

Институциональная трансформация каналов трудоустройства в Беларуси

Н.В.Маковская
Могилевский государственный университет
им.А.А.Кулешова

*Круглый стол «Институциональные факторы экономического роста»
Институт экономики НАН Беларуси, Минск, 23.02.2017*

Актуальность

- Государство не является активным посредником в трудоустройстве
- Рыночные механизмы поиска работы и распространение каналов трудоустройства (через коммерческие и некоммерческие кадровые агентства, социальные сети, интернет-порталы, СМИ и др.) активизируют рынок труда, но не исследованы.
- Нет обоснованной информации о поведении трудовых ресурсов на рынке труда
- Кадровые агентства в Беларуси – пассивный субъект на рынке труд
- Поиск адекватной работы на рынке труда приобрел свои национально-институциональные очертания.

Мотивация исследования

Развитие кадрового бизнеса сдерживается не высоким спросом на него.
Существует ли шанс?

Кадровый институт на современном рынке труда – каналы трудоустройства и социальные каналы (связи работодателей и работников). С помощью личных контактов в разных странах находят работу от 20 до 40% трудоустроившихся.

Необходимо понять специфику национальных институтов на рынке труда

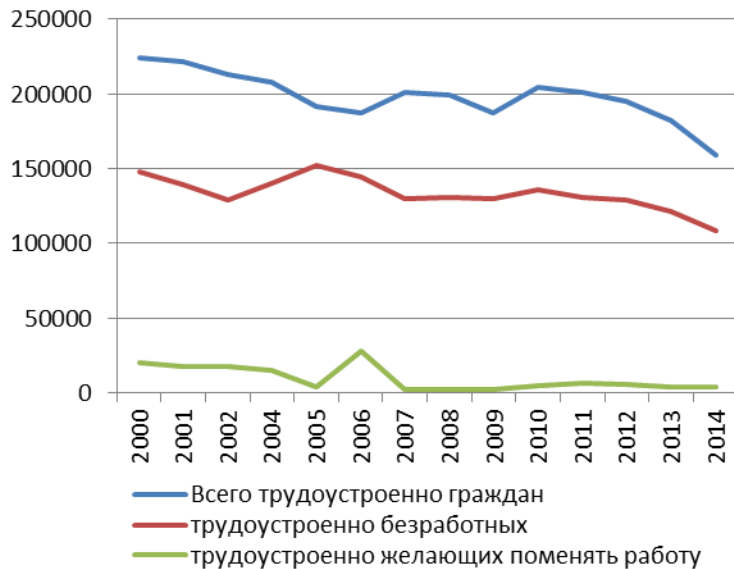
Предполагаем, что в Беларуси имеет место широкое распространение **социальных институтов**, которые сохраняют память об экономике дефицита

Внутрифирменный кадровый институт формирует собственные социальные сети, которые минимизируют социально-экономические риски работодателей при решении кадровых вопросов. **Активен ли этот институт на рынке труда?**

