



Youth labor market: sociological analysis of the interaction between employers and students (on the example of the Nizhny Novgorod region)

V. V. Mikhailova¹, N. V. Sukhenko¹

¹Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

²Nizhny Novgorod State Technical University

DOI: 10.18255/2412-6519-2022-1-86-101

Research Article

The work is devoted to the study of the problem of youth employment on the example of the labor market of Nizhny Novgorod. Purpose of the study: identification of critical points of inconsistency in the perception of effective interaction in the labor market between employers and young professionals. To solve this problem, an empirical study was carried out, which included a survey of university students to assess their employment prospects, as well as a series of expert interviews with representatives of HR departments of commercial companies about the goals and value of hiring young specialists. The results of the study revealed a number of factors complicating the process of employment of young specialists: the discrepancy between their expectations and the requirements of employers, the lack of tools for effective job search, self-presentation skills at different stages of employment, an insufficient level of development of professional competencies, as well as a lack of experience interactions in a corporate format. Within the framework of the study, it was found that a key contradiction begins to form at the stage of partnership interaction between a higher educational institution, a student and an employer, even in the process of professional training of a specialist. Employers confirm their readiness to include student youth in the process of updating the professional experience. However, there is little interest in the participation of students in internship programs offered by employers, since the factor of financial well-being in the present is of paramount importance for students, as opposed to the ability to form a competitive advantage for employment in the future.

Keywords: youth employment; labor values; student's; regional labor market; employers requests; employment opportunities for young people

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Mikhailova, Veronika V. | Email: mihaylovav@yandex.ru
Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor

Sukhenko, Natalia V. | Email: suhenko-n@yandex.ru
Cand. Sc. (Sociology),

For citation: Mikhailova V. V., Sukhenko N. V. Youth labor market: sociological analysis of the interaction between employers and students (on the example of the Nizhny Novgorod region) // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2022. Vol. 8, No 1. P. 86-101. (in Russ.)



Молодежный рынок труда: социологический анализ взаимодействия работодателей и студентов (на примере Нижегородской области)

В. В. Михайлова¹, Н.В. Сухенко²

¹Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

²Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексеева

DOI: 10.18255/2412-6519-2022-1-86-101
УДК 316.334

Научная статья
Полный текст на русском языке

Работа посвящена исследованию проблемы трудоустройства молодежи на примере рынка труда Нижнего Новгорода. Цель исследования – выявление критических точек несоответствия в восприятии эффективного взаимодействия на рынке труда между работодателями и молодыми специалистами. Для решения поставленной задачи было проведено эмпирическое исследование, включившее в себя опрос студентов высших учебных заведений, посвященный оценке перспектив их трудоустройства, а также серия экспертных интервью с представителями HR-подразделений коммерческих компаний о целях и ценности найма молодых специалистов. Результаты проведенного исследования проявили ряд факторов, осложняющих процесс трудоустройства молодых специалистов: несоответствие их ожиданий требованиям работодателей, отсутствие инструментов эффективного поиска работы, навыков самопрезентации на разных этапах трудоустройства, недостаточный уровень развитости профессиональных компетенций, а также отсутствие опыта взаимодействия в корпоративном формате. В рамках исследования было обнаружено, что ключевое противоречие начинает формироваться на стадии партнерского взаимодействия между высшим учебным заведением, студентом и работодателем еще в процессе профессиональной подготовки специалиста. Работодатели подтверждают свою готовность включения в процесс актуализации профессионального опыта студенческой молодежи. Однако наблюдается слабая заинтересованность участия студентов в программах стажировок, предлагаемых работодателями, поскольку первостепенное значение для студентов имеет фактор финансового благополучия в настоящем, в противовес возможности сформировать конкурентное преимущество для трудоустройства в будущем.

Ключевые слова: трудоустройство молодежи; трудовые ценности; студенческая молодёжь; региональный рынок труда; потребности (запросы) работодателей; особенности трудоустройства молодежи; карьерные ожидания

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Михайлова, Вероника Валерьевна | Email: mihaylovav.v@yandex.ru
Кандидат социологических наук, доцент

Сухенко, Наталья Владимировна | Email: suhenko-n@yandex.ru
Кандидат социологических наук

Для цитирования: Михайлова В. В., Сухенко Н.В. Молодежный рынок труда: социологический анализ взаимодействия работодателей и студентов (на примере Нижегородской области) // Социальные и гуманитарные знания. 2022. Том 8, № 1. С. 86-101.

Актуальность и современное состояние проблемы исследования

Социально-экономические изменения на рынке труда, во многом вызванные пандемией COVID-19, более остро обозначают проблему трудоустройства молодежи. Увеличение спроса со стороны компаний на специалистов, способных активно включиться в организационные процессы по преодолению последствий пандемии, значительно снижает конкурентоспособность молодых специалистов, не обладающих значительным практическим опытом.

В соответствии с Федеральным законом РФ молодежь – это социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно¹. Однако, по мнению некоторых исследователей, молодые люди в возрасте 18–23 (24) лет, завершившие или завершающие свою профессиональную подготовку, представляют собой один из самых сложных сегментов молодежного рынка труда [1]. Представители данной категории молодежи претендуют на работу по полученной специальности и достаточно высокий уровень дохода, имея при этом минимальный практический опыт в профессиональной сфере. Ряд факторов, характерных для современного рынка труда, также осложняет процесс трудоустройства молодых специалистов обозначенной категории: пенсионная реформа и повышение пенсионного возраста, обостряющие конкуренцию между демографическими группами работников; развитие образования, ориентированного в большей степени на спрос со стороны населения, нежели на потребности рынка труда [2]; депрофессионализация молодых специалистов в процессе длительного поиска работы; трансформация ценностно-мотивационного основания трудовой деятельности современной молодежи [3].

