

ВІЙНА ЗА ТАЛАНТИ 2.0.18

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ
СТУДЕНТІВ ЮРИДИЧНИХ
ФАКУЛЬТЕТІВ УКРАЇНСЬКИХ
ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ



У 2018 році Всеукраїнське щорічне дослідження LegalTalents присвячено аналізу кар'єрних перспектив очима майбутніх юристів — студентів юридичних факультетів українських вищих навчальних закладів (ВНЗ).

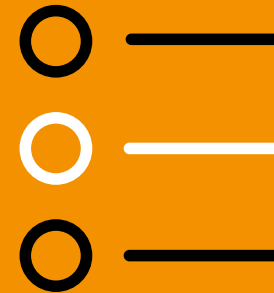
- Який кар'єрний шлях вважається сьогоднішніми студентами як найбільш бажаний?
- Чи всі вони готові залишатися в професії?
- Що для майбутніх юристів є піком їхньої кар'єри і як довго вони готові до нього йти?
- Які критерії успіху в побудові своєї кар'єри?
- Наскільки для успіху важлива лояльність роботодавця?

Відповіді на ці та інші важливі запитання були отримані в ході анонімного анкетування студентів юридичних факультетів.

Цей аналітичний звіт складений за результатами опитування майбутніх юристів — студентів юридичних факультетів. Також звіт містить низку показників порівняльної динаміки опитувань 2016–2018 рр.



КАР'ЄРНІ ПЕРЕВАГИ МАЙБУТНІХ ЮРИСТІВ



ДЛЯ МАЙБУТНІХ ЮРИСТІВ КАР'ЄРА В ЮРИДИЧНІЙ ФІРМІ ПРОДОВЖУЄ ЗАЛИШАТИСЯ НАЙБІЛЬШ ПРИВАБЛИВОЮ

38%

РЕСПОНДЕНТІВ БАЧАТЬ
СЕБЕ СПІВРОБІТНИКАМИ
ЮРИДИЧНИХ ФІРМ

Важливо відзначити, що привабливість цього кар'єрного шляху хоч і виросла в порівнянні з минулим роком (2017 р. — 30%), але так і не досягла рівня привабливості 2016 року, коли юристом юридичної фірми себе бачив практично кожен другий (48% респондентів).

