

Д.А. Фролова, Ш.И. Шнейдер
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

Darya Alexandrovna, Shelly Igorevna
Belarussian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

ПОЧЕМУ КОМПАНИИ МОГУТ БЫТЬ БОЛЬШЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТАХ?

WHY CAN COMPANIES BE MORE INTERESTED IN YOUNG SPECIALISTS?

В работе рассказывается, почему компании берут молодых специалистов на стажировки, почему это экономически выгоднее, чем сразу брать более опытных специалистов. Что это – социальная ответственность бизнеса или польза для самого бизнеса?

The article explains why companies hire young specialists for internships, why it is more economically profitable for them than immediately hiring more experienced specialists. Is this social responsibility of the business or the benefit for the business itself?

Поиск молодых сотрудников в компании – тенденция последних десяти лет. В-первую очередь такой подход в подборе персонала стал более популярен, потому что позволяет подготовить качественно необходимого сотрудника под специфику и условия предприятия, а также имеет достаточно низкую стартовую стоимость молодого специалиста. Многие компании приняли для себя решение, что выгодно инвестировать в развитие молодых специалистов, которые приходят работать в компанию после университетов и на месте проводить дополнительное обучение именно своему продукту.

Такие «будущие сотрудники» более замотивированы, их не надо переучивать, к тому же компания получает талантливых сотрудников, которые прошли много этапов собеседований и проверки заданий. Первое место работы имеет большое значение для любого человека, и когда это место выбрано правильно, сотрудник обычно очень быстро начинает ощущать себя частью этого дела (этого бизнеса), он чувствует себя по-настоящему неравнодушным и максимально стремится помогать создавать и развивать этот бизнес.

Среди студентов старших курсов существует здоровая конкуренция, так как все хотят получить достойное первое место работы. Такая ситуация компаниям позволяет подбирать молодых сотрудников с теми знаниями и умениями, которые будут необходимы и полезны конкретно для них.

Компания готова затратить силы, время и финансовые ресурсы на обучение молодых специалистов. Такие специалисты, как правило, более усердны и трудолюбивы в работе, проще и быстрее воспринимают новую информацию, могут работать больше (так как не обременены семейными вопросами), для того чтобы разобраться в поставленных задачах и показать хорошие результаты. Молодые специалисты полны сил и энтузиазма, стремления получить бесценный опыт, хотят развиваться и планируют строить карьеру.

Два серьезных фактора, при прочих равных, оказывают влияние на прибыль компании, и они напрямую связаны с людьми. Первый – это продуктивность: то, насколько люди эффективны. Второй – текучка: насколько часто люди уходят с рабочих мест и, следовательно, насколько часто нужно нанимать на их место новых сотрудников.

Компаниям, ориентированным на долгосрочную стратегию развития, следует проявлять интерес к молодым талантливым и перспективным людям. Направлять, обучать и поддерживать их – это позволит снизить текучесть персонала и повысить эффективность работы персонала, а значит и всего бизнеса. Если все работают как единая коллективная команда и имеют на общем пути одну из общих целей – максимизацию прибыли – вклад каждого имеет огромное значение.

И в этом процессе первостепенное значение имеет не низкая стартовая стоимость молодого специалиста, а возможность подготовить необходимого сотрудника, который будет качественно разбираться в специфике работы компании. Принцип «Строить проще, чем перестраивать» актуален не только в буквальном смысле, но и при работе с такой тонкой материей, как человеческая натура.

Сегодня текучесть персонала – это «бич бизнеса», это влечет за собой уменьшение производственных показателей, качество работы, а как следствие и финансовые убытки. Для большинства рекрутеров не будет новостью, что отыскать хорошего специалиста даже в условиях кризиса очень непросто.

Излишняя текучесть создает большие экономические потери, а также вызывает организационные, кадровые, технологические и психологические проблемы, оказывает плохое влияние на моральное состояние коллектива, на их трудовую мотивацию и преданность компании. С уходом специалистов нарушаются взаимосвязи в рабочей команде.

При определении экономического ущерба, который был вызван текучестью персонала, учитываются:

1. потери, которые были вызваны перерывами в работе;
2. потери, которые обусловлены необходимостью обучения и переобучения новых работников;
3. потери, которые были связаны со снижением производительности труда у рабочих перед увольнением;
4. потери, которые были вызваны недостаточным уровнем производительности труда вновь принятых рабочих;
5. затраты на набор персонала в результате текучести;
6. потери из-за недостатков в работе вновь поступивших сотрудников [2].

Общий масштаб экономического ущерба, который был вызван текучестью персонала, равен сумме всех частных потерь.

Полагается, что организации экономически гораздо выгоднее внедрять новые меры по адаптации новых сотрудников, чем испытывать постоянную нехватку специалистов вследствие повышенной текучести. Система адаптации персонала является таким индикатором успешности работы по поиску, отбору и найму персонала – если она не отлажена надлежащим образом, все усилия по рекрутингу трудовых ресурсов будут бесполезны последующими быстрыми увольнениями принятых сотрудников.