Предмет исследования- социальные сети и каналы трудоустройства

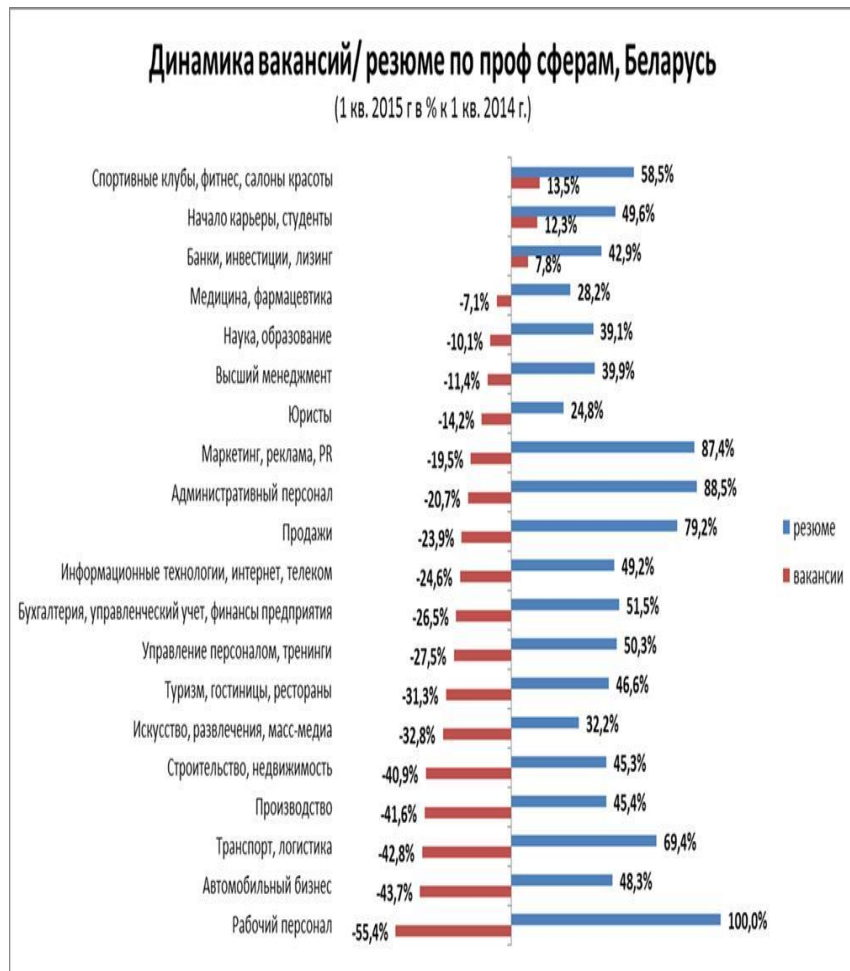
- а) гос. органы по трудоустройству (в т. ч. государственная службы занятости),
- б) негосударственные (коммерческие) кадровые агентства и агентства по трудоустройству,
- в) помощь друзей, знакомых и родственников,
- г) обращение к работодателю (внутрифирменные институты найма),
- д) СМИ, реклама, интернет.

Функционирование ГСЗН в Беларуси (2000-2014г.г.)



- ГСЗН как канал трудоустройства используется безработными, которые официально зарегистрированы.
- В Беларуси не является «модным» подбирать новое место работы с использованием услуг ГСЗН.
- Количество вакансий, предоставляемых нанимателями через ГСЗН, значительно меньше (почти в 2 раза) по сравнению с количеством общественных работ.
- Количество вакансий, которое «показывают» наниматели в рамках спроса на трудовые ресурсы, не значительно по сравнению с общим количеством трудоустроенных.
- У нанимателей существует незначительная потребность в ГСЗН с целью удовлетворения спроса на труд.

Негосударственные (коммерческие) кадровые агентства и агентства по трудоустройству



- В Беларуси рынок труда - рынок предложения труда, (спрос на рабочие места выше, чем количество размещенных вакансий).
- Спрос на труд сокращается во всех профессиональных сферах.
- Статистика кадровых агентств в Беларуси к началу 2016 года :
 - Всего агентств в Беларуси – 44.
 - Из них по регионам: Могилев - 3,
 - Витебск - 3,
 - Гродно - 2,
 - Гомель - 1,
 - Брест - 0,
 - Минск -33,
 - Москва - 1,
 - Волгоград – 1.
- Из 44 агентств: 31 – предоставление кадровых услуг работодателям (кадровые агентства),
- 3 – кадровые услуги работникам (агентства по трудоустройству)
- 10 – универсальные агентства, определяющие набор кадровых услуг исходя из конъюнктуры рынка труда.