В профессиональном поведении студенческой молодежи наблюдается некоторая хаотичность, обусловленная неопределенностью будущего и высокой динамикой изменений социально-экономического пространства [4]. Кроме того, в процессе обучения в вузе продолжается процесс профессионального самоопределения студентов (несмотря на наличие выбранной специальности), и окончательное его завершение происходит только в момент статусного перехода от студента к специалисту [5].

Стартовые условия реализации карьеры молодого специалиста во многом определяют дальнейшую стратегию его профессионального поведения [6]. Для современного рынка труда характерным является дисбаланс между требованиями к сформированным навыкам, компетенциям, личностным качествам выпускников вузов со стороны работодателей и ожиданиями молодых специалистов, связанными с оплатой и характером труда, а также их статусом в компании [7].

Исследование трудовых ценностей молодежи проводилось в разных плоскостях. Обобщив их, можно выделить основные направления: изучение мотивации отдельных вузов (железнодорожные вузы, А. С. Казанцева) или специалистов (гуманитарии, М. А. Ватульян; студенты-дефектологи, М. А. Норова, А. А. Гагарина, Н. Ю. Гомзякова); выявление мифов и ожиданий студентов в профессиональной

¹ Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // Справочно-правовая система «Гарант». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/#603> (дата обращения: 20.06.2021).

сфере (Ю. Р. Вишневецкий; Н. С. Пряжников, Н. Н. Поскребышева, С. В. Молчанов, Н. П. Нарбут, И. В. Троцук); этапы формирования карьерных компетенций студентов очного и заочного отделения (Т. П. Коваленок, С. В. Кутняк, Е. А. Могилевкин, А. С. Новгородов) [8; 9].

В свою очередь, факторы, оказавшие определяющее влияние на восприятие работодателями ценности трудового ресурса студентов или выпускников вузов, также обозначены в ряде работ: общее снижение числа вакансий на рынке труда после пандемии COVID-19 (М. А. Вильчинская, А. В. Кашепов, А. А. Гайдаенко), трансформация образа конкурентоспособного выпускника в восприятии работодателей (А. П. Исаев), качество механизмов взаимодействия региональных рынков труда и рынка образовательных услуг (Н. А. Бахлова) [10; 11; 12; 13; 14].

При этом очевидна необходимость обращения к изучению регионального опыта взаимодействия студенческой молодежи и ключевых работодателей, т. к. налицо неоднородность качества условий для трудоустройства молодых специалистов в различных регионах страны.

С целью выявления критических точек разрыва между работодателями и молодыми специалистами в восприятии их эффективного взаимодействия на рынке труда было проведено эмпирическое исследование, включившее в себя опрос студентов высших учебных заведений, посвященный оценке перспектив их трудоустройства, и серия экспертных интервью с представителями HR-подразделений коммерческих компаний о целях и ценности найма молодых специалистов.

Методология и результаты эмпирических исследований

Представим характеристику базы проведения первой части исследования. Место и дата проведения: НГТУ им. Р. Е. Алексеева и ННГУ им. Н. И. Лобачевского, в период октябрь 2018 г. – март 2020 г.

Студенческая молодежь как целевая аудитория исследования имеет множество отличительных черт и подвержена влиянию различных факторов, определяющих её выбор [15].

К мотивам, влияющим на определение места работы, можно отнести следующие:

1. Наличие доли целевой аудитории, не имеющей опыта работы (впервые выходящие на рынок труда).
2. Ориентация на карьерную перспективу.
3. Желание и необходимость совмещать работу с учебой (возможность работы по свободному рабочему графику или неполный рабочий день).
4. Специфические каналы коммуникации.

Для осуществления исследования было опрошено 350 человек (59 % женщин и 41 % мужчин) в возрасте от 17 лет до 21 года, что является репрезентативным для генеральной совокупности студентов, по данным Министерства образования Нижегородской области. Выборка квотная: критерии – возраст и направление обучения.

Для проведения исследования использовался социологический опрос. В качестве инструмента была разработана анкета. Анкетирование проводилось как в очном, так и в заочном формате. В интернете опрос был разработан и проводился на базе ресурса <http://www.surveymonkey.com/ru/>.

Анкета, которая была представлена для заполнения респондентам, разделена на три части. Первая часть опроса включала информацию об успехах в учебной деятельности. Вторая часть опроса была направлена на получение информации о представлениях (ожиданиях) о будущем работодателе: сфера, зарплата, социальный пакет, основные каналы коммуникации. Третья часть опроса состояла из вопросов личного характера (пол, возраст, институт, факультет/институт, курс), которые дают понимание статуса респондентов.

Представим общую характеристику исследования. Опрос был пройден 350 студентами ННГУ и НГТУ. 57 % обучаются в НГТУ им. Р. Е. Алексеева, 43 % – в ННГУ им. Н. И. Лобачевского. При этом 54,2 % представлены студентами, обучающимися на технических направлениях, а 45,8 % – на гуманитарных (НГТУ). В ННГУ 56,2 % – технические направления, 43,8 % – гуманитарные. Наибольшая часть респондентов получает степень бакалавра – 83,4 %. 16,6 % – степень специалиста (магистры в исследовании не опрашивались).

Респонденты распределены по курсам в следующей пропорции (1 курс – 24,2 %, 2 курс – 26,7 %, 3 курс – 22,9 %, 4 курс – 28,2 %). Для исследования выбраны студенты, обучающиеся на очной форме обучения в виду необходимости изучения сходных карьерных ожиданий.

По направлениям подготовки были выбраны студенты, обучающиеся по специальностям в институте радиоэлектроники и информационных технологий (НГТУ, далее – ИРИТ) и институте информационных технологий, математики и механики (ННГУ, далее – ИТММ); по гуманитарному профилю были изучены институт экономики и управления (НГТУ, далее – ИНЭУ) и институт международных отношений и мировой истории (ННГУ, далее – ИМОМИ) в силу наличия сходных направлений обучения.

