

# **РЕКРУТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА В УКРАИНЕ: ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА**

*КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ РЕКРУТИНГОВЫМ АГЕНТСТВОМ*



## СОДЕРЖАНИЕ

ПОЧЕМУ КОМПАНИИ ОБРАЩАЮТСЯ В РЕКРУТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА? ...	4
КРИТЕРИИ ВЫБОРА БОЛЬШИНСТВА КЛИЕНТОВ.....	6
ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА.....	6
А КАК У НИХ?.....	12
КАК ВСЕ-ТАКИ ВЫБРАТЬ РЕКРУТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО? .....	13
ОБ АВТОРЕ .....	14
О КОМПАНИИ .....	16
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	17



В этой статье я обобщаю все свои заметки, цитаты из разных интервью и посты в блоге на важную тему: особенности выбора и работы с рекрутинговыми агентствами.

О чем пойдет речь: критерии выбора оператора рынка: мифы и реалии; как правильно «пользоваться» агентством с выгодой для бизнеса; чем агентства наши отличаются от «западных» и о некоторых других нюансах использования рекрутинговых агентств с пользой для дела...

Итак, что происходит с рынком рекрутинговых агентств Украины в последние 10 лет?

До финансового кризиса конца 2008 – 2010 г.г. такие агентства появлялись, как грибы после дождя.

Рос спрос на их услуги и работы хватало практически всем, даже новичкам и фрилансерам.

С октября 2008 г. спрос резко прекратился.

Объем рынка услуг рекрутинговых агентств в Украине к середине 2010 года уменьшился, по разным данным, на 40-50% по сравнению с сентябрем 2008 г.

Разорились десятки агентств. Соответственно, уменьшился и рынок их клиентов.

Ввиду сокращения HR-бюджетов и увеличения свободных рук на рынке труда многие фирмы самостоятельно справлялись с закрытием большинства стандартных вакансий. Однако оставшиеся 40-60% клиентов – это тоже довольно значительный объем работы.

С конца 2010 года работы у рекрутинговых агентств стало прибавляться, а к осени 2011 г. многие, в т.ч. и компания «Навигатор», вышли по обороту на уровень весны 2008 года.

Естественно, с оживлением рынка стали опять появляться и новые агентства.

Общее количество которых в Украине, по данным каталога [Recruiting.net.ua](http://Recruiting.net.ua), достигло к концу 2013 г. почти 700 агентств!

Так продолжалось до января-февраля 2014 г., т.е. до трагических событий Майдана.

С этого момента на рекрутинговом рынке начался второй кризис десятилетия, который благополучно закончился новым подъемом спроса уже летом 2015 г.

Слава богу, свободному рынку, кризисы приходят и уходят, а спрос на квалифицированный персонал был, есть и будет.

Однако почему все-таки даже в трудные времена у рекрутинговых агентств была клиентура?

Почему многие компании даже в кризис продолжают обращаться в рекрутинговые агентства?

Как правильно выбрать рекрутинговое агентство и не ошибиться?

*Об этом - наши советы и рекомендации в этой статье*

## ПОЧЕМУ КОМПАНИИ ОБРАЩАЮТСЯ В РЕКРУТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА?

*Итак, почему компании обращаются в рекрутинговые агентства?*

Вот основные причины:

### **1. Сохранение тайны при поиске некоторых специалистов.**

Либо от конкурентов, дабы не светить свои вакансии напрямую и не сигнализировать таким образом о проблемах в компании или, наоборот, о развитии. Либо от своих же сотрудников, дабы не сеять преждевременную панику при смене кадров. Либо от самих же кандидатов-соискателей работы, чтобы, как говорят рекрутеры, «не баламутить» рынок. Ведь обычно рекрутеры проводят первичный отбор, не называя компанию-клиента...

**2. Сложные задачи или слишком много вакансий одновременно;** когда внутренний рекрутер не справляется, не успевает, малоопытен... Ведь HR-менеджеры – это чаще всего молоденькие девушки 22-27 лет. И для подбора руководителей и некоторых других специалистов у них просто не хватает бизнес-и жизненного опыта..

