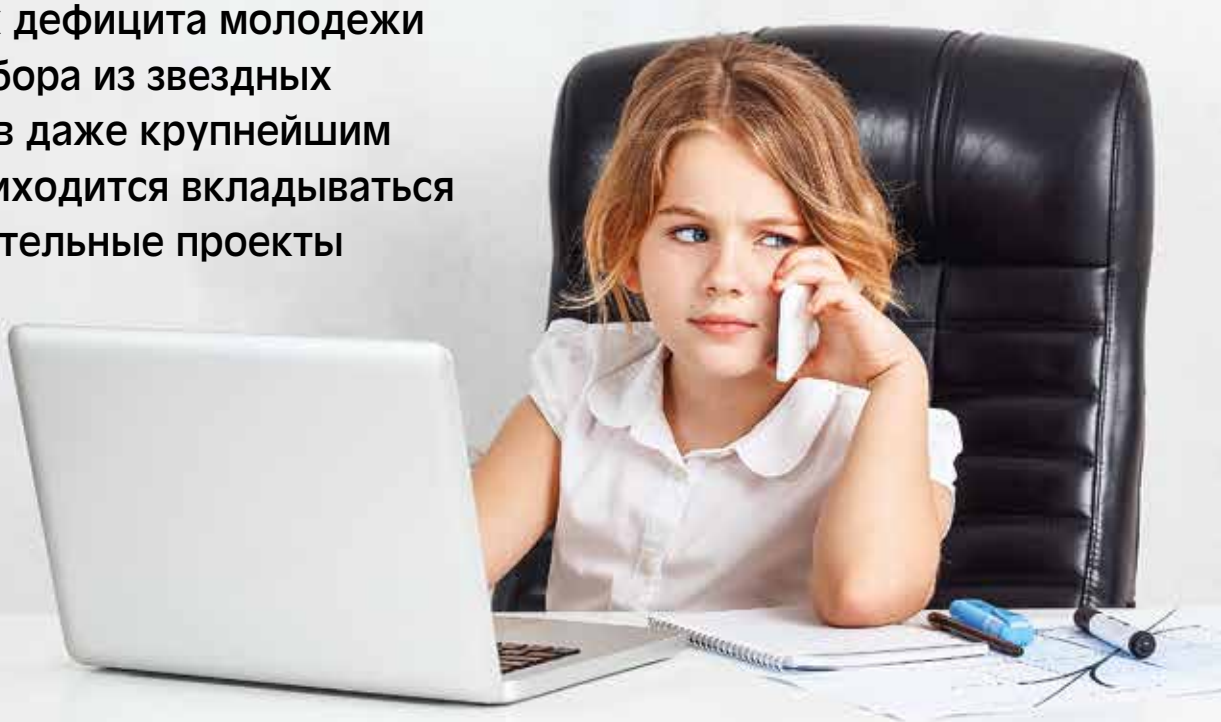
В банк без экзаменов

В условиях дефицита молодежи вместо выбора из звездных кандидатов даже крупнейшим банкам приходится вкладываться в образовательные проекты





Текст
ЕКАТЕРИНА КАЦ,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**

На нестабильном рынке труда наем специалистов еще на стадии обучения актуален для большинства компаний, и это долгосрочная, продуманная тенденция, единодушно утверждают профессионалы HR-рынка.

Welcome-тренды для студентов

«Сегодня бренд работодателя для молодых специалистов — это не реклама, а репутация, подтвержденная конкретными действиями: наличием доступных входных точек (стажировки, практика), наставничеством, быстрым доступом к обратной связи и вовлеченностью в реальные бизнес-процессы», — утверждает **Ольга Мартынова,** директор департамента персонала Банка Синара. Особенности отрасли — высокая конкуренция за молодых IT-специалистов и аналитиков, а также дефицит прикладных знаний у выпускников, что требует от работодателя быть активным участником формирования компетенций еще в период обучения, пояснила она.

«Мы приглашаем практикантов с 18 лет — студентов профильных вузов и колледжей, которым нужны реальный опыт и понимание, как работает банк, какие у него процессы, задачи, цели. Дипломированные специалисты — благо для любого работодателя, но диплом без практики означает, что человек изучал теорию банковских механизмов, а самое интересное — знакомство с реальностью, начинается в стенах банка, так что ребята часто возвращаются в последующие годы своего обучения», — отметила руководитель отдела подбора и адаптации персонала ББР Банка **Екатерина Никитина.** В практике структуры — и взаимодействие с онлайн-школами, готовящими IT-специалистов, «с целью привлечь выпускников с минимальной практикой и хорошей теорией».

«Мы ориентированы на работу со студентами (стажировки, практики) по ряду направлений)», — сообщила **Вера Фадеева,** директор департамента по работе с персоналом Группы «Цифра».

В Банке Синара стремятся выстраивать контакт со студентами вторых — четвертых курсов, особенно на направлениях, связанных с цифровыми технологиями, управлением рисками, инвестициями и аналитикой. Но при подборе на конкретные роли, особенно в клиентском бизнесе и IT, часто предпочтение отдают кандидатам с оконченным образованием и желательно уже с опытом работы — из-за потребности в самостоятельности, способности быстро входить в задачи и работать в интенсивной среде, рассказала «Б.О» Ольга Мартынова.

Вовлечены в процесс и лидеры индустрии. К примеру, в ВТБ организованы программы стажировок для выпускников бакалавриата/специалитета, студентов и выпускников магистратуры; также можно пройти практику.

Активности «с уходом от формальности»

Серьезных изменений в сфере образования не происходит в силу ее консервативности, так что потенциальные работодатели, осознавая значимость взаимодействия с вузами (в том числе ради

совместной подготовки кадров под потребности индустрии), все активнее участвуют в образовательном процессе, отметили в ВТБ.