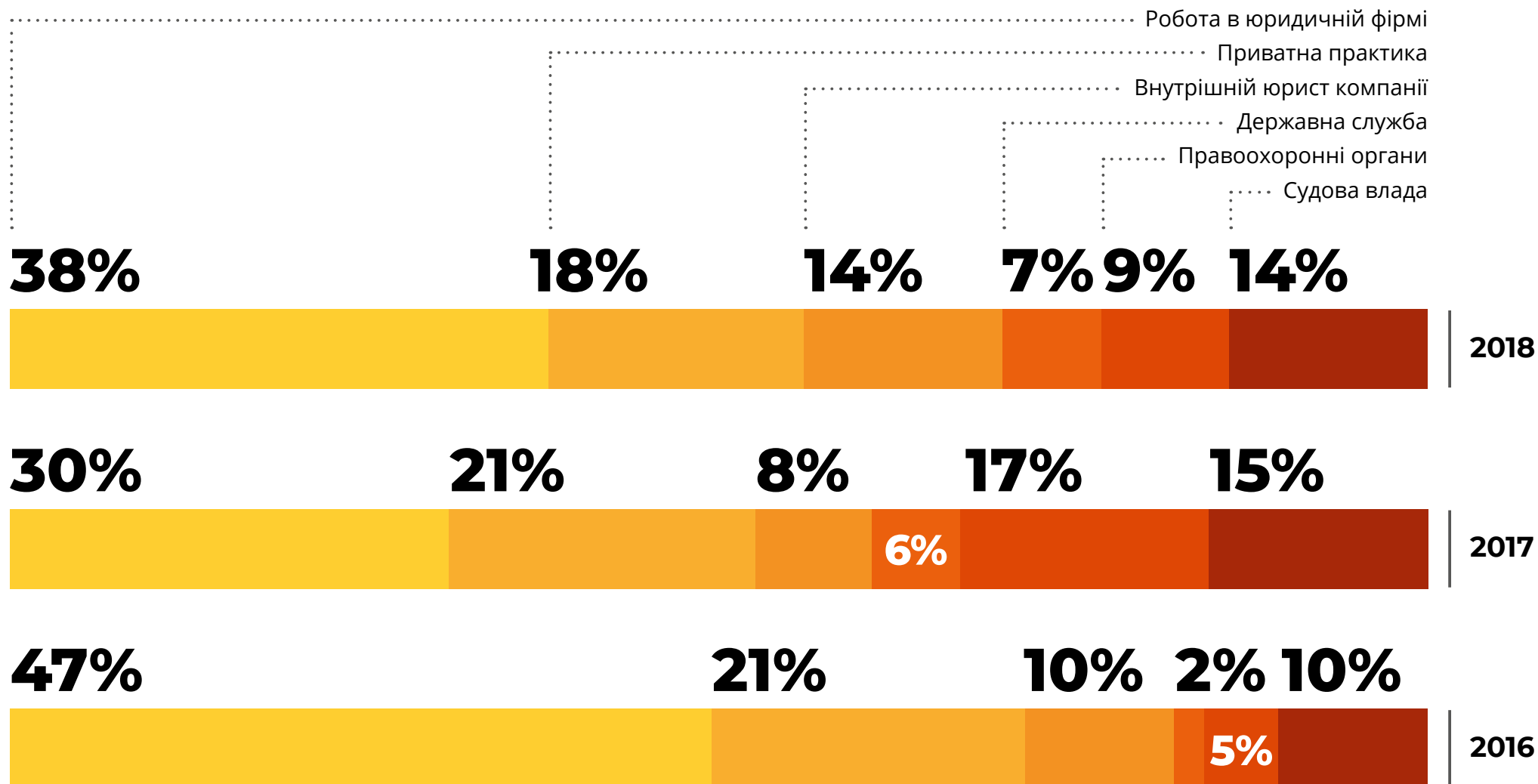
Значно підвищилася (з 8% в 2017 р. до 14% в 2018 р.) привабливість роботи внутрішнім юристом (юрисконсультантом) компаній. Важливу

роль у підвищенні привабливості відіграли як розширення юридичних департаментів комерційних компаній, так і посилення впливу внутрішніх радників на бізнес-процеси своїх компаній. Особливо приємно спостерігати таку позитивну динаміку після проведеного LegalTalents в минулому році дослідження кар'єри внутрішніх юристів і спільної з інхаузами популяризації цього кар'єрного вибору.

Юридичні фірми та юридичні департаменти реального сектору економіки все частіше конкурують між собою в боротьбі за таланти. В цьому ми вбачаємо перерозподіл привабливості кар'єрного вибору майбутніх юристів.

П'яту частину кар'єрного пирога стабільно утримує приватна юридична практика (21% — 18% в 2016–2018 рр).

КАР'ЄРНІ ПЛАНИ РЕСПОНДЕНТІВ



ПРИВАБЛИВІСТЬ КАР'ЄРИ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ І СУДОВІЙ ВЛАДІ ВТРИМАЛИ СВОЇ ПОЗИЦІЇ ПРОТЯГОМ 2016–2018 рр.

Підвищений інтерес молоді до правоохоронних органів, викликаний створенням нових антикорупційних органів в Україні, змінився в цьому році зниженням інтересу — практично вдвічі (17% у 2017 р. проти 9% у 2018 р.) і наближується до показника 2016 р. (5%).

