

ЧУЖОЙ СРЕДИ СВОИХ

СОТРУДНИКИ ОДНОЙ КОМПАНИИ ЧИСЛЯТСЯ В ШТАТЕ ДРУГОЙ — АУТСТАФФИНГ ВОСТРЕБОВАН ДАЖЕ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА

ИРИНА ТЕЛИЦЫНА

Большее сотни IT-сотрудников Альфа-банка, обеспечивающих бесперебойное обслуживание 51 000 корпоративных и 2,9 млн розничных клиентов, на самом деле в штате банка не числятся. Их трудовые книжки уже три года лежат в сейфах кадровой компании Ventra Employment. В Ventra получают зарплату около 1000 работников других компаний, в числе которых Cisco, Samsung, «Ренессанс Капитал». Основная специализация Ventra — аутстаффинг, т. е. вывод сотрудников клиента за штат. Они официально оформляются в штат кадрового агентства, но продолжают трудиться на прежнем рабочем месте уже по договору оказания услуг. «Аутстаффинг дает работодателям возможность проявлять гибкость, не меняя штатного расписания», — объясняет Марина Симонова, гендиректор Ventra Employment. По ее словам, услуга востребована: выведение персонала за штат обеспечивает 40% выручки агентства, которая в прошлом году превысила \$9 млн.

В 2002 году Ventra выделилась из HR-отдела московского офиса компании Mirantis (штаб-квартира в Кремниевой долине), занимавшегося в России наймом программистов. Конкуренция среди рекрутинговых агентств была высокой, и в 2004 году Ventra решила сделать упор на аутстаффинге, распространенном в Америке, но мало известном в России.

Для начала Симонова и ее команда провели около 30 презентаций для руководителей и финансовых директоров крупных иностранных компаний, в частности Coca-Cola, Samsung, General Motors. Их нужно было убедить, что и в России такой сервис возможен. На презентациях участникам наливали кофе и свежевыжатый сок — не только чтобы утолить жажду: кофе символизировал традиционный подход, сок — аутстаффинг. Этот трюк, а также более рациональные аргументы сработали. По словам Симоновой, около 20 компаний из списка стали сотрудничать с Ventra.



Марина Симонова берет на себя кадровое делопроизводство клиентов

Фирма также провела серию семинаров «Технологии аутстаффинга в России». «Ventra громко звучала на рынке несколько лет назад», — вспоминает Марина Тарнопольская, управляющий партнер группы компаний «Агентство Контакт».

ФОТО ДМИТРИЯ ТЕНЮКОВОГО ДЛЯ FORBES. ВИЗЖ: НИНЫ ДЖОРДЖИАДЕ