Субъективные представления выпускников о перспективах трудоустройства

Далее опишем основные результаты исследования. Успеваемость студентов позволяет им претендовать на стипендию и получать ее: 27,7 % опрошенных учатся на «отлично», 58,4 % – «хорошо» и 13,9 % – «удовлетворительно». К факторам, повлиявшим на выбор специальности, относят: интересная – 45,8 %, перспективная – 39,6 %, не знал, куда пойти, и выбрал данную специальность (характерно для гуманитариев) – 20,8 %, совет друзей/знакомых – 8,3 %, родители посоветовали/настояли – 4,2 %.

Среди причин, вынуждающих искать работу, были выделены следующие: финансы – 86,2 %, опыт работы – 37,6 %, возможность практики – 24,1 %. На вопрос «Приходилось ли Вам совмещать работу с учебой?» более половины респондентов ответили утвердительно – 61,1 %. Отрицательно ответили 38,9 %.

При этом хотят совмещать работу с учебой 70,8 %, отсутствует стремление у 14,6 %, не задумывались об этом – 13,2 %. Ищут сейчас работу/стажировку – 81,3 %, нет – 18,7 %. Но работают по специальности, получаемой в вузе, только 5,3 %, по смежной – 10,5 %.

Наиболее популярными отраслями (для работы во время обучения) являются: продажи (27,2 %) и сфера услуг (24,7 %). Далее следуют: административная – 3,4 %, финансы и учет – 4,7 %, работа с персоналом – 10,3 %, информационные технологии – 13,8 %, менеджмент – 3,5 %, PR – 7,8 %, производство – 3,2 %, другое –

3,4 %. Гуманитарии имеют больше возможностей для совмещения в виду меньшей загруженности, а иногда и необходимости (коммерческое обучение).

Говоря о карьерных ожиданиях и популярности идеи предпринимательства, выделим следующие ответы: владельцем бизнеса себя видят 25 %, индивидуальный предприниматель – 37,5 %, наёмный работник – 6,3 %, руководитель организации – 30,7 %. Наиболее популярные для работы отрасли распределены следующим образом: финансы – 14,6 %, профессиональные услуги – 14,5 %, государственные организации – 22,9 %, негосударственные – 10,4 %, ИТ – 56,3 %, сфера услуг – 35,4 %, образование и наука – 4,6 %, производство – 2,1 %, добывающие отрасли – 41,3 %, строительство – 4,2 %, торговля – 6,5 %, сельское хозяйство – 2,3 % (популярностью пользуются трендовые направления на рынке труда – ИТ. Полностью невостребованным оказалось производство (товары массового спроса, фармацевтика)).

Любопытным является ответ на вопрос о минимальной ежемесячной заработной плате (открытый). Ответы были ранжированы следующим образом: 5000 рублей – 30 000 рублей (41,8 %), 31 000 рублей – 60 000 рублей (37,6 %), 61 000 рублей – 100 000 рублей (10,5 %), 100 000 рублей – 150 000 рублей (4,2 %). При этом у студентов, имеющих во время обучения более высокий средний балл, ожидания от заработной платы выше.

Размер желательной зарплаты колеблется в следующих промежутках: 8 000 рублей – 50 000 рублей (35,5 %), 51 000 рублей – 100 000 рублей (37,8 %), 100 000 рублей – 1 000 000 рублей (10,5 %). Данные цифры, безусловно, свидетельствуют об амбициях и карьерных стремлениях, так как средний заработок по Нижегородской области составлял 29 199 рублей (на декабрь 2018 года) [16].

Совокупный опыт работы (в месяцах, официальный + неофициальный): от 1 месяца до года – 37,7 %, от года до трех – 25,5 %, от трех и выше 12,6 %. При выборе работы студенты обращают внимание на (расположены по степени убывания): престиж компании – 10, заработная плата – 9, возможность карьерного роста – 8, график работы – 7, хороший руководитель – 6, дружный коллектив – 5, месторасположение – 4, стабильность – 3, самореализация – 2, интерес к рабочему процессу – 1. В силу отсутствия опыта работа большинство выделяет известность компании как ключевой критерий привлекательности. Интерес к самореализации проявляется в меньшей степени.

Первая должность, с которой соискатели готовы начать работать (на постоянной основе): помощник – 10,4 % менеджер – 9,5 %, не важно – 8,3 %, обслуживающий персонал – 7,9 %, далее ответы расположены в примерно равной пропорции (администратор, менеджер, бухгалтер, дизайнер, маркетолог). Длительность работы для получения повышения составляет: меньше 6 месяцев – 10,9 %, до 1 года – 17,4 %, 1–3 года – 56,5 %, 3–5 лет – 6,6 %. Большинство соискателей адекватно (с точки зрения работодателей) оценивает данный параметр. Прибавку к зарплате респонденты ожидают увидеть через: 1–3 месяца – 29,2 %, 3–5 месяцев – 25 %, 6–12 месяцев – 45,8 %. Первый вариант обусловлен успешным прохождением испытательного срока. Второй и третий, скорее, амбициями и карьерными устремлениями соискателей.

Наиболее востребованные компенсации, которые ожидают от будущего работодателя: возможность профессионального карьерного роста, обучения и развития – 54,3 %; медицинская страховка – 47,8 %; дополнительный отпуск – 45,7 %; полный

социальный пакет, гарантированный законодательством, – 43,5 %; компенсация спорта – 40,5 %; бесплатное питание – 39,1 %; образование – 37 %; страхование жизни – 32,6 %; служебный автомобиль – 30,4 %; мобильная связь – 28,3 %; оплата листка нетрудоспособности – 19,6 %; материальная помощь – 15,2 %.

