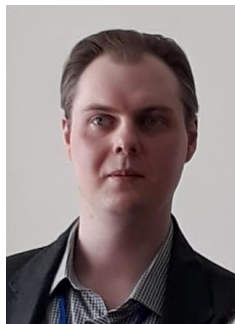


Ссылка для цитирования этой статьи:

Назаров А.В. Состав и структура кадровых агентств Екатеринбурга в 2018 году // Human Progress. 2019. Том 5, Вып. 6. URL: http://progress-human.com/images/2019/Tom5_6/Nazarov.pdf, свободный. DOI 10.34709/IM.156.6

УДК 331.5.07

СОСТАВ И СТРУКТУРА КАДРОВЫХ АГЕНТСТВ ЕКАТЕРИНБУРГА В 2018 ГОДУ



Назаров Александр Вячеславович

Ведущий специалист отдела взаимодействия с работодателями и развития кадрового потенциала ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Магистрант направления управления персоналом

nasarov.aw@yandex.ru

572, ул. 8 Марта /Народной Воли, 62/45
Екатеринбург, Россия, 620144
+7 (343) 257-94-31

Аннотация. Статья содержит исследование предложения на рынке рекрутинговых услуг в крупном городе с численность жителей почти 1,5 миллиона человек. Исследование основано на информации, имеющейся в интернет-пространстве (цифровой информации). Цифровой след является определяющим условием существования организаций в сверхкоммуникативную эпоху, способ не только связи, но и рассказа о собственной профессиональной деятельности для всех, кто в этом заинтересован. Поэтому в исследовании продемонстрированы состав и структура кадровых агентств, присутствующих в Екатеринбурге и осуществляющих деятельность по подбору персонала на его территории, оставивших и формирующих цифровой след в Интернете. Представлена аналитика о структуре рынка по таким срезам, как профили агентств, средства их коммуникации, охват территории, срок закрытия вакансии. Изучалась также динамика рынка, то есть агентства, которые были ликвидированы, и на основе этого рассчитывался показатель «стабильности профиля», характеризующий долю агентств, которые продолжают работать в каждом из секторов рынка. На основе анализа сделаны выводы о специфике участников екатеринбургского рынка рекрутмента – кадровых агентств, а также их движении в цифровом пространстве.

Ключевые слова: кадровые агентства; рекрутинговая информация в интернет; региональная специфика рекрутинга; Екатеринбург; профили рекрутинговых агентств.

JEL коды: J 01, J 21, J 54.

Введение

Интернет – величайшая сеть знаний, делающая информацию доступной, как никогда ранее. И потому цифровой след (собственный сайт, страницы в социальных сетях, номера телефонов и, конечно же, название, связанное с ними либо упоминающееся в справочниках и каталогах) становится для организаций определяющим условием существования, подтверждения собственной профессиональной деятельности, способом установить связь со всеми, кто в этом заинтересован.

При этом информация, касающаяся рекрутинга, нигде более не аккумулируется, компаниям не нужно проходить какую-либо особую регистрацию, получать лицензию на такой вид деятельности, поэтому достоверную статистическую информацию о количестве и структуре рекрутинговых агентств получить сложно. Такая информация иногда становится объектом исследования ученых, так, в последние годы изучался рынок рекрутинговых услуг в Омском регионе [1], Республике Бурятия [2] [3], городах Екатеринбург [4] и Челябинск [5].

В подборе персонала, однако, важна не только широта коммуникаций, но также их скорость и доступность – экономичность – установления контакта с потребителями, заказчиками услуг [6], а потому особый интерес представляют степень, области и формы присутствия организаций на интернет-территории, что и являлось целью данной статьи.

Кроме того, подбор персонала сам по себе – крайне динамичный вид деятельности, и хотя исследования в городе уже проводились ранее другими авторами [7], представляется значимым как минимум ежегодная актуализация знания о состоянии и предпочтениях как минимум одного лагеря участников этого рынка.

1.Метод исследования

Методика исследования основывалась на аккумуляции информации с использованием такого метода, как анализ эмпирических данных.