**3. Задачи, требующие привлечения дополнительных ресурсов и нестандартных методов,** помимо общедоступных источников (СМИ и Интернет).. «Прямой поиск», хедхантинг, сеть рекомендаций. Специальное тестирование, в т.ч. проверка на благонадежность... Переманивание от конкурентов. Особенно при поиске «пассивных» кандидатов, т.е. тех, кто не находится в активном поисках работы и не просматривает вакансии... А также при поиске редких специалистов, которые в большинстве своем сохранили свои места и не ищут работу...

**4. Экономия времени сотрудников и ресурсов компании.** Снизив, в борьбе за клиента, гонорары в 1,5 – 2 раза (в среднем до 12-15% от годовой зарплаты против 15-25% докризисных), внешние рекрутеры могут оказаться расторопнее и, в конечном счете, дешевле в использовании, чем внутренние HR-ы. Особенно при массовом, срочном подборе или поиске кадров в регионах. Некоторые агентства имеют представительства в областных центрах, что экономит средства клиента на поиск кадров в регионах: меньше поездок, меньше звонков, не надо давать рекламу в местной прессе и т.п....

При активной экспансии в регионы компании стоит обратиться в т.н. сетевые агентства, имеющие представительства по всей стране. Оценивая рентабельность работы с агентством, надо еще учитывать экономию на переездах, аренде помещений для встреч с кандидатами, междугородной и мобильной связи, рекламе в местной прессе, экономии времени HR-в... Эффективность вложения средств в услуги рекрутинговых агентств стоит еще рассматривать и в долговременной перспективе, просчитывая «стоимость эксплуатации» на 1-2 года.

**5. Уменьшение риска незакрытия вакансий** к определенному сроку. Или наоборот, увеличение вероятности найти нужного специалиста вовремя. Используя параллельно и внутреннего рекрутера и 1-2-3 внешних агентства, компания значительно увеличивает свои шансы вовремя закрыть вакансии.

**6. Необходимость воспользоваться некоторыми «вторичными» услугами рекрутинговых агентств:** исследование заработных плат в отрасли или у сотрудников конкурентов; оценка и тестирование персонала, аутплейсмент и другими...

Итак, у вашей компании все-таки появилась необходимость обратиться в рекрутинговое агентство. Какое агентство нанять? Где искать агентства, я писал ранее: [обзор каталогов кадровых агентств](#) в Укрнете. Обзор, правда, несколько устарел; скоро его надо будет обновить...

А вот как выбрать агентство?

## КРИТЕРИИ ВЫБОРА БОЛЬШИНСТВА КЛИЕНТОВ

**Вот критерии выбора** большинства клиентов.

На что действительно стоит обратить внимание, а на что – нет, мы расскажем ниже...

- величина агентства – важна ли она?
- список компаний-клиентов – правдив ли?
- стаж работы на рынке – кто проверит?
- с предоплатой или без?
- специализированное или универсальное?
- западный бренд или отечественный?
- размер баз данных – важно ли это?
- а как у них, на Западе?
- как все-таки выбрать, с кем работать?

## ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА

**Как выбрать рекрутинговое агентство**, если практически все они заявляют о:

- продолжительном опыте работы
- большой базе данных
- индивидуальном подходе
- массе довольных клиентов,

и другие стандартные маркетинговые преимущества...

Попробуем разобраться и отличить критерии выбора действительно важные от липовых и дутых.

## 1. Величина, размер штата агентства.

Важно ли это? Скорее всего – нет.

Рынок рекрутинговых агентств варьирует от небольших (1-2 человека) до крупных (20-30 сотрудников). От фрилансеров до «дочек» западных рекрутинговых сетей..

Среднее (по штату) украинское агентство имеет 3-7 рекрутеров и 1-3 человека вспомогательного персонала. Однако есть успешные компании всего из 2-3 человек.

С одной стороны, крупные агентства могут быть более опытными (нужно время, чтобы вырасти), но с другой стороны, квалификация рекрутеров в таких фирмах может быть самая разная и непредсказуемая. Во время спада рынка смена поколений произошла в большинстве агентств, а текучка кадров при дефиците клиентов – явление естественное.

