

© 2019 г.

Е.Я. ВАРШАВСКАЯ

## СТРАТЕГИИ ПОИСКА РАБОТЫ ВЫПУСКНИКАМИ ВУЗОВ: РАСПРОСТРАНЕННОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

---

ВАРШАВСКАЯ Елена Яковлевна – доктор экономических наук, профессор кафедры управления человеческими ресурсами факультета бизнеса и менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия (evarshavskaya@hse.ru).

---

**Аннотация.** В статье анализируются распространенность и эффективность способов и стратегий поиска работы выпускниками российских вузов. Эмпирической основой выступают данные федерального обследования выпускников вузов, завершивших обучение в 2010–2015 гг. Наиболее распространенной является комбинированная стратегия поиска, предполагающая использование как формальных, так и неформальных способов, а также неформальные стратегии – обращение к родственникам и знакомым и/или непосредственно на предприятие. К самым эффективным стратегиям относятся поиск работы с помощью родственников и знакомых, путем обращения на предприятия и при содействии образовательных организаций. Показано, что выбор стратегии поиска работы определяется ожидаемой отдачей с точки зрения прежде всего вероятности трудоустройства.

**Ключевые слова:** поиск работы • рынок труда выпускников • переход «учеба – работа» • высшее образование

DOI: 10.31857/S013216250005793-5

Массовый охват молодежи высшим образованием, проблемы трудоустройства выпускников делают переход «учеба – работа» все более значимым социально-экономическим явлением. Как следствие, и с теоретической, и с практической точек зрения важно понимание того, каким образом выпускники вузов находят работу после завершения обучения, какие каналы трудоустройства используют, какова эффективность различных стратегий поиска работы.

Изучению процесса поиска работы выпускниками вузов посвящены многочисленные работы зарубежных авторов. В них анализируются различные аспекты этого процесса, в частности, дифференциация стратегий поиска среди различных групп выпускников [Mau, Kopischke, 2001; Try, 2005; Strayhorn, 2008], эффективность способов поиска [Jackson, 2014; Piróg, 2016; Sagen et al., 1999], влияние стратегий поиска на характеристики рабочего места [Albert, Davia, 2018; Blázquez, Mora, 2010; Carroll, Tani, 2015; Franzen, Hangartner, 2006; McGuinness et al., 2016]. К сожалению, в российской исследовательской практике проблематике поиска работы уделяется существенно меньше внимания. В ряде публикаций [Васильев и др., 2016; Государственные..., 2000; Козина, 1999; Матвеевко, Савельев, 2004; Рошин, Маркова, 2004; Якубович, 2002] представлен анализ этой проблемы, однако

выполнен он на примере всего населения, ищущего работу. Выпускники вузов как специальный объект изучения в них не рассматриваются<sup>1</sup>.

Целью статьи является анализ стратегий поиска первой работы выпускниками вузов, масштабов использования различных способов поиска и их эффективности. Эмпирической основой выступают данные федерального наблюдения трудоустройства выпускников, получивших среднее профессиональное и высшее образование. Это выборочное исследование было проведено Росстатом в апреле – сентябре 2016 г. Опросом были охвачены лица, имеющие среднее профессиональное и высшее образование, завершившие обучение в 2010–2015 гг. Всего было опрошено около 36 тыс. выпускников<sup>2</sup>. Для целей нашего исследования была сформирована подвыборка, включающая респондентов, получивших высшее образование (20 551 человек). Из них 12 370 (63%) респондентов искало работу после завершения обучения.

**Кто ищет работу?** Характеристики выпускников, искавших и не искавших работу после завершения обучения, представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Характеристики выпускников вузов, искавших и не искавших работу (в %)**

Характеристики	Искали работу		Не искали работу	
	очное обучение	заочное обучение*	очное обучение	заочное обучение*
<b>Пол</b>				
Мужчины	78,6	32,4	21,4	67,6
Женщины	79,7	35,2	20,3	64,8
<b>Семейное положение</b>				
Состоит в браке	75,8	30,1	24,2	69,9
Не состоит в браке	81,6	42,5	18,4	57,5
<b>Финансирование обучения</b>				
За счет бюджета	78,0	33,4	22,0	66,6
На платной основе	81,1	34,4	18,9	65,6
<b>Работа во время обучения</b>				
Постоянная	39,1	25,0	60,9	75,0
Время от времени	68,9	59,7	31,1	40,3
Не работал	85,2	75,2	14,8	24,8
Форма обучения	79,3	34,3	20,7	65,7
В целом	63,0		37,0	

*Примечание.* \*К заочному отнесено также очно-заочное обучение.

