

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ КОМПЕТЕНТНОГО ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯ
ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ НА ФОНЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РЫНКА
ТРУДА: ПРОБЛЕМЫ, ПРИЧИНЫ И ВАРИАНТЫ РЕШЕНИЯ
(КЕЙС МУП «ВОДОКАНАЛ» ЕКАТЕРИНБУРГА)**

Весина М. Е., Шутов К. Н.

Екатеринбургское муниципальное унитарное предприятие водопроводно-канализационного
комплекса, г. Екатеринбург, Россия

Сайтова Д. Г.

Уральский институт управления РАНХиГС при Президенте РФ, г. Екатеринбург, Россия
e-mail: job@vodokanalekb.ru

Ключевые слова: управление персоналом, компетенции, HR-бренд, водоснабжение, водоотведение, корпоративная культура.

В статье рассматриваются две ключевые проблемы, с которыми сталкиваются предприятия жилищно-коммунального комплекса при привлечении и подборе персонала – нехватка специалистов необходимой квалификации и стереотипы кандидатов как потребителей услуг в этой сфере. Подтверждение актуальности выявленных проблем и поиск вариантов их решения приводится на базе кейса МУП «Водоканал» г. Екатеринбург.

**ATTRACTION OF COMPETENT PERSONNEL TO THE LIFE-SUPPORT
INSTITUTIONS ON THE BACKGROUND OF THE CURRENT LABOR MARKET
TRENDS: PROBLEMS< CAUSES AND OPTIONS OF SOLUTION (EKATERINBURG
«VODOKANAL» AS A STUDY CASE)**

Vesina M.E., Shutov K.N.

Yekaterinburg municipal unitary enterprise of the water supply and sewerage complex,
Yekaterinburg, Russia

Saitova D.G.

Ural Institute of Management RANEPА under the President of the Russian Federation,
Yekaterinburg, Russia

e-mail: job@vodokanalekb.ru

Keywords: personnel management, competencies, HR-brand, water supply, water disposal, corporate culture.

The paper examines two key problems faced by housing and communal enterprises while attracting and recruiting personnel - the lack of specialists with the necessary qualifications and stereotypes of candidates as consumers of housing and communal services. The case study of the Yekaterinburg municipal unitary enterprise "Vodokanal" confirms the relevance of the identified problems and proposes possible options for their solution.

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития рынка труда одной из основных задач управления персоналом является удовлетворение требований нового поколения сотрудников к качеству трудовой жизни, привлечение и удержание талантливых и ценных работников [1, с. 5]. Среди современных тенденций, характерных для рынка труда Екатеринбурга, можно отметить два ключевых направления, которые существенно влияют на привлечение компетентного персонала на предприятия жилищно-коммунального хозяйства в целом и Екатеринбургское предприятие водопроводно-канализационного хозяйства в частности.

Первое направления связано с **отсутствием на рынке труда достаточного количества специалистов необходимой квалификации** при конкурентном уровне оплаты труда в отрасли.

На протяжении последних 5 лет жилищно-коммунальное хозяйство динамично развивается. Так, при финансовой поддержке Фонда содействия реформированию ЖКХ ежегодно реализуется более 40 проектов по модернизации систем коммунальной инфраструктуры. В 2019 году Фондом одобрено финансирование проектов строительства и реконструкции 42 объектов и более 131 км тепловых и канализационных сетей [2; с. 56]. В производственный цикл предприятий жизнеобеспечения внедряются новые технологии, а сами процессы, например, водоподготовка и водоотведение, автоматизируются [3, с. 24–25]. Модернизация оборудования и процессов приводит к увеличению требований к эксплуатирующему персоналу, его уровню образования, подготовки и опыту работы. Несмотря на то что уровень оплаты труда МУП «Водоканал» для специалистов с опытом работы находится в рамках рыночных условий, предложить сотрудничество предприятие может далеко не каждому. Так, среди 1235 просмотров вакансии «заместитель начальника службы водоотведения» и более чем 104 откликов на собеседование приглашены только 3 кандидата, имеющих релевантное по профилю образование.

В ряде средне-специальных и высших учебных заведений города Екатеринбурга ведется подготовка кадров для предприятий жизнеобеспечения, однако за последние 5 лет в МУП «Водоканал» пришли работать только 29 молодых специалистов. Распределение численности трудоустроившихся в МУП «Водоканал» выпускников ВУЗов в разрезе специальностей представлено в Таблице 1.

