

РУБРИКА: РЕКРУТИНГ

Антон Луцевич



**«Градус» рекрутинга  
растёт и развивается**



*Мобильное приложение «Градус» как некий Uber: человек может зайти, увидеть на карте вакансии, тут же удалённо подать документы, пройти процедуру найма. И через это же приложение может получать заработную плату. И всё это, образно говоря, «на одной кнопке».*

**УП** Что принципиально изменилось в отношении массового персонала в последнее время?

**У** изменилось многое. Во-первых, изменился портрет самого кандидата. Конечно же, работодатели или руководители хотят видеть активного работника в полном расцвете сил. Если говорить о линейном рабочем персонале, то желаемый возраст, в основном, от 25 и до 40 (максимум до 45) лет. Почему не до 25? Потому что это студенты, а они чаще всего не отличаются обязательностью, как это многим представляется.

Вот такая целевая аудитория — здоровые мужчины и женщины, сильные, опытные, со знанием компьютера и умением обучаться.

Если раньше персонал набирали при помощи обычных сайтов, агрегаторов или даже расклейки объявлений, то сейчас происходит глобальная модернизация и действуют специально разработанные цифровые приложения, которые этот процесс значительно упрощают.

У нас есть собственное приложение «Градус» для смартфонов, в котором человек может увидеть различные вакансии с интересными картинками, найти подходящую, вступить в некую геймификацию и таким образом трудоустроиться. Для этого не обязательно приходить в офис, проходить множество собеседований, получать одобрение, потом проходить процедуру оформления документов, получать бумаги и через какое-то время выходить на работу.

Сейчас всё это делается удалённо, в нашем приложении уже есть кадровый электронный документооборот. Если мы хотим найти молодого специалиста, мы должны понимать, что молодёжь большую часть времени проводит в интернете и



хочет все вопросы решить в приложении: открыл, увидел вакансию, нажал на поле «откликнуться». Мы тут же запросили документы — кандидат прошел верификацию с паспортом, оформился и сразу же поехал на объект работать.

В приложении он также может оставить отзыв о том, насколько он удовлетворён и насколько описание вакансии совпало с его реальным опытом. И тогда, если всё сошлось, люди, конечно же, остаются работать. Рынок труда перешёл в такой формат, который продиктован современными трендами.

Не забываем мы и про поколение 45+. Ведь и у этих людей есть свои потребности.

Мы, конечно же, не исключаем другие форматы, такие как билборды, расклейка объявлений в небольших городах, да и просто сарафанное радио. Если ты хочешь пригласить на производство в крупные города персонал из сельской местности

## **В ПРИЛОЖЕНИИ ОН ТАКЖЕ МОЖЕТ ОСТАВИТЬ ОТЗЫВ О ТОМ, НАСКОЛЬКО ОН УДОВЛЕТВОРЁН И НАСКОЛЬКО ОПИСАНИЕ ВАКАНСИИ СОВПАЛО С ЕГО РЕАЛЬНЫМ ОПЫТОМ**

и городков с населением до 30–40 тысяч, желательно иметь в этих населенных пунктах некоего лидера общественного мнения, которому доверяют, который может подтвердить, что «компания хорошая, у меня там работают друзья, знакомые, родственники», — и люди за этим человеком идут. Если ожидания и реальность совпадают, тогда всё получается здорово.

### **УП Чем удобна ваша система автоматизации?**

— Мобильное приложение «Градус» как некий Uber: человек может зайти, увидеть на карте вакансии, тут же удалённо подать документы, пройти процедуру найма. И через это же приложение может получать заработную плату. И всё это, образно говоря, «на одной кнопке».



Всё больше и больше людей регистрируются в приложении, советуют его друзьям, знакомым. Так, за первые три месяца его скачали и начали активно им пользоваться более 15 тысяч исполнителей. Вот такая база у нас сформировалась, это живые люди, которые пользовались или пользуются приложением. Работодатель, имея базу потенциальных кандидатов, может ей пользоваться и приглашать на те или иные вакансии.

Кроме того, приложение — это канал передачи информации, через который мы можем делать рассылку всем, кто с нами работает или работал. Благодаря приложению мы также получаем реальные отзывы либо реальные лиды.

