

УДК 331.108.2

Е.В.Томашевская (4 курс, каф. политэкономии), Л.А.Зверева, к.э.н., доц.

СОЗДАНИЕ РЕКРУТИНГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

И ПЛАНИРОВАНИЕ ЕЕ РАЗВИТИЯ

В последние годы рекрутинговый бизнес в России стал одним из самых популярных видов предпринимательства. Каждый год в стране открывается большое количество предприятий в этой отрасли. Рынок кадровых услуг все более расширяется. Общая выручка рекрутинговых организаций за 2003 год составила 100 миллионов долларов. Ещё более благоприятен прогноз на ближайшее десятилетие. По оценке специалистов общий доход рекрутинговых компаний Российской Федерации и стран ближнего зарубежья составит миллиард долларов [1].

Что же нужно для того, чтобы стать рекрутером и открыть собственное дело в этой сфере? Здесь очень важны личные качества будущего владельца компании – интуиция, умение общаться, профессионализм в работе с персоналом, знание рынка, умение вести переговоры с заказчиками и соискателями – если он будет заниматься заказами. Если владелец компании лишь управленец, то он должен обладать качествами хорошего организатора и руководителя.

Обладая вышеперечисленными характеристиками, вполне можно попытаться создать собственное кадровое агентство.

Запуск бизнеса как такового может стоить совсем немного. Затраты на агентство могут составить в регионе от 7 до 30 тысяч долларов, в Москве же эти цифры возрастают от 50 тысяч долларов до 500 тысяч соответственно [2]. В любом случае, по сравнению с другими видами бизнеса, открытие кадрового агентства довольно дешево. Лицензирование отменено. Объем первоначальных вложений варьируется в зависимости от различных факторов и особенностей данной конкретной организации.

Одной из самых сложных задач при открытии собственной рекрутинговой организации является поиск и подбор персонала в само агентство. Очень часто в рекрутинговые организации набирают специалистов с дипломом по психологии. Но на данный момент эта тенденция снижается, а в будущем, мы полагаем, психологическое образование будет лишь дополнительным преимуществом кандидатов в рекрутеры. Авторский опрос показывает, что 83 % будущих специалистов по работе с персоналом не считают психологическое образование обязательным. Данное анкетирование было проведено среди 100 студентов Санкт-Петербургских ВУЗов, которые хотят работать или уже работают HR-менеджерами или рекрутерами.

В рекрутинговые организации набирают специалистов различного профиля. Сейчас в России обучиться искусству рекрутинга можно лишь на тренингах кадровых организаций и на практике. Как говорит один из известнейших в России рекрутеров Валерий Поляков: «редко кто, выбирая будущую профессию, думает о работе рекрутера, это приходит потом, когда человек уже добивается определенного успеха в своей сфере. Наша задача – представить рекрутмент как возможную работу в самом начале жизненного пути. Если нам удастся пропаганда своей специальности, тогда появится база для подготовки необходимого нам персонала» [3]. В рекрутинговых фирмах работает разнообразный персонал, иногда

компании отбирают работников с какой-либо конкретной специальностью, так как многие агентства имеют узкое или ограниченное поле действия.

Больше шансов имеют рекрутинговые организации, выбирающие для себя на рынке определенную специализацию. Это позволяет компаниям стать более конкурентоспособными, так как персонал рекрутингового агентства подобран со знаниями в этой области. Видя знание рекрутера о рассматриваемом сегменте рынка, клиент с гораздо большим удовольствием с ними сотрудничает. Практика многих существующих в России рекрутинговых компаний подтверждает, что выбор конкретной специализации подбираемого для заказчиков персонала позволяет добиться наибольшего успеха (в Санкт-Петербурге – «Гермес», «Тритон», «Неостафф» и др.). Лучше будет, если этот выбор осуществится именно на этапе зарождения компании и создания бизнес – плана. Как уже было сказано, это связано с тем, что при выборе специализации нужен соответствующий подбор персонала. Допустим, если компания осуществляет набор персонала для компаний, работающих в банковском бизнесе, то и рекрутеры потребуются соответствующие. Только при знании ими области работы может быть осуществлена грамотная оценка кандидатов.

При создании рекрутингового агентства немаловажно учитывать затраты и усилия, которые необходимы будут для создания информационных ресурсов компании. Структура такой базы для дальнейшей работы включает в себя и поиск, и выбор оптимальных технологий работы с персоналом и заказчиками.

Большое значение при организации собственного бизнеса на кадровом рынке имеет значение правильная маркетинговая опора. Для «раскручивания» рекрутинговой компании требуется проведение правильных рекламных кампаний. Огромную роль играют отзывы клиентов, поэтому по-настоящему профессиональные рекрутеры строго соблюдают этические правила в отношениях с партнерами, конкурентами, заказчиками.

Для привлечения клиентов необходима определенная ценовая политика. Сюда включается наличие и размер предоплаты, размер гонорара за выполненный заказ и все, что касается финансовых отношений с заказчиком.

Подводя итог, можно сказать, что рекрутинговый бизнес – интересное и непростое дело. Но тот, кто решится на организацию собственной кадровой организации, будет сполна вознагражден, так как при правильном подходе к планированию и организации деятельности фирмы, не только, впрочем, рекрутинговой, предприятие имеет гораздо больше шансов на успех.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Кадровое агентство «Триза-С». <http://hippo.ru/~triza/spra.html>
2. <http://offline.business-magazine.ru/2003/14/23515/>
3. Б.Э. Бородянский «Кадровые агентства»//Сити Экспресс, № 11 (16), 2001г., стр. 2.