Такі результати повністю корелюють з нашими минулорічними прогнозами: «На нашу думку, це відображає сприйняття молоді реформ, що проводяться в даних сферах. Підтримка такого високого рівня зацікавленості в майбутньому потребуватиме конкретних результатів і видимого довгострокового ефекту».

При цьому рівень привабливості кар'єри юриста в державних органах (7%) та судовій владі (14%) утримали свої позиції та були істотно покращені в 2017 р. у порівнянні з 2016 р.

ПАРАЛЕЛЬНІ РЕАЛЬНОСТІ

Цікавим відкриттям нашого дослідження стало існування двох «паралельних кар'єрних світів». У респондентів чітко простежується приналежність до однієї з двох замкнутих груп при відповіді на запитання про кар'єрний вибір.



«ПАРАЛЕЛЬНІ СВІТИ» КАР'ЄРНИХ ПЛАНІВ

ПРИВАТНИЙ СЕКТОР

КАР'ЄРНА ПЕРСПЕКТИВА, ЯКА СТОЇТЬ НА 1 МІСЦІ

Юридична фірма

Приватна практика

Внутрішній юрист
комерційної компанії

Юридична фірма

42%

42%

Приватна практика

40%

34%

Внутрішній юрист
комерційної компанії

32%

48%

КАР'ЄРНА ПЕРСПЕКТИВА,
ЯКА СТОЇТЬ НА 2 МІСЦІ

Респонденти, першим кар'єрним вибором яких є «юрист юридичної фірми», «приватна практика» та «внутрішній юрист (юрисконсульт) компанії» вибирають один одного в якості кар'єрних альтернатив.

ДЕРЖАВНИЙ СЕКТОР

КАР'ЄРНА ПЕРСПЕКТИВА, ЯКА СТОІТЬ НА 1 МІСЦІ



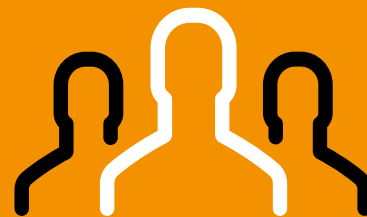
Аналогічно інша група респондентів «правоохоронні органи», «судова влада» та «юрист на держслужбі» схильна до взаємозамінного вибору виключно серед опцій цієї ж групи.

СЬОГОДНІШНІ РЕАЛІЇ СВІДЧАТЬ ПРО ПРОТИЛЕЖНЕ. МИ ВСІ Є СВІДКАМИ ПЕРЕХОДІВ ПАРТНЕРІВ ПРОВІДНИХ ЮРФІРМ НА ДЕРЖСЛУЖБУ, УЧАСТЮ ЇХ В КОНКУРСІ НА ПОСАДИ СУДДІВ НОВОГО ВЕРХОВНОГО СУДУ ТА ІН.

У зв'язку з цим виникають два логічні запитання.

- Молодь просто не стежить за подібними міграціями між різними сферами в юридичній професії?
- Молодь просто не бачить переваг в отриманні різнобічного комплексного досвіду і в доступі до ресурсу для досягнення успіхів у своїй кар'єрі?

ПОБУДОВА УСПІШНОЮ КАР'ЄРИ



ПІКОМ СВОЄЇ КАР'ЄРИ ПРАКТИЧНО КОЖЕН ДРУГИЙ МАЙБУТНІЙ ЮРИСТ БАЧИТЬ ПАРТНЕРСТВО В ЮРИДИЧНІЙ ФІРМІ

27%

РЕСПОНДЕНТІВ ХОЧУТЬ
СТВОРИТИ СВОЮ ВЛАСНУ
ЮРФІРМУ

19%

БАЧАТЬ СВОЄ МІСЦЕ
В УЖЕ ІСНУЮЧИХ
ПАРТНЕРСТВАХ

На досягнення цього кар'єрного піку сьогоднішні студенти готові витратити 10 років.