По словам Екатерины Никитиной, количество взаимодействий ББР Банка с вузами остается стабильным уже несколько лет: «Налажено сотрудничество с Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом и Международным банковским институтом имени Анатолия Собчака, с Дальневосточным федеральным университетом, с Владивостокским государственным университетом». Вера Фадеева тоже отметила, что по ряду специализаций взаимодействие с вузами — устоявшаяся практика, а «число целевых кафедр увеличивается».

Постоянно растет и количество учебных заведений, с которыми сотрудничает ВТБ, рассказали в банке: если в 2022 году их было 188, то сегодня — уже более 300. Программы рассчитаны не только на студентов: базовая кафедра ВТБ «Современная практика и технологии банковского бизнеса» в Финансовом университете при правительстве РФ дает дополнительное профессиональное образование по специальности «Финансовый анализ и управление рисками». Естественно, лучшие студенты получают предложение о работе в банке, уточнили в ВТБ.

По наблюдениям Ольги Мартыновой, «количество форм взаимодействия с вузами растет, но изменяется их структура». «Уход от формальных механизмов, таких как кафедры и стипендии, в пользу гибких и проектных форматов стал трендом последних лет. Работодателей больше инвестируют время и ресурсы в точечные мероприятия: кураторство, хакатоны, кейс-чемпионаты, олимпиады, участие в разработке учебных программ и soft skills-акселераторы. Это позволяет быстро и адресно формировать нужные компетенции, отбирать сильных и мотивированных участников», — пояснила она.

Замечает перемены и **Наталья Малова,** ведущий специалист по работе с персоналом компании get experts: «Количество программ, определенно, растет. Все больше компаний открывают свои кафедры, интегрируются в учебный процесс. Если говорить про финансирование, то заметен тренд на брендирование зон на территории вузов — аудиторий, коворкингов и т.д. Работодателям приходится постоянно придумывать все новые концепции для коммуникации со студентами. Если лет пять назад в основном это были ярмарки вакансий, то сейчас — и различные кейс-чемпионаты, и развлекательные ивенты».

Масштабы взаимодействия зависят от размера и потребностей организации. Так, сотрудники ВТБ в 2024-м участвовали в более чем 655 мероприятиях: днях карьеры, ярмарках вакансий, мастер-классах, кейс-чемпионатах и пр. За последние три года более 1500 студентов и выпускников прошли стажировку в ВТБ, из них более 60% продолжили карьеру в банке, сообщили в ВТБ. А учебную практику в банке за один только 2024 год прошли более 2 тыс. студентов.

Привлечение: внутри и вне фокуса

У изнурительной и дорогостоящей «охоты на студентов» есть обратная сторона. «За последние годы из-за большого количества вакансий и активной интеграции компаний в работу с вузами фокус внимания студентов рассеивается, и работодателю все сложнее выделиться в столь конкурентной среде», — оценила ситуацию Наталья Малова.

В настоящее время за молодых специалистов в возрастных группах от 20 до 24 лет и от 25 до 29 лет идет настоящая борьба, и, если в ней не участвовать и не выращивать специалистов, есть риск упустить не то что звездного кандидата, а даже просто хорошего: его быстро «купят» более гибкие работодатели, готовые подстраиваться под текущие реалии рынка, уверены в ВТБ.

Но и соискателям приходится «напрягаться», чтобы попасть в престижный банк, пусть и на время. ВТБ ежегодно организует масштабный отбор на стажировки по всей России: в 2024-м количество заявок на 700 мест превысило 58 тыс. (80 человек на место), рассказали редакции в банке. И это неудивительно: аналитики SuperJob по итогам недавнего опроса сделали вывод, что 44% рекрутеров ценят у кандидата хотя бы минимальный опыт работы, 29% ориентируются на стажировки.

Среди основных инструментов привлечения в ВТБ называют как собственные, так и грантовые учебные программы, участие в проектах федерального масштаба, таких как олимпиада «Я — профессионал».

Руководитель направления «ИТ, телеком, финансовые институты» рекрутинговой компании get experts **Светлана Аплеталина** отметила, что крупные банки организуют отраслевые конкурсы или иные мероприятия, где студенты старших курсов смогут конкурировать за призовые места, причем «часто их интересует не только материальная награда, но и возможность получить стажировки».

Ольга Мартынова выделила следующие виды коммуникаций:

- вузовские карьерные центры и профессиональные сообщества студентов — точечная работа по направлениям подготовки;
- телеграм-каналы и цифровые платформы с карьерным контентом, адаптированные под формат коротких и полезных сообщений;
- амбассадоры внутри вузов и выпускники, уже работающие в компании, — как доверенный канал коммуникации.

Екатерина Никитина выделила три основных инструмента привлечения (не только молодежи, но и зрелых кандидатов): интернет-сайты с вакансиями и резюме, тематические форумы, общение в мессенджерах и по телефону.

Вера Фадеева лаконична: в «Цифре» в ходу олимпиады, амбассадоры, соцсети, а также буткемпы (Bootcamp — формат ускоренных курсов, где за короткий промежуток времени можно приобрести или прокачать навыки. — *Ред.*).

Светлана Аплеталина добавила, что помимо мастер-классов, где сотрудники делятся экспертизой, «на привлечение работают экскурсии в офисы компаний, дающие возможность пообщаться и почувствовать корпоративную культуру».

В ВТБ предлагают онлайн-формат: интерактивные тесты, онлайн-игры и розыгрыши, чтобы привлечь внимание молодых специалистов и сделать их общение с банком более интересным и запоминающимся. Там даже создали виртуальную экскурсию «Вот эТо Башня!» по офису ВТБ для привлечения на программы стажировок в головной офис. Б.О