейтинг популярности (П)		Рейтинг реальных условий (Р)		Разность позиций в рейтингах (П-Р)	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Сбербанк	6	-	1	-	5	-
Intel	8	-	2	-	6	-
Mars	15	-	3	-	12	-
Morgan Stanley	13	14	4	1	9	13
Procter&Gamble	7	8	5	6	2	2
MTC	16	-	6	-	10	-

Компании	Рейтинг популярности (П)		Рейтинг реальных условий (Р)		Разность позиций в рейтингах (П-Р)	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
KPMG	17	16	7	13	10	3
ВТБ	12	-	8	-	4	-
PricewaterhouseCoopers	4	3	9	7	-5	-4
Deloitte	5	7	10	11	-5	-4
Hewlett-Packard	17	-	11	-	6	-
Microsoft	3	-	12	-	-9	-
Shell	17	6	13	2	4	4
Ernst&Young	14	4	14	17	0	-13
McKinsey&Company	10	2	15	12	-2	-10
РАО ЕЭС	17	-	16	-	1	-
Лукойл	2	5	17	3	-15	2
Газпром	1	1	Информация компанией не предоставлена			
ТНК-ВР	9	18	Информация компанией не предоставлена			
Citibank	11	-	Информация компанией не предоставлена			

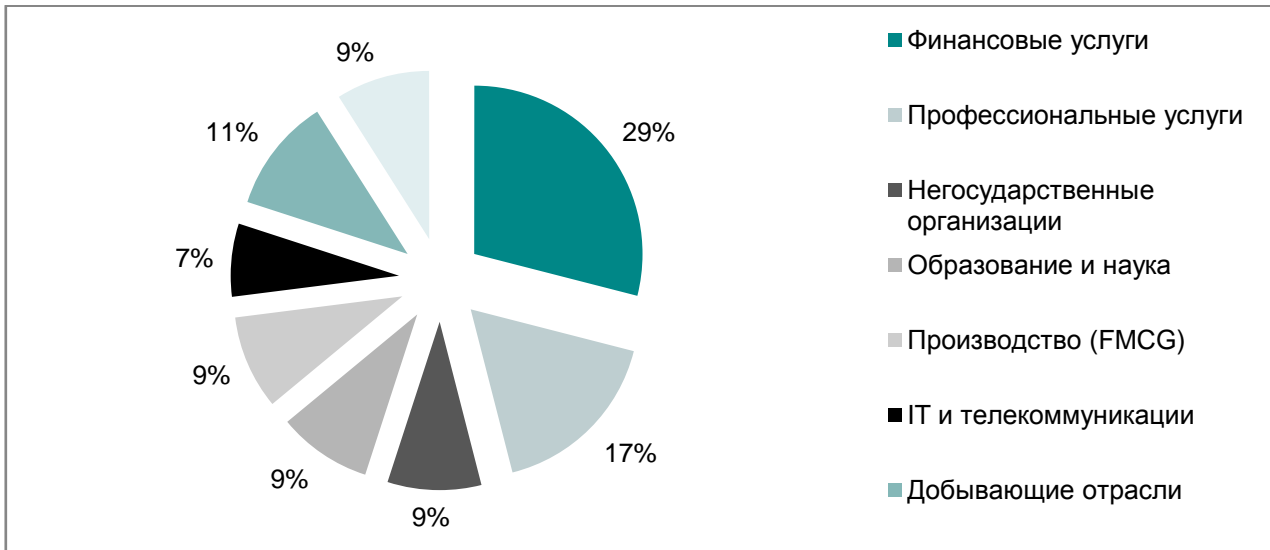


Диаграмма 2. Наиболее привлекательные для молодых специалистов отрасли

В этом году определилось не 3, а 4 лидирующих отрасли: к нефтедобывающим и аудиторским компаниям добавились компании, специализирующиеся в области IT и банковских операций. Из компаний, относящихся к вышеперечисленным отраслям, выбыли из рейтинга Тройка-Диалог (в прошлом году компания занимала 10 место по привлекательности и 15 по реальным условиям), Альфа – Банк (17 и 9 места) и Уралсиб (20 место в рейтинге по привлекательности и последнее по реальным условиям, так как компания в прошлом году отказалась предоставить информацию).

Стоит отметить падающий интерес студентов и молодых специалистов к FMCG – компаниям. Если в 2006 году в рейтинг самых желанных работодателей входило 6 компаний, специализирующихся в данной отрасли, то сейчас – только 2. В целом эта тенденция характерна не только для российского, но и для западных рынков труда. Так в первую двадцатку британского рейтинга The Times Top 100 Graduate Employers 2006/2007 вошла лишь одна FMCG-компания – Procter & Gamble.

