

«ПЕТЕРБУРЖЦЫ БОЛЕЕ ОБРАЗОВАНЫ, НО МЕНЕЕ АМБИЦИОЗНЫ»

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА СТРЕМИТЕЛЬНО МЕНЯЕТСЯ. ДЛЯ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ РЕКРУТЕРАМ НЕОБХОДИМО АКТИВНЕЕ ОСВАИВАТЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, А КОМПАНИЯМ — РАБОТАТЬ НАД HR-БРЕНДОМ. О ТОМ, КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЖДУТ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ РЫНОК ТРУДА, В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG ОЛЬГЕ КОНДРАТЕНКО РАССКАЗАЛ ВЛАДИМИР КОРИЦКИЙ, ДИРЕКТОР «AVITO РАБОТА».

BUSINESS GUIDE: Avito относительно молодой игрок на рынке подбора персонала. Каких результатов уже удалось добиться?

ВЛАДИМИР КОРИЦКИЙ: За пять лет «Avito Работа» стал одним из ключевых сайтов для трудоустройства и поиска сотрудников в России. Мы развиваемся намного быстрее рынка: только за прошедший год по финансовым показателям мы выросли более чем на 60%, тогда как наши коллеги по рынку демонстрируют рост год к году в пределах 10–20%. Сейчас ежемесячная аудитория сайта «Avito Работа» — 19 млн посетителей. На сайте доступно около 290 тыс. актуальных вакансий, соискатели просматривают их около 8 млн раз в день. Только за 2017 год более 620 тыс. работодателей опубликовали около 5 млн вакансий на Avito, а соискатели разместили более 7 млн резюме. В первом квартале этого года 19% россиян, искавших работу, нашли ее на Avito. 25% работодателей, которые были в поиске сотрудников, нашли их с нашей помощью. Мы предложили пользователям альтернативу специализированным ресурсам, и она оказалась очень востребованной.

BG: И каким вы видите дальнейшее развитие? Какие цели стоят перед компанией?

В. К.: В перспективе нескольких лет мы планируем стать лидером на рынке подбора персонала в России. По данным опроса аналитического центра НАФИ, проведенного в 2017 году, «Avito Работа» уже сейчас лидирует в сегменте подбора линейного персонала, специалистов для малого бизнеса и является второй площадкой по поиску работы и сотрудников в России в целом. Изначально мы фокусировались на наиболее массовом сегменте. Ядро нашей соискательской аудитории — так называемые «синие воротнички», представители рабочих специальностей. В масштабах страны — это большой рынок с огромным потенциалом развития, и этот потенциал мы успешно реализовали. Сейчас мы расширяем нашу аудиторию, активнее работаем с сегментом «белых воротничков». Кроме того, мы обладаем большим опытом работы в регионах, активно растем в столицах. Avito в целом ежемесячно пользуются десятки миллионов человек, мы развиваем кросскатегорийное взаимодействие внутри площадки для достижения максимальной эффективности. Многие из тех, кто покупает или продает различные товары на Avito, становятся пользователями раздела «Avito Работа». В синергии с другими вертикалями заложены огромные возможности для дальнейшего роста.

BG: Что сейчас происходит с отечественным рынком труда?

В. К.: Сегодня российский рынок труда — это рынок соискателей. Уже сейчас мы ощущаем на себе демографический спад в стране, к 2020 году размер трудоспособного населения сократится на 3,3% (по дан-



АЛЕКСАНДР КОРИЦКИЙ

ным Росстата). И бизнес это уже почувствовал: в 2017 году по сравнению с прошлым годом, по данным «Avito Работа», спрос на кандидатов в стране вырос на 37,7%, а зарплата — на 5,2%. Количество вакансий растет, соискатели становятся все более избирательными. Сегодня во многом именно они диктуют работодателям условия труда и пожелания по размеру заработной платы. Мы видим, что конкуренция между работодателями за соискателей увеличивается. Особенно ярко это выражено в IT-сегменте. Это рынок соискателя в квадрате. Сейчас на одну IT-вакансию приходится в среднем четыре резюме, но, несмотря на это, IT-компании страдают от дефицита специалистов. Высокая конкуренция среди соискателей сочетается с менее высокой конкуренцией среди работодателей, предъявляющих высокие требования к знаниям и навыкам специалистов. Желающих стать айтишниками довольно много, но уровень их квалификации, как правило, не устраивает работодателей. И чтобы найти и удержать работу, нужно постоянно развиваться и совершенствовать свои знания, следить за тем, какие именно навыки востребованы сейчас и будут востребованы в будущем. Это касается всех — не только айтишников.

