

Исследование российского рынка рекрутинговых услуг в период кризиса

М.В. Киселева

ГОУ ВПО Саратовский государственный социально-экономический университет

Несмотря на кризисное состояние российской экономики, дефицит высококвалифицированных кадров постоянно растет. Регулирующими факторами, позволяющими квалифицированным специалистам переходить в компании с наиболее выгодными условиями труда и возможностями профессионального и карьерного роста, являются рынок и конкуренция. Сегодня компаниям приходится делать выбор: заниматься поиском кадров самостоятельно или воспользоваться услугами рекрутинговых агентств. Однако сейчас все сложнее найти хороших специалистов даже на позиции с типовыми требованиями. Если раньше проблемой был поиск работы, то сегодня – поиск хорошего работника. Поэтому роль рекрутинговых агентств продолжает расти.

Целью данного теоретического исследования являлся анализ изменений, произошедших на российском рынке рекрутинговых услуг под влиянием мирового финансового кризиса.

В результате нами было выявлено следующее. Темп прироста рынка услуг по подбору персонала в России в 2006-2008 годах составил в среднем 20-30% в год и почти достиг уровня \$500 млн. Для сравнения: в 2000 году объем рынка рекрутинга составлял около \$50 млн, а темпы роста – 12-17% в год. К началу 2009 года аналитики прогнозировали, что объем рынка составит около \$530 млн. Однако в результате возникновения кризисной ситуации в российской экономике, объем рынка снизился до отметки в \$ 450 млн (то есть на \$50 млн) (по данным www.apsc.ru).

С началом кризиса компании провели сокращение бюджетов на обучение персонала и внешний рекрутинг, поскольку в условиях дефицита бюджета компаниям приходится экономить именно на развитии, и, как следствие, наблюдалось снижение спроса на услуги и уход с рынка 25% всех рекрутинговых агентств.

Практически все руководители компаний отметили снижение числа проектов на 1/3, уменьшение численности сотрудников компаний. По данным опроса Pynes Group, проводимого в 2009 году, 101 из 139 опрошенных крупных российских и международных компаний, работающих в России, сократили расходы на рекрутмент. При этом 65% компаний ограничили расходы на услуги Executive search агентств, 94% — рекрутинговых агентств и 36% — на рекрутмент своими силами. В среднем стоимость рекрутмента снизилась на 5–8% [1].

Для того чтобы обеспечить существование своих организаций, некоторые агентства пошли на так называемое искусственное падение цен на свои услуги. Однако нельзя согласиться с фактом, что объем заказов увеличился благодаря такой ценовой политике кадровых компаний. По мнению специалистов, реально на рынке только слабые агентства, находящиеся на грани разорения, значительно снижают цены на услуги, тем самым стараясь привлечь клиентов. Более сильные агентства цены снижают незначительно, хотя потери составляли иногда до 50-70 % от прежнего объема работ.

Нельзя не отметить, что увеличилось количество случаев завышения требований заказчика к рекрутерам (когда клиент пытается сбить цену, ставит жесткие сроки и предъявляет завышенные требования к качеству кандидатов).

Многие работодатели оказались не в состоянии оплачивать полный цикл поиска сотрудников, как следствие произошло замещение одних услуг другими. К примеру, если до экономического кризиса был высокий спрос на проведение тренингов, то с момента его начала многие компании отказались от расходов на обучение, а вследствие массовых сокращений персонала самой востребованной услугой стал аутплейсмент.

Также в качестве основных тенденций рынка рекрутинговых услуг можно назвать предоставление корпоративным заказчикам дополнительных видов услуг. Наиболее

¹ Рынок рекрутинга: падение объема заказов // “Ведомости” от 20.03.2009. Url: <http://www.hrm.ru/db/hrm/A6B9C4473FC660E8C325758100611967/vid/article/article.html>

распространенные из них:

- для соискателей
 - подбор резюме, оценка кандидатов, проверка рекомендаций, консультирование соискателя по различным вопросам;
 - трудоустройство за деньги соискателя;
 - кратковременные курсы по повышению квалификации с обещанием помощи в последующем трудоустройстве;
 - индивидуальный тренинг прохождения телефонного интервью;
 - карьерный коучинг;
 - лайф-коучинг.
- для заказчика
 - аутплейсмент (но не всегда в полном объеме);
 - сопровождение нового сотрудника (и бывшего соискателя) в процессе адаптации в течение испытательного срока;
 - обучение сотрудников HR-отдела; подбор временного персонала (в том числе – и на долгосрочные проекты);
 - подбор персонала в регионах;
 - вывод персонала за штат;
 - коучинг для первых лиц;
 - проведение краткосрочного обучения для управленцев компании по какой-либо актуальной тематике.

Что касается типовых вакансий, если до экономического кризиса в структуре трудозатрат рекрутинговых агентств преобладал поиск кандидатов, то в настоящее время преобладает их отбор. Применительно к рекрутингу сложных вакансий такого кардинального изменения не произошло – преобладает поиск подходящих специалистов, который только увеличился с наступлением экономического кризиса, и соответственно сократился отбор. Как выяснилось, среди всех компаний определенным преимуществом обладают Executive search компании. Как отметили специалисты, прирост объем рынка Executive search в 2009 году составил 3%, несмотря на снижение спроса на их услуги.

К сожалению, негативных тенденций на рынке рекрутинговых услуг значительно больше, чем позитивных, однако, при анализе текущей ситуации можно выявить ряд положительных изменений:

1. улучшение качества реализуемых проектов по подбору и обучению персонала,
2. гибкость в вопросе формирования цен,
3. основной контингент на рынке – крупные и устойчивые игроки,
4. приведение зарплатных ожиданий специалистов к адекватному уровню,
5. повышение эффективности труда сотрудников,
6. уменьшение дефицита кадров,
7. оптимизация организационных структур рекрутинговых агентств,
8. выстраивание новых стратегий развития.

В целом же, как мы выявили, основными мерами, принимаемыми рекрутинговыми агентствами для выживания на рынке в условиях кризиса являются снижение цен на подбор кадров и реструктуризация условий сделок. Экономический кризис для рекрутинговых компаний оказался серьезным испытанием, и, как выяснилось, многие оказались неподготовленными к нему. Но в целом для отрасли, это скажется положительно, так как с рынка уйдут слабые и останутся только устойчивые, перспективные компании. Рекрутинг выйдет на новый уровень, будет наблюдаться повышение качества оказываемых услуг, усилится ответственность бизнеса, компании будут нацелены на долгосрочное сотрудничество с клиентами.

Ключевые слова: рекрутинг, экономический кризис