

ФИНАНСЫ

на Овечкина: «Если до кризиса сотрудники нередко переходили из компании в компанию, то снижение количества вакансий и в целом компаний на рынке не оставило им выбора. Частично они переходили в банковский сектор, но и он испытывал похожие трудности».

К настоящему времени острота кризисных явлений пошла на спад: процесс отзыва лицензий страховщиков замедлился. Татьяна Овечкина отмечает даже некоторую положительную динамику по сравнению с 2015 годом. Ожидается, что наибольшим спросом пользуются продавцы страховых продуктов.

От рядового до начальника

В банковском секторе структурные изменения были заметнее в силу большей численности штата. «Одни банки проводили сокращения по горизонтали, другие были вынуждены сворачивать целые направления, которые требуют существенного финансирования», — констатирует Данута Раудис, директор филиала «Пермский» Уральского банка реконструкции и развития.

Технологическая причина увольнений проявилась в банковском сегменте даже ярче, чем в страховом. В пресс-службе ВТБ отмечают, что банковский бизнес в целом становится более технологичным, поэтому всё большая часть операций переводится в дистанционные каналы. Это приводит в том числе к большей универсализации банковских сотрудников, сокращению сотрудников, занятых бэк-офисными и кассовыми операциями. В свою очередь, сокращение численности сотрудников офисов приводит к сокращению количества руководителей в офисах: начальников отделов, заместителей директоров офисов.

Бывшим банковским сотрудникам, как и страховщикам, приходилось менять сферу деятельности. «Если говорить о сотрудниках, предлагающих и продающих услуги банка, то они, как правило, быстро и успешно трудоустраиваются в отрасли телекома, страхования. Также достаточно быстро находят работу в других отраслях сотрудники из сферы PR и рекламы», — отмечает Данута Раудис.

В опале

По мнению Александры Подрезовой, пик кризиса на рынке труда финсектора пройден. В текущем году ситуация вышла на более стабильный уровень:

работодатели с более уверенной позицией открывают вакансии. «Скорее, это не кризис, а масштабная перестройка финансового рынка», — высказывает мнение Наталья Полякова. Он претерпевает большие изменения, каждая компания стремится путём изменений приспособиться к новым рыночным условиям.

Меняется и отношение соискателей к имеющимся вакансиям. Эксперты рынка труда отмечают, что финансовый сегмент стал пользоваться меньшим спросом у соискателей, чем раньше. «Мы отмечаем отрицательную динамику в привлекательности финансового рынка на протяжении последних трёх лет», — говорит Наталья Полякова. Банки были привлекательны в период региональной экспансии (2006–2009 годы) и в период активного развития розничного бизнеса (2011–2014 годы). Тогда приходили молодые специалисты и переходили в финансовые компании сложившиеся менеджеры из других отраслей. В настоящее время рынок проходит этап нового «становления», его поддерживают и развивают профильные специалисты с профильным образованием и/или профильным опытом работы, отмечает эксперт.

Несмотря на то что восстановление рынка труда в этом сегменте уже началось, уволенные ранее сотрудники далеко не всегда стремятся вернуться на прежнее место работы. «Во-первых, у людей, которых в кризис увольняли, осталась обида на работодателя, поэтому они не стремятся вернуться на прежнее место работы. Во-вторых, у бывших сотрудников сложилось мнение о бывшем работодателе как о компании, не устойчивой к кризису, что также не делает её интересной», — отмечает Данута Раудис.

Тем не менее востребованность экономического образования, в том числе и на финансовых специальностях, не снижается. По словам Татьяны Миролюбовой, декана экономического факультета ПГНИУ, напротив, наблюдается повышенный интерес к финансовому, управленческому и другому экономическому образованию. Это заметно как на первой ступени — бакалавриате, так и на второй — магистратуре, где обучаются уже получившие высшее образование. При этом в экономических магистратурах в конкурсе участвует всё больше географов, филологов, историков, и не только недавних выпускников, но и тех, кто получил образование пять, 10, 15 лет назад, в том числе и в других вузах.



Реклама

16 ЛЕТ — ГАЗЕТА ГОРОДСКОГО БОЛЬШИНСТВА

- Стабильно высокая аудитория*
- Еженедельный выход 120 тыс. экз.

Получите большинство:

210-40-28, 210-40-23, reklama@idk.perm.ru
Подробнее о рекламных возможностях «Пятницы» — newsko.ru/ads

* Газета «Пятница» — лидер по величине читательской аудитории среди общественно-политических изданий в Перми, по данным исследования Института «УралИНФО» («Весна-2010», «Осень-2010», «Весна-2011», «Осень-2011», «Весна-2012», «Весна-2013», «Осень-2013», «Весна-2014», «Осень-2014»).

