

нии своей деятельности и поиск интеграционных инновационных проектов. Это обеспечит повышение конкурентоспособности медицинских услуг и эффективное использование инновационного потенциала медицинских организаций, направленного на повышение качества и доступности медицинской помощи, сохранение и укрепление здоровья населения.

Работа представлена на Международную научную конференцию «Фундаментальные исследования», Израиль, 10–17 апреля 2010 г. Поступила в редакцию 25.03.2010.

### **ВОЗМОЖНОСТЬ ВЛИЯНИЯ НА РЫНОК ТРУДА ЧЕРЕЗ ИНТЕГРАЦИЮ ВУЗА И ПРОИЗВОДСТВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАТИЗАЦИИ**

**Кагирова Г.В.**

*Алтайский государственный  
университет  
г. Барнаул, Россия*

Профессиональное вузовское образование в течение последних десятилетий претерпело существенные трансформации. Оно, безусловно, расширило свои позиции за счет роста специальностей по обучению, притока большого числа студентов на внебюджетной основе, внедрения заочных и электронных форм обучения.

Широкие коммуникации позволили внедрить в обучение новые формы обучения и сдачи экзаменов, в том числе электронные. Много преподавателей пришло из практической сферы деятельности, внедрены новые формы обучения в магистратуре и бакалавриате.

Однако востребованность выпускников и гарантии получения рабочего места по специальности не вполне коррелируют с данными выпусков специалистов. Для обеспечения баланса «набор–выпуск–работа» ВУЗам необходимо быть ориентированными о потребности в специалистах как в регионе, так и в стране в целом, возможно даже за рубежом. Должны существовать если не административные ресурсы, влияющие на процессы трудоустройства, то хотя бы информационные, позволяющие ориентироваться в рынке труда по устройству специалистов.

Необходимо повышать престижность профессий, ранее не требовавших высшего образования с тем, чтобы специалисты с высшим образованием, не получившие по какой–то причине работы по специальности, не отвергали предлагаемой работы со средне-специальным образованием в своей отрасли, как временный этап производственной деятельности.

Необходимо обеспечить поддержку специалистов на рабочих местах, смягчить адаптацию к новым условиям, законодательно запретить увольнение специалиста, не проработавшего

после ВУЗа один год на рабочем месте. ВУЗам в свою очередь, необходимо интегрироваться с будущими производственными базами или частью из них по производственной практике.

Безусловно, стремление к определенным профессиям при поступлении связано с последующим материальным успехом на производстве. Поэтому последующая заработная плата влияет на рейтинг профессии при поступлении в учебное учреждение и это может быть хорошим регулятором, как выпуска, так и спроса.

Национальный проект «Здоровье» по оплате труда участковых служб хорошо это продемонстрировал, когда мгновенно были заняты все престижные до этого места участковых врачей. Это рычаг не только по трудоустройству, но и по развитию целых отраслей.

Таким образом, прямая и обратная информация и постоянный анализ в этом направлении способны повлиять на достаточно сложные процессы на рынке труда.

Работа представлена на Электронную заочную научную конференцию «Профессиональное образование и рынок труда». Поступила в редакцию 12.04.2010.

### **ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЕКРУТИНГОВЫХ УСЛУГ В ПЕРИОД КРИЗИСА**

**Киселева М.В.**

*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 воз-

никновения кризисной ситуации в российской экономике, объем рынка снизился до отметки в \$ 450 млн (то есть на \$50 млн) (по данным [www.apsc.ru](http://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 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 затрат 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 бизне-

<sup>1</sup> Рынок рекрутинга: падение объема заказов // «Ведомости» от 20.03.2009. URL: <http://www.hrm.ru/db/hrm/A6B9C4473FC660E8C325758100611967/vid/article/article.html>

са, компании будут нацелены на долгосрочное сотрудничество с клиентами.

Работа представлена на Электронную заочную научную конференцию «Трудовые ресурсы». Поступила в редакцию 29.04.2010.