Также как и адвокатская фирма из 2-х человек (адвокат и секретарь) вполне могут иметь известное имя и круг влиятельных клиентов, так и небольшое агентство может предоставить вам более персонализированный сервис. Иногда просто потому, что клиентов у них – единицы. Кроме того, из-за небольшого списка клиентов у них и меньше и «hands-off list», т.е. список компаний-источников, из которых, согласно договору, нельзя переманивать сотрудников.

### 1. Западный бренд или отечественный?

Зная досконально (наверное, как никто другой) рекрутинговый рынок Украины, могу утверждать:

- Английское название компании далеко не всегда говорит о «западном» происхождении
- Принадлежность к западным сетям может быть чисто формальной. Иногда на условиях франчайзинга, чаще просто за определенный взнос за использование западного имени.

Естественно, затраты на пропаганду своей «международности» окупаются за счет премиальных цен на услуги



- Принадлежность к некоей европейской сети агентств или «интернациональность» агентства могут быть вообще фиктивными. Используя доверие украинского потребителя ко всему «западному», некоторые рекрутинговые агентства умело используют эту страсть, имитируя европейское происхождение и «всемирную величину», полагая (зачастую справедливо), что мало кто всю эту легенду будет проверять...

## 2. Клиент-лист.

Его размеры и наличие в нем логотипов известных компаний. Тоже не показатель.

Реальность и успешность прошлой работы с какой-нибудь известной вам компанией трудно проверить, не имея прямых связей с ее руководителем. Поскольку те внутренние HR-ы, что контактировали с этим агентством, меняют место работы быстрее рекрутеров. Концы в воду...

Еще. Чтобы заполучить в список клиентов известную брендовую компанию и разместить ее логотип у себя на сайте и в презентации, некоторые агентства готовы взять в работу от такого клиента любой заказ и за символические деньги.

Условно говоря, подобрав несколько лет назад дворника для, например, Microsoft, рекрутинговое агентство «PurkinStaff» теперь честно может разместить логотип такого «клиента» во всех своих материалах. Кто будет проверять действительный уровень их сотрудничества? Менеджер по персоналу, с кем ранее имели дело пупкинцы, давно уже там не работает; другие не вспомнят... В агентстве, естественно, факт подтвердят. А о нынешнем состоянии сотрудничества с Microsoft промолчат, прикрываясь фразой о конфиденциальности...

И это еще более-менее честный метод пускания пыли в глаза.

## 3. Стаж работы на рынке.

Кто проверит? Кто следит, что агентство «PurkinStaff» работает, например, именно с 1995 года, как они утверждают на сайте, а не с 2007 года (как на самом деле)?



Когда мне какой-нибудь менеджер, продавая некую услугу, провозглашает, что они, дескать, уже 15-20 лет на рынке, я вспоминаю фразу одного известного футбольного тренера. «Не важно, сколько лет назад придумали наше название. Важно, насколько талантливы у меня игроки сейчас. В английской премьер-лиге есть немало команд, которым более 100 лет и которые никогда не были чемпионами лиги».

Учитывая, что среднестатистический рекрутер украинского агентства это - девушка 23-27 лет ( в отличие от западных, где обычно это мужчины 30-45 лет), возраст самого бренда стоит оценивать больше с позиций возможного накопления знаний, базы данных, технологий, которые, якобы должны передаваться из поколения в поколение... Но я бы больше обращал внимание не на труднодоказуемый возраст агентства вообще, а на возраст и опыт его нынешних рекрутеров. Логика проста: чем старше сотрудник, тем больше опыта, тем лучше разбирается в людях...

#### 4. С предоплатой или без?

До кризиса соотношение агентств, а) бравших с клиентов аванс перед началом работ (10-30% от общей суммы) и б) работавших без предоплаты, было примерно 50\50. Сейчас, естественно, доля рискованных агентств увеличилась.

Является ли это аргументом для выбора?

Если компания почти уверена, что найдет нужного кандидата самостоятельно, а агентство привлекает «на всякий пожарный», то, наверное – да. Вдруг найдут нам «звезду», тогда и заплатим...

Но если относиться к агентству, как к постоянному партнеру и действительно доверять ему самое ценное – кадры, то стоит изначально стимулировать его энтузиазм и лояльность. Тогда и отношение рекрутеров к вашему заказу будет более серьезным и ответственным.