Ключевое различие между искавшими и не искавшими работу выпускниками связано с формой обучения. 79,3% респондентов, получивших очное образование, искали работу, среди обучавшихся заочно, таких в 2,3 раза меньше (34,3%). При контроле формы обучения значимых различий между юношами и девушками, а также выпускниками, учившимися за счет бюджетных средств или на платной основе, не обнаружено. Вместе с тем не состоящие в браке респонденты искали работу несколько чаще, чем семейные. Имевшие

<sup>1</sup> Во многом это связано с отсутствием специальных репрезентативных опросов и доступных микроданных.

<sup>2</sup> Подробнее об исследовании см.: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/trud/itog\\_trudoustr/index.html](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/itog_trudoustr/index.html). См. также анализ результатов в статьях Г.А. Чередниченко («Социологические исследования», 2018, № 8 и № 11).

постоянную работу во время обучения, как и можно было предположить, занимались поиском рабочего места существенно реже по сравнению с неработавшими выпускниками: доля искавших работу среди работавших постоянно вдвое меньше, чем среди неработавших для очников (39,1 и 85,2% соответственно) и втрое для обучавшихся заочно (25 и 75,2%).

Наиболее часто при поиске работы выпускники сталкивались с такими проблемами, как отсутствие опыта работы (69,8% респондентов, утвердительно ответивших о наличии трудностей), низкий уровень предлагаемой заработной платы (40,7%), отсутствие подходящих рабочих мест (32,8%) и невозможность найти работу по полученной специальности (22,5%). Заметим, что четверть выпускников (24,6%), искавших работу, не сталкивались с трудностями при попытках трудоустройства. Об отсутствии трудностей несколько чаще говорят выпускники, обучавшиеся в государственных вузах, на очных отделениях, на бюджетной основе, что является косвенным показателем более высокого качества полученного ими образования, а также отражает предпочтения работодателей.

**Способы поиска работы: масштабы и стратегии использования.** Выделяют формальные и неформальные способы поиска работы. Под формальными понимаются те способы, которые реализуются с помощью формальных посредников – государственной службы занятости, частных (коммерческих) кадровых агентств, а также образовательных организаций. Способы, реализация которых предполагает использование социальных сетей или индивидуальную активность ищущего работу, обычно относят к неформальным. К формальным способам мы будем относить обращения в государственную и коммерческую службу занятости, помощь образовательных организаций, участие в ярмарке вакансий; к неформальным – обращение к друзьям, родственникам, знакомым, непосредственное обращение на предприятия, просмотр и подачу объявлений, использование Интернета.

Респондентам задавался вопрос «Какие способы вы использовали для поиска работы?», который предполагал выбор любого количества из 10 вариантов ответов. Самыми популярными по частоте использования являются три неформальных способа поиска первой работы – через Интернет, просмотр объявлений о вакансиях и обращение к друзьям и родственникам (табл. 2). Каждый из них назвали более 60% респондентов. Для этих трех

Таблица 2

**Частота использования способов поиска первой работы**  
(в % от числа искавших работу\*)

Способы поиска работы	Все	Форма обучения		Финансирование обучения		Тип вуза	
		очная	заочная	бюджет	платное	гос.	част.
Использование Интернета	68,8	69,4	66,7	66,8	70,8	68,8	68,9
Просмотр объявлений о вакансиях	63,5	63,1	65,0	61,3	65,8	63,6	63,3
Обращение к друзьям, родственникам, знакомым	63,3	62,8	65,7	59,7	67,0	63,1	67,3
Непосредственное обращение на предприятие	41,8	42,3	39,4	43,3	40,2	42,4	33,9
Обращение в государственную службу занятости	19,8	19,4	21,5	18,4	21,3	19,5	25,3
Подача объявления	17,1	17,3	16,6	16,2	18,1	16,7	24,1
Помощь образовательной организации	8,2	9,3	4,1	10,7	5,7	8,4	6,2
Участие в ярмарке вакансий	7,8	8,5	4,9	8,0	7,6	7,7	10,3
Обращение в коммерческую службу занятости	4,3	4,4	3,7	4,1	4,5	4,1	7,6
Другие способы	12,6	11,9	15,3	11,6	13,5	12,2	16,5

*Примечание.* \*Респонденты могли выбрать любое число вариантов ответов, поэтому сумма превышает 100.

