

УДК 331.1

---

## ПРЕОДОЛЕНИЕ ПРЕДКОНТРАКТНОЙ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА

---

**Ляшенко Ирина Юрьевна**, канд. экон. наук, доц.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394006; e-mail: 55irina@mail.ru

*Цель:* целью данной статьи является выявление возможностей преодоления асимметрии информации, возникающей при взаимодействии между работником и работодателем перед заключением договора. *Результаты:* выявлено, что в распоряжении как работника, так и работодателя существуют способы преодоления информационной асимметрии. Обобщение результатов существующих исследований российского рынка труда позволило установить, что обе стороны трудового контракта действительно пользуются различными инструментами снижения асимметрии информации о контрагенте, причем делают это достаточно активно.

**Ключевые слова:** асимметрия информации, рынок труда, работник, работодатель, отбор персонала, поиск информации.

### 1. Введение

Асимметрия информации представляет собой ситуацию, когда разные стороны сделки обладают неодинаковым уровнем информированности в отношении параметров этой сделки: кто-то обладает большей информацией, кто-то меньшей. Классическим примером является рынок подержанных автомобилей, на котором продавец лучше, чем покупатель, осведомлен о реальном качестве продаваемого автомобиля.

Информационное несовершенство наблюдается не только на товарных, но и на других рынках. Не является исключением и рынок труда. При анализе данного рынка необходимо отметить такую его особенность, как двустороннюю асимметрию информации. Взаимодействие происходит между работником и работодателем, и о каких-то параметрах сделки лучше информирован работодатель (например, о качестве предоставляемого рабочего места, условиях труда), а о каких-то – работник (например, качестве его рабочей силы). Т.е. до заключения договора между сторонами существует информационная асимметрия *ex ante* (предконтрактная).

Соответственно, каждая из сторон сделки на рынке труда стремится снизить для себя асимметрию информации о контрагенте.

## **2. Методология**

Достаточно сложно однозначно ответить на вопрос, кто: работник или работодатель – обладает большими ресурсами для раскрытия достоверной информации о противоположной стороне сделки. На наш взгляд, это различается в каждом конкретном случае.

Попробуем проанализировать, какие механизмы снижения информационной асимметрии существуют в распоряжении каждой из сторон и как они применяются в реальности.

В данной работе мы не ставим цель узнать, каким образом работник и работодатель ищут друг друга. Нас будут интересовать возможности получения информации контрагентами об истинных характеристиках друг друга уже после того, как они встретились, но до того, как договор о приеме на работу будет заключен.

Попробуем описать возможные способы снижения информационной асимметрии. А также на основе анализа данных существующих исследований российского рынка труда выявим, пользуются ли работники и работодатели этими способами и, если пользуются, то насколько активно.

## **3. Результаты исследования**

Каким образом работник может получить информацию об условиях работы в компании?

Соискатель вакансии может осуществлять сбор сведений о состоянии внутреннего рынка труда конкретного интересующего его работодателя самостоятельно или несамостоятельно (через посредников на рынке труда: агентства, консультантов).

Источником информации могут выступать официальные сайты компаний-работодателей.

В отдельную группу можно объединить специализированные ресурсы, форумы, базы данных, в том числе и содержащие черные списки работодателей – информационные пространства, места, где в более-менее массовом и упорядоченном режиме собираются сведения о различных работодателях. Соискатели вакансий также могут мониторить новостные и прочие интернет-страницы, где есть упоминания о потенциальном работодателе.

Источником сведений (при этом дискуссионным остается вопрос о качестве, достоверности и соответствии реальности этих сведений) является то, что с определенной долей условности можно назвать «общим знанием», имиджем компании, т.е. это такая информация, которая относительно давно и достаточно прочно вошла в сознание людей. Это своеобразные стереотипы, сформировавшиеся в отношении данной конкретной компании или компании как представителе «рода», «вида», например, как представителе той или иной отрасли. Этот имидж может работать как в пользу фирмы, так и против нее.

Еще одним способом получения информации о работодателе, который также необходимо упомянуть, является получение сведений из «первых рук» – т.е. от лиц, работающих в данной компании, в том числе и в ходе бесед с сотрудниками, проводящими собеседования. Некоторые консультанты по вопросам трудоустройства даже советуют соискателям найти возможность пообщаться с работающими в компании рядовыми сотрудниками.