Данный материал опирается на собранную автором базу кадровых агентств (и их аналогов), осуществляющих либо когда-то осуществлявших деятельность в Екатеринбурге независимо от регистрации и к данному моменту оставивших о своей деятельности цифровой след: сведения в ЕГРЮЛ, собственный интернет-сайт, страницы в социальных сетях, номера телефонов и, конечно же, название, связанное с ними либо упоминающееся в онлайн-справочниках и каталогах¹.

¹ Поисковая выдача Yandex.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://yandex.ru>
Сайт Ассоциации рекрутинговых агентств Урала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://arau.su>
Сайт медиа «Деловой квартал» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ekb.dk.ru>

Выполнение запроса в базе ЕГРЮЛ об индивидуальных предпринимателях, также действующих в рамках кода ОКВЭД 78 «Деятельность по трудоустройству и подбору персонала»², требует знания конкретных ФИО либо ОГРНИП/ИНН, а потому запрос по ним не производился; в выборке присутствует лишь пара известных автору ИП, что, признаём, вносит погрешность в результаты исследования, однако оценивается она для анализа структуры как малозначительная. Кроме того, одной из целей исследования и была проверка доступности «выхода» на участников рынка рекрутмента, их поиска.

Структурировался основной массив сведений в составленной автором сводной таблице в программе Excel 2007³.

Всего в выборку попали 150 организаций, из которых лишь 78 (т.е. 52%) определены как действующие на момент сбора информации.

2. Профили агентств

Агентства для целей нашего исследования распределены по таким профилям работы, как начало карьеры, массовый подбор, промышленно-производственный персонал, персонал для мерчендайзинга, персонал для общепита, домашний персонал, ИТ-рекрутмент, среднее и высшее звено. И, конечно же, есть «всеядные» организации, работающие по всему спектру.

«Полноспектровые» – это, конечно, и крупные организации, всероссийские и международные кадровые холдинги вроде Ancor, Adecco, Kelly, IBC, ManpowerGroup и других, но также это и городские предприятия, так и не ушедшие в «специализацию». Всего среди активных обнаружена 41 такая фирма, т.е. они составляют практически 53% номенклатуры рынка.

Сайт «Жёлтые страницы Уральского федерального округа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ufo.spr.ru>

Сайт «Информация о юридических лицах и ИП» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rusprofile.ru>

Сайт «Кадровые агентства России, список рекрутинговых компаний 2018 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://person-agency.ru>

Сайт «Россия Каталог-справочник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bizss.ru>

Сайт «Справочник организаций Екатеринбурга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ek-biz.ru>

Сайт «Справочник организаций Москвы, России и СНГ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://orgpage.ru>

Сайт «Удобный выбор ресторанов, медицинских центров, спа-салонов, фитнес-клубов и других услуг в Екатеринбурге» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ekb.zoon.ru>

Сайт «Catalogy Екатеринбург – каталог фирм и организаций» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ekaterinburg.catalogy.ru>

«Сайт товаров и услуг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://blizko.ru>

Собственные интернет-страницы организаций, идентифицированных как кадровые агентства.

² Сведения о государственной регистрации юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://egrul.nalog.ru>

³ Сводная таблица «Анализ кадровых агентств Екатеринбурга в 2018 г.xls» [Электронный ресурс].

Суммарно же в разные моменты «истории» присутствуют 47 организаций, т.е. в числе активных сейчас – 87% от общего их числа. Это в определённой степени позволяет нам сказать, что широкий охват стабильность, снижает риск «провала», помогает удержаться на плаву.

Для дальнейшей ретроспективы мы введём понятие «стабильности профиля», и его показатель – весьма и весьма условный – будем понимать как процентное отношение активных в своём профиле организаций к общему их зафиксированному числу, чем ближе к 100%, тем лучше; поскольку у очень многих не доживших до наших дней организаций отсутствует информация о характере работы, этот показатель следует считать «верхней планкой».

Выстроить начало карьеры и определиться с будущим помогут местная «Метрополис» и всероссийская «Работа – это проСТО», т.е. 2,6% от общего числа компаний. Ранее к ним относилась ещё одна, однако она была поглощена и сменила профиль. Иными словами, очень условно здесь стабильность профиля можно было бы оценить в 66%.

