

Graduate Recruitment: особенности реализации проекта

Современные реалии и демографический спад диктуют свои условия на рынке труда. В частности, компании, работающие на фармацевтическом рынке, сталкиваются с проблемой усиления нехватки кадров. Можно выходить из положения, перекупая специалистов у других компаний, что с финансовой точки зрения не всегда выгодно. А можно искать новые таланты и «вращивать» новое поколение конкурентоспособных специалистов, которые в будущем станут ядром и движущей силой бизнеса. Этот подход дал почву для развития направления «гредьюэйт рекрутмент» — поиска, отбора и оценивания студентов

ЦЕЛЬ ОПРЕДЕЛЯЕТ ВОЗМОЖНОСТИ

Проект для оценки выпускников фармацевтических факультетов был реализован специализированным агентством «ФАРМА ПЕРСОНАЛ» в 2014 г. Одной из главных его задач было изучить способности и личные компетенции студентов, выявить важные для них профессии, спрогнозировать персональную успешность на желаемых ими позициях.

Мы предложили участвовать в проекте студентам выпускных курсов фармацевтических и медицинских факультетов Киева, Харькова, Одессы и Запорожья, а также молодым специалистам. Реализация проекта происходила в несколько этапов.

Первый этап — определение сферы интересов компании и наиболее желаемых профессий среди студентов

Чтобы понять перспективы студента, уровень его ожиданий от будущей профессии, сферу интересов и определить, совпадают ли они с планами и ожиданиями компании, решившей реализовать участие в проекте, мы провели профориентационный семинар, в ходе которого рассказали о целях исследования, основных этапах проекта и возможностях, которые могут быть предоставлены молодым талантам в фармацевтической отрасли. На данном этапе мы старались максимально ознакомить студентов с современными тенденциями на фармацевтическом рынке и постарались понять сферу их интересов. После семинара было проведено анкетирование, чтобы проанализировать предпочтения участников и отобрать претендентов на участие в проекте.

Второй этап — онлайн тестирование Проведение онлайн тестирования



(инструментальная оценка) было осуществлено для того, чтобы определить особенности поведения (опросник DISC), интересы, структуру мотивации и ценности участников проекта (опросник Motivators). Такое комплексное оценивание для нас было основополагающим. И если определить уровень профессионала, у которого уже есть опыт работы, не составляет труда, то оценить студента мы можем только в отношении потенциала, профессиональных предпочтений, узнать о нем только вводную информацию, его сильные и слабые стороны.

На втором этапе проекта участник получил на свою почту ссылку для прохождения он-лайн тестирования, по результатам которого мы отобрали 150 потенциально подходящих нам выпускников и предложили им участвовать в проекте дальше.

Третий этап — индивидуальное интервью с каждым студентом для выявления личностных компетенций и обсуждения результатов

Во время интервью мы оценивали участников по таким критериям, как результативность, активность, тайм-менеджмент, дисциплинированность, обучаемость, открытость к новому, инновационность. Это позволило нам с достаточно высокой степенью вероятности спрогнозировать успешность того или иного участника и кандидата.

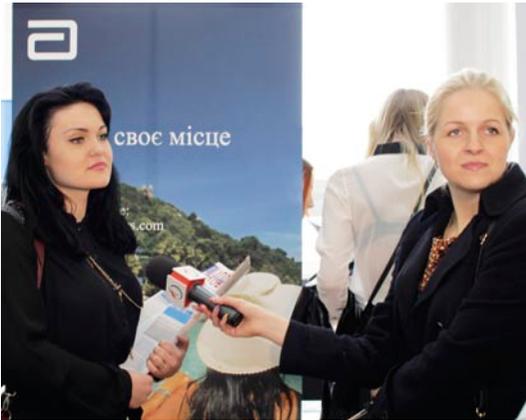
За основу оценивания была взята 4-балльная шкала:

- 4 балла — участник дает четкие ответы, которые полностью соответствуют необходимому уровню компетенции;
- 3 балла — участник дает четкие ответы, но пропускает один из элементов или не уверен в ответе;
- 2 балла — участник ориентируется в направлении, но нет ни одного прикладного примера;
- 1 балл — участник не имеет компетенции/навыка.

Четвертый этап — формирование индивидуального отчета

По результатам тестирования мы составили отчеты в отношении каждого участника проекта и сформировали рейтинг выпускников по всем протестированным параметрам.