Варто зазначити, що не всі респонденти, які віддають перевагу кар'єрі в юрбізі, бачать себе партнерами: тільки троє з чотирьох мають партнерські амбіції. Як підтверджують результати нашого дослідження 2016–2018 рр., це співвідношення зберігається з року в рік.

Ті ж із них, хто прагне стати партнером, в переважній більшості впевнені, що найбільш оптимальним буде зростання в межах одного й того ж партнерства. 63% респондентів вважають, що для успішної кар'єри важливо обрати хорошу юридичну фірму й розвиватися в ній. Інші 33% схильні вважати, що для успішної кар'єри варто змінювати роботодавців і тільки 5% в цьому повністю переконані.

ТВЕРДЖЕННЯ 1

**ЩОБ ЗРОБИТИ КАР'ЄРУ
У ЮРИДИЧНОМУ БІЗНЕСІ,
ПОТРІБНО ЧАСТО
ЗМІНЮВАТИ МІСЦЕ РОБОТИ,
ПЕРЕХОДИТИ З ОДНІЄЇ
ФІРМИ В ІНШУ ФІРМУ**

ТВЕРДЖЕННЯ 2

**ЩОБ ЗРОБИТИ КАР'ЄРУ,
ПОТРІБНО ОБРАТИ
ХОРОШУ ЮРИДИЧНУ
ФІРМУ ТА ДОВГИЙ ЧАС
У НІЙ ПРОПРАЦЮВАТИ**

Однозначно погоджуюсь
із твердженням 1

Скоріше погоджуюсь
із твердженням 1

Скоріше погоджуюсь
із твердженням 2

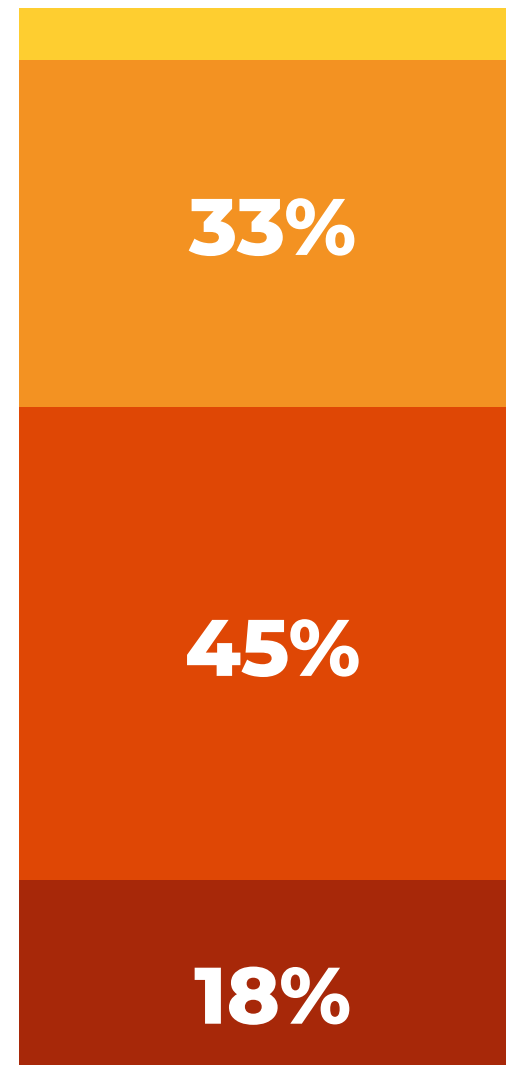
Однозначно погоджуюсь
із твердженням 2

5%

33%

45%

18%



Чому ж про молодь часто говорять «Джоб-хопери» («стрибунці»)? Ми, зі свого боку, не бачимо протиріччя між їхніми переконаннями та реальною поведінкою. Секрет Полішинеля в цій ситуації полягає в тому, що молоді фахівці не завжди усвідомлено підходять до вибору

тієї самої «хорошої фірми» (про це більш детально в розділі «привабливість роботодавців українського юрринку»). Альтернативним поясненням може бути усвідомлений вибір будь-якої доступної пропозиції в якості першого місця роботи.