каналов характерны небольшие затраты времени и отсутствие или незначительный размер (в случае с Интернетом) денежных издержек. Несколько реже (41,8%) используется еще один неформальный канал – непосредственное обращение к руководству предприятия. Этот способ поиска связан с существенно большими затратами времени, но также не требует финансовых затрат. Масштабы использования формальных способов поиска работы существенно меньше. Однако каждый пятый выпускник отметил, что для поиска работы обращался к услугам государственной службы занятости. Около 8% участвовали в ярмарке вакансий и прибегали к помощи образовательной организации.

Ранжирование способов поиска первой работы одинаково среди выпускников очных и заочных форм обучения, государственных и частных вузов, получивших образование платно и бесплатно. Однако частота их использования дифференцирована среди различных групп выпускников. Так, выпускники-очники несколько чаще, чем заочники прибегают к помощи образовательной организации (9,3 и 4,1% соответственно) и непосредственно обращаются на предприятия (42,3 и 39,4%), однако реже используют помощь родственников и друзей (62,8 и 65,7% соответственно). Аналогично поступают выпускники, обучавшиеся за счет бюджетных средств, по сравнению с респондентами, получившими образование платно. Закончившие государственные вузы существенно чаще используют такой канал поиска, как непосредственное обращение на предприятие по сравнению с выпускниками частных вузов (42,4 и 33,9%). Последние чаще обращаются в государственную службу занятости и подают объявления.

Большинство способов поиска работы теоретически являются взаимодополняющими, могут сочетаться друг с другом, образуя различные стратегии. Стратегия поиска характеризуется рядом параметров [Рощин, Маркова, 2004]: количество используемых способов; виды стратегий – чистая (использование только одного способа) или смешанная (несколько способов поиска); тип используемых каналов – формальные и/или неформальные; сочетание конкретных способов поиска работы; частота обращения к выбранным каналам; продолжительность процесса поиска в целом и в рамках определенной стратегии<sup>3</sup>.

Важной характеристикой стратегии поиска работы является количество используемых способов. Оно является одним из показателей интенсивности поиска, а также отражает имеющиеся для него возможности. В среднем выпускники использовали три способа. Такое число каналов назвала четверть (25,4%) опрошенных. Каждый пятый респондент прибегал к 2 или 4 способам (20,8 и 21,8% соответственно). Шестая часть выпускников (16,4%) ограничилась одним каналом поиска, выбрав чистую стратегию. Таким образом, преобладают смешанные стратегии трудоустройства, ориентированные на использование нескольких (обычно от двух до пяти<sup>4</sup>) каналов поиска.

Выпускники частных вузов используют несколько большее число каналов по сравнению с окончившими государственные вузы (3,23 и 3,06 соответственно). К большему числу каналов трудоустройства прибегают и респонденты, получившие образование на платной основе, по сравнению с выпускниками, учившимися за счет бюджетных средств (3,14 и 3,00 соответственно). Большее количество используемых способов может быть следствием проблем с трудоустройством, которые испытывают данные группы выпускников. Заметим, что респонденты, указавшие на трудности при трудоустройстве, ищут работу более интенсивно: они используют 3,4 каналов поиска работы, в то время как не испытывавшие в полтора раза меньше – 2,2. Существенная дифференциация наблюдается между респондентами, проживающими в городских и сельских поселениях. Горожане используют 3,2 способа поиска работы, а селяне – 2,8. Это различие, очевидно, отражает большее число потенциально возможных каналов трудоустройства, которые имеются на городских рынках труда.

Поскольку респонденты могли выбрать любое число ответов из 10 способов поиска первого места трудоустройства, то общее количество теоретически возможных сочетаний

<sup>3</sup> В анкете Росстата отсутствует индикатор частоты обращения к различным каналам. Продолжительность поиска можно оценить только в целом.

<sup>4</sup> Шесть и более каналов поиска работы выбрало всего 5% респондентов.