Несмотря на возрастающую активность FMCG-компаний, стремящихся удержать свои позиции как при помощи активного продвижения и информирования студентов и выпускников, так и при помощи предоставления лучших условий молодым специалистам, их рейтинги неуклонно снижаются. Данные компании вытесняются компаниями других отраслей (инвестиции, профессиональные услуги, телекоммуникации). В 2007 году в рейтинг не вошли Danone, L’Oreal, Nestle, Coca-Cola и British American Tobacco. Исключение здесь составляют подряд Procter&Gamble, прочно удерживающая свои позиции 4 года подряд и поднявшаяся в 2007 году по привлекательности с 8 места на 7, а также Mars (Mars выбыла из рейтинга в 2006 году, но вновь вошла в 2007 и заняла 17 место).

Среди выбывших в прошлом году и вновь вошедших в этом, помимо Mars, стоит упомянуть Microsoft (компания заняла 3 место по популярности) и Citibank (11 место).

По сравнению с прошлым годом, компаниями – новичками в рейтинге популярности стали: Сбербанк (6 место), Intel (8 место), ВТБ (12 место), IBM (13 место), Сибнефть (14 место), МТС (18 место), НР (18 место), РАО ЕЭС (18 место).

Почему именно они?

Что же является источником популярности и столь высоких рейтингов у компаний 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, например, относятся компании «большой четверки аудиторской» (PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young, Deloitte и KPMG), проводящие активные рекламные кампании и организующие различные мероприятия для студентов (начиная от лекций и презентаций в вузах и заканчивая днями открытых дверей и конкурсами по решению кейсов), Procter&Gamble, проводящая различные семинары для студентов, Mars, Citibank, Shell.

В рейтинге самых популярных компаний есть и те, которые не столь активны на рынке труда молодых специалистов, однако интерес к ним не менее велик. К таким компаниям можно отнести компании ТЭК, банки и McKinsey&Company. В первую очередь интерес к этим компаниям может быть объяснен их отраслевой принадлежностью. Нефтегазовая сфера и энергетика уже четвертый год подряд являются наиболее привлекательными отраслями для молодежи и такие компании как Газпром, Лукойл, TNK – BP, Сибнефть и РАО ЕЭС традиционно являются мечтой для многих студентов и выпускников, даже, несмотря на то, что как устроится работать в Газпром – загадка для молодых специалистов. Возрастающий интерес молодых специалистов к инвестиционному банкингу и консалтингу является тенденцией последних лет.

В то же время стоит отметить и тот факт, что даже такие компании, постепенно увеличивают свою активность в привлечении молодых специалистов. Их политика в области работы с молодыми специалистами становится более открытой. Многие из тех компаний, информацию о трудоустройстве в которые раньше было почти невозможно найти, теперь размещают рекламу, проводят презентации в вузах и организуют различные мероприятия для студентов.

Многие компании, помимо своего брендового имени и стабильного развития, привлекают студентов еще и тем, что дают возможность пройти оплачиваемую стажировку. А это, как-никак, шанс для молодого специалиста остаться в компании на постоянную работу. Microsoft, Intel, TNK-BP, Citibank, Procter&Gamble, Mars, НР и многие другие компании предоставляют такую возможность студентам.

Мифы и реальность

Как и в прошлые годы, в рейтинге нет компаний, абсолютно соответствующих ожиданиям молодых специалистов, т.е. набравших максимально возможное количество положительных баллов по реальным условиям. Кроме того, сохраняется тенденция предыдущих исследований большой разницы позиций между ожидаемыми (составленными на основе ответов студентов) и реальными условиями труда, предоставляемыми компаниями. Из работодателей, почти не изменивших свои позиции в реальном рейтинге по сравнению с прошлым годом, можно выделить Procter&Gamble, PricewaterhouseCoopers и Deloitte.

Впервые за три года исследования лидером рейтинга по реальным условиям (**Р**) стал новичок Сбербанк. Разность в позициях между рейтингами популярности (**П**) и реальности (**П-Р**) составила 5 пунктов. Но это далеко не самый большой разрыв. Например, компания Марс, также являющаяся новичком в рейтинге, оторвалась от популярности на 13 позиций.

В целом, почти все работодатели, впервые в 2007 году вошедшие в рейтинг, заняли в рейтинге по реальным условиям позиции выше, чем по популярности. Возможно, это связано с тем, что компании-новички еще не успели дать молодежи полное представление о возможностях работы.

Если говорить об отдельных отраслях, то компании, специализирующиеся в области банковских операций и финансов, оправдали высокий интерес молодежи к данной сфере. По реальным условиям, предоставляемым молодым специалистам, компании заняли достаточно высокие позиции.

Отдельно по группам факторов

Интересно разобраться, какие компании занимают ведущие положения по отдельным группам факторов (ГФ). По самым важным для молодежи показателям, компенсациям и гарантиям, лидируют компании FMCG – отрасли и Сбербанк. В целом, FMCG – компании отстают только по ГФ «Внутренний комфорт» и «Условия работы». Сбербанк же наоборот занял лидирующие позиции по ГФ «Условия работы» и «Характеристики работы», за счет чего и вышел на первое место по реальным условиям. За счет этих же ГФ заняла высокие позиции и Morgan Stanley.

