

Скібська К. О.

канд. екон. наук, доцент кафедри управління
персоналом та економіки праці

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені
Вадима Гетьмана»
м. Київ, Україна

ПІДХОДИ ПРИ ВИБОРІ ПОСЛУГ РЕКРУТИНГОВОГО АГЕНТСТВА ДЛЯ КОМПАНІЙ

Перші професійні рекрутингові агентства з'явилися в Україні в 1990 році і кількість їх щорічно змінюється. Оскільки процес створення агенції і вхід у професію рекрутера не вимагає великих фінансових інвестицій і професійної якісної освіти, це сприяє створенню великій кількості агентств на ринку. З іншого боку, надання неякісних послуг, демпінг цін, знецінення праці рекрутера, недостатня рекламна підтримка і невміння вести бізнес на високому конкурентному ринку, веде до швидкого закриття агентств.

Рекрутингове агентство — посередник на ринку праці, організація, що надає послуги роботодавцям з пошуку і підбору персоналу, а також інші супутні послуги. На ринку рекрутингу України можна виділити три основні види агентств: ті, що спеціалізуються на доборі вищого керівного складу і ексклюзивних фахівців (Executive Search Agency); агентства з добору персоналу середнього і нижчого рівнів (Recruiting Agency); спеціалізовані агентства та аутсорсингові агентства (добір масового персоналу).

Також агентства можна розділити за сферою діяльності:

— мережеве агентство — має філіальне покриття, працює в декількох країнах, забезпечує безперебійну роботу над вакансіями, оперативно реагує на будь-які прохання клієнта, так як є ресурси для взаємозамінності персоналу, може залучати команду для виконання проекту, швидко розгортатися і скорочуватися під потреби клієнта, список послуг досить широкий;

— агентство середнього розміру — може мати кілька спеціалізованих відділів або бути універсальним, мати обмеження по завантаженню, бути більше орієнтованим на виконання якихось певних вакансій, за рахунок попереднього досвіду, встановлювати з клієнтом більш індивідуальні відносини;

— агентство-бутік — вузькопрофільне агентство, де працюють фахівці, які знають певну сферу діяльності досконально, можуть надати професійну консультацію, надати зріз ринку кандидатів і компаній.

Компанії звертаються за послугами в рекрутингові агентства у випадках, коли: потрібно підібрати персонал у найкоротші терміни; внутрішній рекрутинговий відділ перевантажений; є необхідність порівняння рівня професійної підготовки між внутрішніми кандидатами і зовнішніми; компанія хоче найняти вузькопрофільного фахівця з конкретних компаній, які не відгукуються на оголошення в інтернет-ресурсах; пошук потрібно вести в інших регіонах чи країнах; пошук на відкриту вакансію конфіденційний і потрібно провести роботу так, щоб співробітник, який займає цю посаду, не дізнався про пошук заміни; недостатній рівень професійної підготовки внутрішнього рекрутера; скорочення витрат тощо.

Компанії критерії вибору агентства складають самостійно, виходячи зі своїх потреб, бюджетів, політики добору персоналу. Критерії вибору агентства наступні: рейтинг рекрутингових компаній; відгуки, які публікують компанії-клієнти, кандидати і колишні співробітники; тривалість роботи агенції на ринку; рекомендації компаній / колег, які мали досвід співпраці з конкретним агентством; кількість і якість опублікованих вакансій від імені даного агентства.

Провівши аналіз вакансій, які знаходяться в роботі у агентстві, компанії мають можливість оцінити якість його роботи, тривалість виконання вакансій по датах публікації і зняття вакансій в архів; рівень вакансій, які переважають у роботі даного агентства. Розділ вартості послуг активним чином впливає на вибір: наскільки агентство гнучке в своєму ціноутворенні, від чого залежить вартість послуг, чим вона обумовлена, які послуги клієнт може отримати за цю ціну. Також умови і строки оплати, наявність штрафних санкцій, додаткових послуг.

Послуги рекрутингових компаній у більшості 80 % оплачуються по факту виходу кандидата на роботу. Таким чином компанія може скористатися послугами рекрутингового агентства без фінансових вкладень, спробувати дану послугу і прийняти для себе рішення по використанню у майбутньому.

Компанія від співпраці з рекрутинговим агентством отримує такі зиски:

- сильних кандидатів, які не перебувають в активному пошуку роботи, і до яких вона не мала доступ без допомоги агентства.

- незалежну оцінку бренду роботодавця, згідно з відгуками кандидатів;

- незалежну оцінку конкурентоспроможності зарплат у компанії;

— сегмент діяльності компаній аналогічної сфери, який допоможе оцінити реальну роль, яку компанія займає на ринку.

Тому такі підходи компаній у виборі послуг рекрутингових агентств сприяють забезпеченню стійкості та конкурентоспроможності бізнес-діяльності.

Література

Цимбалюк С. О. Технології управління персоналом: навч. посібник / С. О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2009. — 213 — 219 с.

Анатолій Колот, Оксана Кравчук. Людина і нова економіка: теоретико-методологічний аналіз взаємодії та домінанти розвитку // Економічна теорія. — 2015. — №1. — С. 5–25.

3. Anatoliy Kolot and Oksana Herasymenko (2017). Market, state and business in coordinates of the new economy. Problems and Perspectives in Management. 2017. 15 (3). 76–97.

4. Kolot, A., Kozmenko, S., Herasymenko, O., & Streimikiene, D. (2020) Development of a decent work institute as a social quality imperative: Lessons for Ukraine. Economics and Sociology. 2020. 13 (2). 70–85.

5. Лукьяненко Д., Колесов В., Колот А., Столярчук Я. и др. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : [монография] / [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.] ; под науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. — К. : КНЭУ, 2013. — С. 466.

УДК 330.341.1

Смалійчук Г. В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені

Вадима Гетьмана»,

м. Київ, Україна

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ РОЗВИТКУ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ

«Нова економіка» як еволюційний етап висуває вищі професійно-кваліфікаційні вимоги до працівників, які, у свою чергу, змінюють структуру їхніх інтересів у контексті посилення моти-