Таким же количеством представлен и региональный ИТ-рекрутмент в чистом виде, притом фирмами с говорящими названиями «ИТ Atlas» и «ИТ-People». И здесь похожая ситуация с «прошлым»: также канула в Лету одна организация. Впрочем, это ещё довольно свежая ниша рынка, всё у неё впереди.

Массовым подбором занимаются 5% компаний, они же – «New-staff», «Национальный центр занятости», «Страна вакансий» и «ЮКОН-staff». Ранее к ним относилась и фирма «Фарватер». Т.е. здесь стабильность профиля оценивается в 80%.

На подборе и предоставлении промышленно-производственного персонала специализируются 9% компаний, в числе которых «ASTRA», «Алькор персонал», «ЕТП-Урал», «Кадровик», «Персонал Про», «ПромСила» и «РосБизнесРесурс». Ранее к их числу принадлежало и специализированное кадровое агентство «Строительные кадры». Таким образом, стабильность профиля можно оценить в 88%, что довольно логично для региона с производственной историей и пытающегося пройти реиндустриализацию. Также это свидетельствует о качестве и надёжности таких фирм как бизнес-партнёров с точки зрения промышленности.

Сфера мерчандайзинга интересует компанию «Matrix», а общественного питания – «Маэстро», представляющих по 1% субвыборки.

Подбор и предоставление домашнего персонала – особая зона доверия и ответственности [8], но на него определённо существует спрос, а потому 13% кадровых агентств специализируются именно на нём. Это «Азбука успеха», «АИСТ», «АКВА», «Арина

Родионовна», «Бюро домашних услуг», «Домашний ангел», «Домашний персонал», «Золушка», «Луч милосердия», «Шармэль». Как можно заметить, та самая атмосфера доверия, узнавания, хлопот и уюта закладывается уже в сами названия компаний. Помимо этих десяти агентств существовали ещё четыре, так что стабильность данного профиля можно оценить в 71%.

Наконец, сфокусированы на поиске среднего и высшего управленческого звена также 13% организаций. По поводу реальности функционирования некоторых из них есть определённые вопросы, однако нет и подтверждений обратного. Тем не менее это «Brainpower Ural», «Human Resource», «RIGHT JOB», «Апрайт», «Карьера», «Резюме-центр», «Референт», «ТИРС» (вообще-то компания челябинская, но руководителей подбирают и в Екатеринбурге), «Урал-кадры», а также ИП Антосин О.В. Были ещё две компании, что даёт нам 83%-ую стабильность профиля.

3. Средства коммуникации агентств

Телефон «исторически» был и остаётся основным средством коммуникации между кадровым агентством, соискателями и работодателями (помимо личных встреч, конечно). Поэтому неудивительно, что даже от ушедших компаний если что и осталось, так это название и номер телефона.

Его можно обнаружить у 128 фирм из 150, т.е. у 85%. Среди активных компаний – у 75 из 78, т.е. у 96%.

В случае Pruffi понятно, что ими принципиально и даже концептуально отброшен этот вид связи. Но вот в случае специализирующегося на подборе топ-менеджеров (якобы) «Резюме-центра» и «HR-агентства „Верфь”» (которое на HH.ru до сих пор ведёт одну вакансию) это выглядит странновато.

Среди активных и указавших телефонный номер он активен и используем у 99% компаний (не до всех удалось дозвониться и дождаться ответа, конечно, по причине узкого диапазона доступного времени, однако все абоненты по крайней мере обслуживаются, а сама линия – временами занята), исключение – «Практик-центр».

Наличие или отсутствие сайта – не менее важный для современных компаний маркер. В ходе изучения сайтов кадровых агентств обнаружены следующие подходы к их содержанию:

- сайт-визитка с общей информацией об агентстве, предоставляемых услугах и контактными данными (включая привязанную к сайту электронную почту);

- сайт, содержащий предыдущее, но подробнее описывающий команду агентства, её опыт и клиентов, а также скорее всего и функцию «быстрого обратного звонка»;

- сайт, который может содержать всё перечисленное, а помимо этого – каталог доступных вакансий;

- как вариант – ленту новостей и событий, интересных агентству либо проводимых им;

- либо и то, и другое;

- сайт с отдельным доступом для клиентов.