Сегодня на белорусском кадровом рынке наиболее открытыми для привлечения молодых специалистов и студентов старших курсов является ИТ-компания. Около 12 % занятых в ИТ-отрасли – студенты, 49 % ИТ-специалистов получили первую работу в ИТ-секторе до 21 года, ещё в студенчестве.

Чаще молодых сотрудников берут на первые позиции. Многие компании готовы привлекать на работу студентов старших курсов даже без опыта работы, обучают их и получают на выходе хорошо подготовленных сотрудников, которые в дальнейшем становятся полезными и успешными сотрудниками. Такие сотрудники способны добиваться невероятных успехов, так как их работа для них действительно важна. И если они будут невероятно успешны, то и компания тоже будет успешной, что означает большие прибыли и новые вершины для всех заинтересованных лиц.

В ИТ-компаниях начальные позиции – это «Junior» – специалист с маленьким опытом работы или без него, который на начальном этапе работы проходит стажировку в компании. Основное требование к такому специалисту – умение самостоятельно выполнять задания. В большинстве случаев для того, чтобы помочь молодым специалистам адаптироваться, понять как работает компания и набраться опыта, Junior, – специалисты реализуют простые задачи: например, части проекта, которые затем объединяются.

Junior, который уже набрался достаточно опыта, повысил качество работы и научился качественно выполнять свои задачи, может претендовать на позицию «Middle», специалисты которые понимают масштаб и объем проекта, но тоже разрабатывают только его части, хотя и более объемные. Middle способен сам выполнять сложные задания проекта, причём не только технические, но и административные. На этом уровне специалист должен понимать

требования бизнеса и уметь реализовывать их на практике. Такой подход в организации работы компании, когда специалист постепенно набирается опыта и усложняются требования его работе, очень удобный и эффективный. Поэтому в IT-секторе текучесть персонала относительно не высокая (приблизительно 12-15 %).

В 2012 году 51 % IT-специалистов имел опыт работы свыше 3 лет, тогда как в 2018-м этот показатель увеличился до 72 %. В последние несколько лет доля сотрудников с опытом выше 7 лет выросла с 17 % до 28 %. Эти данные говорят о том, что профессионалы в IT преимущественно остаются работать в отрасли, не переходя в другие сектора экономики.

Такая тенденция на рынке труда предлагает новые возможности для энергичной и замотивированной молодежи быстрее влиться в мир современного бизнеса, появляется все больше возможностей для начала их карьеры. Однако не все компании готовы принимать на работу молодых специалистов, есть и наниматели, которые не приветствуют студентов, считая их недостаточно компетентными, а ожидания и требования которых слишком завышенными. Так из анализа исследовательский центр РАБОТА.TUT.BY видно, что для того, чтобы обратить на себя внимание и быть приглашенным на собеседование, хорошо бы по максимуму обладать необходимыми профессиональными компетенциями, а лучше иметь хотя бы минимальный опыт работы в целом (рисунок 1).



Рисунок 1 – Отношение компаний к молодым специалистам без опыта [1]

Среди основных факторов, которые влияют на решение пригласить кандидата без опыта работы на собеседование, опрошенные работодатели выделили так же проявление инициативы (29,5 %). Если опыт работы пока отсутствует, следует обратить внимание на вашу мотивацию: например, прикрепить к резюме качественное сопроводительное письмо, объяснив желание работать в компании и рассказав, чем именно можете быть полезны работодателю (рисунок 2).