Кроме исследовательского этапа, мы также провели мероприятия, направленные на усиление формирования позитивного имиджа работодателя: ярмарки вакансий, онлайн рассылки и т.д. Отметим, что такие мероприятия были проведены неоднократно, к тому же мы и сейчас активно поддерживаем связь с молодыми специалистами-выпускниками, приглашаем их на мероприятия, проводим



Мы предложили участвовать в проекте студентам выпускных курсов фармацевтических и медицинских факультетов Киева, Харькова, Одессы и Запорожья, а также молодым специалистам



просветительскую работу. Такие шаги позволяют студентам лучше понять свои возможности и более осознанно формировать свой карьерный путь.

«ИССЛЕДОВАНИЕ НАОБОРОТ»: ВЗГЛЯД СТУДЕНТА НА РАБОТОДАТЕЛЯ

Реализуя проект, нам хотелось собрать больше информации не только о том, чем «выгоден» студент для компании, но и узнать о привлекательности компаний среди молодых специалистов. Поэтому мы исследовали критерии привлекательности работодателя для студентов.

Наметилась следующая тенденция: молодые выпускники знают и считают привлекательными компании, имеющие программы привлечения молодых специалистов, где проводятся ярмарки вакансий, семинары, лекции, стажировка, практика, проекты оценки. Как студенты изначально узнают о таких компаниях? Изучая каналы получения информации, мы составили рейтинг основных источников о работодателях, которым больше всего доверяют студенты. На первом месте — рекомендации друзей и знакомых, на втором — ярмарки вакансий. Информации, полученной от работодателей на ярмарке вакансий, доверяют большинство студентов. Такие фармацевтические компании, безусловно, им больше знакомы. На третьем месте — различные рейтинги компаний, размещенные в средствах мас-

совой информации и на общедоступных сайтах. Участвовать в таких рейтингах компаниям просто необходимо, если они хотят найти талантливых студентов, которые впоследствии станут конкурентоспособными специалистами.

Кроме того, компания должна быть представлена в интернете, поскольку современное молодое поколение узнает интересующую их информацию через сеть. Важно, чтобы у компании был привлекательный и информативный сайт. Этому фактору студенты отдали 3–4-е место в рейтинге нашего проекта. То есть 43% всех студентов, которые заполняли анкеты, отметили наличие сайта или страницы «Карьера» на сайте фармацевтической компании как очень важный фактор для ознакомления при выборе работодателя.

ТЕНДЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ВЫБОРА СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современные студенты нацелены на результат, на получение прежде всего материальной и уже потом — нематериальной выгоды. Достаточно много молодых специалистов ориентированы на признание личного вклада в работу и, следовательно, на развитие карьеры. У многих высок познавательный интерес, что позволяет им овладевать новыми инструментами, технологиями для получения опыта и достижения успеха.

Выбор студентами (150 человек) работодателей и сфер деятельности распределился так:

- продвижение препаратов — 94 (62%) человека;
- фармацевтическое производство — 59 (39%) человек;
- аптечная розница — 60 (40%) человек;
- клинические испытания — 44 (29%) человека.

В сумме: 257 (170%) человек.

Резюме

Наш проект не преследовал одну цель. Его реализация позволила нам посмотреть на вопрос нехватки кадров и привлечения молодых талантов с разных сторон. Мы впервые сформировали рейтинг потенциальных кандидатов для фармацевтического рынка, узнали, какие факторы в выборе профессии привлекательны для студентов, какие шаги следует предпринимать компаниям, чтобы найти и заинтересовать молодых талантов. Проект дал нам понимание того, как устанавливать и развивать сотрудничество с ведущими ВУЗами Украины. В ходе PR-мероприятий нам удалось укрепить позиции компаний-партнеров как надежных и стабильных работодателей, сформировать эффективные каналы взаимодействия с аудиторией молодых специалистов. Ну, а если говорить о студентах, то для них активное сотрудничество с компаниями, заинтересованными в поиске талантов и делающими правильные шаги в этом направлении, безусловно, дает возможности для проявления себя, получения хорошей позиции и достижения карьерного успеха в будущем.

Андрей Анучин, директор специализированного агентства «ФАРМА ПЕРСОНАЛ»,
Елена Рыжова, менеджер проектов по работе со студентами специализированного агентства «ФАРМА ПЕРСОНАЛ»