BG: Отличается ли ситуация на рынке труда в Петербурге от остальной России?

В. К.: В целом картина рынка труда в Санкт-Петербурге очень похожа на общероссийскую, но есть несколько важных нюансов. Петербуржцы лучше образованы: 82% местных «белых воротничков» и 41% «синих» имеют высшее образование, в то время как среднероссийские показатели составляют 77 и 27% соответственно. При этом жители Северной столицы менее ам-

бициозны: карьерный рост важен только для 35% респондентов, что ниже общероссийского показателя на 7 п. п. Для петербургских «белых воротничков» более важны элементы нематериальной мотивации: они обращают внимание на стабильность работодателя, легальность получаемого дохода (иначе говоря — «белую» зарплату), возможности для обучения и развития. Также они ценят свое время: для них важны расположение офиса и возможность работать удаленно.

BG: Расскажите, что происходит с каналами подбора персонала.

В. К.: Большая часть аудитории — как работодателей, так и соискателей — давно переместилась в онлайн. Это основной канал: в интернете ищут работу 95% соискателей. Причем 55% делают это с помощью сайтов объявлений, то есть на Avito. Большинство «синих воротничков» (63%) находят работу именно здесь. Женщины для поиска работы пользуются профессиональными форумами больше мужчин, а молодежь чаще остальных находит работодателя в соцсетях. Вторым по востребованности каналом поиска работы остается сарафанное радио, а офлайн-каналы уходят в прошлое.

BG: В борьбе за соискателей возрастает значение привлекательности компании как работодателя. Нужны ли бизнесу HR-бренд, система наставничества, так называемые корпоративные университеты для линейного персонала?

В. К.: Мало найти и нанять сотрудника массовой позиции, важно его удержать. Бизнесу стоит задуматься о формировании и укреплении бренда работодателя. Соискатели гораздо охотнее трудоустраиваются в компанию, известную на рынке как заботливый и уважающий их работо-

датель. Корпоративная культура в целом — эффективный инструмент удержания персонала. Там, где сильны корпоративные ценности, всегда выше уровень лояльности сотрудников. Предоставление сотрудникам возможностей для развития становится одним из конкурентных преимуществ в борьбе за кандидатов, инструментом формирования лояльности. Система наставничества постепенно возвращается в корпоративную практику, так как короткий курс введения в должность не дает таких результатов, как непосредственный контакт с руководителем и более опытными коллегами. Она позволяет компаниям снизить затраты на повторный подбор персонала, вытесняя постепенно более редкие групповые тренинги.

BG: Рынок подбора персонала сегодня находится в стадии цифровой революции. Смогут ли, на ваш взгляд, роботы справиться с подбором персонала и вытеснить людей из этой сферы в ближайшие несколько лет?

В. К.: Цифровая революция уже свершилась. Добро пожаловать в будущее — оно уже наступило: почти 100% аудитории ищет работу онлайн. Предпочтения персонала в России серьезно меняются: через три года больше половины работников составят так называемые «миллениалы» — люди 1981–2000 годов рождения, которые практически не помнят жизни без интернета и с цифровыми технологиями на «ты». И для IT-компаний это особенно характерно. Например, уже сейчас средний возраст сотрудника в Avito — 26 лет. HR-службам необходимо адаптироваться: им придется отказаться от очных собеседований в офисе в пользу новых форматов — видеоинтервью, частично автоматизировать процесс подбора кандидатов. Очное индивидуальное или групповое обучение уступает место удаленному обучению через интернет с помощью специальных платформ. Работодателям нужно предоставить сотрудникам большую гибкость в планировании своего рабочего времени и рабочих процессов. Как показал проведенный в марте опрос работодателей на «Avito Работа», внедрение гибких форм занятости сотрудников — самая актуальная тенденция в отечественных компаниях, ее отметили свыше 48% опрошенных. Но волноваться из-за того, что завтра вы можете встретить на своем рабочем месте робота, преждевременно. Да, бизнес стремится к оптимизации расходов, автоматизации процессов там, где это экономически целесообразно. Но и экономика процессов, и демографическая ситуация сейчас на стороне соискателей: автоматизация все еще слишком дорога, а количество трудоспособного населения сокращается. Что не отменяет того факта, что адаптивность станет одним из ключевых качеств сотрудников будущего. ■