Методология исследования каналов и сетей трудоустройства

1. Моделирование процесса поиска работы на рынке труда на основе учета длительности поиска и факторов на него влияющих (Мортенсен и Писсаридес)
2. Теоретические модели, характеризующие проблемы поиска работы с учетом существующих каналов и институциональных альтернатив поиска. Изучается проблема выбора этих каналов (Холзер, Блау и Робинс, Ван де Берг).
3. Направления исследования каналов трудоустройства с использованием «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ»
4. Исследования российских ученых Рощина С.Ю., Марковой К.В. и Стукен Т.В. (влияние ресурсных ограничений на выбор способов и стратегий поиска работы, каналы трудоустройства оказывают влияние на уровень заработной платы российских работников)
5. Результаты белорусских ученых, которые впервые провели мониторинг каналов трудоустройства на национальном рынке труда (Г.Н.Соколова, Н.Н.Сечко, Е.В.Таранова, О.В. Кобяк)

Теория исследования

Каналы трудоустройства

```
graph TD; A[Каналы трудоустройства] --> B[Формальные каналы – содействие в поиске работы формальных (официальных) институтов рынка труда (ГСЗН, кадровые агентства, агентства по трудоустройству, СМИ, Интернет, обращение к работодателям).]; A --> C[Неформальные каналы – трудоустройство с помощью социальных сетей (родственники, знакомые, деловые партнеры и т.п.).];
```

Формальные каналы – содействие в поиске работы формальных (официальных) институтов рынка труда (ГСЗН, кадровые агентства, агентства по трудоустройству, СМИ, Интернет, обращение к работодателям).

Неформальные каналы – трудоустройство с помощью социальных сетей (родственники, знакомые, деловые партнеры и т.п.).

Социальные сети

```
graph TD; A[Социальные сети] --> B[«Сильные» сети – использование социальных связей близких родственников и друзей]; A --> C[«Слабые» сети - контакты, которые опосредованы связями коллег, деловых партнеров, друзья друзей и т.п.];
```

«Сильные» сети – использование социальных связей близких родственников и друзей

«Слабые» сети - контакты, которые опосредованы связями коллег, деловых партнеров, друзья друзей и т.п.

Стратегия трудоустройства на рынке труда

- Характеристика поведенческих установок работников в целях нахождения такого рабочего места, которое бы соответствовало их зарплатным и квалификационным характеристикам.

Параметры стратегии:

- а) выбор вида стратегии (чистая или смешанная);
- б) выбор нескольких каналов трудоустройства;
- в) выбор типа канала (формальный или неформальный);
- г) выбор только одного канала поиска работы;
- д) определение частоты обращения к выбранным каналам;
- е) эффективность выбранной стратегии (продолжительность поиска работы с помощью выбранного канала).

Описание и результаты исследования

Этап 1. Мониторинг работников г. Могилева, имеющих работу. Выборочная совокупность - 119 человек, выделенных по критерию трудоустроенности и репрезентативна по полу, возрасту и образованию.

Цель

-сравнение результатов, полученных по выборочной совокупности г. Минска (2008 и 2012г.г.) и г. Могилева (2015г.),

-Определение региональных особенностей трудоустройства

	г. Минск 2008г.	г. Минск 2012г.	г. Могилев 2015г.
1.Государственная служба занятости населения	5,0	5,8	2,5
2. СМИ, Интернет	5,2	4,1	13,4
3.Распределение после окончания учебного заведения	15,0	10,2	18,5
4.Обращение к работодателю, в отдел кадров	33,3	43,8	21,8
5.Через кадровые агентства	1,0	3,2	10,1
6.Знакомые, друзья, родственники	40,1	30,8	29,4
7.Другое	0,4	2,1	4,3
Всего	100	100	100

Таблица – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы нашли свою работу?», %

Этап 2. Оценка эффективности использования каналов и социальных сетей при трудоустройстве в Беларуси.