Оно (агентство) будет работать над вашей вакансией не по принципу «получится – хорошо, не получится – ничего страшного», а уже выполняя предоплаченные обязательства. Я, например, давая работу фрилансерам, дизайнеру или программисту, сам инициирую предоплату, полагая, что мой

заказ теперь не засунут в долгий ящик. Теперь я уверен, что, образно говоря, папка с моим заказом будет лежать верхней в стопке дел исполнителя.

И теперь я имею право требовать соблюдения сроков и контролировать ход работы.

## 5. Размер базы данных.

У одних 20000, другие объявляют 5000 специалистов в базе данных. Есть такие, что заявляют и 50000. Много это или мало? Черт его знает. Мне – то сейчас нужен всего один специалист. И как это все богатство проверить? Никак. Кто вас подпустит к святой святых – базе данных?

Даже если бы вы и смогли проверить количество резюме в базе данных, ее объем не имеет решающего значения. Здесь важно не количество, а качество. Не размер, а умение ей (базой данных) пользоваться.

Вы должны понимать, что многие соискатели, приславшие в разные годы свое резюме в это агентство:

- в настоящее время вряд ли захотят менять работу
- могли уже сменить профессию или должность
- сменили телефон, место жительства или даже страну
- ушли на пенсию или, не дай бог, умерли...
- просто недоступны.

Кроме того, многие рассылают свои резюме ежегодно (а то и чаще), поэтому в базах может храниться до 5-7 резюме одного человека. Так сказать, история жизни...

Банк данных агентства - как живой организм, она устаревает и изменяется довольно быстро.

Объем базы данных резюме в агентстве имеет значение (т.е. может повлиять на скорость закрытия вашей вакансии), только если этим умело пользоваться.

А именно:

а) Агентство практикует т.н. активные методы рекрутинга, а не только «просеивание» резюме, добытых из Интернет и базы данных; т.е. когда агентство использует базу данных, прежде всего как источник новых контактов и рекомендателей, создавая рекрутинговую сеть в поисках редких специалистов.

Б) Когда агентство специализируется в вашей отрасли, направлении бизнеса; когда собирается актуальная база узких специалистов.

В большинстве других случаев агентство вынуждено каждый раз создавать мини-базу данных под каждый ваш проект...

## 6. Специализированное или универсальное агентство?

В Европе ответ был бы однозначен. Если в одном только Лондоне работает несколько тысяч рекрутинговых агентств и рынок, естественно, давно вынудил большинство из них расползтись по узким отраслевым или профессиональным нишам. Однако у нас отраслевая специализация агентств только формируется и таких агентств – единицы: в финансовой, фармакологической и ИТ- сфере. Кроме того, часто специализация – это больше вопрос позиционирования, отстройки от конкурентов, чем реальное преимущество для клиентов... Не думаю, что агентство, специализирующееся, например, на бухгалтерях, откажется заработать на поиске инженера?

Конечно, в поиске узких или технических специалистов иногда стоит обращаться в специализированное агентство. А как быть, когда Вам нужен и швец и жнец, и технолог и программист? Обращаться в несколько разных агентств – неудобно..

С другой стороны, в средних и крупных «универсальных» агентствах со временем по законам спроса\предложения возникает внутренняя специализация рекрутеров. Кто-то лучше ищет финансистов, кому-то интересней иметь дело с программистами, а кто-то «собаку съел» с поварами... Тогда, при разнообразии вакансий, вам лучше обратиться в такое универсальное агентство, но с внутренней специализацией.

## А КАК У НИХ?

В Европе и США рынок рекрутинговых агентств разделен на 2 больших условных группы, исходя из схемы оплаты услуг:

**1. Агентства с поэтапной оплатой** (примерно 30-35% рынка), которые могут называть себя Executive Search-агентства или Retainer agencies. Они специализируются на поиске руководителей и редких специалистов с зарплатой \$75000 в год и более. Поиск ведется 90-120 дней, как правило, по всей стране или даже миру, а оплата этапов услуг происходит по графику независимо от того, будет ли в конце концов кто-либо принят на работу заказчиком. Обычная схема расчетов такова: предоплата 33% (невозвратная) перед началом работ, вторые 33% - через 30-60 дней по факту предоставления 1-го списка кандидатов и отчета по проработанному рынку кандидатов, а окончательные 34% – либо по факту предоставления финального отчета и окончательного списка финальных кандидатов, либо по факту приема кого-либо из них на работу. Как правило, такие агентства работают с клиентом эксклюзивно, чтобы «не толкаться локтями» на рынке таких кандидатов.

