

**ІДЕНТИФІКАЦІЯ КЛЮЧОВИХ СТРАТЕГІЙ ПОШУКУ РОБОТИ
ВИПУСКНИКАМИ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ
THE DETERMINE OF PRINCIPAL STRATEGY'S TO SEARCH OF WORK
BY GRADUATES OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS**

У статті досліджується зміст та особливості базових стратегій пошуку роботи випускниками вищих навчальних закладів. Акцентовується увага на практичній спроможності їх використання та механізмі реалізації означеною категорією пошукачів.

Ключові слова: *стратегія пошуку роботи, випускник вищого навчального закладу, пошукач роботи, роботодавець, відкрита та прихована вакансія.*

The article has investigated matter and peculiarity's of basic strategy's to search of work by graduates of higher educational establishments. The attention has accented on practical possibility its use and mechanism of its realization by definite category of searchers. Main springs of vacancies and methods to search of work which typical of every strategy's come to light. The necessity to orientation for not one open vacancies, but their closed share base one's arguments on facts.

Separate accent make on strategy's to search of work which base on temporarily work and forming of positive image in the Internet. Three out of four strategy's approach to students without practice experience, and one of them – the strategy «Citizen of Inet» – may be use by graduates of higher educational establishments or other persons with experience of working activity and higher professional level.

Key words: *strategy to search of work, graduate of higher educational establishments, searcher of work, employer, open and latent vacancy.*

Вступ. Динаміка соціально-економічного середовища в Україні продовж останніх років докорінно змінила перспективу працевлаштування молодих фахівців – випускників вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) – і набула проблемного характеру. Працевлаштуванню випускників перешкоджає відсутність досвіду практичної діяльності, навиків пошуку роботи, спілкування з роботодавцями, недостатня поінформованість про сучасні тенденції розвитку ринку праці та невідповідність попиту і пропозиції робочої сили на ньому, а головне – недотримання ними стратегічних основ пошуку роботи.

Дослідженню соціальних аспектів та проблем правового регулювання зайнятості і працевлаштування молоді, у тому числі студентів та випускників ВНЗ, присвячено низку праць вітчизняних фахівців в сфері управління персоналом і трудового права, а саме: О.М. Балакіревої, С.О. Василюшиної, Н.Ф. Головатого, О.П. Дяків, Т.А. Коляди, Ю.М. Щотової та інших. Кількість наукових робіт означеного спрямування постійно зростає, однак жодна з них не приділяє достатньої уваги питанням розробки та формулювання змісту базових стратегій пошуку роботи випускниками ВНЗ як основоположного моменту організації такого пошуку представниками соціально незахищених верств населення, якими вони є, що і визначає актуальність обраної тематики та подальші дослідження автору у цьому напрямку.

Постановка завдання. Завданням статті є теоретико-практичне обґрунтування ключових позицій типових стратегій пошуку роботи випускниками ВНЗ. Спираючись на результати моніторингу альтернативних джерел та пріоритетних методів пошуку вакансій (відкритих та прихованих) і враховуючи особисті цілі працевлаштування молодих спеціалістів, підвищені вимоги вітчизняних роботодавців до потенційних кандидатів на робочі місця та сучасний стан ринку праці, запропоновані нами стратегії пошуку роботи зорієнтовані на всі можливі категорії випускників вузів і адаптовані до української практики молодіжного працевлаштування.

Результат. З точки зору автора, стратегія пошуку роботи – це перспективний план дій і заходів пошукача роботи, спрямований на

організацію процесу пошуку таким чином, щоб поєднання різних джерел вакансій, пошукових методів та способів самопрезентації пошукача в кожній конкретній ситуації сприяло його працевлаштуванню, враховуючи індивідуальні цілі та особисті пріоритети.

У контексті зазначеного, нами здійснена спроба сформулювати ключові стратегії пошуку роботи для випускників вищих навчальних закладів.

Стратегія 1 «Проміжна сходинка». Намаганням випускників ВНЗ знайти бажане місце роботи, як вказано вище, часто заважає недостатність досвіду в її пошуках і досвіду роботи за профільним напрямком освіти, невідповідність вимог вакансії до претендента та необхідність витратити набагато більше часу, ніж на це розраховували. В достатній мірі допомогти у вирішенні цих питань може стратегія «Проміжної сходинки», метою якої є пошук тимчасового місця працевлаштування, значення якого залишається недооціненим і має ряд суттєвих переваг для пошукача:

- фінансова свобода. Гроші, зароблені на тимчасовій роботі, допоможуть знизити тиск фінансового пресу в умовах довготривалого безробіття. Понизивши гостроту грошового дефіциту, можна дозволити більш розбірливо підбирати варіанти працевлаштування і обрати найбільш прийнятні пропозиції;

- розстановка пріоритетів. Якщо випускник ВНЗ не має чіткого уявлення про оптимальну для нього вакансію, компанію-роботодавця чи майбутній профіль діяльності, варто не поспішати з рішенням про постійне працевлаштування та спробувати себе на декількох тимчасових роботах;

- розширення кола контактів. Тимчасова робота – один з найбільш простих способів збільшити кількість особистих контактів, адже вона зводить разом людей, які за інших умов практично не мали шансів на зустріч;

- підвищення рівня кваліфікації і досвіду. Відсутність саме цих факторів дуже часто є причинами для відмови випускникам ВНЗ у прийомі на роботу з боку роботодавців.