Табл. 1. Распределение молодых специалистов МУП «Водоканал» по уровню специализации

№	Специальность	Квалификация	Количество молодых специалистов
1	19.03.01 Биотехнология	Бакалавриат	8
		Магистратура	1
2	38.04.04 Государственное и муниципальное управление	Магистратура	1
3	22.03.02 Металлургия	Бакалавриат	1
4	08.03.01 Строительство	Бакалавриат	7
5	13.03.01 Теплоэнергетика и теплотехника	Бакалавриат	1
6	20.03.01 Техносферная безопасность	Бакалавриат	1
7	27.04.04 Управление в технических системах	Магистратура	1
8	18.03.01 Химическая технология	Бакалавриат	2
9	23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов	Бакалавриат	1
10	38.03.01 Экономика	Бакалавриат	1
11	13.03.02 Электроэнергетика и электротехника	Бакалавриат	2
12	18.03.02 Энергосберегающие процессы в химической технологии, нефтехимии и биотехнологии	Бакалавриат	2
ИТОГО:		26 бакалавров 3 магистра	

Так, в период с 2016 г. по настоящее время начали свою карьеру на предприятии 7 выпускников, имеющих документ о прохождении образовательной программы «Водоснабжение и водоотведение», которая реализуется в рамках специальности 08.03.01 Строительство. Отметим, что этот профиль является основной специальностью для

предприятия МУП «Водоканал» Екатеринбурга. При этом уровень заработной платы для молодых специалистов без опыта работы в отрасли сопоставим со средним уровнем оплаты труда для молодых специалистов на рынке труда в целом. Отсутствие у молодых специалистов заинтересованности в вакансиях предприятий жизнеобеспечения во многом связан со второй тенденцией, характерной для современного рынка труда, – **слабый и неэффективный HR-бренд предприятий сферы ЖКХ.**

Предприятия жизнеобеспечения не входят в рейтинг лучших работодателей Екатеринбурга. Первые места в рейтинге топ-работодателей традиционно занимают крупные предприятия коммерческого сектора. В 2020 г. первые пять мест в рейтинги работодателей-крупных компаний, численностью от 1001 до 5000 человек, попали предприятия в сфере добычи сырья, информационных технологий, фармацевтики, маркетинга и телекоммуникаций [4]. Престижность бренда этих работодателей привлекает амбициозных кандидатов с проектным мышлением, карьерными устремлениями и высокой мотивацией.

В свою очередь, работа в сфере ЖКХ окружена огромным количеством стереотипов о невысоком качестве услуг, их дороговизне и низком уровне профессионализма и сервиса специалистов отрасли. На наш взгляд, это обусловлено тем, что каждый житель города является потребителем услуг предприятий жизнеобеспечения и, соответственно, при выборе профессии или места работы, стереотипы потребления накладывают свой отпечаток на стереотипы соискателей при трудоустройстве.

В 2020 г. по заказу МУП «Водоканал» коллектив ученых Уральского института управления РАНХ и ГС при Президенте РФ проводил исследование образа предприятия, сформированного в различных социальных группах [5, с. 33]. На рис. 1 представлены проблемы, которые, по мнению респондентов, характерны для МУП «Водоканал» Екатеринбурга.



Рис. 1. Основные проблемы МУП «Водоканал» Екатеринбурга по мнению респондентов (в % от ответивших) [5, с. 33].

Также респондентам был задан вопрос: «Какие ассоциации у Вас возникают, когда Вы слышите словосочетание «Водоканал Екатеринбурга»?» Только у 4,5 % опрошенных возникают позитивные ассоциации, когда они слышат о предприятии, 7,3 % участников опроса ассоциации нейтральные, у 9% опрошенных – ужасные, у 33,3% респондентов ассоциации отсутствуют. Результаты ответа жителей Екатеринбурга на этот вопрос представлена на рис. 2.