**2. Другая группа, «Contingency recruiters» или агентства массового подбора занимают 60-70% рынка:**

- оплата услуг агентства обычно происходит по факту приема кого-либо на работу в компанию-клиент;
- они не гарантируют конечного результата и полной проработки рынка (Contingency в буквальном переводе – случайность)
- работают, как правило, с позициями с зарплатой до 70000 долларов в год
- эксклюзив не предусмотрен, и часто такие компании работают в конкуренции с другими агентствами, на скорость. Их задача «застолбить» для Клиента как можно быстрее и как можно больше подходящих кандидатов, пока их не перехватили конкуренты..

Однако время от времени агентства первой группы работают по схеме второй, - не терять же клиента? А агентства массового подбора заключают эксклюзивные договора с поэтапной оплатой...

## КАК ВСЕ-ТАКИ ВЫБРАТЬ РЕКРУТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО?

- ✓ **Спрашивайте совета.** У всех. У своих коллег, у друзей, у клиентов приглянувшегося агентства, у ассоциаций рекрутинговых агентств. У меня 😊. Просмотрите упоминания об агентстве в СМИ, Интернете...
- ✓ **Доверяйте своей интуиции.** Вы должны себя чувствовать комфортно с ними. Насколько они проявили заинтересованность? Как провели первую презентацию? Как быстро отреагировали на запрос? Какое вы получили впечатление? Насколько грамотно и доходчиво объяснили схему работы, свои преимущества и нюансы сотрудничества? Задайте им несколько каверзных вопросов, как будут отвечать? Пообщайтесь с директором, с рекрутером. Если не появилась симпатия, значит, не судьба...
- ✓ **Ориентируйтесь на среднюю стоимость услуг.** Оплачивая выше среднего, вы чаще всего переплачиваете «за бренд», за антураж и их «умение продавать». А гоняясь за дешевизной, Вы, скорее всего, попадете на молодых и неопытных, которые цепляются за любую работу, пытаются остаться на рынке. Расспросите их о методах работы. Если они мало отличаются от практики вашего HR-а, может, и не стоит платить им деньги...
- ✓ **Пробуйте.** Если позволяют сроки, дайте им на пробу 1-2 простых вакансии. Оцените технологичность процесса и качество результата. Если у вас много вакансий, а с агентствами раньше не работали, попробуйте начать работать с несколькими одновременно. За 3-4 недели поймете, с кем стоит продолжать...

### Еще статьи по теме

[Как выбрать агентство по подбору персонала](#)

[Как выбрать рекрутинговое агентство. Краткая памятка для руководителей](#)

[Выбираем рекрутинговое агентство: схема оплаты услуг](#)

[Рейтинг рекрутинговых агентств Украины - 2014](#)

## ОБ АВТОРЕ



**Сергей Янович Беляев** - директор Консалтинговой компании НАВИГАТОР®  
Координатор Ассоциации кадровых агентств Украины АРКА.

### **А также:**

Ведущий блога [«Рекрутинг в Украине»](#)

Ведущий блога на [Лига.Нет](#)

Руководитель группы разработчиков [«Стандартов качества рекрутинговых услуг»](#)

Автор электронного журнала [«Эффективный подбор персонала»](#)

Соавтор книги [«Как найти хорошую работу и управлять своими деньгами»](#)

### **Образование:**

Ленинградская Академия физической культуры, Британский институт менеджмента LINK.

Опыт создания своих бизнесов – с начала “перестройки”, т.е. с 1987 года.

Опыт подбора персонала для своих предприятий – также с 1987 г.

### **Бизнес:**

В 1999 г. создал «Навигатор» - первое кадровое/рекрутинговое /тренинговое агентство в Луганске.