Організувати процес пошуку роботи згідно стратегії «Проміжна сходинка» можна в наступні способи:

1. Звернути увагу на підприємства, які запрошують на практику (стажування) вчорашніх студентів, тобто «почати з малого». Як правило, це великі та стабільні компанії. При грамотному підході у пошукача існує можливість отримати подвійну користь: набути цінний практичний досвід та потрапити в штат відомої корпорації. Зазвичай, різні програми стажування надають українські представництва іноземних компаній, що працюють в сфері IT-технологій, телекомунікацій, фінансів, консалтингу.

2. Розпочати роботу на стартових позиціях. Останні роки менеджери з персоналу звикли економити, і неадекватні вимоги претендентів-новачків нерідко викликають у них роздратування. Якщо ж пошукач продемонструє прагнення до професійного росту, то можете розраховувати на отримання робочого місця в компаніях, де практикують масовий набір (наприклад, у сфері ритейлу, громадського харчування або страхування), існує безліч програм, спрямованих на адаптацію, розвиток і навчання молодих фахівців.

В контексті останнього варто звернути увагу на вакансії для лінійного персоналу, які не вимагають особливих навиків. Найчастіше випускників беруть на позиції менеджера з продажу або підтримки клієнтів, асистента або помічника, продавця-консультанта, секретаря, адміністратора.

Стратегія 2 «Пошук прихованого». На сьогоднішній день існує величезний невидимий ринок вакансій, інформація про які не публікується у ЗМІ та Інтернет. За різними даними, в пресі та Інтернет не афішується приблизно 50-70% вакансій, а в деяких сферах відсоток «прихованих вакансій» сягає 100% [1].

Основними причинами розвитку латентного ринку пропозицій від роботодавця є:

- Консерватизм і економія роботодавців. Багато керівників воліють залучати кандидатів з числа знайомих, друзів, знайомих друзів і родичів своїх співробітників. Передбачається, що такі люди вже завідомо лояльні до

компанії. При цьому роботодавець економить час на пошук та підбір персоналу.

- Конфіденційність. Багато роботодавців не розголошують інформацію про вільні вакансії, особливо, на посади топ-менеджерів по причині можливого «перерозподілу влади» в компанії, або розвитку нового напрямку бізнесу потайки від конкурентів. Публікація вакансій може вплинути на репутацію компанії або викликати непотрібні обговорення серед конкурентів.

- Неусвідомлена необхідність. Проблема в компанії є, але потреба в новому співробітнику керівником ще не усвідомлена, тому і вакансія відсутня. Однак, якщо з'являється людина, і заявляє: «Я знаю цю проблему і берусь її вирішити», йому можуть зробити пропозицію.

- Вміле управління внутрішніми кадровими резервами (підвищення, переміщення, навчання персоналу). У таких випадках фахівці з боку розглядаються в останню чергу, проте така можливість все ж таки існує.

- Неefективна робота з кадрами. По причині нерегулярного оновлення вакансій на сайтах, недбалості або постійної зміни HR-менеджера у керівництва немає повноцінної можливості і часу сформулювати потребу на вакансію.

- Специфічні і малодоступні сфери діяльності. Тут, як правило, не прийнято шукати людей «на вулиці»: шоу- і медіа бізнес, модельна справа, медицина, кіно- і тележурналістика [2].

Переваги прихованого ринку вакансій полягають в наступному: невисока кількість конкурентів, адже більшість людей шукають роботу через традиційні та доступні джерела; більше шансів знайти посаду, яка у повній мірі відповідає досвіду і кваліфікації; можливість створити нову посаду в компанії потенційного роботодавця; процес пошуку роботи перебуває під контролем шукача.

Основна мета стратегії «пошук прихованого» полягає в активізації зусиль претендента на отримання повної інформації про ті вакансії, які є штучно (неусвідомлено) прихованими. Існують два основні способи полювання на них, а саме:

1. Залучення спеціалістів для «викриття» прихованих вакансій. Тим більше, таку послугу під різними назвами («Особистий консультант по кар'єрі», «Коучинг у професійній реалізації», або «Персональний пошук роботи») вже починають надавати деякі кадрові та рекрутингові агентства – ті, які вчасно перекваліфікувались з «мисливців за головами» в «мисливців за вакансіями» (своєрідний хедхантінг навпаки).