Варианты перечислены в порядке убывания (довольно стремительного). Ивент-составляющая обычно появляется только у крупных агентств, поскольку они же и выступают партнёрами либо организаторами мероприятий, а каталог вакансий (в одном случае – и резюме) скорее характерен для сайтов компаний, созданных ещё до распространения джоб-сайтов. К сожалению, с ходу определить актуальность таких вакансий нет возможности (кроме как сделать заявку на рассмотрение собственной кандидатуры), и здесь мы подходим к важному моменту обновляемости сайтов.

Для нас критерием обновляемости было наличие активности (присутствие каких-либо изменений) с 1 января 2018 г.

Простые сайты-визитки удобны тем, что актуализировать информацию можно постольку-поскольку, и если сайт изначально был выполнен качественно и до сих пор смотрится уверенно и располагает к себе, то затраты на его содержание минимальны.

С чуть более сложными системами всё уже сложнее. Предлагаем рассмотреть это в разрезе профилей агентств.

Среди 41-го «полноспектрового» агентства сайт не только имеется, но и обновляется у 34-х, т.е. инструментом предоставления актуальной информации и точкой первого (а потому и важного) контакта его для себя определяют 83% таких агентств.

Из двух агентств, помогающих начать карьеру, у одного сайт не обновлялся с прошлого года, у другого – обновляется постоянно, лучше даже сказать, что динамично.

ИТ-рекрутменту сайты нужны, поэтому обновляются у обоих агентств.

Массовый подбор тоже в целом заинтересован в подобном представительстве (или по сути даже не они, а клиентам, которым важно, чтобы агентство соответствовало ощущению «серьёзности», «постоянности присутствия»), а потому сайты есть у всех, а обновления наблюдаются у 75% из них.

Агентства по поиску и предоставлению промышленно-производственного персонала особое значение уделяют управлению собственной репутацией и внушительностью

достижений, поэтому сайты хоть и не очень часто, но всё же имеются и обновляются у 100% участников.

Мерчандайзинговому агентству сайт также пригоняется, а потому обновляется.

А вот рекрутмент-составляющая сайта компании «Маэстро» не обновлялась с прошлого года.

У большинства агентств, специализирующихся на подборе домашнего персонала, бюджеты маленькие, поэтому что-то затратнее «визитки» редко себе позволяют, но кое-кто попробовал превратить собственные сайты в профильные биржи труда, что уже точно требует постоянного мониторинга. Так или иначе, сайт есть у 9 из 10 фирм, а из этих 9 обновляется у 6, т.е. у 67%.

Наконец, все агентства, ориентирующиеся на среднее и высшее звено, располагают сайтами, но считают необходимыми заниматься ими менее 56%.

Итого сайты обновляются у 59 организаций, или почти 76%.

Ещё один тип присутствия в интернете – социальные сети. Три «столпа» – Вконтакте, Facebook и LinkedIn. Посещение последнего напрямую с российских IP-адресов уже довольно значительное время невозможно, однако агентства не торопятся убирать соответствующие ссылки и «иконки» перехода.

«Исторически» социальные сети успели попробовать 39 агентств, или 26% от всех. Среди действующих на данный момент агентств, страницами в социальных сетях обзавелись 32, или 41%. И в целом нельзя сказать, чтобы социальные сети для рекрутинговых агентств успели стать самостоятельными сообществами и центрами собственной какой-то жизни и активности.

Частая картина: несколько тысяч подписчиков, практически никак не взаимодействующих с постами в ленте (количество лайков и репостов довольно низкое, но на своём уровне ожидаемое), само содержание ленты – дублирование информации о вакансиях (с джоб-сайтов или собственных сайтов с соответствующими ссылками) и о мероприятиях (вот это чаще и становится оригинальным контентом).

И всё же нельзя сказать, что это не устраивает рекрутеров, они не теряют надежды и не оставляют попыток улучшить ситуацию, а потому обновляют и дополняют содержание, вносят новые записи 87,5% агентств. Впрочем, это может быть и автоматическая трансляция, когда-то настроенная при создании сайта.

Хоть и завели страницы, но не проявляют о них заботы два агентства по поиску среднего и высшего звена, а также опять-таки «Маэстро» и, как ни странно, «Робот-

Рекрутер» (якобы автоматизировали процесс подбора, но не считают, что есть, что рассказывать об эффективности и успехах этой системы).

