

Российские работодатели приглашают молодых специалистов на 10% реже, чем в прошлом году. К такому выводу пришли эксперты проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций», проведя исследование для Аналитического центра «АльфаСтрахование». Специалисты «АльфаСтрахование» провели опрос HR-служб 100 российских компаний с оборотом от 100 млн руб. в год и выяснили, что желающих видеть в своих рядах сотрудников без опыта стало меньше на 10%, чем в прошлом году. Среди основных причин, из-за которых компании не так охотно берут на работу молодежь, были названы общие тенденции к сокращению поиска персонала (33%), отсутствие необходимого опыта у молодых (26%), а также завышенные зарплатные ожидания соискателей (20%). Порталы HeadHunter и Career.ru отмечают, что в 2015-2017 гг. число компаний, нанимающих молодых специалистов, сократилось с 89% до 74%. Работодатели сталкиваются с тем, что новички оценивают себя слишком высоко и, не имея достаточного опыта и знаний, просят высокие зарплаты (36%), 27% компаний вообще никого не нанимали в этом году, 27% не готовы с нуля учить вновь пришедших сотрудников, еще 9% отказали кандидатам из-за боязни, что молодые совершат серьезные ошибки.

Отмечается, что молодым проще найти работу в области продаж (так считает 60% опрошенных), к их услугам стали даже чаще прибегать в сферах красоты и фитнеса (23% против 10% два года назад), в ресторанном бизнесе (25% против 13%). Кроме того, производственные компании теперь в 39% случаев готовы принять специалиста с минимальным опытом и высшим образованием и обучить его, тем более, что по дипломной специальности такой рабочий получал бы меньше.

«Несмотря на то, что многие компании не готовы брать молодого сотрудника без опыта, у него есть шансы приобрести его двумя основными способами: пойти на низкую зарплату и отработать на этой позиции какое-то время, либо пойти работать в те сферы, где молодых специалистов берут охотно. Некоторые компании готовы потратить время и деньги на обучение сотрудника, считая, что это хороший способ получить лояльного к компании специалиста. К тому же такой работник будет обладать навыками, нужными именно этой фирме. Молодые сотрудники нередко предлагают новые интересные идеи и, благодаря своей инициативности и свежему подходу к решению рутинных задач, быстро поднимаются по карьерной лестнице», — говорит Егор Сафрыгин, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование».

Источник: Википедия страхования, 19.10.2017