Компании большой четверки отличились предоставляемыми возможностями профессионального развития и карьерного роста, а также условиями, создаваемыми для внутреннего комфорта сотрудников в коллективе.

В общем, в рейтинге по каждой из ГФ отдельно образовалась вполне логичная ситуация: все компании, занявшие в реальном рейтинге высокие места, находятся среди лидеров по той или иной группе условий.

Таблица 3. Рейтинг компаний по группам факторов

ГФ1 (Положение компаний в России и мире)	ГФ2 (Внутренний комфорт)	ГФ3 (Развитие и профессиональный рост)	ГФ4 (Карьерный рост в компаниях)	ГФ5 (Компенсация и гарантии)	ГФ6 (Условия работы в компаниях)	ГФ7 (Характеристики работы в компаниях)
P&G (1)	KPMG (1)	Deloitte (1)	Deloitte (1)	P&G (1)	Сбербанк (1)	Microsoft (1)
Марс (2)	PwC (2)	P&G (2)	Ernst&Young (1)	Сбербанк (2)	Intel (1)	Сбербанк (1)
	MTC (3)	Intel (2)	Марс (1)	Марс (3)	MTC (2)	P&G (1)
		KPMG (2)	MTC (1)		Morgan Stanley (3)	McKinsey (1)
			KPMG (1)		ВТБ (3)	Morgan Stanley (1)
						Марс (1)

Цифра в скобках означает место компании в рейтинге по предоставляемым условиям и возможностям, входящим в данную ГФ. В таблице перечислены те работодатели, которые заметно оторвались от других по набранным баллам в какой-либо ГФ. Неупомянутые компании набрали одинаковое количество баллов по данной ГФ и стоят после лидеров.

Завышены ли ожидания студентов?

Чтобы все-таки понять, из-за чего же расходятся ожидания студентов от компаний с реальностью, проанализируем, насколько пожелания студентов соответствуют тому, что готов предложить работодатель.

Если говорить о зарплатных ожиданиях, то с каждым годом запросы студентов растут. Если в прошлом году минимально приемлемая заработная плата после испытательного срока для молодого специалиста составляла \$850, а желаемая \$1200, то в 2007 году эти суммы поднялись соответственно до \$930 и \$1520.

Но, как показал опрос компаний, нельзя назвать такие ожидания молодежи завышенными. Из всех компаний, предоставивших информацию о размере зарплаты молодых специалистов, 88% готовы платить от \$930 до \$1520 и 12% больше \$1520. Если в предыдущие годы, не все «желаемые» работодатели были готовы платить минимально приемлемую заработную плату студентам, то теперь ситуация изменилась.

Интересен тот факт, что на протяжении трех прошлых лет наблюдалась тенденция к уменьшению разрыва между желаемой и минимально приемлемой заработной платой. В 2007 году разница увеличилась. Данные по зарплатным платам прошлых лет представлены в таблице:

Таблица 4. Зарплатные ожидания молодых специалистов

Год	Желаемая заработная плата после испытательного срока	Минимально приемлемая заработная плата после испытательного срока	Разница между желаемой и минимально приемлемой заработной платой	% компаний, готовых платить минимально приемлемую заработную плату
2005 год	1120	710	410	89%
2006 год	1200	850	350	71%
2007 год	1520	930	590	100%

Что касается ожиданий молодежи о карьерном росте и профессиональном, то они действительно несколько завышены. Студенты ожидают расширения круга обязанностей в среднем через 8 месяцев после начала работы, а перехода на следующую позицию в компании через 11 месяцев. В то же время работодатели готовы поручить молодым специалистам более сложные и интересные задачи в среднем через год, а повысить в должности только через 1,5. Лишь 2 компании соответствуют ожиданиям студентов в этом плане.

И напоследок...

Чтобы заполучить «желанного специалиста» работодатели готовы проводить всевозможные презентации, игры, семинары, дни открытых дверей, участвовать в днях и ярмарках карьеры, изобретать новые способы мотиваций молодежи. Согласится ли молодой специалист долгосрочно сотрудничать с компанией зависит от того, насколько

правильно работодатель себя спозиционирует и насколько это будет отвечать действительности.

Но не только работодатель может совершить ошибку в поиске «ценных кадров». Повести себя неправильно может и молодой специалист, ожидания которого могут быть слишком завышены. Поэтому при выборе постоянного места работы студентам и выпускникам вузов стоит не только составить свой рейтинг «желанных компаний», но и определиться с предпочтениями, а также сопоставить их с реальностью. Возможно, проект TargetT поможет молодым специалистам это сделать и не ошибиться в выборе.