

Уразаев Р.А.<sup>1</sup>, Афанасьева К.Е.<sup>2</sup>, Нерсиян Л.С.<sup>3</sup>©

<sup>1</sup>Старший преподаватель, кафедра экономической теории и менеджмента;

<sup>2,3</sup>студент экономико-математического факультета.

Нефтекамский филиал Башкирского государственного университета

## ОСОБЕННОСТИ И КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ХЭДХАНТИНГА В РОССИИ

### *Аннотация*

*В статье исследуются состояние и перспективы развития хэдхантинга, HR-брендинга как современных инструментов управления персоналом и формирования кадрового потенциала, а также анализируются некоторые их количественные параметры.*

**Ключевые слова:** управление персоналом, подбор персонала, рекрутинг.

**Keywords:** personnel Management, recruitment.

Современный менеджмент к числу главнейших факторов развития компании относит персонал с его количественными и качественными характеристиками. Поэтому, в условиях жесткой конкуренции особое внимание необходимо уделять не только сложившейся структуре персонала организации, но и его постоянному развитию в соответствие с усложняющимися задачами бизнеса. Речь идет о непрерывном процессе обучения персонала, создании эффективного кадрового резерва с учетом долгосрочного планирования в организации, а также обеспечением более высокого, чем у конкурентов квалификационного уровня персонала, в том числе путем переманивания нужных специалистов у тех же конкурентов.

На рынке труда в условиях развитых рыночных отношений существует огромное количество агентств, центров занятости и т.д., которые помогают потенциальным работникам найти нужную компанию с приемлемыми условиями.

На наш взгляд, особое внимание необходимо обратить на агентства типа «headhunter», которые занимаются подбором людей на руководящую должность и представляют собой достаточно узкоспециализированные агентства по поиску менеджеров. Данные агентства, как правило, сами ищут человека, который мог бы работать в сфере менеджмента. К примеру, такой агент может переманить или пригласить в компанию высококвалифицированного рабочего с хорошим опытом работы и образованием [3].

Таких агентств, которые занимаются рекрутингом или хэдхантингом, достаточно много и имеются они практически в каждой стране. Рекрутинг – это достаточно сходное понятие с хэдхантингом, но все же различия есть, и заключаются они в том, что хэдхантер (агент) занимается поиском успешного лица, который смог бы улучшить качество работы определенной компании. Что касается рекрутера, то он занимается тем, что выбирает специалиста, который действительно нуждается в работе.

Сегодня, в связи с тем, что найти хорошую работу совсем не просто, множество специалистов сами обращаются к хэдхантерам за помощью.

В глобальной сети интернет, существует множество сайтов, социальных сетей, которые содержат большое количество объявлений о приеме на работу, но их порой недостаточно для объективного выбора работы. Лидером среди множества источников информации по критерию количества откликов, является headhunting, что наглядно подтверждается данными диаграммы, которые также свидетельствуют о высокой степени развитости этого инструмента в России (рисунок 1).

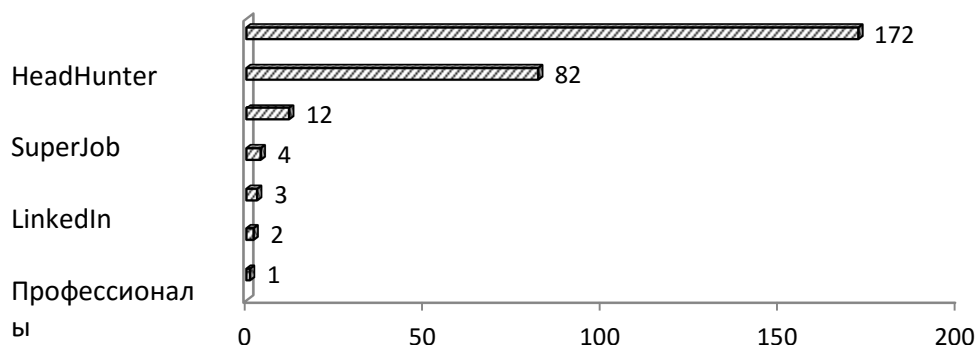


Рис.1 – Распределение откликов по интернет источникам, ед.