71% РЕСПОНДЕНТІВ ВВАЖАЄ, ЩО НА УКРАЇНСЬКОМУ ЮРРИНКУ НЕМАЄ НЕПРИВАБЛИВИХ РОБОТОДАВЦІВ І ЦЕЙ ПОКАЗНИК Є СТАБІЛЬНИМ ПРОТЯГОМ 2016-2018 рр.

Природним наслідком такого вибору є продовження кар'єрного шляху (15–16 років до рівня партнера в топових національних юрфірмах). Ті ж 10 років майбутні юристи готові витра-

тити, щоб очолити юридичний департамент компанії в реальному секторі економіки. Таких серед респондентів — практично кожен десятий (9%).

Аналогічно юрбізу, не всі респонденти цієї категорії мають амбіції керувати юридичним департаментом (14% вибирають кар'єру інхауза й лише 9% хочуть обійняти керівну посаду в юрдепі).

Цікавим відкриттям став той факт, що кожен шостий респондент бачить своєю кар'єрною метою самореалізацію за межами професії:

- 8% хочуть стати топ-менеджером комерційної компанії (не юридичного напрямку)
- 8% хочуть створити свій бізнес (НЕ юрбіз)

У цьому, на наш погляд, є певна суперечність: або майбутні юристи не розуміють, що бути партнером юрфіми еквівалентно бути власником бізнесу, або розуміють, але свідомо ускладнюють картину сприйняття юрбізу.

Гідне місце серед кар'єрних пріоритетів студентів займає держслужба. При цьому молодь поділяє старт кар'єри в держслужбі (7%) і пік свого професійного розвитку в якості державного чиновника високого рангу (14%).

Найбільш довготривалою розцінюють майбутні юристи суддівську кар'єру. Для її реалізації респонденти відводять 14 років. На відміну від держслужби, потенційні судді усвідомлюють важливість належності до системи та органічного зростання в ній від старту (14% респондентів) до піку кар'єри (ті ж 14%).

**НА ДУМКУ МОЛОДІ
САМОРЕАЛІЗАЦІЯ
ЗА МЕЖАМИ
ПРОФЕСІЇ ПОТРЕБУЄ
МЕНШЕ ВИТРАТ
ЧАСУ – 7-8 РОКІВ**

СЕРЕДНЯ КІЛЬКІСТЬ РОКІВ, НЕОБХІДНА ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ КАР'ЄРНОГО ПІКУ, НА ДУМКУ СТУДЕНТІВ



МАЙБУТНЯ КАР'ЄРА: КРИТЕРІЇ УСПІХУ



Головними критеріями успішності (важливі для 40 +% респондентів) своєї кар'єри майбутні юристи називають:

- цікаву, стимулюючу роботу
- високий рівень винагороди

Результати дослідження ще раз підтверджують, що молодь досить послідовна в своїх прагненнях та наполеглива щодо їх досягнення. Ці критерії є не тільки мірилом успіху своєї кар'єри, але й повністю співпадають з критичними факторами для прийняття рішення при виборі першого роботодавця.

Мотивація бути незалежним у прийнятті рішення й плануванні нинішніх партнерів на зорі їхньої кар'єри також важлива для потенційних партнерів — кожен третій респондент (37%) нашого дослідження відзначає, що можливість самостійно приймати рішення є важливим фактором успішної кар'єри.

Практично на тому ж рівні (33%) за важливістю значиться фактор міжнародності (роботи в іноземній компанії, роботи з іноземними компаніями або роботи в іншій країні).

Популярність і визнання на ринку (колегами і клієнтами) є п'ятим значущим критерієм успіху в кар'єрі (29%).