4. Охват территории

От цифровой территории мы наконец можем перейти и к географической.

По степени охвата нами выбраны такие уровни, как Екатеринбург, региональный, межрегиональный, всероссийский и международный.

Однако здесь есть два момента. Во-первых, довольно неточна граница между межрегиональным и всероссийским уровнями (у «всероссийскости» наверняка есть нижний порог, но его определение – открытый вопрос). Во-вторых, У большинства не доживших до написания данного отчёта агентств по умолчанию как уровень выставлен Екатеринбург, поскольку юридически они точно были зарегистрированы в столице Урала, но уже невозможно установить, выбирались ли они за пределы города или хотя бы дальше Первоуральска.

Поэтому, конечно же, «исторически» условным «уровнем-лидером» становится Екатеринбург с 87 агентствами, составляющими 58% от общего числа. На региональном рынке оперировали 20 агентств, или 13%, на межрегиональном – 8 фирм, представляющих 5%, компаний всероссийского масштаба было 27, т.е. 18%, а международного – 8, или чуть больше 5%.

Ввиду двух указанных выше моментов пропорции несколько меняются для действующих агентств. Для большего удобства и экономии места абсолютные и относительные показатели по уровням будут сведены в таблицы.

Если изучать только действующие в Екатеринбурге, то можно обнаружить 25 фирм, т.е. 32% участников рынка, по профилям цифры представлены в таблице 1:

Табл.1: Численность и процент кадровых агентств по профилям в Екатеринбурге⁴

№	Профиль	Численность	% в группе	% от всех активных
1	Весь спектр	9	36	12
2	Начало карьеры	1	4	1
3	ИТ-рекрутмент	-	-	-
4	Массовый подбор	-	-	-
5	ПП-персонал	2	8	3
6	Мерчендайзинг	-	-	-
7	Персонал общепита	1	4	1
8	Домашний персонал	8	32	10
9	Среднее и высшее звено	4	16	5

⁴ Составлено автором по результатам собственного исследования

Иными словами, на внутригородской цикл ориентированы предприятия полного спектра (хотя вернее было бы сказать, что они хватаются за любую возможность, ведь зачем себя ограничивать) и работающие с домашним персоналом. Для последних это естественно, поскольку здесь важна логистическая составляющая: няни для детей и обслуживающий персонал для пожилых и больных должны иметь возможность добираться до подопечных во вменяемые временные рамки, если временное проживание в семье (в квартире) не включено в условия их работы.

Если рассматривать фирмы, оперирующие на региональном уровне, то их сохранилось 16, т.е. они составляют 20,5% от общего числа, и данные по ним представлены в таблице 2:

Табл.2: Численность и процент кадровых региональных агентств по профилям⁵

№	Профиль	Численность	% в группе	% от всех активных
1	Весь спектр	8	50	10
2	Начало карьеры	1	6	1
3	ИТ-рекрутмент	-	-	-
4	Массовый подбор	-	-	-
5	ПП-персонал	3	19	4
6	Мерчендайзинг	-	-	-
7	Персонал общепита	-	-	-
8	Домашний персонал	2	13	3
9	Среднее и высшее звено	2	13	3

Потребность во временном промышленно-производственном персонале заставляет выходить на региональный рынок (да и непосредственно в Екатеринбурге производств осталось не так уж чтобы много) и перебрасывать ресурсы из одного города в другой, а подбор высококвалифицированных рабочих и инженеров также удобнее осуществлять, зная о потенциале всего региона.

Если обращаться к фирмам, которые позиционируют себя как межрегиональные, то их обнаружится всего 5, т.е. 6,4% от общего числа, а данные по ним представлены в таблице 3:

Табл.3: Численность и процент кадровых межрегиональных агентств по профилям⁶

№	Профиль	Численность	% в группе	% от всех активных
1	Весь спектр	3	60	4
2	Начало карьеры	-	-	-
3	ИТ-рекрутмент	-	-	-
4	Массовый подбор	2	40	3
5	ПП-персонал	-	-	-
6	Мерчендайзинг	-	-	-
7	Персонал общепита	-	-	-
8	Домашний персонал	-	-	-
9	Среднее и высшее звено	-	-	-

⁵ Составлено автором по результатам собственного исследования

⁶ Составлено автором по результатам собственного исследования

Любопытно, что агентства, специализирующиеся на массовом подборе, начинают проявляться только на этом уровне.

