



рекадро™

Экспертные кадровые решения

2021

Влияние рынка труда на российский бизнес



Rekadro

20.12.2021

Влияние рынка труда на российский бизнес

Период проведения опроса: ноябрь-декабрь 2021 года.

Источники данных: Онлайн-опрос представителей предприятий. Количество респондентов – 223 человека.

Цель опроса – оценить, насколько негативная для работодателя ситуация на рынке труда повлияла на результаты бизнеса и какие мероприятия в отношении подбора персонала проводят предприятия.

Влияние рынка труда на работу компаний

Более половины опрошенных предприятий отмечают негативное влияние ситуации на рынке труда на работу своей компании – возникают проблемы с привлечением сильных или потенциальных специалистов, что влияет на показатели эффективности бизнеса. 7% компаний даже находятся на грани закрытия, 2% вынуждены были закрыть бизнес, так как не смогли найти специалистов.

Чуть более десятой доли респондентов (предприятия разных сфер и масштабов бизнеса) отмечают, что рынок оказал на них позитивное влияние и им удастся привлечь достойных кандидатов.

Диаграмма 1. Как ситуация с подбором персонала в 2021 году повлияла на работу компании, % респондентов



Наиболее негативное влияние ощутил на себе малый бизнес, лучше всего дела обстоят у опрошенных средних предприятий.

Таблица 1. Как ситуация с подбором персонала в 2021 году повлияла на работу компании, в разрезе размера бизнеса, % респондентов

Влияние рынка труда на бизнес	Крупное	Среднее	Малое
Позитивно – удалось привлечь сильных/потенциальных специалистов	17%	18%	8%
Не ощутили никакого влияния	8%	32%	15%
Негативно – не удастся привлечь сильных/потенциальных специалистов, снижается качество/скорость работы/эффективность бизнеса	73%	50%	54%
Очень негативно – не можем найти специалистов, компания на грани закрытия	0%	0%	15%
Не смогли найти специалистов, бизнес закрылся	0%	0%	8%
Другое	2%	0%	0%

Эффективные действия для улучшения ситуации с подбором персонала

Набор методов, применяемых для улучшения ситуации в рекрутинге, на предприятиях не слишком широк – из предложенных для оценки 17 методов предприятия в среднем используют 6. 17% компаний не предпринимают никаких действий, хотя большинство из них отметили, что ощущают на себе негативный эффект.

Чаще всего предприятия снижают требования к кандидатам, меняют профиль кандидата и расширяют спектр каналов привлечения кандидатов, источников поиска.

Почти половина компаний также увеличивают бюджет на заработную плату и перераспределяют функции, на которые не могут найти специалистов, между сотрудниками в компании; 43% организуют работу с учебными заведениями.

Более трети компаний привлекают фрилансеров/самозанятых для выполнения работ по тем направлениям, куда не могут найти сотрудников, организуют масштабные рекламные кампании по вакансиям, внутреннюю реферальную программу, усиливают и продвигают HR-бренд, повышают эффективность процессов рекрутинга через диджитализацию и автоматизацию, аналитику и т.п.

Реже всего компании нанимают/увеличивают штат внутренних специалистов по подбору.

Эффективность мероприятий при этом оценивается достаточно низко: чуть более четверти компаний считают эффективной внутреннюю реферальную программу, чуть менее четверти – снижение требований к кандидатам, увеличение бюджета на заработную плату и усиление и продвижение HR-бренда.

Остальные действия считают эффективными менее пятой части опрошенных.

Наименее эффективными предприятия считают повышение эффективности рекрутинга через диджитализацию и автоматизацию, аналитику и т.п., привлечение фрилансеров/самозанятых, увеличение бюджета на подбор персонала.

Таблица 2. Действия для улучшения ситуации с подбором, % респондентов

Действия для улучшения ситуации с подбором	Применяем	Является эффективным
Не предпринимаем никаких действий	17%	9%
Увеличиваем бюджет на заработную плату	48%	22%
Увеличиваем бюджет на подбор персонала	26%	13%
Снижаем требования к кандидатам	65%	24%
Меняем профиль кандидата (ищем из других отраслей, профессиональных сфер и т.п.)	61%	16%
Привлекаем фрилансеров/самозанятых для выполнения работ по тем направлениям, куда не можем найти сотрудников	34%	4%
Передаем функции, на которые не можем найти специалистов, подрядным организациям	26%	15%
Перераспределяем функции, на которые не можем найти специалистов, между сотрудниками в компании	48%	17%
Расширяем спектр каналов привлечения кандидатов, источников поиска	57%	12%
Организуем масштабные рекламные кампании по вакансиям	36%	13%
Организуем внутреннюю реферальную программу (оплата рекомендаций)	39%	26%
Организуем работу с учебными заведениями	43%	17%
Усиливаем и продвигаем HR-бренд	35%	21%
Нанимаем/увеличиваем штат внутренних специалистов по подбору	22%	16%
Пользуемся услугами внешних специалистов по подбору/кадровых агентств	27%	12%
Повышаем эффективность рекрутинга через диджитализацию и автоматизацию, аналитику и т.п.	35%	4%
Усиливаем работу с кадровым резервом, HiPo	25%	19%

Несмотря на то, что предприятия работают над улучшением ситуации в подборе, применяемых действий сегодня недостаточно и зачастую они являются неэффективными. Компании при этом чаще работают над решением текущих проблем, чем организацией более системной работы на перспективу, которая поможет решить задачу комплексно – а это значит, что для улучшения ситуации большинство работодателей будут вынуждены вступать в гонку зарплат и значительно повышать бюджет на обучение в виду найма не соответствующих профилю кандидатов.

Информация о респондентах

Диаграмма 2. Распределение респондентов по сфере деятельности, % респондентов



Диаграмма 3. Распределение респондентов по численности сотрудников, % респондентов