**УП Через какое время компания чувствует реальный экономический эффект?**

— Есть определённые тренды. На начальном этапе приложение — это, конечно же, объект инвестиций, но чем больше аудитория пользователей, тем больше потом эти инвестиции окупаются. Мы рассматриваем приложение как одно из направлений для привлечения персонала. По нашим прогнозам, что на создание базы пользователей, которая превосходила бы базы рабочих сайтов, требуется 2–3 года. Есть популярные агрегаторы, которые десятилетиями зарабатывали свой авторитет и имеют в настоящее время огромную общепризнанную базу, где люди ищут работу через интернет. Мы ставим перед собой задачу — создать вот это небольшое пока приложение, сформировать свою базу людей, которые в дальнейшем должны переключаться из агрегаторов к нам и доверять нам больше, нежели другим популярным сайтам. Поэтому тут, скорее всего, игра в долгую.

**УП Кто из работодателей будет заинтересован в ваших услугах?**

— Поскольку в стране идёт определённый рост объёмов импортозамещения, на рынке сейчас острый дефицит персонала. Наши потенциальные клиенты, работодатели, — это и крупный, и средний, и малый бизнес из абсолютно разных отраслей. Хотя в период такого дефицита персонала все инициативы, конечно же, начинают исходить от крупнейших игроков рынка.

В то же время появляются новые компании, о которых ты еще вчера ничего не знал. Они выиграли какой-то тендер, а персонала на реализацию проекта нет — им также нужна наша помощь, начиная от поиска персонала и заканчивая управлением этим персоналом.



## **УП** Как складывается ваше взаимодействие с привычными агрегаторами?

— Привычные и понятные агрегаторы — лидеры рынка, у них есть свои бюджеты, и фактически это их рынок и есть. Они больше конкурируют между собой. Есть агрегаторы, которые специализируются преимущественно на топ-сегменте, другие больше сконцентрированы, например, на рабочем персонале, на синих воротничках. И в каждом сегменте свои условия размещения вакансий. Если открыть популярные джоб-сайты, мы увидим там абсолютно разные интерфейсы.

Мы, как агентство, активно пользуемся этими агрегаторами, и для нас они являются некими поставщиками услуг, потому что мы размещаем там ряд объявлений. Это наши партнеры. У них, как говорится, своя гонка: за большие цифры, за то, чтобы привлечь к себе и охватить весь рынок. Поэтому агрегаторы не останавливаются на достигнутом, появляются абсолютно новые схемы, различные чат-боты. Активно внедряется искусственный интеллект, чтобы минимизировать количество операторов. Я думаю, рынок идёт в этом направлении.

## **ЛЮДИ, ЗАХОДЯ В ПРИЛОЖЕНИЕ, МОГУТ УВИДЕТЬ ВИДЕО, ФОТОГРАФИИ, УСЛОВИЯ РАБОЧИХ МЕСТ**

### **УП** Что привлекательна для компаний работа с такими программами, как ваша?

— Если брать нашу услугу целиком, тут самое главное преимущество — это то, что ты, как клиент, всю ответственность, начиная от выполнения объёма работы вплоть до возмещения ущерба от потерь, перекладываешь на третьего игрока. Мы приходим и говорим: «Мы эксперты этого рынка и поможем вам сделать эту операцию либо дешевле, либо более качественно, это будет стоить вот столько. При этом весь ущерб, который может возникнуть, например, если человек не вышел на работу, какие-то издержки, мы полностью берём на себя». То есть фактически мы оказываем полноценную услугу. И многим, особенно крупным, предприятиям проще отдать нам определённый участок бизнеса. Соответственно, мы тут же берём эту услугу в управление. А дальше уже, конечно, наша работа — при-







влечь персонал в нужном количестве, провести ротацию и, самое главное, построить нормальное понятное управление этим персоналом, чтобы люди работали и выполняли ту норму, которая требуется на данном участке.

### А это не усложняет работодателям работу с персоналом?

— Приложение — это один из инструментов, чтобы привлечь определённый поток персонала.

Мы видим, что люди, заходя в приложение, могут увидеть видео, фотографии, условия рабочих мест.

Например, представителям молодого поколения не интересно тратить своё время, ехать куда-то в офис — они верит приложению. Человек понимает, что здесь есть вот такая информация, скачал её, откликнулся и поехал. Это удобно. Обратившись в нашу компанию, человек на 100% найдёт своё предназначение, мы подберем вакансию для любого возраста, соответствующую его специфике, квалификации и так далее. У нас есть разные позиции для любых кандидатов. Это главный момент.

