

## Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

### Нестандартные методы привлечения молодых специалистов финансовыми компаниями

*Маклакова Т.Р.<sup>1</sup>, Белова А.А.<sup>2</sup>*

*1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Менеджмент, 2 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента и маркетинга, Москва, Россия  
E-mail: tan-grand94@yandex.ru*

*Научный руководитель  
к. э. н. Артемьева Ольга Александровна*

В современном мире очень много способов по привлечению внимания к товарам или услугам. Это и различные виды рекламы, и хорошо продуманные маркетинговые ходы. А что если знакомить амбициозных специалистов со своими компаниями в нестандартной обстановке? Именно по этому пути пошли руководство и сотрудники ведущих финансовых компаний. Их основная цель - осведомить молодых специалистов и студентов о возможности проявить себя как настоящего профессионала уже перед приемом на работу, а в дальнейшем можно и получить рабочее место в желаемой компании.

В своей статье мы хотим представить нестандартные методы привлечения молодых специалистов к деятельности в финансовых организациях. И в качестве примеров рассмотрим наиболее «яркие» мероприятия 2012-2013 гг., стимулов для участия в которых предостаточно: для одних - это шанс проявить себя на соответственном уровне, для других – возможность пройти практику в любимой компании, для третьих - получение награды, которая в каждом мероприятии варьируется от чисто символических подарков до крупных денежных выплат.

Итак, первый метод - кейс чемпионаты, главная цель которых - дать возможность студентам взаимодействовать с ведущими российскими и мировыми компаниями в рамках предлагаемых мероприятий. В основном кейс клубы существуют при ведущих российских университетах. Например, Management Consulting Club (МСС) - Финансовый университет, Casy Club - кейс клуб МФТИ, HSE Case club- ВШЭ, MESI Consulting Club (МСС) - консалтинг-клуб МЭСИ, Open Case Club (MSU), Plekhanov Case Club и многие другие.

Но достаточно часто университеты реализуют проекты совместно с компаниями, а иногда сами компании объединяются друг с другом. Так, компания The Boston Consulting Group (BCG) совместно с Кейс Клубом МФТИ Casy Club проводило мероприятие BCG Case Cracking Session 15.11.13; Компания Henkel совместно с Changellenge в октябре 2013г. запускала новый сезон Henkel Innovation Challenge; Компания Microsoft совместно с Changellenge - Microsoft Case Competition.

А также крупнейшие студенческие кубки по кейсам проводятся ещё при взаимодействии с партнерами. В 2013г. это были: Unilever, Accenture, Альфа-Банк, Ernst&Young, KPMG, PricewaterhouseCoopers, Strategy Partners, Nestle, Sanofi. К таким кубкам можно отнести: 1) Кубок Москвы по кейсам Changellenge – ежегодный студенческий чемпионат

по решению кейсов, который проводится в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, в Новосибирске, в Казани; 2) Кубок «Future today»; 3) Sanofi Marketing Challenge: креативная работа. Это крупнейшие в России турниры по решению кейсов. Приобретаемые навыки – работа в команде, презентация собственных решений, оценка решений других участников, аналитическое мышление. Возможности – лично пообщаться с представителями ведущих компаний, проявить себя и начать собственную успешную карьеру.

Второй метод - узкоспециализированные мероприятия в банковской сфере. В основном они дают возможность почувствовать себя частью коллектива, в котором ты работаешь или стажировешься, а также получить знания о тенденциях и инновациях в финансовом мире, узнать новости банковского сектора, получить опыт стажировки в банке. Такие проекты реализуют: Академия бизнеса и банкинга от Альфа-Банка, Сбербанк, который стал генеральным партнером международной студенческой олимпиады «Битва банков» (проводится ежегодно с 2010г).

Третий метод - проекты в области консалтинга. Так, грандиозный проект «В стиле аудит» организовали компании «Большой четверки»- PWC, KPMG, EY для студентов 1-4 курсов. Они объединились для того, чтобы рассказать и показать студентам, какая она – жизнь «в стиле аудит». Успех и признание, интересные проекты, развитие бизнес-интуиции, крепкая команда и поддержка - все это о профессии аудитора.

В проекте много интересного: настоящие городские квесты, встречи с крупными бизнесменами, онлайн-соревнования. В рамках проекта реализуются следующие мероприятия: «Квест в стиле аудит», «Halloween в стиле аудит», «Саммит в стиле аудит». Сущность мероприятий заключается в том, чтобы убедить студентов в том, что ошибочно воспринимать профессию аудитора, как работу с цифрами. В аудите как в разведке: необходимо полностью доверять боевым товарищам. Невозможно же проверять тома документации, которые пришли от коллег для дальнейшего ведения проекта. И когда знаешь, что никто тебя не подведет, то начинаешь все больше и больше ценить свою команду. А интерактивное общение, креативные идеи, несколько этапов конкурсного отбора и новые бизнес - знакомства только подтверждают, что проект действительно того стоит.

Четвертый метод - организации клубов и студенческих лиг при самих компаниях, непосредственно на территории работодателя. Этот способ даёт более реальную практическую возможность заинтересовать будущего работодателя своей кандидатурой. Это, во-первых, Лига КПМГ – сообщество молодых профессионалов для студентов и выпускников. В рамках лиги есть возможность поучаствовать в таких проектах, как K-Land, Business World, которые предлагают бизнес-игры, направленные на практическое применение знаний и решение сложных аналитических задач. А также посетить мастер классы: «Effective communication» (15.10.13), «Внутренний аудит. Процессы, контроли, риски» (27.11.13).

Во-вторых, PWC Junior Club, который призван объединить лучших студентов 3-4 курсов из разных вузов России, которые уже начинают задумываться о своей карьере, и сотрудников PWC, готовых помочь молодым талантливым людям найти себя.

Подобные проекты решают ряд очень важных задач, которые ставит перед собой амбициозный студент. Это и расширение деловых контактов, и получение новых знаний и навыков, и получение информации о вакансиях, и возможность ускоренно проходить этапы отборочного конкурса; а также подготовиться к карьере в мире бизнеса, стать ча-

стью уникальных сообществ, получить конкурентное преимущество на рынке молодых специалистов, встать на первую ступень карьерной лестницы.

Итак, мы видим, что база для необычных проектов по привлечению молодых амбициозных студентов и квалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса есть. За последние годы число подобных мероприятий: конкурсов, турниров и проектов стремительно возросло. Ведущие компании и фирмы всё чаще переходят именно на такие способы привлечения новых сотрудников. Ведь показать свою сферу деятельности в нестандартной, привычной для студентов обстановке намного привлекательнее, чем размещать объявления о вакансиях и просто проводить рекламные акции.

### Литература

1. Информационный ресурс сайта «Битва банков» <http://www.banksbattle.ru/>
2. Информационный ресурс сайта компании PWC «Junior Club» <http://www.pwc.ru/ru/careers/junior-club.jhtml>
3. Официальный сайт Альфа-банка [http://vk.com/alfabank\\_career](http://vk.com/alfabank_career)
4. Официальный сайт KPMG <http://www.kpmg.com/ru/ru/careers/pages/kpmg-league.aspx>