- **Цели этапа:**

- оценка эффективности использования каналов и сетей при трудоустройстве
- определение национальных особенностей трудоустройства (сравнение с рынком труда России)

- **Параметры эффективности:**

- распространённость использования каналов трудоустройства в зависимости от характеристики работников и рабочих мест.
- уровень заработной платы работников, которые использовали разные каналы трудоустройства.

Характеристика направлениям 253 чел.	выборки по	Количество респондентов, %	Средняя зарплата, тыс. бел.руб
Группы по возрасту, лет			
25 – 45		70	5330
До 25		22	4112
Старше 45		9	3731
Пол			
Мужской		45	5735
женский		55	4267
Уровень образования			
Общее среднее и ниже		11	5915
Среднее специальное (профессиональное)		3	4783
Начальное профессиональное образование		43	4927
Высшее образование		43	4694
Стаж работы в организации			
До 1 года		1	2540
1 год		4	3425
2-3 года		23	5020
4-5 лет		24	6536
6-10 лет		44	4521
Более 11 лет		1	5000
Должность			
Рабочий		49	4685
Руководитель		8	9105
специалист		43	4671
Каналы трудоустройства в организацию			
Без использования социальных сетей		27	6414
Помощь родствен. и знакомых (сильные сети)		37	3821
Приглаш. руководства орг-ции (слабые сети)		36	4982

Этап 2 - Результаты

- Стратегия трудоустройство (РБ): использование нескольких каналов поиска работы.
- В РБ приоритетными являются социальные сети (обращение к друзьям, родственникам и знакомым), популярность формальных каналов (ГСЗН, кадровые агентства) - не высока. Использование ГСЗН при трудоустройстве эффективно
- Сравнительные характеристики использования социальных сетей в России и Беларуси одинаковы
- для РБ эффективные каналы - обращение в отдел кадров (или к работодателю), к друзьям и родственникам

Каналы поиска работы и трудоустройства	Россия, на основе RLMS			Беларусь, на основе Могилевской области		
	Частота канала, %		Эффективность канала	Частота канала, %		Эффективность Канала*
	при поиске работы	при трудоустройстве		при поиске работы	при трудоустройстве	
Обращение в ГСЗН	36,2	10,4	0,29	0,5	6,5	1,28
Обращение в негосударственные агентства	17,8	-	-	-	2,8	-
Обращение к друзьям	78,3	29,7	0,37	20,1	22,3	1,11
Обращение к родственникам	39,5	29,7	0,74	16,7	18,1	0,97
Обращение к работодателем	49,8	36,9	0,73	19,1	14,0	0,73
Использование объявлений в СМИ	44,2	12,2	0,27	32,4	11,5	0,4
Распределение после учебного заведения	-	0,33	-	14,2	-	-
Приглашение работодателя	-	11,2	-	15,2	-	-
Другое	-	1,65	-	1,0	-	-

Влияние каналов трудоустройства на заработную плату (оценка уравнения минцеровского типа)

$$\ln Y = \beta_0 + \beta_S S + \beta_1 EXP + \beta_2 EXP^2 + \varepsilon,$$

Фактор	Россия		Беларусь	
	Коэффициент регрессии	Уровень значимости	Коэффициент регрессии	Уровень значимости
Константа	7,748	0,000	8,307	0,000
Возраст работника				
20-45 лет	ref.		ref.	
До 25 лет	-0,103	0,045	-0,257	0,106
Старше 45 лет	-0,006	0,901	0,024	0,918
Пол работника				
Женский	ref.		ref.	
мужской	0,322	0,000	0,215	0,021
Уровень образования				
Общее среднее и ниже	ref.		ref.	
Среднее профессиональное образование	0,047	0,412	-0,023	0,810
Начальное профессиональное образование	-0,037	0,519	0,058	0,808
Высшее профессиональное образование	0,116	0,090	-0,252	0,351
Стаж работы в организации				
До 1 года	ref.		ref.	
1-5 лет	0,014	0,826	0,184	0,186
5-10 лет	0,084	0,138	0,035	0,797
10-15 лет	0,014	0,837	-0,280	0,058
15 лет и выше	0,036	0,565	0,436	0,095
Занимаемая должность				
Рабочий	ref.		ref.	
Руководитель	0,495	0,000	0,288	0,072
специалист	0,177	0,001	-0,259	0,097
Каналы трудоустройства в организацию				
Без использования социальных сетей	ref.		ref.	
Помощь родственникам и знакомых (сильные сети)	0,046	0,278	0,197	0,054
Приглашение руководства предприятия (слабые сети)	0,114	0,073	-0,270	0,015
R2	0,179		0,217	
N	811		154	