Факторы, наиболее важные при выборе работы: гибкий график – 80,9 %, стабильная занятость – 68,1 %, престижность – 51,1 %, привлекательные товары и услуги – 37,4 %, инновации и развитие – 25,1 %, стандарты и социальная ответственность – 12,3 %, экологическая ответственность – 7,8 %. При желании серьезного карьерного роста и большого заработка гибкий график работы выходит на первое место, что может свидетельствовать о высокой ценности свободного времени и семьи у молодого поколения.

С точки зрения характера работы важно: профессиональное обучение и развитие – 56 %; сложная и интересная работа, требующая усилий и определённых навыков (разнообразии задач), – 48,9 %; работа в команде – 34 %; личное общение с клиентами – 25,5 %; высокий уровень ответственности – 10,1 %. Молодое поколение демонстрирует готовность к решению разнообразных задач, при этом понимая необходимость постоянно учиться и работать в команде.

С точки зрения возможностей соискателям важны: перспективы высокого дохода – 68,1 %; понятный карьерный путь – 46,8 %, премия/бонусы за достижения в работе – 44,7 %; хороший социальный пакет – 34 %; компенсация сверхурочной работы – 23,4 %, дополнительное образование – 34 %, конкурентоспособная заработная плата – 25,5 %, возможность быстрого карьерного роста – 29,8 %, хорошие рекомендации – 25,5 %, командировки – 17 %. В силу возраста соискатели готовы работать на перспективу (зарплату, карьеру). При этом социальный пакет в ряду ценностей занимает только четвертое место.

Ожидания, связанные с потенциальным работодателем, представлены в следующем порядке: сочетание работы и личной жизни – 64,8 %, дружественная рабочая атмосфера – 62,7 %; уважительное отношение к сотрудникам – 55,8 %; поощрение сотрудников за результаты – 48,8 %; руководители, которые поддерживают развитие, – 34,4 %; творческая и динамичная атмосфера – 32,6 %; общение с международными клиентами и коллегами-иностранцами – 31,3 %; наём только лучших сотрудников – 14 %; равноправие полов – 11,6 %. В общероссийских рейтингах мобильность и взаимодействие с международным сообществом выходят на первый план. Это может быть вызвано региональной спецификой: меньше возможностей и контактов с иностранными коллегами, более слабое изучение иностранных языков (мотивация). Также можно отметить, что преобладают нематериальные факторы (свободное время, дружественное и уважительное отношение к работникам). При этом гендерные вопросы на данный момент меньше всего волнуют соискателей.

Выводы по итогам опроса студентов

Подводя итоги результатов по первой части проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

Сложности трудоустройства часто связаны с несоответствием ожиданий студентов рынку труда (зарплата, карьерный рост, социальные выплаты и т. д.). При этом наличие даже незначительного опыта работы (до года) влияет на корректировку представлений и делает их более реалистичными.

Можно наблюдать рост популярности совмещения работы и учёбы (или раннего старта через обилие практик и стажировок) у студентов, при этом не всегда по направлению своего образования.

Наиболее важным фактором, влияющим на выбор работодателя (у неработающих), является популярность компании. При этом соискатели готовы работать на перспективу (для карьеры и потенциального заработка), но имея свободное время и гибкий график. Самореализация пока не является доминирующим фактором, как и социальный пакет, предоставляемый работодателем. Мотивация по поиску работы преобладает на более старших курсах в виду более осознанного отношения к дальнейшим перспективам. Популярностью пользуются трендовые направления на рынке труда – IT. Полностью невостребованным оказалось производство (товары массового спроса, фармацевтика).

Важно подчеркнуть увеличение роста интереса к предпринимательству и стремление создать собственный бизнес. Данная тенденция может быть связана с общими процессами, характерными для современной экономики: развитие стартапов (популяризация данного направления в целом). Владельцем бизнеса себя видят 25 %, индивидуальным предпринимателем – 37,5 %, наёмным работником – 6,3 %, руководителем организации – 30,7 %.

Большинство студентов осознанно подходит к выбору направления обучения. При этом влияние родителей на принятие решений уменьшается (возможно, стесняются об этом упоминать). Присутствует высокая мотивация к развитию и росту, возможно, в виду наличия турбулентной среды и требований, предъявляемых к современному сотруднику.

Для формирования привлекательного бренда работодателя компаниям города необходимо фокусировать свое внимание на создании прозрачной и справедливой системы карьерного роста, которая позволит обеспечить достаточное повышение в случае, если работник проявляет усердие. Кроме того, важно уделять внимание атмосфере в коллективе и содержанию работы, тип выполняемых задач не должен быть рутинным и позволять сотрудникам проявлять свои творческие способности либо давать стимул к профессиональному обучению и развитию.

Однако результаты исследования показали, что при определенном, достаточно высоком, уровне заработной платы студенты готовы пойти на менее выгодные с точки зрения нематериальных факторов условия. Фактически это означает, что правила принятия решения о выборе места работы носят компенсационный характер с явным перекосом в сторону заработной платы. С точки зрения мотивации сотрудников это будет иметь два основных последствия: либо компания может платить меньше, но при этом интенсивно работает в направлении улучшения нематериальной мотивации и компенсации, либо компания просто увеличивает зарплату своим работникам.

Проблемы трудоустройства студенческой молодежи и выпускников в оценках работодателей

Для исследования мнения работодателей об актуальной ситуации на рынке труда и их восприятия молодежи в условиях рынка труда был проведен экспертный опрос в компаниях Нижнего Новгорода в июне–августе 2020 года. В рамках данного исследования было проведено 10 глубинных интервью с HR-специалистами коммерческих компаний, представляющих различные отрасли экономики (пищевое

производство, банки, IT, фармацевтика, консалтинг, ресурсодобывающая отрасль, онлайн-образование, услуги и общественное питание, event-индустрия) с численностью персонала от 200 до 3000 человек.

В ходе анализа экспертных интервью сформулирован ряд выводов.