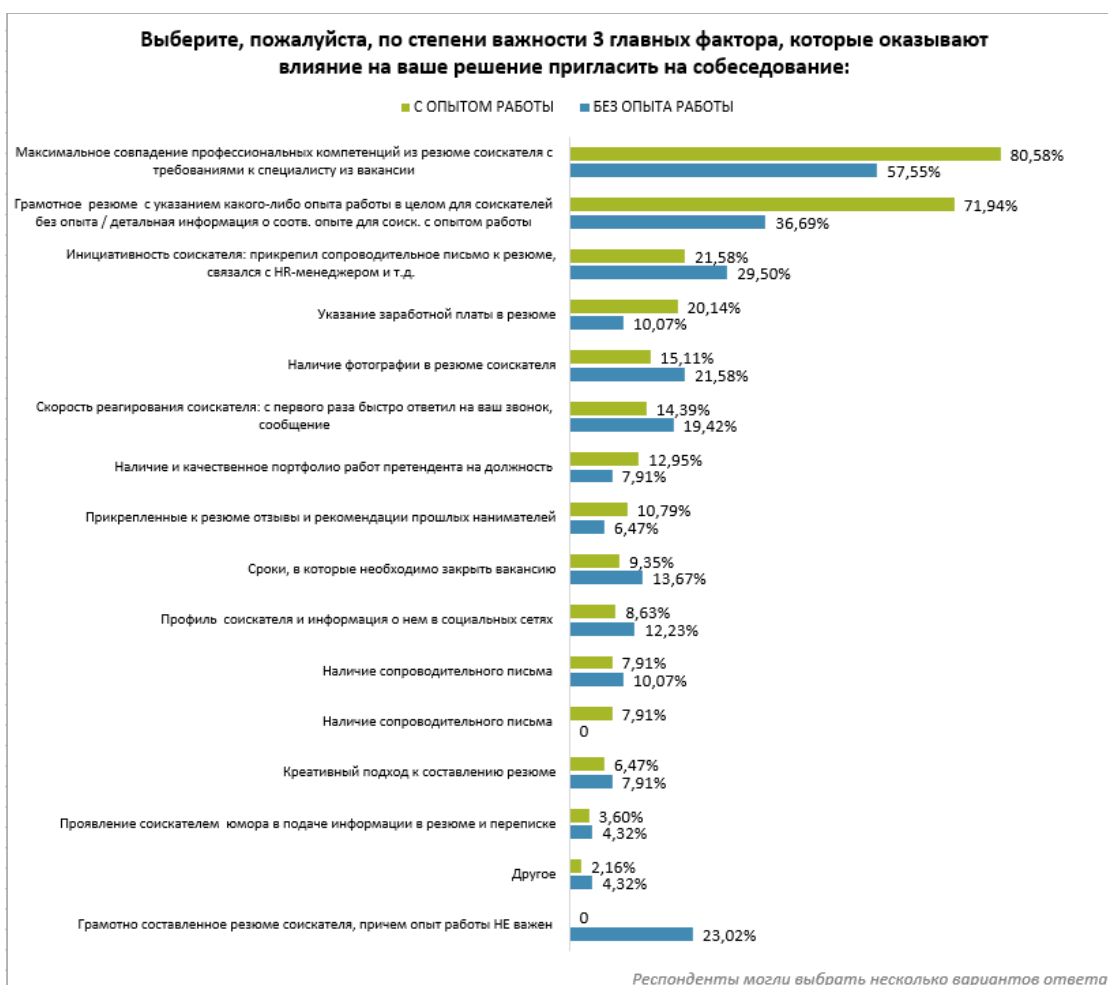


Рисунок 2 – Факторы, которые влияют на решение пригласить кандидата [1]

Конечно, при поиске нового сотрудника для компании играет огромную роль профессиональные качества и уровень подготовки, но личные качества также не уходят на второй план, что дает надежду и для молодых специалистов.

Поэтому, если студент проявит исполнительность, ответственность и инициативу, то его шансы не только успешно пройти стажировку в компании (испытательный срок), но и остаться работать уже в качестве полноценного сотрудника увеличиваются (рисунок 3).



Рисунок 3 – Ожидание качеств от практикантов компанией

Любой руководитель компании ценит в своих сотрудниках преданность делу, трудолюбие, внимание к деталям, талант, стремление к достижению наилучших результатов. Поэтому студентам старших курсов следует проявлять себя, а компаниям обращать внимание на молодые кадры нашей страны.

Литература

1. <https://rabota.by/> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rabota.by/article/23865>.
2. <https://superjob.ru/> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.superjob.ru/-community/otdel_kadrov/56658/.

Н.П. Четырбок

Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь

N.P. Chetyrbock

Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КАК ДОМИНАНТНЫЙ ФЕНОМЕН РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

COMPETITION AND COMPETITIVENESS AS THE DOMINANT PHENOMENON OF THE MARKET ECONOMY

Аннотация. В данной статье рассмотрены базовые понятия рыночной экономики: «конкуренция» и «конкурентоспособность». Широко раскрыты подходы различных авторов к пониманию данных дефиниций, автором статьи сделан обоснованный вывод относительно понятия «конкурентоспособность страны».

Annotation. This article includes discusses of the basic concepts of the market economy: «competition» and «competitiveness». The approaches of various authors to the understanding of these definitions are widely disclosed, the author of the article made a well-founded conclusion regarding the concept of «competitiveness of a country».

Национальная (макроэкономическая) конкурентоспособность – это одно из модных слов, которое чаще всего используют политики, экономисты и другие в современном глобализированном мире. Однако концепция конкурентоспособности – очень спорный вопрос. Есть много концепций и подходов для определения общей конкурентоспособности страны.

Чтобы раскрыть сущность «национальной конкурентоспособности» необходимо рассмотреть такие ключевые понятия современной экономики, как «конкуренция» и «конкурентоспособность» в целом.

На протяжении многих десятилетий изучением вопросов конкуренции и обеспечения конкурентоспособности товара, фирмы, страны занимались учёные из многих стран. Существенный вклад в развитие исследований в рамках данной проблематики внесли А. Смит, Д. Рикардо, П. Самуэльсон, М. Портер, Э. Хекшер и Б. Олин, Ф. Котлер, Дж. Кейнс, П. Хейне, К.Р. Макконнел и др.

Многие учёные представляли миру различные концепции определения конкуренции, для которых была характерна одна и та же черта: в своих работах они затрагивали лишь одну из многих сторон данного явления.

Так, американский экономист П. Хейне считает, что конкуренция – это стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам [1].

По мнению К.Р. Макконнела конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность покупателей и продавцов свободно выходить и покидать его [2].