Результаты оценки

- В России - слабые социальные сети как канал трудоустройства оказывают положительное влияние на заработки (увеличивает заработную плату в среднем на 12,1%)
- В Беларуси - слабые социальные сети оказывают отрицательное влияние на заработки (сокращают их на 34,1%)
- в Беларуси сильные социальные сети оказывают положительное влияние (по сравнению с Россией, где нет статистически значимого различия) на заработки. Увеличивает заработную плату белорусских работников в среднем на 21,0%
- **Национальные различия:**
- Рынок труда России - близок к рынкам развитых стран (т.к. не подтверждается мнение о завышенном влиянии знакомств и родственных связей на положение работника в организации).
- Рынок труда Беларуси - влияние сильных социальных сетей, в том числе определяет положение работников в организации. Приглашение на работу администрацией (работодателем) не является важной детерминантой определяющей уровень заработка работника и его положение в организации. Белорусский рынок труда характеризуется патриархальностью.

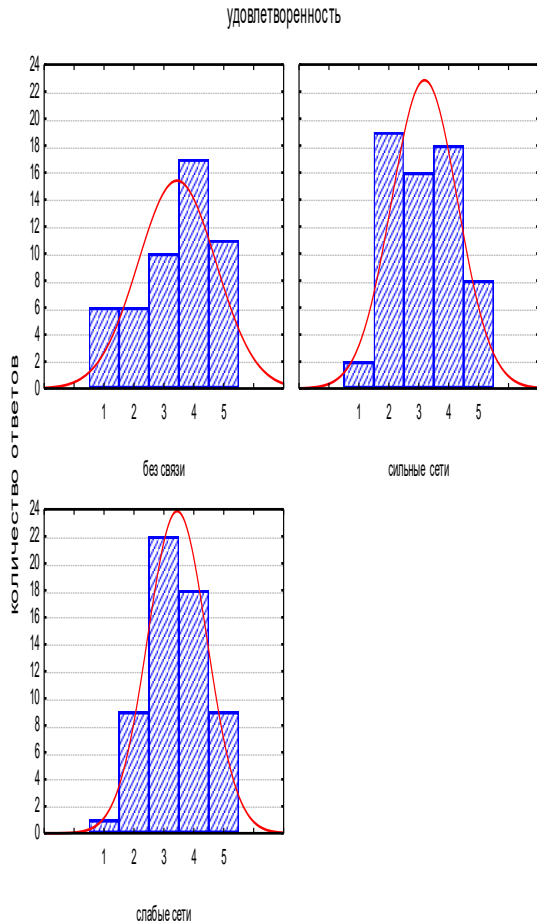
Этап 3. Анализ удовлетворенности новой работой, которая найдена через выбранные каналы трудоустройства

Удовлетворенность новой работой –эмоциональная реакция работника на новые рабочие условия.