Таблица 3

## Факторные нагрузки по главным компонентам\*

Варианты ответа	Компоненты			
	1	2	3	4
Использование Интернета	<b>0,813</b>	0,047	-0,044	-0,107
Просмотр объявлений о вакансиях	<b>0,795</b>	-0,003	-0,110	-0,112
Подача объявления	<b>0,530</b>	0,214	0,085	0,223
Обращение в государственную службу занятости	0,039	<b>0,688</b>	-0,165	-0,050
Обращение в коммерческую службу занятости	0,029	<b>0,676</b>	0,023	0,061
Участие в ярмарке вакансий	0,230	<b>0,461</b>	0,288	0,047
Помощь образовательной организации	-0,075	0,165	<b>0,750</b>	-0,235
Обращение к друзьям, родственникам, знакомым	0,038	0,247	<b>-0,667</b>	-0,266
Непосредственное обращение на предприятие	-0,059	0,047	-0,017	<b>0,913</b>

Примечание. \*Метод вращения – варимакс. Объясненная дисперсия – 56,7%.

составляет 1023. Всего выпускниками было выбрано 424 комбинации, большинство из них (70%) отметило менее 10 респондентов. Для определения основных сочетаний конкретных способов поиска работы был использован факторный анализ (метод главных компонент)<sup>5</sup>. Было выделено четыре главные компоненты (табл. 3). Первая связана с поиском работы через Интернет путем просмотра и подачи объявлений. Вторая компонента включает факторы, предполагающие поиск через формальных посредников. Наибольшие факторные нагрузки имеют такие способы, как обращение к государственным и коммерческим службам занятости, посещение ярмарок вакансий. Третья компонента связана с поиском работы с помощью образовательных организаций. В нее же, но с противоположным знаком, входит использование для поиска работы помощи родственников и знакомых. Наконец, четвертая связана с непосредственным обращением к администрации предприятия с целью трудоустройства. Отметим, что основные составляющие каждой компоненты входят в другие факторы обычно с противоположными знаками, то есть выделенные способы поиска работы во многом являются альтернативными друг другу.

На основе результатов факторного анализа мы выделили следующие стратегии поиска работы:

- 1) через Интернет посредством просмотра и подачи объявлений;
- 2) через социальные сети посредством обращения к родственникам, друзьям и знакомым;
- 3) индивидуальный поиск путем непосредственного обращения на предприятия;
- 4) с помощью служб занятости (государственных и частных);
- 5) с помощью образовательных организаций;
- 6) комплексная неформальная стратегия, которая объединяет в том или ином сочетании поиск через Интернет, социальные сети и путем обращения на предприятия;
- 7) комбинированная стратегия, которая предполагает одновременное использование формальных и неформальных способов поиска<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Вариант ответа «другие способы» был исключен при выполнении факторного анализа из-за невозможности его содержательной интерпретации.

<sup>6</sup> Теоретически можно также выделить комплексную формальную стратегию, которая предполагает поиск работы как путем обращения в службы занятости, так и с помощью образовательных организаций. Однако эмпирический анализ показал, что к ней прибегает весьма незначительная доля выпускников (менее 0,5%). Поэтому в дальнейшем анализе респонденты, выбравшие комплексную формальную стратегию, включены в группу, искавших работу с помощью служб занятости.

Около четверти выпускников (26,1%) используют при поиске первой работы одновременно формальные и неформальные каналы, т.е. комбинированную стратегию. Она является самой распространенной. Далее следуют две неформальные стратегии – поиск работы с помощью родственников, знакомых и комплексная неформальная. Их придерживаются 23,4 и 21,1% респондентов соответственно. Каждый десятый выпускник для поиска работы использует другие неформальные стратегии – обращение на предприятия и Интернет (11,6 и 11,1% соответственно). Стратегии трудоустройства, предполагающие участие только формальных посредников, встречаются существенно реже: 4,1% выпускников применяют поиск через службы занятости, 2,6% – с помощью образовательных организаций.

Для определения детерминант выбора стратегий выпускниками вузов была оценена мультиномиальная логит-регрессия (табл. 4). Зависимой переменной выступала стратегия