## **ГЧП — ОПТИМАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЧАСТНОГО БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Морозова И.А., Дьяконова И.Б.**

*кафедра «Мировой экономики  
и экономической теории»  
ГОУ ВПО Волгоградского  
государственного технического  
университета, г. Волгоград, Россия*

Характерной особенностью современного мирового хозяйственного развития является переход ведущих стран к новому этапу формирования инновационного общества — построению экономики, базирующейся преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний.

Последние два десятилетия характеризуются ростом влияния науки на социально-экономическое развитие, интенсификацией процессов создания и распространения знаний, а также активизацией инновационной деятельности.

Опыт промышленно развитых стран показывает, что устойчивый экономический рост достигается за счёт интенсификации инновационной деятельности, то есть качественного увеличения объёмов новых продуктов и технологий за счёт научных открытий и изобретений, освоения новых секторов рынка, внедрения более эффективных бизнес-процессов, организационных структур и управленческих механизмов. Первостепенную роль при этом играют научно-исследовательские организации — основные генераторы нового знания. Поиск нового знания является ключевым этапом научно-технического прогресса, и главные вопросы заключаются в том, как наиболее эффективно получить это знание, как с минимальными затратами трансформировать его в инновации, необходимые для прогресса экономики. По мере усиления мировой экономической конкуренции правильный ответ на этот вопрос становится важнейшим средством борьбы за экономическое процветание, обеспечивающим, соответственно, и социальную стабильность той или иной страны. Инновационный путь развития экономики является и для России осознанной необходимостью, учитывая поставленную в 2003 г. цель — удвоить ВВП за десять лет.

Учитывая современную инновационную направленность экономического развития, нам представляется чрезвычайно актуальным проведение исследований по развитию государственно-частного партнерства в инновационной сфере. Причем, на наш взгляд, более правильно

будет вести речь о частно-общественном партнерстве (именно такое определение государственно-частного партнерства встречается в зарубежных исследованиях последних лет) [1].

Понятие «партнерство между государственным и частным секторами экономики в инновационной сфере» было определено в 2002 году Комитетом ОЭСР по научной и технологической политике следующим образом: под государственно-частным партнерством понимаются «любые официальные отношения или договоренности на фиксированный/бесконечный период времени, между государственными и частными участниками, в котором обе стороны взаимодействуют в процессе принятия решения и соинвестируют ограниченные ресурсы, такие как деньги, персонал, оборудование и информацию для достижения конкретных целей в определенной области науки, технологии и инноваций» [2].

Для уточнения понятия ГЧП в научно-технической и инновационной сферах целесообразно, на наш взгляд, использовать ряд признаков, раскрывающих принципиальные стороны такого взаимодействия: стороны партнерства должны быть представлены как государственным, так и частным секторами экономики; взаимоотношения сторон ГЧП должны носить добровольный, официальный и партнерский характер и быть зафиксированы в официальных документах; стороны ГЧП должны иметь общие сбалансированные цели и четко определенный государственный интерес; стороны ГЧП должны объединять и распределять между собой свои вклады для достижения общих целей, снижения непроизводительных расходов и рисков, а также участвовать в использовании результатов в соответствии с вкладом в их получение.

С учетом признаков, характеризующих ГЧП, предлагается следующее его определение: государственно-частное партнерство в инновационной сфере — это зафиксированное в официальных документах взаимовыгодное взаимодействие государственного и частного секторов экономики и науки, основанное на следующих принципах: добровольность принятия на себя обязательств и их исполнение в течение сроков выполнения работ сторонами ГЧП; соблюдение прав и обеспечение сбалансированности государственных и частных интересов в рамках ГЧП; разделение ответственности, рисков и непроизводительных расходов сторонами ГЧП; разделение денежных потоков между государственными и частными участниками партнерства; получение максимального эффекта участниками партнерства в соответствии с их вкладом в полученный результат; противодействие недобросовестной конкуренции участниками партнерства.

ГЧП может оказаться чрезвычайно эффективным в рамках реализации стратегии развития инновационного типа экономики. Подобная модель предполагает действенное освоение научно-технических нововведений (инноваций), новых технологий, видов продукции и ресурсов, а также осуществление организационно-институциональных проектов в сфере национального воспроизводства [3]. Заявленная цель может