Критерии удовлетворенности

Насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены ?					
	Полностью удовлетворен	Скорее удовлетворен	И да и нет	Скорее не удовлетворен	Совсем не удовлетворен
Вашей работой в целом	5	4	3	2	1

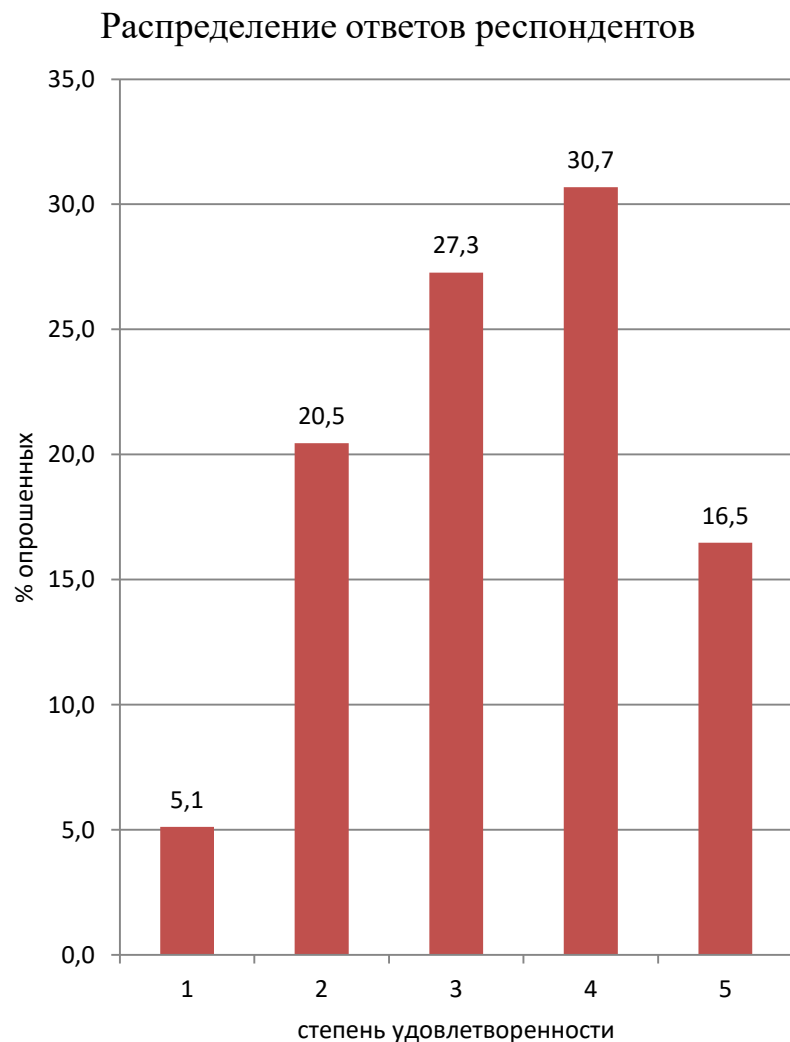
Результаты удовлетворенности социальными сетями



Графическое частотное распределение:

Максимальный уровень удовлетворенности - у работников, которые пользовались сильными социальными сетями (помощь родственников и знакомых).

Результаты удовлетворенности каналами трудоустройства



Трудоустройство посредством обращения в отдел кадров – максимальная степень удовлетворенности для работника

в Беларуси при трудоустройстве работники в результате удовлетворены теми рабочими местами, которые они получили через отдел кадров или при содействии друзей и родственников.

Выводы

А) Услуги кадровых агентств на рынке труда Беларуси не популярны, не используются в стратегии трудоустройства.

Б) Существует национальная специфика институтов на рынке труда:

- распространены социальные институты (сети), которые сохраняют память об экономике дефицита (обращение к друзьям и родственникам);
- ГСЗН не востребованный, но эффективный канал трудоустройства
- сильные социальные сети (близкие родственники и друзья) оказывают положительное влияние на заработную плату и на положение работника в организации. Характеристика патриархальности рынка труда РБ

В) Высокая степень востребованности такого канала как обращение к работодателю. Удовлетворенность этим каналом трудоустроенных работников, свидетельствует об активных внутрифирменных кадровых институтах найма.

СПАСИБО!