С 2003 г. центральный офис компании располагается в Киеве.

Соавтор первых в Украине «Школы рекрутера» и «Школы хедхантера».

К 2007 г. «Навигатор» становится одним из самых известных рекрутинговых агентств Украины, лидером различных рейтингов.

«Навигатор» - единственное агентство в Киеве, обладающее сетью партнеров и представителей в 22 областных центрах страны.

В 2009 г. «Навигатор» расширил спектр услуг для компаний, зарегистрировал свою торговую марку, стал называться «Консалтинговая компания «Навигатор» и по сей день остается одним из ведущих рекрутинговых агентств Украины.

С.Беляев - инициатор создания (в 2004 г.) и координатор Ассоциации региональных кадровых агентств Украины (АРКА).

## **Публикации:**

За 2004-2015 г.г. в деловых СМИ и Интернет опубликовано более 150 статей, интервью и аналитических материалов С.Беляева по вопросам подбора персонала, поиска работы, кадрового рынка в печатных СМИ:

«Бизнес», «Контракты», «Деловая Столица», «Власть денег», «Отдел Кадров», «Комментарии», «KievPost», «Статус – экономические известия», «Управление персоналом - Украина», «Газета – 24», «Employment», «Кадровик Украины», «Гривна плюс», «Комсомольская правда», «Столичка», «Новый персонал», «Менеджмент и менеджер», «BusinessUkraine», «Пропоную роботу» и на десятках сайтов в Интернет...

**Большинство статей можно почитать здесь:**

<http://навигатор.укр/knowledge-base/37/> ,

в блогах <http://recruitingblog.com.ua> или <http://blog.liga.net/user/belyayev/Default.aspx>

и в архиве рассылки <http://navigator.lg.ua/article.php?textname=newsletter>



## О КОМПАНИИ

Консалтинговая компания НАВИГАТОР® занимается поиском, отбором, обучением и оценкой персонала в Киеве и всей Украине с июня 1999 года.

НАВИГАТОР® – зарегистрированная торговая марка. Подробнее:  
<http://Навигатор.укр/about/>

### Наши услуги

Подбор персонала в Украине: <http://Навигатор.укр>

Тренинги: <http://personal.net.ua>

Оценка персонала: <http://Навигатор.укр/services/22/>

Психологическая диагностика  
персонала: <http://Навигатор.укр/services/23/>

Книга «Как найти хорошую работу и управлять своими деньгами»:  
<http://www.jobhunting.com.ua/>

Экспресс-тест для отбора персонала: <http://Навигатор.укр/services/23/469/>

Индекс рынка труда Украины: <http://Навигатор.укр/knowledge-base/33/>

Резюме-сервис: эффективное резюме от профессиональных  
рекрутеров: <http://Навигатор.укр/applicant/24/355/>

.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Спрос на услуги рекрутинговых агентств, результаты опроса

Рекрутинговая компания «Навигатор» с ноября 2014 г. проводит на своем сайте опрос:

[Как часто ваша компания обращается в рекрутинговые агентства?](#)

По состоянию на 3 апреля 2015 г. в опросе приняли участие 141 человек. Вот результаты опроса:

1. Не обращаемся, т.к. справляемся своими силами: 46,2%
2. Редко, до 2-3 раз в год, только при сложных вакансиях: 18,0 %
3. В исключительных случаях, максимум 1 раз в год или реже: 17,5%
4. Не обращаемся, т.к. не доверяем агентствам: 7,7%
5. Регулярно, более 10 вакансий в год: 5,6%
6. 4-10 вакансий в год: 5,0 %

Как оказалось, без привлечения агентств с подбором персонала справляются практически 71,4% компаний (п.1, 3 и 4).

И только 28,6% с разной периодичностью обращаются в агентства за помощью (п.2, 5 и 6).

Причем только каждая десятая компания делает это более-менее регулярно (п.5 и 6). Это и есть те вожделенные клиенты, за внимание и деньги которых конкурируют сотни украинских рекрутинговых компаний!

Оказывается, всего 10% компаний украинского бизнеса обеспечивают работой все [семь сотен украинских рекрутинговых агентств!](#)