1. Коммерческие компании заинтересованы в трудоустройстве студентов (в том числе обучающихся на дневном отделении вузов), а также выпускников вузов без опыта работы по специальности.

Возможности компаний по созданию условий трудоустройства для такого рода молодых специалистов различны и во многом зависят от сферы. В привлечении студентов, начиная с младших курсов, в наибольшей степени заинтересованы компании, которые испытывают дефицит в специалистах в силу различных причин. Например, представители IT-сферы утверждают, что качество подготовки в вузах не соответствует требованиям рынка, в связи с этим программы стажировок им нужны для того, чтобы «дорастивать» специалистов: *Мы заинтересованы (в трудоустройстве студентов) очень сильно. Каждый год у нас набирается порядка 100–120 стажёров, в среднем у нас получается 3–4 человека на место, т. е. если прикинуть, то не одна тысяча проходит через нас. Требования компании, к сожалению, выше уровня знаний, преподаваемых в университете, и об этом можно говорить долго: те стандарты, которые есть в вузах, они абсолютно никак не соприкасаются с реалиями жизни.*

В свою очередь, HR-специалисты производственной компании отмечают, что уникальность и специфика применяемых в производстве технологий исключает возможность найти на рынке труда «готового» специалиста, в связи с чем они также активно привлекают студентов еще в процессе их обучения в вузе, а также выпускников: *Мы с удовольствием берем на некоторые позиции выпускников без опыта работы. Это связано с тем, что у нас достаточно уникальные профессии и должности в компании, на которые ни один вуз и среднее учебное заведение в Нижегородском регионе не готовит. Поэтому у нас есть свои программы стажировок, подготовки молодых специалистов, мы готовим их под наши особенности и технологии, задачи.*

Ряд компаний не имеет жестких ограничений по уровню, качеству и направлению профессиональной подготовки молодых специалистов, но, привлекая студентов и выпускников на рядовые стартовые позиции, они заинтересованы в их дальнейшем развитии и росте внутри компании: *Мы с удовольствием берем ребят на работу, но предлагаем им позиции линейного персонала. Адекватные студенты, которые понимают, что им нужно работать, развиваться, приходя на новую работу, обучаться. Ведь знания, полученные в институте, не всегда можно применить в работе.*

Кроме всего перечисленного, компании видят существенную ценность в привлечении молодых людей в штат, понимая их уникальные характеристики. Работодатели отмечают активность и повышенную мотивацию в освоении нового: *Когда у человека есть опыт работы, он забывает про ценности, падает мотивация, появляется привычка к работе. А когда мы берем нового студента, у него горящие глаза, который хочет научиться чему-то новому, у него и мотивация на 100 %, и работать он будет как нужно. В том плане выпускники выигрывают. Специфика современной молодежи цифрового мира – в скорости обучения и способности обработки больших объемов информации: Они достаточно быстро учатся, быстро схватывают.*

Они гораздо более умнее и «прокачаннее», чем мы, например. То есть они интересуются многим. В своем возрасте они могут знать гораздо больше, чем мы знали в таком же возрасте. В связи с возрастом и отсутствием профессионального опыта у молодых специалистов нет сковывающих или устаревших профессиональных шаблонов: Нам вообще очень нравится работать с молодежью, и наши руководители подтверждают всячески наше желание принимать молодёжь. Это другие идеи, видение, присутствие нестандартного мышления. Они вне тех рамок, в которых привыкли работать более зрелые специалисты. Нас это устраивает, и мы всячески поощряем инициативу, которую ребята проявляют.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что у нижегородских коммерческих компаний есть заинтересованность в трудоустройстве студентов и выпускников вузов. В связи с тем, что компания выделяет значительное количество ресурсов на разработку и поддержание длительных и оплачиваемых программ стажировок для студентов и молодых специалистов, такого рода программы существуют в основном в крупных и известных компаниях, что соответствует запросам студентов, выявленным в нашем исследовании.

2. Компании активно сотрудничают с вузами в самых разных форматах по трудоустройству студентов и молодых специалистов.

Основное внимание компаний направлено на вузы, где существует подготовка по профильным для них специальностям. Как отмечает HR-специалист консалтинговой компании, они работают со всеми вузами, где остались экономические специальности. Во-первых, это ВШЭ, поскольку там существует профильная кафедра компании. Во-вторых, Институт экономики и предпринимательства ННГУ. Кроме этого, сотрудничество осуществляется с РАНХиГС, а также с НГЛУ и ВГУВТ. Центр обслуживания бизнеса ресурсодобывающей компании также активно сотрудничает с вузами, где существует подготовка по экономическим специальностям: Основные направления подготовки, выпускники которых рассматриваются в качестве наших потенциальных сотрудников, – экономика и менеджмент. В рамках Нижнего Новгорода не так много университетов, готовящих специалистов по данным направлениям.

В случае потребности компании в подборе уникальных специалистов география вузов, с которыми налажено сотрудничество, довольно широкая, и такое взаимодействие выходит далеко за границы Нижегородской области: В Ивановском химико-технологическом университете ближайшая профильная кафедра, кафедра биотехнологий в НГТУ, кафедра автоматизации производственных процессов в Дзержинском филиале НГТУ, также Самарский гос. университет. Есть ещё Волгоградский, Оренбургский государственный университет, Воронежский университет, Нижегородская сельхозакадемия. Сейчас проводим мероприятия с ННГУ. Там кафедра химии.