Таблица 4

**Детерминанты выбора стратегии поиска работы**  
(оценки мультиномиальной логит-регрессии)

Характеристики	Интернет	Социальные сети	Обращение на предприятия	Службы занятости	Образовательные организации	Комбинированная
Пол (база – женщины)						
Мужчины	-0,253***	-0,041	-0,085	-0,156	-0,217	-0,164***
Возраст окончания вуза	-0,004	-0,008	0,027**	0,008	0,029	0,005
Семейное положение (база – не состоит в браке)						
Состоит в браке	-0,156**	0,010	0,020	-0,135	-0,116	-0,061
Тип поселения (база – сельское)						
Городское	0,003	-0,195***	-0,334***	0,166	0,016	0,263***
Форма обучения (база – заочное)						
Очное	-0,147	-0,039	-0,072	0,096	1,331***	0,186**
Финансирование обучения (база – на контрактной основе)						
Бюджетное обучение	0,076	-0,212***	0,154**	0,206*	0,676***	-0,032
Тип вуза (база – частный)						
Государственный	-0,403***	-0,234*	0,349*	-0,636***	-0,425	-0,407***
Специальность (база – другие)						
Естественные науки и математика	-0,041	0,605***	0,082	0,170	0,514	0,156
Гуманитарные и социальные науки	-0,450**	0,059	0,095	-0,430	-0,158	-0,160
Образование и педагогика	-0,231	0,038	0,577***	-0,152	0,417	0,048
Здравоохранение	-1,076***	-0,458**	0,761***	-0,017	0,950**	-0,154
Экономика и управление	-0,134	0,154	-0,188	-0,152	-0,491	-0,223
Сельское хозяйство	-0,159	0,014	0,183	-0,281	0,175	-0,285
Техника и технологии	-0,119	0,182	0,058	-0,191	0,254	-0,186
Наличие трудностей при трудоустройстве (база – трудностей не было)						
Трудности были	-0,557***	-0,556***	-1,470***	-0,068	-1,864***	0,530***
R <sup>2</sup>	0,131					

Примечание. \* $p < 0,1$ ; \*\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,01$ .

поиска работы (база – комплексная неформальная). В качестве регрессоров использовались индивидуальные характеристики выпускников (пол, возраст окончания вуза, семейное положение, тип поселения) и характеристики образования (форма обучения, его финансирование, тип вуза по форме собственности, специальность по диплому).

К поиску работы через Интернет посредством просмотра и подачи объявлений, т.е. к наиболее пассивной стратегии трудоустройства, менее склонны прибегать мужчины, выпускники, состоящие в браке, окончившие государственные вузы. Стратегия поиска работы с помощью родных и знакомых менее вероятна для выпускников, обучавшихся за счет бюджетных средств, в государственных вузах. Напротив, принадлежность к этим группам респондентов увеличивает вероятность выбора в качестве стратегии поиска непосредственное обращение на предприятия. К помощи образовательных организаций более вероятно прибегают выпускники, обучавшиеся очно и на бюджете. Наконец, комбинированная стратегия, когда используются и формальные, и неформальные каналы поиска работы, более характерна для выпускников, проживающих в городах, обучавшихся очно. Окончание государственного вуза снижает вероятность использования этой стратегии. Отметим также, что наличие трудностей при трудоустройстве увеличивает вероятность обращения к комбинированной стратегии, делая, очевидно, поиск работы более диверсифицированным.

Специальность по диплому практически не оказывает влияние на выбор стратегии поиска работы. Исключение представляют выпускники, получившие медицинское образование. Они существенно менее склонны использовать Интернет и социальные сети для трудоустройства и более вероятно прибегают к помощи образовательных организаций и непосредственному обращению на предприятия. Обращение к администрации значимо чаще используют также выпускники педагогических специальностей.

**Эффективность способов и стратегий поиска.** Эффективность поиска работы в первую очередь выражается в успешном трудоустройстве. Исходя из этого, эффективность способа поиска можно оценить как отношение числа ответов о том, что данный способ помог найти работу<sup>7</sup>, к общему числу указаний на его использование для поиска. По сути, этот показатель характеризует вероятность нахождения работы с помощью того или иного способа поиска. Рассчитанные таким образом оценки эффективности отдельных способов поиска работы представлены в табл. 5.

Таблица 5

Эффективность способов поиска работы (в %)

Способы поиска работы	Все	При поиске работы столкнулись с трудностями*				Не было трудностей при поиске
		1	2	3	4	
Обращение к друзьям, родственникам, знакомым	53,8	51,0	49,9	47,1	47,9	62,9
Непосредственное обращение на предприятие	44,6	33,4	31,5	32,5	28,6	70,4
Помощь образовательной организации	43,8	28,6	24,5	23,1	10,6	71,7
Просмотр объявлений о вакансиях	24,4	22,2	19,6	18,8	19,4	32,2
Использование Интернета	19,7	19,0	21,4	18,4	13,7	23,8
Обращение в государственную службу занятости	17,8	15,2	16,4	14,5	8,3	26,6
Обращение в коммерческую службу занятости	15,8	13,3	12,6	11,3	4,8	27,7
Участие в ярмарке вакансий	8,0	5,7	5,6	6,9	5,4	17,5
Подача объявления	4,2	3,5	3,1	2,9	2,7	7,9

Примечание. \*1 – отсутствие опыта работы; 2 – низкий уровень предлагаемой заработной платы; 3 – отсутствие подходящих мест работы; 4 – не смог найти работу по полученной профессии (специальности).