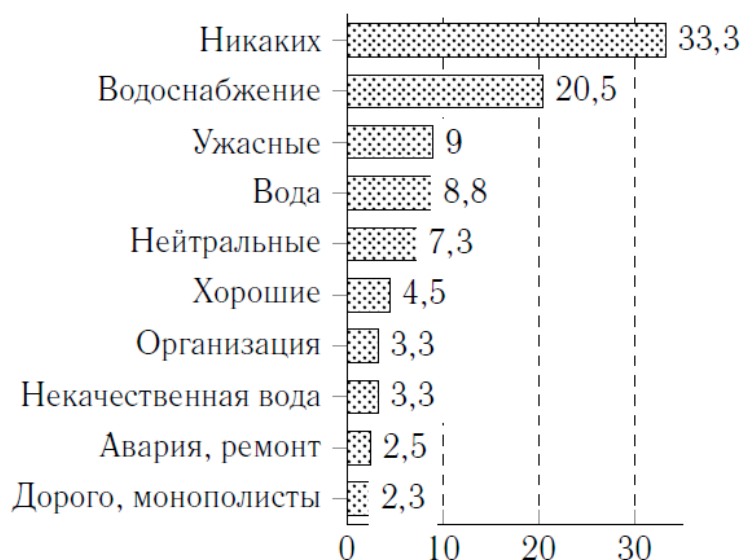


Рис. 2. Ассоциации, возникающие, когда респонденты слышат словосочетание «Водоканал Екатеринбурга» (в % от ответивших) [5, с. 26].

При этом для сотрудников, имеющих опыт работы на предприятиях жизнеобеспечения, многие стереотипы, связанные с работой в отрасли, уже разрушены, и они иначе воспринимают работу на таких предприятиях. Так, в 2020 г. МУП «Водоканал» проводил исследование среди сотрудников предприятия. На рис. 3 представлена матрица слов, с которыми, по мнению сотрудников предприятия, должна ассоциироваться работа МУП «Водоканал».



Рис. 3. Матрица контент-анализа ответов сотрудников об ассоциациях с предприятием.

Среди наиболее часто упоминаемых слов можно отметить «качество», «гарантия», «уважение», что существенно отличается от тех категорий, которые были названы жителями города в целом.

Одним из возможных способов преодоления указанных тенденций развития рынка труда, по нашему мнению, является сотрудничество с учебными заведениями и работа по развитию HR-бренда предприятий жизнеобеспечения. Для формирования эффективного HR-бренда предприятиям жизнеобеспечения, в том числе МУП «Водоканал», необходимо запустить следующие процессы изменений:

1. Сформировать EVP;
2. Настроить SMM-каналы (внутренние и внешние);
3. Определить и реализовать стратегию корпоративной культуры.

Показателями эффективности реализации этих процессов для целей их количественной оценки могут служить: индекс лояльности сотрудников и коэффициент узнаваемости бренда. В результате сопоставления этих показателей можно будет сделать вывод о соответствии внутреннего и внешнего образа компании, ее привлекательности для сотрудников и соискателей. В целом реализация мероприятий по развитию HR-бренда позволит предприятиям жизнеобеспечения снизить текучесть, привлечь редких и высококлассных специалистов, а также повысить вовлеченность действующих сотрудников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Долженкова Ю.В., Руденко, Г.Г., Михайлов, Ф.Б., Сотникова С.И., Жуков А.Л., Гречко Т.Ю., Рахманова Т.И., Бабынина Л.С., Майер Е.В., Талтынов С.М., Коновалова В.Г., Багирова А.П., Саитова Д.Г., Митрофанова Е.А. & Митрофанова А.Е. Управление персоналом в России: концепции новой нормальности: монография. (Сер. Научная мысль). ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М» 2021. 246 с.
2. Годовой отчет Государственной корпорации–Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства за 2019 год. М., 2020. 92 с.
3. Крицкий А.В., Юсупов А.Р., Мартьянов А.Е. Цифровой двойник – новый инструмент в развитии водопроводно-канализационного предприятия крупного города // НДТ. Наилучшие доступные технологии водоснабжения и водоотведения. № 2. 2020. С. 24-33.
4. Рейтинг работодателей по численности. HeadHunter. [Электронный ресурс]. URL: <https://rating.hh.ru/profile/rating2020/summary?tab=big> (дата обращения: 15.04.2021).
5. Черкасова В.Ю. Оценка бренда компании МУП «Водоканал» по мнению жителей города Екатеринбурга // Муниципалитет. № 4 (33). 2020. С. 24–36.