Некоторые компании рассматривают более широкий спектр вузов, с которыми они готовы сотрудничать по трудоустройству выпускников: для них основным критерием является качество подготовки студентов в вузе в целом, к таким относятся, например, IT-компании: Если говорить именно про партнерские программы, то такого, скорее, нет, чтобы прям на 100 % брали выпускников этого вуза – такого быть не может. А так, мы и с политехом работали в плане карьеры (НГТУ), с лобачем (ННГУ) и с вышкой (ВШЭ). Но если, например, я вижу человека без опыта,

который учится на факультете Бизнес-информатика, я готова буду с ним пообщаться, просто потому что я знаю качество обучения на этом факультете. Сложившийся имидж вуза по уровню качества подготовки студентов является определяющим и для представителя сферы онлайн-образования: Что касается вузов, то это ребята из хороших, качественных, топовых вузов, откуда ребята действительно выходят с качественным образованием и бэкграундом. Это уже проверено, и на это мы действительно обращаем внимание. В целом есть конкретный набор вузов, через который мы чаще всего ищем. Мы понимаем уровень и качество преподавания в этих вузах, поэтому стараемся набирать ребят оттуда.

Форматы информирования студентов и выпускников вузов о вакансиях предприятий различны: дни карьеры, ярмарки вакансий, сайты и страницы вузов в социальных сетях. Представители производственных компаний отмечают, что очень эффективны экскурсии на предприятие, которые позволяют развеять мифы молодежи о том, что труд на производстве – это работа «киркой и лопатой»: *Недавно появился формат работы – открытые мастер-классы с лаборантами. Ребята приходят, мы проводим экскурсию по предприятию, показываем лаборатории и позволяем им при помощи специалистов самостоятельно делать анализ. Это практические задания, которые дают представления о работе на предприятии. Специалисты в производство идут, но в основном идут в частные клиники. Для того чтобы показать возможности предприятия и современное оборудование, высокотехнологичные машины. Сложно привлечь на практику, так как ребята думают, что её придётся проходить на старом оборудовании. Когда ребята видят новейшее оборудование, они потом с желанием приходят к нам на практику.*

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что информация для студентов и выпускников о возможном прохождении стажировки или трудоустройстве доступна уже в вузе. При этом компании, сотрудничающие с вузами, учитывая специфику учащейся молодежи – необходимость совмещать работу и обучение, – предлагают стажировки на основе сокращенного рабочего дня или гибкого графика. Как заявляет представитель консалтинговой компании, у них *при прохождении стажировки возможна частичная занятость (20 часов в неделю) для совмещения с учебой.* Норма рабочих часов в IT-компании несколько больше, но при этом она компенсируется возможностью студента самостоятельно выбирать свой график работы: *У стажёров должно быть минимум 30 рабочих часов в неделю, потом они переходят на 40. У нас гибкий график, и наш офис открыт 24 часа в сутки и 7 дней в неделю, поэтому ребята могут себе выбирать любое время, когда им удобно.* Банк предлагает оплачиваемую стажировку на время летних каникул, что также очень удобно для учащейся молодежи: *Для кандидатов без опыта работы в рамках программы летней стажировки мы приглашаем студентов на оплачиваемые позиции на 2 месяца (июль, август) с окладом 15 000 рублей.*

Как мы видим, студенты и молодые специалисты не ограничены в возможности трудоустройства, в том числе и во время обучения на дневном отделении вуза. Следует отметить, что совмещение работы и обучения – это дополнительная нагрузка для молодого специалиста. Однако опыт работы во время обучения значительно повышает шансы на успешное трудоустройство после окончания вуза. В такой ситуации требования компаний о наличии практического опыта у выпускников являются весьма обоснованными.

3. Существует расхождение между условиями трудоустройства, которые готовы предлагать компании студентам или выпускникам вузов, и запросами самих молодых специалистов.

Опрос студентов показал, что из 60 % молодых людей, совмещающих работу с учебой, только 5 % работают по специальности. Мы предполагаем, что такая ситуация сложилась в связи с существенным преобладанием у молодежи значимости заработка по сравнению с важностью получения опыта работы по специальности. Действительно, не все компании готовы оплачивать работу студентов в процессе стажировки, что подтверждает представитель сферы онлайн-обучения: *как правило, да, это неоплачиваемая история. Но бывает такое, что мы пообщались с человеком и понимаем, что он чуть выше уровня стажёра и мы готовы пойти на то, чтобы платить ему минимальную сумму.* Однако большая часть компаний предлагает финансовое вознаграждение за работу студента в виде стипендии или заработной платы при оформлении в штат. Крупная федеральная сеть кафе оплачивает и практику, и стажировку: *Мы всегда предлагаем условия, равные для наших сотрудников, которые работают в компании. Это касается и практики, и работы, и стажировки для студентов. Практику мы оплачиваем. Все плюсы, которые есть в компании, есть и для студентов. Это огромный плюс в нашей компании.* В IT-компаниях студенты официально трудоустроены с первого дня работы: *У нас официальное трудоустройство, и все, как у полноценного сотрудника.*

Опираясь на информацию от представителей компаний, можно сделать вывод, что большинство из них предлагает оплату за работу молодых специалистов в процессе стажировки. Чаще всего такая оплата является ниже рыночной, но при этом компании готовы увеличивать ее размер после окончания испытательного срока или срока стажировки при условии, что молодой специалист продемонстрирует высокий уровень качества работы и желание развиваться. Например, в IT-компаниях молодой специалист после испытательного срока получает не стипендию, а заработную плату: *У них каждый месяц стипендия – их зарплата в размере 15 000, это не секрет, и это немного. Но через 3 месяца, когда у них заканчивается стажировка, они становятся уже полноценными сотрудниками, у них другая зарплата.* Также на молодых специалистов распространяются все виды мотивационных и социальных программ в консалтинговой компании: *После принятия в штат работник участвует в 3 системах страхования (ДМС, страхование жизни, страхование в путешествиях), заработная плата + квартальные премии и годовая премия).*

4. Работодатели выделили несколько факторов, определяющих причины безработицы молодых специалистов.