<sup>7</sup> Анкета обследования содержала вопрос о способе поиска, который помог найти работу.



Наиболее эффективным является обращение к родственникам и знакомым. Более чем в половине случаев (53,8%) использование этого канала позволяет найти работу. Далее следуют два канала поиска – непосредственное обращение на предприятия и помощь образовательной организации, результативность которых превышает 40-процентную отметку. Остальные каналы по своей эффективности существенно уступают трем названным. Так, просмотр объявлений о вакансиях приводит к трудоустройству в одном случае из четырех, использование Интернета – в каждом пятом случае, обращение в службы занятости – приблизительно в каждом шестом.

Эффективность каналов поиска работы одинакова для мужчин и женщин, для выпускников, проживающих в городских и сельских поселениях. Практически не зависит она и от характеристик полученного образования. Исключение представляет такой канал трудоустройства, как помощь образовательных организаций, эффективность которого существенно выше для выпускников, обучавшихся очно (46,6%) и на бюджетной основе (50,4%) по сравнению с заочниками (17,2%) и контрактниками (31,1%). Кроме того, следует отметить большую эффективность помощи родственников и знакомых для заочников (57,2%) и обучавшихся платно (55,7%), а непосредственного обращения на предприятия – для выпускников-бюджетников (48,1%).

Выпускники, не столкнувшиеся с трудностями при поиске работы, оценивают эффективность всех способов существенно выше. При наличии проблем с трудоустройством сравнительная эффективность различных каналов практически одинакова (табл. 5). Исключение составляет проблема отсутствия работы по полученной специальности. В этой ситуации эффективность всех способов поиска работы ниже, чем в других проблемных ситуациях.

Эффективность поиска может оцениваться не только фактом трудоустройства, но и качественными характеристиками найденного рабочего места. В этом случае для ее оценки применяются такие показатели, как соответствие работы уровню образования (вертикальное соответствие) и полученной специальности (горизонтальное соответствие). Кроме того, как индикатор результативности также может рассматриваться продолжительность поиска, отражая фактически его скорость. Оценки эффективности стратегий поиска по названным показателям представлены в табл. 6.

Таблица 6

## Эффективность стратегий поиска работы

Стратегии поиска работы	Продолжительность поиска (мес.)	Работают руководители и специалистами (в %)	Работа связана со специальностью (в %)
Помощь образовательных организаций	2,0	81,2	92,8
Обращение на предприятия	3,7	68,9	75,5
Через Интернет	4,0	54,2	60,2
Службы занятости	4,8	58,9	67,8
Социальные сети	5,0	54,6	59,6
Комбинированные	5,7	57,9	63,3
Комплексные неформальные	5,8	56,9	63,1
В среднем	5,0	58,3	64,4

Наиболее эффективной является стратегия трудоустройства с помощью образовательных организаций. Она имеет самую короткую продолжительность поиска работы и обеспечивает максимальные показатели вертикального и горизонтального соответствия. Вторая по успешности – стратегия непосредственного обращения на предприятия, которая также обеспечивает более быстрое нахождение работы и более высокие показатели



соответствия работы уровню образования и полученной специальности (по сравнению с другими стратегиями). Все остальные стратегии имеют схожие показатели эффективности. Обратим внимание на два обстоятельства. Во-первых, поиск работы через службу занятости вопреки сложившимся стереотипам не проигрывает другим стратегиям по своей эффективности. Во-вторых, поиск работы через Интернет и социальные сети уступает другим стратегиям по качественным характеристикам найденного рабочего места.

**Выводы.** Наиболее распространенной стратегией поиска является комбинированная, предполагающая использования как формальных, так и неформальных посредников. Также неформальные – обращение к родственникам и знакомым или непосредственно на предприятие. Доминирование стратегий, построенных на использовании неформальных каналов, свойственно и выпускникам вузов других стран, однако среди них все же в большей мере по сравнению с россиянами распространен поиск через формальных институционализированных посредников [Mau, Kopischke, 2001; Schomburg, Teichler, 2006; Try, 2005].

