

Карьера&Кадры

 259  7 мин. 

Молодежь предпочитает работодателей со схожими ценностями

Молодые кадры оказались более требовательны к работодателям и помимо зарплатных предложений при выборе работы руководствуются нематериальными факторами, показывают международные и российские исследования этой аудитории. До половины соискателей готовы отказаться от вакансии или конкретного задания, если они не соответствуют их ценностям — чаще всего от работодателя требуется внимание к экологической повестке, создание комфортной атмосферы в коллективе и соблюдение баланса между работой и личной жизнью. Идеи построения карьеры молодым соискателям в России не чужды, но лояльность к работодателю снижается: на дефицитном рынке труда молодежь не боится терять работу.

Молодые люди чаще готовы отказаться от предложения о работе, если ценности компании не соответствуют их собственным. Такие выводы приводит Deloitte в исследовании «Поколение Z и миллениалы» по результатам опроса 22,8 тыс. респондентов в 44 странах. Так, 50% представителей поколения Z и 43% миллениалов отвергли задание или проект, основываясь на своей личной этике или убеждениях. Почти столько же — 44% и 40% соответственно — отказались от работодателя.

По данным Deloitte, для 86% зумеров и 89% миллениалов наличие смысла и цели необходимо для удовлетворенности работой и хорошего самочувствия. Отвергнувшие проект или рабочее задание по личным убеждениям утверждают, что в результате отказа осознали собственную ценность (31% зумеров и 36% миллениалов) и вдохновились на выполнение более подходящих им задач. Однако каждому пятому после отказа все равно пришлось выполнять задание — впоследствии такие работники заявили, что их возможности самореализации на работе сократились.

Реакция работодателя прямо влияет на готовность сотрудников оставаться в компании: в случае, когда руководство относилось с пониманием к отказу сотрудников выполнять задание, последние чаще сообщали о желании остаться на работе более пяти лет (74% зумеров и 79% миллениалов). Среди тех, кто столкнулся с негативной реакцией начальства, этот показатель составил 62% и 56% соответственно. «Это говорит о том, насколько важно для организации не только

ставить и сообщать четкую цель, но и активно прислушиваться к своим сотрудникам и реагировать на них, чтобы гарантировать соответствие ценностей работодателя и сотрудников. Это будет способствовать формированию более вовлеченной, мотивированной и лояльной рабочей силы», — рекомендуют в Deloitte.

Мнение

Причины отказа молодежи от работы разнообразны — это и негативное воздействие организации на окружающую среду, и отсутствие поддержки психического благополучия сотрудников и баланса между работой и личной жизнью. Например, вопросы климатических изменений важны в среднем для 60% зумеров и миллениалов: оба поколения активно принимают меры по ограничению воздействия на окружающую среду и хотят, чтобы бизнес предпринимал более активные действия в этих вопросах. Так, 20% опрошенных уже сменили работу или отрасль, чтобы согласовать свою работу с экологическими ценностями, еще четверть планируют сделать это в будущем.

Исследование консалтинговой компании Randstad «Голос талантов в 2024 году» подтверждает: 38% молодых талантов не примут предложение о работе, если не согласны со взглядами руководства или бизнес не соответствует их социальным и экологическим ценностям, еще 37% — если компания не способствует справедливости в коллективе (равному доступу к возможностям), еще 35% — если не стремится к устойчивости.

Другой запрос молодых кадров — внимание работодателя к психическому здоровью на рабочем месте. Из этого вытекает потребность в гибкой занятости: некоторые сотрудники испытывают повышенный стресс и теряют в производительности при возвращении в офис. Лишь чуть более половины зумеров и миллениалов оценивают свое психическое здоровье как хорошее, но боятся говорить о проблеме в коллективе. Организации пока недостаточно понимают молодых сотрудников — об этом Randstad сообщила почти треть респондентов. Отчасти поэтому четверть молодых сотрудников испытывают неловкость, когда делятся собственным мнением, при этом более половины опрошенных и вовсе стараются скрывать на работе аспекты своей жизни.

Позитивный аспект: работодатели, по мнению молодежи, делают успехи в работе с ней. Данные Deloitte и Randstad совпадают: 70% опрошенных сообщили, что ценности и цели их нынешнего работодателя соответствуют их собственным. При этом сотрудники готовы улучшать рабочую среду с организациями в партнерстве: тогда как обязанности по реализации больших идей должны лечь на плечи работодателей (вопросы экологии и справедливости), сами работники готовы взять ответственность за улучшение психического здоровья и трудовой мотивации. В таких областях, как баланс между работой и личной жизнью и карьерный рост, молодые люди рассчитывают на равномерное распределение обязанностей.

Российская молодежь также уделяет большое внимание нематериальным факторам, однако среди ключевых критериев выбора работодателя все же остаются хорошая зарплата и финансовая стабильность (77% и 65% респондентов). Такие выводы можно сделать из исследования ANCOR о восприятии бренда работодателя «Талантист». Далее следуют такие критерии, как приятная рабочая атмосфера и гарантии занятости (по 58%), а также интересная работа (57%). При этом в подгруппе молодежи 14–17 лет второе место рейтинга заняли широкие возможности для карьерного роста (88%) — этот критерий для молодежи оказался более значимым, чем для представителей других возрастных групп.