ТОП-3 ГОЛОВНІ КРИТЕРІЇ УСПІШНОЇ КАР'ЄРИ



**МОЛОДЬ І НОВІ
ТЕХНОЛОГІЇ:
ЛЮБОВ З ПЕРШОГО
ПОГЛЯДУ**



Автоматизація юридичної професії позитивно сприймається майбутніми юристами. Молодь очікує, що автоматизація не тільки спростить рутинну роботу, а й відкриє нові можливості в професії. Так вважають 67% респондентів. Лише 14% вважають, що автоматизація негативно вплине на ринок юрпослуг, зменшивши попит на юристів і підвищивши конкуренцію між ними.

Опитані в минулому році інхаузи були більш стримані в своїх оцінках процесів автоматизації — на спрощення роботи внаслідок автоматизації покладаються лише 48%.

Вплив нових технологій істотно позначається і на пошуку роботи майбутніми юристами. При скануванні вакансій, стажувань та конкурсів понад 40% опитаних студентів віддають перевагу онлайн-ресурсам (соціальним мережам, інтернет-порталам і форумам, присвяченим юридичній тематиці).

ВПЛИВ АВТОМАТИЗАЦІЇ НА РОБОТУ ЮРИСТІВ



Більш традиційні офф-лайн методи (живе спілкування, рекомендації однокурсників, професійні спільноти, ярмарки вакансій і т.п.) істотно втратили в значущості та популярності в студентському середовищі.

Однак не можна недооцінювати важливість нетворкінгу для встановлення й підтримки комунікації з майбутніми співробітниками: участь у різноманітних заходах не розглядається як доступ до першоджерела інформації, а сприймається як можливість безпосередньо поспілкуватися з топовими юристами з різних сфер професії.

НЕТВОРКІНГ ТА УЧАСТЬ У ЗАХОДАХ НАЙЧАСТІШЕ Є ВИЗНАЧАЛЬНИМИ ПІД ЧАС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО МАЙБУТНЬОГО РОБОТОДАВЦЯ

ВПІЗНАВАНІСТЬ І ПРИВАБЛИВІСТЬ ЮРИДИЧНИХ ФІРМ ЯК РОБОТОДАВЦІВ

Трирічна динаміка опитувань майбутніх юристів виявила дві важливі тенденції серед юрфірм як найбільш затребуваних роботодавців українського юрринку.



ТЕНДЕНЦІЯ 1

ВПІЗНАВАНІСТЬ ≠ ПРИВАБЛИВІСТЬ

По-перше, важливо розуміти, що інструменти нарощування впізнаваності докорінно відрізняються від інструментів підвищення привабливості.

По-друге, впізнаваність безпосередньо залежить від масштабу тимчасових і фінансових інвестицій. Критично враховувати, що — на превеликий жаль — ці інвестиції не дають накопичувального, довгострокового ефекту.

По-третє, тільки кожному четвертому бренду українського юрринку вдалося трансформувати свою високу впізнаваність в привабливість як роботодавця. Зрештою, прославитися (стати впізнаваним) можна і мега-факапом.

По-четверте, бажання працювати в тій чи іншій юридичній фірмі (привабливість бренду роботодавця), навпаки, є наслідком системних довгострокових зусиль з боку роботодавця. Ефект тут дають чітке виокремлення своєї цільової аудиторії (а не всі студенти в цілому), фокусна робота та персональний підхід щодо майбутніх співробітників. Одне невдале слово партнера може за секунди нівелювати багатомісячні зусилля маркетологів і HR-ів фірми.

По-п'яте, важливо пам'ятати, що впізнаваність фірми сама по собі не дає впізнаваності особистих брендів партнерів цієї фірми. Це вимагає окремих зусиль адміністративного персоналу та особистої залученості партнера. Так само як і з клієнтами, більшість студентів «женеться за лідером» — наймається не у фірму, а до партнера-ментора.