Сложности в трудоустройстве работодатели связывают в большей степени с неверными стратегиями поведения на рынке труда: *Сейчас представления молодого поколения основаны на том, что нужно пробовать себя в разных сферах, в разных профессиях, в разных компаниях, то есть нет четкой определенности с точки зрения будущей профессии. Кроме того, существует определенная степень инфантилизма, когда студенты думают, что сами работодатели должны их искать и предлагать им самую престижную работу на самых лучших условиях.* Аналогичное мнение и у представителя сферы общественного питания: *Сейчас, когда спрашиваешь про 3–5 лет, человек отвечает на ближайший год. Это узкий горизонт. Я думаю, что это в основном связано с тем, что они живут сегодняшним днём. Еще играет роль фактор такой, что у многих студентов есть в голове понятие, что мне*

высшее образование нужно для галочки, чтобы потом меня взяли на работу. Это тоже играет большую роль, поэтому они не особо задумываются, кем они хотят быть.

Другая причина длительного или неуспешного поиска работы, по мнению HR-ов, заключается в неумении молодых специалистов организовать сам процесс поиска и грамотно «продать себя»: *Они не умеют себя продавать, несмотря на то, что у них было много проектов в школе, универе, ещё где-то, где-то были волонтерами или ещё что-то... Они стесняются об этом рассказывать и думают, что это неважно, либо считают это невесомым вкладом и поэтому об этом не рассказывают. Всякое бывает, люди разные, кто-то интроверт, кто-то экстраверт, кто-то любит про себя рассказывать, кто-то не умеет. Но даже если ты боишься о чём-то говорить, можно всегда написать это в резюме. Очень важно правильно оформлять резюме.*

Существенная доля работодателей отмечает неадекватность требований выпускников относительно условий труда: с точки зрения соотношения уровня их профессионализма, опыта, потенциальной полезности для компании и их запросов при выборе работодателя в процессе трудоустройства. Как отмечает HR-специалист производственной компании, *это поколение стало более избирательным. Если раньше – 10 лет назад – на все соглашались. То сейчас они более востребованы, выбирают. Безусловно, они хотят больших денег на данный момент, чем стоят. Поэтому эти качества есть у ребят. Потому что иногда себя ребята переоценивают и не понимают, что на данный момент им ещё учиться и учиться, и они должны планку для себя ещё снижать.*

Ряд компаний продолжает считать, что еще не достаточно эффективно налажено взаимодействие между государством, вузами и работодателями в решении процессов трудоустройства молодых специалистов. По мнению представителя банковского сектора, *вся проблема в недостаточно налаженном диалоге между всеми заинтересованными: вузами, кредитными организациями, госорганами и сами выпускниками. Наша страна только идет по пути создания единых точек входа, коммуникации, консультации для тех, кто заканчивает обучение и готов начинать строить карьеру.*

Опыт работы в процессе обучения в вузе также является существенным конкурентным преимуществом при трудоустройстве молодого специалиста: *Выпускник без опыта работы – подозрительный выпускник.* С учетом того, что стажировки многих компаний рассчитаны на студентов 2–3 курса, к окончанию высшего учебного заведения специалист может иметь опыт работы от 2-х лет: *Но если студент на 4 курсе ещё не работает, то это уже что-то не так, 4-ый курс обычно уже весь работает. Поэтому наша целевая аудитория – конец 2 курса и 3 курс.* Опыт участия в различных студенческих проектах также важен для работодателей, т. к. позволяет сформировать т. н. «мягкие» навыки (умение работать в команде, ставить и достигать цели, активность, способность постоянно развиваться), востребованные на рынке труда: *В принципе, конечно, сейчас в вузах много различной проектной работы. Мы всегда спрашиваем человека про проекты, которые он выполнил. Тут тоже очень важно, чтобы человек участвовал в каких-то инициативах, проектах, и неважно, были они в вузе или где-то самостоятельно что-то запускал.* Некоторые работодатели отмечают, что опыт работы студента в процессе обучения – это

не только залог приобретения навыков, необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности, но и индикатор активной жизненной позиции и наличия личностных качеств, которые являются существенным конкурентным преимуществом: *Если студент занимался только учебной – это похвально, конечно... Но тогда встает вопрос о его многозадачности, способности выдерживать большие нагрузки, способности быть эффективным в иной деятельности, не связанной с учебной. Это определенный риск для нас. Если студент работал, пока учился, - нам с ним все гораздо понятнее, а ему – с нами. Он знает, чего от него хочет компания.*

Таким образом, отмечая недостаток развитости практических навыков молодых специалистов, работодатели демонстрируют заинтересованность в привлечении высокопотенциальных студентов на стадии их обучения в высшем учебном заведении и готовность инвестировать ресурсы в их развитие.

Выводы по итогам экспертного опроса работодателей

Проведенное исследование показало, что, несмотря на существующий ряд факторов, осложняющих процесс трудоустройства молодых специалистов: несоответствие их ожиданий требованиям работодателей, отсутствие инструментов эффективного поиска работы, навыков самопрезентации на разных этапах трудоустройства, недостаточный уровень развитости профессиональных компетенций, а также отсутствие опыта взаимодействия в корпоративном формате – большинство компаний заинтересовано в привлечении молодых специалистов.

Ценность молодых специалистов для предприятия тесно связана с его отраслевой принадлежностью: производственные компании знакомят студентов со спецификой технологий и оборудования, совмещая профессиональные компетенции молодых специалистов с конкретной сферой; ИТ-компании включают молодых специалистов в реальные проекты, актуализируя и дополняя знания, полученные в рамках более консервативного базового профессионального образования; компании, представляющие такие сферы, как консалтинг, онлайн-образование, используют взаимодействие со студентами в целях популяризации HR-бренда и привлечения молодых специалистов еще на стадии их обучения в вузе.

