Каждый пятый сотрудник российских компаний в детстве хотел быть космонавтом, при этом 33% опрошенных в итоге работают в IT. К такому выводу пришли аналитики проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» и платформы «Академия Здоровья», в опросе приняли участие 1,2 тыс. человек.

Эксперты проанализировали, насколько россияне чувствуют себя реализованными в профессиональном плане и как менялись с возрастом их представления о профессии мечты. В детстве большинство опрошенных хотели стать космонавтами, летчиками, врачами, учителями, полицейскими или знаменитостями. Но в итоге многие выбрали профессии в сфере IT, коммуникаций и технологий (33%), услуг (19%). По 13% пошли в сферу масс-медиа, развлечений, медицины, науки. Каждый 10-й респондент занят в сфере финансов, 12% работают в других областях (топливной промышленности, недвижимости, логистике, энергетике).

Отвечая на вопрос о том, считают ли они реализованной свою детскую мечту, большая часть опрошенных заметила, что мечты изменились, и они довольны своим выбором. Более трети респондентов высказали сожаление об упущенных возможностях (39%). Всего 18% рассказали, что добились того, о чем мечтали, и задуманное в детстве реализовалось.

Основная часть сотрудников компаний (39%) осознанно выбирали образование, готовясь к будущей работе. При этом 44% опрошенных хотели бы продолжать карьеру в выбранной области и намерены повышать квалификацию, а 39% удовлетворены своим выбором полностью и считают себя реализованными уже сейчас. Чуть меньше опрошенных слегка «отступили» от изначальной цели и выбрали смежную с полученной специальностью работу. 26% пришлось кардинально сменить деятельность, а 3% признались, что получали образование исключительно «ради корочки», и работать по специальности они не планировали изначально.

«Реализация и ощущение себя на своем месте – крайне важный фактор выбора профессии и, в дальнейшем, места работы. Человек, не чувствующий себя уверенно и

жалеющий об упущенных возможностях, пусть это даже детские мечты, будет более подвержен стрессам и эмоциональному выгоранию. Именно поэтому так важно осознанно выбирать направление для учебы и работы. Опросы показывают, что впоследствии кардинально менять сферу деятельности готовы далеко не все, и большинство все же работает по основной специальности или в смежных областях», – говорит Алиса Безлюдова, директор департамента маркетинга «Медицина» группы компаний «АльфаСтрахование».

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.