2. Самостійно, для чого необхідно:

- скласти список компаній-роботодавців, які приваблюють претендента, зібрати якомога більше інформації про них з веб-сайтів, через спеціальні пошукові системи та використовуючи неформальні джерела;

- розмістити на e-mail цих компаній лист, зокрема, у вигляді есе, в якому пошукач етично і професійно висловлює власні пропозиції стовно підвищення ефективності окремих бізнес-процесів в компанії, або інші рекомендації, бажано, в оригінальній стилістиці. Лист повинен бути адресований конкретній особі і супроводжуватись резюме, супровідним (рекомендаційним) листом, при необхідності – портфоліо робіт;

- будь-якими шляхами знайти контакти осіб, які приймають кадрові рішення в компанії, виявити ініціативність у призначенні особистої зустрічі з ними, розкрити свої бажання і можливості до співпраці через самопрезентацію. При цьому вирішальним моментом для пошукача може стати високий рівень обізнаності у справах компанії.

Стратегія 3 «Пошук на поверхні». Відрізняється від попередньої стратегії «Пошук прихованого» тим, що такий пошук націлений на відкриті та легко доступні вакансії на обрану посаду (в компанію-роботодавця). Реалізація стратегії «Пошук на поверхні» повинна супроводжуватись активними заходами з боку пошукача роботи щодо працевлаштування як власними силами (публікація оголошень, адресна розсилка резюме, пошук за принципом «сарафанового радіо», у тому числі в соцмережах, відвідування співбесід, участь у телефонних скрінінгах і т.п., що в ідеалі має комбінуватись), так і за допомогою професійних посередників на ринку праці (кадрових агенцій,

Державної служби зайнятості, молодіжних центрів праці тощо), або шляхом поєднання обох способів. В рамках стратегії бажано досягти максимально можливого поширення інформації про бажання пошукача знайти роботу та його вимоги до омріяної посади, а також сформуванню власний позитивний імідж, оволодіти діловою етикою пошуку роботи в контексті листування та спілкування із роботодавцем.

Стратегія 4 «Громадянин Інету». Ця стратегія пов'язана зі створенням образу претендента, успішною самопрезентацією та самопросуванням в Інтернет-мережі, особливо для кандидатів на посади в компанії з високою діловою репутацією, зокрема, в сферах інформаційних технологій та інтелектуальної діяльності. Адже такі роботодавці перед прийомом співробітника найчастіше проводять моніторинг його професійних досягнень, творчих та інтелектуальних здібностей, ерудиції на пошукових сайтах.

Таким чином, стратегія «Громадянин Інету» передбачає:

- реєстрацію та створення профілю у фахових соціальних мережах, які надають можливість спілкування за професійними інтересами, у тому числі із потенційними роботодавцями. В Україні найбільш популярними є вітчизняні мережі www.profeo.ua та job.ukr.net, а також російські www.linkedin.com, www.xing.com та www.moikrug.ru;
- створення особистого блогу на професійну тематику, тобто Інтернет-щоденнику, власник якого в оперативному режимі публікує повідомлення формального і неформального характеру, або профайлу на обраному сайті у вигляді ЖЖ («Живого Журналу», зокрема, з використанням LiveJournal.com). При цьому необхідно розмістити і періодично дублювати резюме на сторінках блогу та у тематичних спільнотах;
- активну участь в професійних форумах і співтовариствах. Як варіант, існує можливість створення власного співтовариства з метою об'єднання спеціалістів за фахом.

В будь-якому випадку реалізація стратегії «Громадянин Інету» передбачає дотримання ділової етики Інтернет-спілкування та виконання правил, встановлених модераторами відповідних сайтів.

Висновки. Підсумовуючи зазначене, наголосимо, що вибір однієї з чотирьох стратегій пошуку роботи випускниками ВНЗ залежить, у першу чергу, від індивідуальних цілей особи щодо працевлаштування та її професійного рівня на момент початку пошуку роботи. Однак стратегія «Громадянин Інету» більш придатна для фахівців з досвідом трудової діяльності та високим ступенем професіоналізму, коли конкурентна боротьба за них ведеться серед роботодавців. Випускникам вищих навчальних закладів без професійної практики, переважно денної форми навчання, потрібен час на здобуття конкурентних переваг на ринку праці, тому з метою ефективного працевлаштування їм варто використовувати одну із трьох інших стратегій, в рамках яких передбачено активний пошук роботи та безпосередні контакти із роботодавцями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Робота в Києві : специфіка пошуку [Електронний ресурс] // Сайт «Працевлаштування в Україні». – Режим доступу до ресурсу :

<http://prostorabota.com.ua/robova-v-kyuevi-specyfika-poshuku/robova-v-kyuevi-specyfika-poshuku>

2. Методи полювання на невидимі вакансії [Електронний ресурс] // Сайт консалтингової компанії «Persona-N». – Режим доступу до ресурсу :

<http://persona-n.com.ua/info/i-metody>

Надійшла до редколегії

Стаття рекомендована до друку д.е.н., проф. Драган О.І.