Если исследовать компании всероссийского уровня, то окажется, что эта группа по численности на данный момент практически не уступает екатеринбургской, представлена также 24-ю именами, отражающими 30,8% активных участников, и по имеет разбивку по профилям, представленную в таблице 4:

Табл.4: Численность и процент кадровых всероссийских агентств по профилям⁷

№	Профиль	Численность	% в группе	% от всех активных
1	Весь спектр	14	58	18
2	Начало карьеры	-	-	-
3	ИТ-рекрутмент	2	8	3
4	Массовый подбор	2	8	3
5	ПП-персонал	2	8	3
6	Мерчендайзинг	1	4	1
7	Персонал общепита	-	-	-
8	Домашний персонал	-	-	-
9	Среднее и высшее звено	3	13	4

В ИТ-среде часто любят говорить, что в ИТ никаких границ нет [9], поэтому неудивительно, что соответствующие агентства не придают большого значения административно-территориальному делению.

Массовый подбор и подбор промышленно-производственного персонала выходят на всероссийский рынок соразмерно развитию федеральных сетей (ритейл) и корпораций федерального же уровня, так что здесь всё закономерно.

Кандидатов на руководящие позиции [10] также имеет смысл искать, обладая базой знаний о всероссийском опыте (и возможности сравнения эффективности менеджеров) и приглашая кандидатов из других регионов.

Наконец, у нас есть – и нигде не исчезли с рынка – международные кадровые агентства [11] [12] числом в 8 штук, т.е. чуть больше 10% участников, и в большинстве своём это компании полного спектра, что можно увидеть в таблице 5, Что вполне понятно и объяснимо накопленным опытом практики таких организаций.

5.Срок заполнения вакансии

Последнее, что нам осталось сделать – посмотреть, какие сроки компании ставят по поиску и предоставлению кандидатов. И здесь мы точно будем рассматривать только активных участников рынка.

⁷ Составлено автором по результатам собственного исследования

Табл.5: Численность и процент кадровых всероссийских агентств по профилям⁸

№	Профиль	Численность	% в группе	% от всех активных
1	Весь спектр	8	88	9
2	Начало карьеры	-	-	-
3	ИТ-рекрутмент	-	-	-
4	Массовый подбор	-	-	-
5	ПП-персонал	-	-	-
6	Мерчендайзинг	-	-	-
7	Персонал общепита	-	-	-
8	Домашний персонал	-	-	-
9	Среднее и высшее звено	1		1

Самый распространённый вариант – индивидуально, его предлагает 61 компания из 78, т.е., чудеса чисел, 78% из них, однако справедливости ради следовало бы сказать, что на практике подразумевается срок ближе к трём неделям.

Открыто же заявляют о сроках в две недели и до месяца суммарно 4 компании, т.е. 5% агентств. Две из них екатеринбургские и по одной региональной и межрегиональной. По профилю половина из них – «полные», оставшиеся две специализируются, соответственно, на персонале общепита и руководителях. Последнее несколько необычно, но ответ может быть в том, что фирме ближе среднее звено, а не высшее.

Найти кандидатов срок от трёх дней могут два агентства, т.е. 2,6% от общего количества, оба екатеринбургские, так что, похоже, они, как считают, нашли баланс между размером базы кандидатов и её качеством.

Обещают предоставить анкеты нужных людей на следующий день, а то и в течение одного рабочего дня, соответственно, 5 и 2 агентства, представляющих по 6,4% и 2,6%. Больше половины из них – всероссийские. По профилям же одно из них – агентство ИТ-рекрутмента, три – агентства полного спектра, и оставшиеся три сосредоточены на промышленно-производственном персонале.

Однако в отношении последних есть нюанс: да, агентства работают быстро, но, судя по отзывам работников о них, достигается это, помимо прочего, и тем, что многих соискателей и временных работников «томят» ожиданием, возможность поработать предоставляется реже, чем хотелось бы, а потому и соглашаются они на неё, на любой подходящий шанс, быстрее. Впрочем, помимо этого, систематических претензий к агентствам не наблюдается, технические, социальные и экономические обязательства ими выполняются.