Между способами поиска работы есть и взаимодополняемость, и взаимозамещаемость. В определенной мере альтернативными стратегиями являются использование социальных сетей и самостоятельное обращение на предприятие. Выпускники, обучавшиеся очно, на бюджетной основе, в государственных вузах, несколько чаще обращаются непосредственно на предприятия и реже ищут работу с помощью социальных связей. Напротив, выпускники, получившие заочное образование, обучавшиеся в частных вузах и/или на контрактной основе более вероятно прибегают к помощи родственников и знакомых и реже обращаются на предприятия напрямую. По нашему мнению, это может быть связано с худшим качеством полученного ими образования, для «компенсации» которого используется протекционистские возможности социальных связей и сетей.

Использование Интернета, главным образом как способа поиска информации о вакансиях и просмотра объявлений, является широко распространенной практикой среди выпускников, однако выступает чаще всего как дополняющая другие стратегии поиска.

В целом выбор стратегии поиска работы выпускниками вузов является рациональным действием и определяется ожидаемой отдачей с точки зрения прежде всего вероятности нахождения работы и последующего трудоустройства. Самыми эффективными стратегиями, по нашим оценкам, стали поиск работы с помощью родственников и знакомых, путем обращения на предприятия и при содействии образовательных организаций. При этом наиболее эффективные стратегии в большинстве случаев являются одновременно и самыми распространенными. Так, доминирование социальных сетей как стратегии поиска особенно среди выпускников, обучавшихся заочно и на платной основе, отражает ее достаточно высокую результативность с точки зрения вероятности трудоустройства, хотя и ценой снижения качества найденных рабочих мест. Непосредственное обращение на предприятия также в большей мере распространено среди тех групп выпускников, для которых эта стратегия обеспечивает и большую эффективность. Исключение представляет только поиск работы при содействии образовательной организации. Несмотря на то что эта стратегия является одной из наиболее эффективных, обеспечивающих быстрое трудоустройство выпускников на рабочее место, соответствующее уровню образования и полученной специальности, масштабы ее использования невелики. Это скорее всего связано с небольшой «мощностью» этого канала, то есть ограниченными возможностями высших учебных заведений оказывать своим выпускникам реальную помощь в поиске работы. В связи с этим представляется целесообразным развитие механизмов содействия в трудоустройстве выпускников образовательными организациями.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ [REFERENCES]