ІНВЕСТИЦІЇ У HR-БРЕНД НЕ МАЮТЬ НАКОПИЧУВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ ТА НЕ ДАЮТЬ ДОВГОСТРОКОВОГО ЕФЕКТУ

ТЕНДЕНЦІЯ 2

СПОСТЕРІГАЄТЬСЯ РОЗШАРУВАННЯ РИНКУ РОБОТОДАВЦІВ

На ринку чітко простежується розшарування роботодавців на дві групи:

1. Систематично нарощують свою привабливість у майбутніх юристів
2. З року в рік втрачають свою привабливість у майбутніх юристів

Дебаркадером в цьому питанні є рівень привабливості 10% — фірми з привабливістю більше 10% (за рідкісним винятком) щорічно нарощують свої позиції на ринку роботодавців.

Паралельно, фірми з рівнем привабливості менше 10% рік від року втрачають свої позиції в очах майбутніх юристів.

**ЛІДЕРИ РИНКУ З ПРИВАБЛИВІСТЮ
БІЛЬШЕ 10%: AEQUO, ARZINGERS,
ASTERS, AVELLUM, BAKER MCKENZIE,
SAYENKO KHARENKO***

* В алфавітному порядку

У 2016 році термін «HR-бренд», що використовувався нами в дослідженні, був мало знайомий українському юридичному ринку. За три роки ситуація зазнала значних змін. Цей термін почали вживати та він став звичною рутинною операційної діяльності юрфірм; як гриби після дощу почали з'являтися різноманітні рейтинги HR-брендів; арсенал роботи з молоддю та потенційними співробітниками розширюється і з кожним роком поповнюється новими інструментами, і роботодавці

навивпередки змагаються в демонстрації своїх ініціатив, спрямованих на роботу з майбутніми співробітниками.

При цьому якість юридичної освіти залишає бажати кращого і, незважаючи на великий спектр вибору, знайти якісного кандидата стає все складніше. Навіть знайшовши якісних кандидатів серед студентів, не всі партнери мають навик впоратися з молодим поколінням і знайти до нього підхід.

І, нарешті, робота з молодими кадрами — це тягар юрфірм-роботодавців як з точки зору їх «доведення до кондиції», так і з точки зору витрат на молодший персонал — клієнти не схильні платити за їхню роботу.

Так виглядає сучасний контекст війни за молоді таланти українського юрбізу. Можна продовжувати ігнорувати і сам процес, і його провідні тенденції, але війни це не скасовує. Welcome to the Club!

РОБОТА З МОЛОДИМИ КАДРАМИ – ЦЕ ТЯГАР ЮРФІРМ-РОБОТОДАВЦІВ, ЯКІ ДОНАВЧАЮТЬ ТА УТРИМУЮТЬ МОЛОДІ ТАЛАНТИ

ПРОФІЛЬ РЕСПОНДЕНТІВ



КОЖЕН ДРУГИЙ УЧАСНИК ДОСЛІДЖЕННЯ НАВЧАЄТЬСЯ В ТОП-5 ЮРИДИЧНИХ ШКІЛ УКРАЇНИ

- Київський національний університет ім. Т. Шевченка
- Національний університет «Києво-Могилянська академія»
- Національний юридичний університет ім. Я. Мудрого
- Львівський національний університет ім. І. Франка
- Національний університет «Одеська юридична академія»

КУРС НАВЧАННЯ

- 86% — бакалаврат (27% — перший курс, 24% — другий курс, 15% — третій курс, 20% — четвертий курс)
- 14% — магістратура

ЧЛЕНСТВО В ПРОФЕСІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ СТУДЕНТІВ-ЮРИСТІВ

- 61% не є членами професійних організацій студентів-юристів
- 36% є членами Ліги студентів АПУ
- 3% є членами інших професійних організацій (ELSA, ILSA)

62% УЧАСНИКІВ ДОСЛІДЖЕННЯ – ЖІНКИ, 38% – ЧОЛОВІКИ