Конечно же, есть категория людей, и их большинство, которые хотят приехать в офис, вживую пообщаться с менеджером по подбору персонала, чтобы реально оформили документы, и с этими бумагами поехать на объект посмотреть. И тут мы не отказываемся. У нас более 10 филиалов по Российской Федерации, и ещё один филиал в Беларуси. Наша задача — охватить все области рынка, поэтому у нас есть как удобное приложение, так и знаменитые агрегаторы, и собственно офисы. И хорошо, когда ты умеешь работать со всеми этими инструментами.

### Какие направления деятельности в массовом сегменте востребованы кандидатами от 25 до 40 лет?

— Тут всё зависит как раз от условий. Конечно, молодое поколение хочет попасть на сухие, чистые, теплые, например, склады, где есть бытовая техника, оргтехника. В общем, комфортные рабочие условия: проживание, питание, спецодежда и т. д. Поэтому молодёжь предпочитает более понятные условия труда. Однако тут есть важный момент. Местный персонал имеет возможность ходить,



смотреть, выбирать. Если привлекаешь вахтовый персонал, особое внимание приходится уделять условиям проживания. Если у тебя, как работодателя, приличные условия, а не общежитие, где в одной комнате ночует по 10 человек, и так далее, то в итоге ты получаешь себе человека, которому комфортно возвращаться на этот объект. Мало найти работника и привести на объект — надо его удержать, адаптировать и сделать так, чтобы он захотел и дальше постоянно трудиться на этом объекте или проекте. Поэтому важную роль играют как рабочие условия, так и бытовые.

**УП По отзывам я поняла, что те, кто работает вахтовым методом, очень часто сталкиваются с очень тяжёлыми условиями жизни в разных регионах Российской Федерации. С чем это связано: с большими финансовыми затратами компании или же это просто российский стереотип?**

— Это вопрос в первую очередь бюджетов. Держатель бюджета располагает определённым объёмом средств и решает, куда их направить: непосредственно в заработную плату либо же больше вложиться в комфорт — в определённые условия проживания, обучения, адаптации людей. Важно найти золотую середину и понимать, чувствовать потребности конкретной категории персонала, который тебе нужен, который к тебе поедет. Есть разные портреты кандидатов, и к каждому необходимо найти свой подход.

Конечно, мы понимаем, что на какие-то вахтовые позиции люди зачастую приезжают не от хорошей жизни, и наша задача всё сделать идеально, чтобы они оставались. Но есть и обратная сторона медали. Мы сознаем, что не каждый приезжающий способен качественно работать, много тунеядцев, которые просто приехали переночевать и так далее. Здесь необходим метод кнута и пряника, без него никуда. У тебя должны быть понятное управление и абсолютно одинаковые требования к людям на объектах. Если это есть, в итоге ты будешь получать тот персонал, который тебе нужен. Если этого нет, то многие вахтовики, конечно же, будут этим пользоваться, нарушать условия, рассматривать пребывание здесь просто как место для отдыха.

**УП Как, на Ваш взгляд, рынок массового персонала будет развиваться дальше?**

— Сейчас мы столкнулись с большим дефицитом персонала, и он продолжит расти. Обычно, по статистике, рост идёт в предновогодние месяцы, следующие полгода идёт просадка. Сейчас просадки не было вообще — только ещё боль-



ший рост потребности в рабочем персонале. Поэтому я понимаю, что с ростом рынка позиция рабочего будет цениться больше, а оплачиваться выше. Рост ставок уже идет, он не замедляется. Мы видим, что обычный рабочий, например грузчик, сборщик, упаковщик, уже сейчас может получать столько же или даже больше, чем менеджер по продажам, который сидит в офисе. Я прогнозирую, что через пару лет, если тренд продолжится, человек на производстве или на каком-нибудь складе гарантированно будет получать больше того же менеджера по продажам. То есть позиция рабочего постепенно вернёт свою привлекательность.

**УИ С чем это связано? Нехватка квалифицированных рабочих, просевшая демография или люди не хотят работать руками?**

— Вы абсолютно правильно назвали все три причины. Действительно, первый момент — мало людей. Была демографическая яма. Сейчас тот самый возраст, о котором мы говорим, — это люди от 20 до 40 лет, то самое поколение 90-х, когда рождаемость в стране была на низком уровне. Кроме того, в нулевых все хотели быть менеджерами и белыми воротничками. Было мало желающих работать руками, потому что это низкооплачиваемая, низкоквалифицированная история. Третий момент — ряд факторов, которые меняют мир. У нас сейчас активно идет импортозамещение, и новым игрокам рынка, которые имеют бюджет, требуется решать свои проблемы.