- Васильев Д.С., Рошин С.Ю., Солнцев С.А. Эволюция технологий поиска работы на рынке труда в интернет-эпоху. Препринт WP15/2016/02. М.: ВШЭ, 2016. [Vasilyev D., Roshchin S., Solntsev S. (2016) *Evolution of Job Search and Recruiting in the Internet Age*. Working paper WP15/2016/02. Moscow: VShE. (In Russ.)]
- Государственные и частные службы занятости на рынке труда / Под ред. В. Кабапиной, И. Козиной. М.: РОССПЭН, 2000. [Kabalina V., Kozina I. (eds) (2000) *Public and Private Employment Services on Labour Market*. Moscow: ROSSPEN. (In Russ.)]
- Козина И.М. Реструктурирование рынка труда и каналы мобильности // Занятость и поведение домохозяйств: адаптация к условиям перехода к рыночной экономике в России / Под ред. В. Кабапиной, С. Кларка. М.: РОССПЭН, 1999. С. 172–200. [Kozina I. (1999) Labor Market Restructuring and Mobility Channels. In: Kabalina V., Clarke S. (eds) *Employment and Household Behavior: Adaptation to the Transition to a Market Economy in Russia*. Moscow: ROSSPEN: 172–200. (In Russ.)]
- Матвеев В.Д., Савельев П.А. Стратегии поиска работы на российском рынке труда и роль государственной службы занятости // Социальная политика: реалии XXI века. Вып. 2. М.: Поматур, 2004. С. 65–103. [Matveenko V., Savelev P. (2004) Job Search Strategies in the Russian Labor Market and the Role of the Public Employment Service. In: *Social Policy: The Realities of the XXI Century*. Iss. 2. Moscow: Pomatur: 65–103. (In Russ.)]
- Рошин С.Ю., Маркова К.В. Выбор каналов поиска работы на российском рынке труда. М.: EERC, 2004. [Roshchin S., Markova K. (2004) *Choice among Different Job Search Channels: The Evidence from Russian Labor Market*. Moscow: EERC. (In Russ.)]
- Якубович В. Институты, социальные сети и рыночный обмен: подбор работников и рабочих мест в России // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Под ред. В. Радаева. М.: РОССПЭН, 2002. С. 210–251. [Yakubovich V. (2002) Institutes, Social Networks and Market Exchange: The Selection of Workers and Jobs in Russia. In: Radaev V. (ed.) *Economic Sociology: New Approaches to Institutional and Network Analysis*. Moscow: ROSSPEN: 210–251. (In Russ.)]
- Albert C., Davia M. (2018) Job Search Strategies and Underemployment in Recent Graduates First Jobs in Spain. *Revista de Economía Aplicada*. Vol. 26. No. 78: 1–21.
- Blázquez M., Mora T. (2010) Overeducation and Job Mobility: Evidence from Young Recent Graduates in Catalonia. *Revista de Economía Laboral*. Vol. 7. No.1: 63–83.
- Carroll D., Tani M. (2015) Job Search as a Determinant of Graduate Over-education: Evidence from Australia. *Education Economics*. Vol. 23. No. 5: 631–644. DOI: 10.1080/09645292.2014.908164.
- Franzen A., Hangartner D. (2006) Social Networks and Labour Market Outcomes: The Non-monetary Benefits of Social Capital. *European Sociological Review*. Vol. 22. No. 4: 353–368. DOI: 10.1093/esr/jcl001.
- Jackson D. (2014) Factors Influencing Job Attainment in Recent Bachelor Graduates: Evidence from Australia. *Higher Education*. Vol. 68. No. 1: 135–153. DOI: 10.1007/s10734-013-9696-7.
- Mau W.C., Kopischke A. (2001) Job Search Methods, Job Search Outcomes, and Job Satisfaction of College Graduates: A Comparison of Race and Sex. *Journal of Employment Counseling*. Vol. 38. No. 3: 141–149.
- McGuinness S., Whelan A., Bergin A. (2016) Is There a Role for Higher Education Institutions in Improving the Quality of First Employment? *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*. Vol. 16. No. 4: 12–23. DOI: 10.1515/bejeap-2016-0174.
- Piróg D. (2016) Job Search Strategies of Recent University Graduates in Poland: Plans and Effectiveness. *Higher Education*. Vol. 71. No. 4: 557–573. DOI: 10.1007/s10734-015-9923-5.
- Sagen H., Dallam J., Laverty J. (1999) Job Search Techniques as Employment Channels: Differential Effects on the Initial Employment Success of College Graduates. *The Career Development Quarterly*. Vol. 48. No. 1: 74–85. DOI: 10.1002/j.2161-0045.1999.tb00276.x.
- Schomburg H., Teichler U. (2006) *Higher Education and Graduate Employment in Europe. Results from Graduates' Surveys from Twelve Countries*. Dordrecht: Springer.
- Strayhorn T. (2008) Influences on Labor Market Outcomes of African American College Graduates: A National Study. *The Journal of Higher Education*. Vol. 79. No. 1: 28–57. DOI: 10.1080/00221546.2008.11772085.
- Try S. (2005) The Use of Job Search Strategies among University Graduates. *The Journal of Socio-Economics*. Vol. 34. No. 2: 223–243. DOI: 10.1016/j.socsec.2004.09.009.

Статья поступила: 15.02.19. Принята к публикации: 15.04.19.

## JOB SEARCH STRATEGIES OF UNIVERSITY GRADUATES: PREVALENCE AND EFFECTIVENESS

VARSHAVSKAYA E.Ya.

*National Research University «Higher School of Economics», Russia*

---

*Elena Ya. VARSHAVSKAYA, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Department of Human Resources Management, Faculty of Business and Management, National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia (evarshavskaya@hse.ru).*

---

**Abstract.** The article is aimed to analyze the prevalence and the relative effectiveness of job search methods and strategies by Russian universities graduates. Empirical analysis is carried out on sample data from the federal survey of Russian university graduates who completed their studies in 2010–2015 embracing 20 551 graduates. Our results show that the most common job search strategies are combined, including both formal and informal methods, as well as relatives' and friends' help and/or direct contact with possible employers. Average of search channels used is 3. More vulnerable graduate groups use more job search channels. Most effective strategies include job search with the help of relatives and friends, direct contacting enterprises and assistance of educational organizations. According to the results, the job search strategies choice and the popularity of search channels are mainly connected with total effectiveness of these search methods. The main determinant in the search channels choice is the expected return in terms of, above all, probability of finding a job. This fact confirms the rationality of the search strategies choice.

**Keywords:** job search, graduate labor market, school-to-work transition, higher education.

*Received: 15.02.19. Accepted: 15.04.19.*