⁸ Составлено автором по результатам собственного исследования

Выводы и заключение

В процессе исследования сведений о кадровых агентствах, осуществляющих подбор персонала в Екатеринбурге, нами были обнаружены следы существования ста пятидесяти агентств. К моменту написания данного отчёта из них определены как действующие только семьдесят восемь, т.е. 52%.

Агентства мы разделили по профилям (специализации), территориальному присутствию, заявленной скорости работы, а также «проникновению» в интернет.

Выявлено, что 53% действующих организаций – агентства полного спектра, осуществляющие подбор кандидатов на любые позиции. По 13% агентств – делят по численности второе место – занимаются подбором домашнего персонала и руководителей среднего и высшего звена, что также даёт определённую характеристику екатеринбургскому рынку труда.

Реже всего «прогорают» агентства, фокусирующиеся на подборе промышленно-производственного персонала, однако попытка охватить весь спектр также уравнивает риски.

При изучении способов связи выявлено, что телефон существует и используется у 96% действующих агентств. Сайты при этом также есть практически у всех компаний, однако четверть из них не занимаются его обновлением. В то же время 41% фирм шагнули дальше и пробуют наладить контакт с аудиторией через социальные сети, при этом уже у 87,5% из них на страницах появляются новые записи.

При рассмотрении масштабов организаций оказалось, что 18% из числа действующих – всероссийские кадровые агентства полного спектра. На втором и третьем местах – такие же, но, соответственно, екатеринбургские и региональные.

По скорости работы агентств значения условны, всё индивидуально, однако 6,4% агентств в принципе готовы выслать набор резюме уже на следующий день и прямо об этом заявляют, как о конкурентном преимуществе.

Литература

1. Лунева, Е.А.; Реброва, Н.П. Анализ рынка рекрутинговых услуг на примере Омского региона // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2009. № 3 (31). С. 155-160.
2. Балханов, А.М. Услуги кадровых агентств на региональном рынке труда // Российское предпринимательство, 2011, № 9(2). С.: 153-157.

3. Кутумов, А.С. Анализ рынка рекрутинговых услуг Республики Бурятия // *Colloquium-journal*. 2019. № 26-9 (50). С. 91-93.
4. Безруких, А.П.; Кулькова, И.А.; Роменская, Н.П. Исследование состояния рекрутингового бизнеса на территории города Екатеринбурга / В сборнике: Теоретические и практические вопросы науки XXI века. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. С. 60-65.
5. Богомолова, К.Н.; Виноградова, Т.А. Анализ состояния рынка рекрутинговых услуг в г.Челябинске / В сборнике: Интеграция теории и практики ресурсосбережения в социальной сфере Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. 2015. С. 75-80.
6. Szabo, F.E. Recruiting Agencies. / В книге: *Actuaries' Survival Guide: How to Succeed in One of the Most Desirable Professions*, 2nd edition. 2013. С.: 247-251.
7. Кулькова, И.А.; Безруких, А.П. Анализ развития рекрутинговых услуг в городе Екатеринбурге // *Экономика труда*. 2015. Том 2. № 2. С. 97-110.
8. Pote, S. May I recruit through your agency? Considerations for researchers of spousal caregivers // *Educational Gerontology*. 2016, Том 42, Вып. 10. С.: 729-738.
9. Schiermeier, Q. Germany's research agencies open up recruiting practices // *NATURE*, 1999, Том 402, Вып. 6763. С. 710-710.
10. Sunoo, B.P. Innovation - HR scouts recruit, develop, and retain talent at PR agency // *WorkForce*. 2001, Том 80, Вып. 3. С.: 46-47.
11. Kang, H.; Shen, J. International recruitment and selection practices of South Korean multinationals in China // *International Journal of Human Resources Management*, 2013, Том 24, Вып. 17, Номер статьи: 3325-3342. doi:10.1080/09585192.2013.770777.
12. Kovacheva, S.; Popivanov, B.; Burcea, M. (Self-)Reflecting on International Recruitment: Views on the Role of Recruiting Agencies in Bulgaria and Romania // *Social Inclusion*. 2019. Том 7, Вып. 4. С.: 330-340.

