В описании вакансий соискателей больше всего раздражают общие слова, дискриминация и неформальный стиль изложения. К такому выводу пришли эксперты проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» и платформы «Академия Здоровья», которые провели исследование для Аналитического центра «АльфаСтрахование». Специалисты «АльфаСтрахование» анонимно опросили сотрудников 100 российских компаний (с оборотом от 100 млн руб. в год) и выяснили, что треть (34%) респондентов просматривают сайты по поиску работы и изучают вакансии, которые могут быть им потенциально интересны.

Наибольшее раздражение у соискателей вызывает наличие в вакансиях банальных общих требований, таких как внимательность, пунктуальность, стрессоустойчивость, умение работать в команде и прочее. Это отметило большинство (56%) работников, просматривающих сайты по поиску работы. Также опрошенные сотрудники негативно относятся к дискриминации по полу (41%) или возрасту (33%), отсутствию информации о размере заработной платы (32%) и слишком свободному, неформальному стилю изложения описания вакансии в целом (31%). Они отметили, что подобный тон заставляет усомниться в профессионализме HR-специалиста и, как следствие, серьезности компании, которая ищет новых сотрудников.

Среди других причин, способных оттолкнуть от вакансии подходящего человека, были названы особенности содержания и оформления объявлений: отсутствие информации о соцпакете (27%), слишком длинные описания заслуг компании и нехватка информации об обязанностях (по 25%), орфографические ошибки (12%), сомнительные утверждения (например, «Любой наш проект – мечта») (9%).

Больше всего опрошенные ценят в вакансиях четко изложенный перечень рабочих задач и подробное описание социального пакета, предоставляемого работодателем (по 54%). Респонденты особенно выделили тот факт, что при прочих равных всегда сделают выбор в пользу компании, предоставляющей сотрудникам полис добровольного медицинского страхования. Дополнительным плюсом является наличие программ страхования от несчастных случаев.

Корпоративное обучение важно каждому четвертому (23%) участнику опроса, вне зависимости от того, идет ли речь о языковых курсах или повышении квалификации по рабочей специальности. Каждый пятый респондент обращает внимание на наличие или отсутствие гибкого графика работы (21%) и возможность удаленной работы (17%).

«При составлении вакансии HR-сотрудникам необходимо обратить особое внимание на полноту предоставляемой информации. Все больше компаний указывают в описании, что уровень оплаты труда определяется по итогам собеседования. Кто-то скрывает за этой формулировкой маленькую зарплату, кто-то наоборот не хочет разглашать ее значительный уровень и привлекать сомнительных соискателей. Однако такая таинственность чаще всего не находит понимания у людей. Человек, который находится в поиске достойного места, хочет сразу из описания вакансии понимать не только перечень задач и размер вознаграждения, но и отношение к сотрудникам со стороны потенциального работодателя, которое во многом формируется через наполнение предоставляемого компанией соцпакета», – говорит Алиса Безлюдова, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование».

Портал HeadHunter в апреле 2019 г. опросил 3,4 тыс. соискателей и выяснил, что им

важно при поиске работы кроме достойной и выплаченной в срок зарплаты. На первый план вышли широкие возможности карьерного роста, этот вариант выбрали 60% соискателей. Удобное рабочее место и оплата сверхурочных важны для 57% респондентов, оплата обучения сотрудников – для 49% участников опроса. Оплата сверхурочных находится на первом месте по важности для соискателей из сфер «Административный персонал» (62%), «Безопасность» (66%), «Начало карьеры» (60%), «Строительство» (67%). Для представителей медицинской сферы важнее всего, чтобы компания оплачивала обучение (60%).
Проект «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» в партнерстве с цифровым издательством «Альпина Диджитал», компанией HeadHunter и HBR-Россия работает с марта 2016 г. Проект ориентирован на HR-директоров, специалистов в области управления персоналом, собственников и генеральных директоров компании. Его главная задача – поиск и аккумуляция всех необходимых инструментов, компетенций и практик для успешной работы с персоналом в условиях турбулентного рынка.

Источник: Википедия страхования, 20.08.2019