В случае, когда на предприятии уже работают или работали родственники, друзья, знакомые соискателя, они могут достаточно полно раскрыть, по крайней мере, некоторые из характеристик работодателя.

Исследование, проведенное в марте 2014 г. службой исследований HeadHunter по всем федеральным округам России, показало, что соискатели вакансий действительно занимаются поиском информации о потенциальном работодателе: 96% респондентов искали данные о потенциальном работодателе в сети Интернет, прежде чем пойти на собеседование [5]. Подавляющее большинство респондентов (84%) посещало официальный сайт компании, 36% читали отзывы на специализированных ресурсах, 32% – общую информацию в новостях. Поиск и анализ этой информации в 65% случаев осуществлялись в целях принятия решения о том, нужно ли проходить собеседование, в 46% – в целях выяснить реальное положение дел. При этом большинство потенциальных работников склонны доверять найденной информации: 64% скорее доверяют, 4% доверяют полностью. Отметим, что из-за негативных отзывов 50% соискателей отказывались от прохождения собеседования. Таким образом, наемные работники действительно занимаются поиском информации о работодателях и на ее основании принимают решения о трудоустройстве.

Аналогичным образом рассмотрим, откуда работодатель может черпать информации о соискателе.

В арсенале работодателя имеются различные механизмы, например, анализ резюме соискателя. Можно сказать, что это относительно низкозатратный инструмент, в ряде случаев не требующий очень высокой квалификации персонала, ответственного за рассмотрение резюме. При этом резюме может содержать не соответствующие реальности данные, которые работодателю необходимо проверять. Вместе с тем, поскольку соискатель знает (понимает), что информация, изложенная в резюме, может быть проверена, это служит сдерживающей силой, не позволяющей сильно исказить свои реальные характеристики.

Следующий инструмент – это рекомендации, характеристики с места работы, учебы соискателя. В ходе опроса, проведенного группой компаний HeadHunter, выяснилось, что на рекомендации, предоставляемые соискателями, обращают внимание практически все работодатели (65% читают их всегда, 30% – если есть время) [3]. При этом интересно, что количество тех, кто им скорее доверяет (28%) и скорее не доверяет (29%), примерно одинаково. Показательно, что работодатели стремятся проверить полученную в

рекомендациях информацию: 23% проверяют всегда, 61% – в зависимости от должности, на которую претендует соискатель, 15% – если информация неправдоподобна.

Далее можно рассмотреть так называемые сигналы. Под сигналами принято понимать то, с помощью чего более информированная сторона может дать понять менее информированной стороне, что характеристики первой стороны являются хорошими. Классическим сигналом является диплом об образовании. Характерно, что в настоящее время работодатели хотят видеть наличие у соискателей диплома о высшем образовании даже в случае, когда речь идет о позиции, на которой может работать человек, не имеющий высшего образования.

Опыт работы и качество этого опыта также могут рассматриваться как сигнал. Наличие опыта говорит работодателю о том, что соискатель обладает в лучшем случае знаниями и навыками, необходимыми для работы в данной организации, на данной должности или смежной должности, а в худшем случае – что человек как минимум имеет опыт социальных трудовых взаимодействий, знаком с элементами трудовой дисциплины и ему легче будет социализироваться в новом трудовом коллективе.

Следующий инструмент получения информации о соискателе – система профессиональных и личностных тестов. Исследование HeadHunter показало, что практически половина работодателей (46%) проводит психологическое тестирование соискателей [1]. В качестве целей тестирования работодатели отмечают: проверку наличия у кандидатов нужных компетенций и качеств для работы по требуемой позиции (56%), получение максимально полного представления о соискателе (34%), построение наиболее эффективных отношений с работником в будущем (31%), выявление того, насколько легко соискатель волеется в коллектив (28%). При принятии решения о найме результаты тестирования играют решающую роль в 9% случаев, 78% работодателей считают, что они играют важную, но не решающую роль. Случаи отказа кандидатам по причине результатов тестирования часто встречаются в практике 31% компаний, еще у 50% они встречались, хотя и являлись исключительными.

Постепенно все большее распространение получает применение в целях кадровой политики проверки соискателей и сотрудников на полиграфе (детекторе лжи). В ходе опроса, проведенного Исследовательским центром портала Superjob.ru, выяснилось, что полиграф применяют в 11% компаний [2].