THE STRUCTURE OF RECRUITING AGENCIES IN YEKATERINBURG IN 2018

Alexander V. Nazarov

Leading Specialist of the Department for Interaction with Employers
and Human Resource Development
Ural State University of Economics
Yekaterinburg, Russia

Abstract. The article contains a study of recruiting services supply in a megacity with a population of almost 1.5 million people. The study is based on information available on the Internet (digital information). The digital footprint is the determining condition for the organizations' existence in the super-communicative era, a way of not only to communicate, but also to tell about their own professional activities for everyone who is interested in. Therefore, the study demonstrates the composition and structure of recruitment agencies present in Yekaterinburg and engaged in the staff selection, who left a digital footprint on the Internet. Analytics of the market structure by such sections as agency profiles, means of their communication, territory coverage, and the term of selection process are presented. The market dynamic was also studied, that is, the agencies that were liquidated, and the "profile stability" indicator was calculated based on it, which characterizes the share of agencies that continue to work in each of the market sectors. On the basis of the analysis, conclusions are drawn about the participants (recruitment agencies) specifics in the Yekaterinburg recruitment market, as well as their movement in the digital space.

Key words: recruitment agencies; recruiting information on the Internet; regional specifics of recruiting; Ekaterinburg; recruiting agencies profiles.

JEL code: J 01, J 21, J 54.

References

1. Luneva, E.A.; Rebrova, N.P. Analysis of the recruiting services market on the example of the Omsk region // Bulletin of the Belgorod University of Consumer Cooperatives. 2009. No. 3 (31). P.: 155-160.
2. Balkhanov, A.M. Services of recruitment agencies in the regional labor market // Russian Entrepreneurship, 2011, No. 9(2). P.: 153-157.
3. Kutumov, A.S. Analysis of the market for recruiting services in the Republic of Buryatia // Colloquium-journal. 2019. No 26-9 (50). P.: 91-93.
4. Bezrukikh, A.P.; Kulkova, I.A.; Romenskaya, N.P. A study of the state of recruiting business in the city of Yekaterinburg / In collection: Theoretical and practical questions of science of the 21st century. Collection of articles of the International scientific-practical conference. 2015. P.: 60-65.
5. Bogomolova, K.N.; Vinogradova, T.A. Analysis of the state of the recruiting services market in Chelyabinsk / In: Integration of the theory and practice of resource saving in the social sphere Collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference. 2015. P.: 75-80.
6. Szabo, F.E. Recruiting Agencies. / In: Actuaries' Survival Guide: How to Succeed in One of the Most Desirable Professions, 2nd edition. 2013. P.: 247-251.
7. Kulkova, I.A.; Bezrukikh, A.P. Analysis of the recruiting services development in Yekaterinburg city // Labor Economics. 2015. Vol. 2. No. 2. P.: 97-110.

8. Pote, S. May I recruit through your agency? Considerations for researchers of spousal caregivers // *Educational Gerontology*. 2016, Vol. 42, Issue 10. P.: 729-738.
9. Schiermeier, Q. Germany's research agencies open up recruiting practices // *NATURE*, 1999, Vol. 402, Issue 6763. P.: 710-710.
10. Sunoo, B.P. Innovation - HR scouts recruit, develop, and retain talent at PR agency // *WorkForce*. 2001, Vol. 80, Issue 3. P.: 46-47.
11. Kang, H.; Shen, J. International recruitment and selection practices of South Korean multinationals in China // *International Journal of Human Resources Management*, 2013, Vol. 24, Issue 17, Article number: 3325-3342. doi:10.1080/09585192.2013.770777.
12. Kovacheva, S.; Popivanov, B.; Burcea, M. (Self-)Reflecting on International Recruitment: Views on the Role of Recruiting Agencies in Bulgaria and Romania // *Social Inclusion*. 2019. Vol. 7, Issue 4. P.: 330-340.

Contact

Alexander V. Nazarov

Ural State University of Economics

62, 8th of March Str., Yekaterinburg, 620144, Russia

nasarow.aw@yandex.ru