**УИ То есть людей мало, а работодатели платить много не хотят?**

— Конечно, так было всегда и у всех. Пять-десять лет назад рабочие получали определённую сумму, и все были счастливы. Сейчас условия поменялись, и средний рабочий без навыков хочет каждый месяц получать уже 40–50–60 тыс. рублей, а вахтовики — по 100 тыс. рублей. И такие зарплаты реальны, они есть. И это только начало пути формирования этого сегмента. Действительно, потребность высокая, предприятий открывается много. В частности, это связано с рядом санкций.

**УИ Как Вы думаете, может возникнуть какое-то институт регулирования, куда люди могут обращаться, типа профсоюзов? Или такой потребности у бизнеса нет?**

— Сейчас есть такой некий национальный профсоюз — это трудовая инспекция.





## **УП Но это как-то что-то карательное?**

— Это всё-таки государственная структура, которая смотрит за правовыми аспектами и различными нарушениями. А если мы говорим о вовлечённости в жизнь рабочего персонала и решении каких-то проблем, тут вопрос, наверное, к самим предприятиям. Сейчас идёт такое соревнование: у кого лучше поставлены процессы обучения, адаптации людей, обратной связи, исправления каких-то ошибок либо реакции на жалобы. И крупные игроки каждый день, каждый месяц, каждый год придумывают всё новое и новое, чтобы народ пришёл к ним.

Конечно же, такая конкуренция порождает в итоге лишь плюсы. Мы знаем привлекательных работодателей, чьё имя у всех на устах, и, естественно, все хотят попасть именно к ним. Могут привлекать персонал и более мелкие работодатели, но здесь они должны как-то конкурировать: перекупать людей, увеличивать сумму вознаграждения. Поэтому я считаю, что профсоюзы — это, наверное, прошлая эпоха. А нынешняя эпоха — это как раз конкуренция.

## **УП То есть HR-бренд и среди массового персонала тоже имеет значение?**

— Определённые «плюшки» есть у каждого работодателя, от материальных до нематериальных, и тут, наверное, нет предела совершенству. В Советском Союзе на производственных предприятиях даже квартиры давали за выслугу лет. Я знаю некоторые предприятия, причём негосударственные, которые до сих пор так делают. У всех своя стратегия.

## **УП Есть ли важный вопрос, который я не задала, но который вы ожидали?**

— Самый важный вопрос, наверное, что будет с рынком аутсорсинга и рынком услуг в целом? Я полагаю, что он всё-таки придет к тому, что останутся определённые лидирующие игроки, маркетплейсы, которые будут оказывать услугу под ключ, приходя к клиенту на объект со словами: «Я сделаю это дешевле, быстрее, качественнее. У меня есть группа специалистов, я в этих операциях соображаю, запускайте меня на участок, я всё сделаю». Я верю в то, что рынок понемногу окончательно уйдёт в такую полноценную бизнес-услугу, когда работодатель можешь отдать полностью, например, весь проект под ключ. Где-то это уже есть, тестируется, но тут большие риски: отдавая бизнес в чужие руки, можно получить большие убытки.





## Они рискуют иногда потерять бизнес...

— Всё зависит от масштаба. Пока это всё прощупывается, пробуется, и где-то в отраслях действительно рождаются профессионалы в определённых услугах на каком-то участке. Нужно грамотно упаковать всё в единую коробочку, которая будет называться аутсорсингом бизнес-процессов..



\***Антон Луцевич,**  
HR бизнес-партнёр агентства  
**GRADUS**



\***Надежда Гончарова,**  
руководитель делового клуба



Эксклюзивно для



**5** млн в год — **АУДИТОРИЯ**



**2,5** млн в год — **САЙТ**

статистика открыта и даже можно купить у Linkpad.ru адреса (10 р.) тех, кто скачал или читал ваш материал). Аудитория смешанная — профессионалы по теме HR, учащиеся MBA, HR. Возраст 20-45 лет — 80%, 45-65 — 20%

**1** млн в год — **РАССЫЛКА**

(открывают 10–85% в зависимости от материала). Аудитория рассылки — смешанная (подписчики на новости сайта).

**1** млн в год — **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ** (репосты, ссылки).

**0,5** млн в год — **ПОДПИСКА**

Почта России — 12 тыс. отделений, электронные версии, СПС Гарант, онлайн-библиотеки, сайты подписки — 1 млн в год. Аудитория подписки — крупные и средние компании — 90%, вузы — 5%...

**www.TOP-PERSONAL.ru**