Для того чтобы иметь возможность отбирать потенциально лучших специалистов, а также развивать их в соответствии со спецификой компании, работодатели готовы привлекать на стажировки студентов, начиная со второго года обучения. В связи с этим компании взаимодействуют с вузами и создают программы стажировок, совместимые с процессом обучения.

Одним из важнейших конкурентных преимуществ работодатели называют наличие у молодого специалиста, выпускника высшего учебного заведения, предыдущего опыта профессиональной деятельности. Представители компаний не усматривают в этом требовании противоречия, отмечая прежде всего существенное значение сформированных в процессе такого опыта «мягких навыков», необходимых для успешного включения в профессиональную деятельность: активная жизненная позиция, умение работать в команде, способность ставить и достигать цели, управление собственной эффективностью, личная ответственность за свой вклад в развитие компании.

Заключение

Проведенные исследования позволили выявить точки наибольшего расхождения во взаимных ожиданиях работодателей и молодежи.

Одно из наиболее важных противоречий возникает между требованием работодателей наличия у выпускников профессионального опыта, полученного в процессе обучения в высшем учебном заведении, и неготовностью молодых специалистов данный опыт приобретать. С одной стороны, работодатели активно сотрудничают с вузами в части организации программ стажировок (в том числе и оплачиваемых), обеспечивая тем самым возможность получения студентами первичных профессиональных навыков. С другой стороны, только малая часть работающей студенческой молодежи выбирает сферы занятости, связанные с профилем получаемого образования. Во многом это связано с несоответствием размера стартовой заработной платы для молодых специалистов или оплаты стажировки на предприятиях с желаемым уровнем дохода, который декларируют студенты. Значительная часть студенческой молодежи выбирает занятость с большим доходом в сферах, не связанных с их специальностью (продажи и сфера услуг), в противовес возможности получить практический опыт, который впоследствии сформирует их конкурентное преимущество при трудоустройстве. В свою очередь, HR-специалисты считают требования молодежи завышенными и нерелевантными рынку труда.

Почти половина студентов видит себя в качестве предпринимателей или владельцев бизнеса сразу после окончания вуза. Очевидно, что большинство из них не осознает всю сложность процесса организации собственного бизнеса. Однако работодатели считают, что одна из причин оттока «качественных» и высокопотенциальных выпускников с рынка труда кроется в возможностях и современных формах индивидуального предпринимательства, доступных в том числе молодежи.

Конкурентоспособность молодого специалиста складывается из нескольких элементов: профессиональная подготовка, социальный опыт и навык построения собственной карьеры (в смысле управляемого перемещения на рынке труда). Основной задачей высших учебных заведений является обеспечение качественной профессиональной подготовки. В то время как два других элемента находятся в сфере управления самого специалиста, вузы и работодатели обеспечивают поддерживающую среду, но необходимо «встречное движение» молодых специалистов, проявляющееся в активности участия в программах стажировок, снижении требований к условиям на стартовых позициях, повышении заинтересованности в личном и профессиональном развитии.

Ссылки / References

1. Шибаршина О. Ю. Современные проблемы трудоустройства российской молодежи // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2019. № 2 (29). С. 101–105.
2. Слепцова Е. В., Ишханян А. Г. Современные проблемы трудоустройства молодежи: региональный и профессиональные аспекты // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 12-2. С. 168–171.

3. Андрианова Е. В., Тарасова А. Н., Печеркина И. Ф. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг. 2018. № 3 (145). С. 324–343.
4. Третьякова В. С. Исследование рынка труда — вектор прогнозирования профессионального будущего студенческой молодежи // Профессиональное образование и рынок труда. 2020. № 2 (41). С. 122–132.
5. Ситникова И. В. Профессиональные планы и стратегии трудоустройства современных студентов // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2019. № 4. С. 61–77.
6. Третьякова В. С. Теоретико-методологический анализ проблемы профессионального становления и развития личности на этапе профессиональной подготовки // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2020. № 1 (47). С. 61–70.
7. Охотников О. В., Казакова Ю. Е. Молодежный рынок труда: взаимные ожидания выпускников вуза и работодателей (сравнительный анализ) // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2018. № 8. С. 51–56.
8. Вишневский Ю. Р. Проблемы профессионального самоопределения молодежи. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 167 с.
9. Кожурова А. А. Конкурентные преимущества студенческой молодежи с высшим образованием на рынке труда // Педагогика. Психология. Философия. 2017. № 1 (05). С. 18–25.
10. Вильчинская М. А., Волохова С. Г. Взаимосвязь компетенций, саморазвития и самозанятости на современном рынке труда молодых специалистов // АНИ: экономика и управление. 2021. № 2 (35). С. 107–110.
11. Кашепов А. В., Афонина К. В., Головачёв Н. В. Рынок труда РФ в 2020–2021 гг.: безработица и структурные изменения // Социально-трудовые исследования. 2021. № 2 (43). С. 33–44.
12. Гайдаенко А. А., Хрипачева Е. В., Худов А. М. Особенности рынка труда в период пандемии COVID-19 // Инновации и инвестиции. 2021. № 3. С. 126–131.
13. Исаев А. П., Плотников Л. В. Мягкие навыки для успешной карьеры выпускников инженерного профиля // Высшее образование в России. 2021. № 10. С. 63–77.
14. Бахлова Н. А., Спиченко А. А. Профессионально-образовательный комплекс как ведущий элемент построения системы социального партнерства в высшей школе // Проблемы современного педагогического образования. 2021. № 71-1. С. 31–34.
15. Любенкова Е. П., Горбатовская Н. Н., Ткаченко А. В. Молодёжный рынок труда: проблемы и перспективы // Вопросы структуризации экономики. 2013. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnyy-rynok-truda-problemy-i-perspektivy/viewer> (дата обращения: 20.11.2021).
16. Отчет о среднемесячной номинальной заработной плате на одного работника Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области // ЕМИСС. Государственная статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/58701> (дата обращения: 21.03.2021).