Используются работодателями и собранные тем или иным образом сведения о потенциальном соискателе, имеющиеся в открытом или условно открытом доступе (это может быть в том числе и анализ информации о соискателе, находящейся в сети Интернет, в том числе и в социальных сетях), в различных базах данных.

В настоящее время компании могут пользоваться сведениями, предо-

ставляемыми посредниками (в том случае, если подбор персонала осуществляется на основе использования канала посредников).

Относительно редким, но тем не менее вероятным способом, является личная информация, имеющаяся в распоряжении кого-либо из сотрудников организации – в том случае, если сотрудник лично знаком с соискателем или располагает какими-либо сведениями о нем.

Интересно отметить, что многие компании используют не один, а несколько методов снижения информационной асимметрии о претенденте на должность. Причем в том случае, если речь идет о внешнем отборе, количество используемых методов больше, чем в ситуации внутреннего отбора, что представляется достаточно логичным [4].

#### 4. Заключение

Итак, можно выделить различные инструменты получения, проверки информации на предконтрактной стадии сделки между работником и работодателем, на этапе перед заключением контракта. В условиях современной реальности существует объективная необходимость использования имеющихся в распоряжении работника и работодателя способов преодоления информационной асимметрии. Поэтому и работодатели, и соискатели стараются собрать достоверную необходимую (а в ряде случаев даже избыточную) информацию друг о друге.

#### Список источников

1. Вы хотите поговорить об этом? – Результаты исследования. Официальный сайт группы компаний HeadHunter. Доступно: <http://voronezh.hh.ru/article/14470>.
2. Детектор лжи: половина кадровиков – за, больше половины россиян – против. Материалы Исследовательского центра портала Superjob.ru. Доступно: <http://www.superjob.ru/research/articles/111496/detektor-lzhi-polovina-kadrovikov-za-bolshe-poloviny-rossiyan-protiv>.
3. Доверяй, но проверяй – Результаты исследования. Официальный сайт группы компаний HeadHunter. Доступно: <http://voronezh.hh.ru/article/14771>.
4. Дуракова И.Б. Выборочное статистическое обследование предпочтений в оценке при найме российских и зарубежных работодателей (региональный аспект). *Современная экономика: проблемы и решения*, 2012, no. 02 (26), с. 45-60.
5. Что можно узнать из соцсетей? – Результаты исследования. Официальный сайт группы компаний HeadHunter. Доступно: <http://voronezh.hh.ru/article/14743>.

---

# HOW TO AVOID EX ANTE INFORMATION ASYMMETRY ON THE LABOUR MARKET

---

**Liashenko Irina Yu.**, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394006; e-mail: 55irina@mail.ru

*Purpose:* the article is devoted to revealing of the possibility of information asymmetry overcoming in the context of interactions between employer and employee before they conclude a treaty. *Results:* we've found out that employer and employee both have some methods to reduce the information asymmetry. Due to summarization of the results of the latest research on Russian labour market we drew a conclusion that employer and employee both are active in using different methods that help them to reduce the information asymmetry.

**Keywords:** information asymmetry, labour market, employer, employee, selection of the staff, information search.

## Reference

1. Do you want to talk about it? – The results of the research. Available at: <http://voronezh.hh.ru/article/14470>. (accessed: 7.06.2014) (In Russ.)
2. Polygraph detector. HRs: for it (50 %), Russian employees: against it (more than 50%) – The results of the research. Available at <http://www.superjob.ru/research/articles/111496/detektor-lzhi-polovina-kadrovikov-za-bolshe-poloviny-rossiyan-protiv>. (accessed: 7.06.2014) (In Russ.)
3. Trust but verify – The results of the research. Available at <http://voronezh.hh.ru/article/14771>. (accessed: 7.06.2014) (In Russ.)
4. Durakhova I.B. Vyborochnoe statisticheskoe obsledovanie predpochtenii v otsenke pri naime rossiiskikh i zarubezhnykh rabotodatelei (regional`nyi aspect) [Selective statistical inspection of preferences in the assessment when hiring the Russian and foreign employers (regional aspect)]. *Sovremennaiia ekonomika: problemy i resheniia*, 2012, no. 02 (26), pp. 45-60. (In Russ.)
5. What can social nets tell about? – The results of the research. Available at: <http://voronezh.hh.ru/article/14743>. (accessed: 7.06.2014) (In Russ.)