На сегодняшний день значительное количество компаний используют методику хэдхантеров для переманивания успешных, квалифицированных специалистов. Обычно такие компании могут быть связаны с экономикой или управлением и в первую очередь речь идет о менеджерах и бухгалтерах. Нередко можно наблюдать ситуацию переманивания и рабочих узких специализаций, особенно на отраслевых предприятиях, применяющих сложные технологические процессы [1].

В частности, нефтяные компании практикуют переманивание специалистов, как в сфере менеджмента, так и в сфере нефтепереработки, нефтехимии. Активно используют эти инструменты и предприятия машиностроения. Анализ развития хэдхантинга в различных странах также показывает, что практически везде требуются одни и те же специалисты. То есть рынок труда достаточно долгое время испытывает недостаток определенных работников с узкой специализацией.

Данные по распространению хэдхантинга по различным странам представлены в таблице 1.

Таким образом, наибольшее распространение хэдхантинг получил в США, странах Европы и России, хотя в Европе наблюдаются тенденции сокращения рекрутинговой активности. Россия входит в первую десятку стран мира по темпам найма персонала [3].

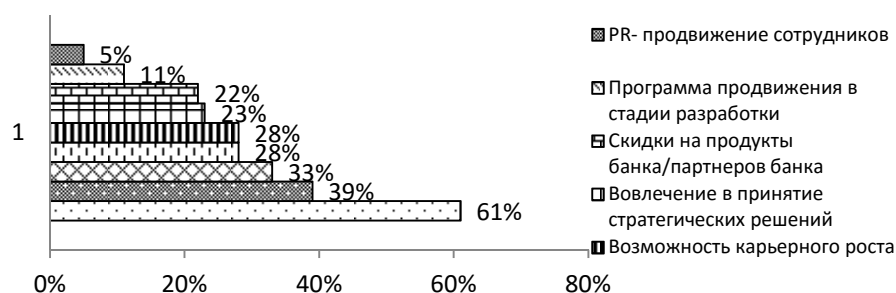
Таблица 1

**Сведения по распространению хэдхантинга в различных странах**

№	Страна	Уровень развитости, %
1	Российская Федерация	28%
2	США	39%
3	Страны Европы	33%
4	Страны Южной Америки	13%
5	Австралия	9%

Таким образом, наибольшее распространение хэдхантинг получил в США, странах Европы и России, хотя в Европе наблюдаются тенденции сокращения рекрутинговой активности. Россия входит в первую десятку стран мира по темпам найма персонала [2].

Важным инструментом в технологиях поиска нужных сотрудников является также HR-брендинг, который, в том числе, подходит для лиц, недавно получивших высшее образование и занимающихся поиском хорошей работы. Именно благодаря HR-брендингу множество людей нашли высокооплачиваемую работу с достойными условиями, особенно в финансовом секторе. Наиболее популярные составные элементы HR-брендинга представлены на рисунке 2.



**Рис.2 – Инструменты для формирования HR-брендинга на примере одной из отраслевых компаний, %**

В целом, и в России HR-брендинг достаточно распространен, так как множество компаний считают этот инструмент очень удобным поиском ценных сотрудников. И многие специалисты устраиваются на работу не через центры занятости, а через HR-агентства (таблица 2).

*Таблица 2*

**Потребность населения в агентствах занятости, %**

№	Агентство	Процент потребности у населения, %
1	HR-агентство	78%
2	Центр занятости населения	22%

Таким образом, современные инструменты точечного поиска квалифицированных сотрудников получают все большее распространение, вытесняя традиционные способы поиска работы, предлагаемые центрами занятости населения. Значительная часть потенциальных сотрудников в поисках работы применяет сегодня информационные ресурсы сети интернет, что делает более актуальным вопрос продвижения HR-брендинга, рекрутинга и хедхантинга, сведя к минимуму фактор географической отделенности сотрудника и работодателя. Все это повышает эффективность процессов по привлечению лучших кадров в компанию.

**Литература**

1. Смирнова Е. Персональная ответственность // Журнал «Эксперт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://expert.ru/ural/2002/19/19ur-bis2\\_72031/](http://expert.ru/ural/2002/19/19ur-bis2_72031/)
2. Якорева А. Востребованный рекрутинг // Журнал «Эксперт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2013/01/16/vostrebovannyij-rekruting>
3. Официальный сайт консалтинговой группы «HR-Содействие» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.hr-consult.ru](http://www.hr-consult.ru)