Директор по продажам и маркетингу ANCOR Наталья Щербакова говорит, что недавно вышедшие на рынок труда молодые люди видят высокий уровень спроса на работников со стороны работодателей. При этом зумеры находятся в особой зоне внимания компаний, ведь многие организации пытаются закрыть кадровый дефицит именно на счет вчерашних выпускников. «Работодатели готовы простить им недостаток реального опыта, дообучать на месте. В результате гарантии занятости воспринимаются молодежью уже как "гигиенический" фактор. Юные работники понимают, что в случае ухода без работы они не останутся», — говорит эксперт.

Партнер компании Future Today Денис Каминский соглашается, что в условиях рынка кандидата молодежь может быть более требовательна к работодателям. «Интерес к нематериальным факторам вовсе не означает, что молодые специалисты такие бессребреники и готовы работать за идею: хорошее зарплатное предложение предполагается изначально, но молодежь может позволить себе выбирать по каким-то дополнительным признакам», — говорит эксперт.

По мнению Дениса Каминского, такие мягкие факторы можно разделить на две категории: первая — чем именно занимается компания, второе — что эта компания из такого трудноопределимого предоставляет своим сотрудникам. «При этом универсальной идеи, которая бы всех удовлетворила, нет. Конечно, все хотят счастья: если вы пообещаете его, то наверняка всем понравится, но трудность в том, что каждый определяет для себя счастье или важные его составляющие по-разному. Поэтому работодатель находится в поиске баланса между слишком общими формулировками предложения, чтобы не размыть аудиторию, и слишком специфичными, чтобы не сузить ее», — добавляет эксперт.

В «Северстали» считают важным приземлить большие идеи на жизненные ситуации, чтобы они имели и материальное воплощение, а сотрудник мог ощутить их влияние на себе. Например, в основе HR-бренда «Северстали» идея заботы о сотруднике и его близких. «Для нас это не только комфортные условия труда на рабочем месте, но и наполненная, счастливая жизнь за его пределами. Это про то, насколько комфортно человек проходит через самые разные жизненные ситуации. Мы можем решить, бегать по утрам или участвовать в марафоне, отправить

ребенка на курсы английского или математики, застраховать машину, проявить себя в волонтерстве, улучшить жилищные условия, а можем внезапно заболеть и нуждаться в заботе»,— объясняют в компании.

По мнению HRD группы компаний «УльтимаТек» Валерии Миненковой, большие идеи — важный аспект для любого бренда, а в случае с малым и средним бизнесом он становится ключевым в вопросах найма. «Мы в "УльтимаТек" занимаемся цифровизацией тяжелых промышленных отраслей. Поэтому у тех специалистов, которые приходят к нам работать, есть возможность повлиять на темпы развития промышленности страны в целом. То есть ты можешь прокачиваться, например, в геймдеве, что круто и востребовано сейчас, а можешь делать прорывные проекты для реального сектора экономики. Мы об этом честно говорим. Наша большая идея — приходи в команду и создавай технологические ИТ-решения, которые меняют российскую промышленность»,— говорит Валерия Миненкова.

В ANCOR добавляют, что смысл выполняемой работы, ее значимость для финального результата становятся очень важным аспектом. «Многие из молодых людей хотят управлять собственным бизнесом и если и готовы идти в наем, то осознавая, что они делают, зачем. Быть обезличенным винтиком в общем корпоративном механизме им неинтересно»,— поясняет Наталья Щербакова.

Денис Каминский называет два важных изменения в работе с молодой аудиторией. «Если спросить более взрослого специалиста, почему что-то не получается, ответ будет такой: недостаточно постарался, нужно больше работать, результат зависит от твоей мотивации, усидчивости и так далее. Если спросить более молодых специалистов, то чаще услышишь, что работа тебе просто не подходит, возможно, ты должен заниматься в жизни совсем другим. Молодежь ищет себя, и работодатель может сформулировать важный посыл: мы поможем тебе найти себя (если он и правда помогает в этом)»,— говорит эксперт. Второй акцент — экологичность рабочих отношений. Важно, насколько корректно объясняют задачи, учитывают чувства и мнение молодых сотрудников.

В «УльтимаТек» рассказывают, что доверие и ценность идей каждого — базис, на котором строятся отношения внутри команды. «Мы доверяем ответственные задачи в проектах именно по умениям и опыту каждого нашего эксперта, а не по формальным признакам. Поэтому молодой профессионал с релевантным опытом может получить хорошую роль и продвинуться по карьере, не дожидаясь, когда пройдет лет десять и можно будет выступить на совещании с какой-то идеей или почелленджить идеи старших коллег»,— отмечает Валерия Миненкова.

Тот факт, что в приоритете у молодежи не только приятная атмосфера, но и карьерный рост, объясняется более осознанным отношением молодых людей к работе. «Они уделяют большее значение психологическому комфорту на работе, чем другие поколения, заботятся о своем ментальном здоровье, меньше стесняются говорить о проблемах. Чтобы расставить свои приоритеты, чаще обращаются к карьерным консультантам и в принципе больше о них

информированы»,— говорит эксперт. Также молодежь в целом оценивает ситуацию на рынке более стабильной и позитивной, чем представители других возрастных групп, поэтому к вопросу смены работы они подходят проще.