

**НОВЫЕ УСЛУГИ  
КАДРОВЫХ АГЕНТСТВ.  
(НА ПРИМЕРЕ КАДРОВОГО  
АГЕНСТВА «ГАРДАРИКА»)**

ПОДГОТОВИЛ САГИРОВ РОМАН  
СТУДЕНТ **3** КУРСА  
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

# ОГЛАВЛЕНИЕ

	Введение
Раздел 1	<b>Теоретический анализ услуг кадровых агентств.</b>
1.1	Сущность и цели кадровых агентств.
1.2	Услуги, используемые в кадровых агентствах.
Раздел 2	<b>Анализ услуг в кадровом агентстве «Гардарика».</b>
2.1	Краткая характеристика кадрового агентства «Гардарика».
2.2	Анализ услуг кадрового агентства «Гардарика»

Раздел 3	<b>Разработка и обоснование проектных рекомендаций по внедрению новых услуг в кадровое агентство «Гардарика».</b>
3.1	Разработка проектных рекомендаций по внедрению новых услуг в кадровое агентство «Гардарика».
3.2	Обоснование социально-экономической эффективности предложенных проектных рекомендаций.
3.3	Анализ возможности применения рекомендаций на других предприятиях.
	<b>Заключение.</b>
	<b>Источники и литература.</b>
	<b>Приложения.</b>

# АКТУАЛЬНОСТЬ

**Актуальность темы исследования состоит в том, что рынок перенасыщен кадровыми агентствами, а для того чтобы агентство было конкурентоспособным, необходимо внедрять и использовать новые услуги.**



# ОБЪЕКТ И СУБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Объектом исследования является услуги, используемые в кадровых агентствах.**

**Предметом исследования внедрение услуг в кадровое агентство «Гардарика».**

# ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Цель исследования состоит в анализе услуг кадровых агентств на российском рынке и обосновании проектных рекомендаций по внедрению новых услуг в кадровом агентстве «Гардарика».**



# ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ЗАДАЧИ

- 1.** Рассмотреть современные кадровые агентства и их услуги.
- 2.** Дать характеристику кадровому агентству.
- 3.** Провести анализ услуг в кадровом агентстве «Гардарика».
- 4.** Разработать и обосновать проектные рекомендации по внедрению новых услуг в кадровом агентстве «Гардарика».

# **МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ:**

**В работе применяются такие общенаучные методы исследования, как описание, опрос, систематизация научной литературы.**

# ЭМПИРИЧЕСКОЙ БАЗОЙ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Эмпирической базой исследования стали  
результаты материалов описания и опроса.**



**ГАРДАРИКА** группа компаний

# СТРУКТУРА ИССЛЕДОВАНИЯ

**Структура исследования. Курсовой проект включает введение, три раздела и семь подразделов, в которых решаются поставленные исследовательские задачи, а также заключения, списка источников и литературы, приложения, необходимо дополняющих основной текст.**

# КАДРОВОЕ АГЕНТСТВО

**Кадровое агентство - это организация, которая на профессиональном уровне занимается посредничеством между соискателем и работодателем.**



# СУТЬ РАБОТЫ КАДРОВОГО АГЕНТСТВА

**Суть работы кадрового агентства состоит в том, что работодатель платит за помощь в поиске и подборе персонала, соответствующего его требованиям, а соискателю, в свою очередь, помогают бесплатно найти подходящую работу в соответствии с его пожеланиями.**



# ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

**Такие субъекты предпринимательской деятельности как кадровые (рекрутинговые) агентства возникли вместе с развитием рыночных отношений, то есть после развала Советского Союза, когда такое явление, как обязательное трудоустройство молодых специалистов исчезло.**

# ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

**Первые агентства начали появляться в начале 90-х годов прошлого столетия. С появлением на рынке крупных компаний, а также предприятий с иностранными инвестициями количество кадровых агентств начало увеличиваться с геометрической прогрессией, потому что именно эти работодатели являются основными заказчиками услуг рекрутеров.**

# СОВРЕМЕННЫЕ КАДРОВЫЕ АГЕНТСТВА

**На сегодняшний день рынок российских рекрутинговых услуг представлен агентствами самых разнообразных профилей. Существуют агентства, которые, помимо своих обычных обязанностей, занимаются организацией различных тренингов, семинаров, лекций на тему трудоустройства, то есть, дополнительно занимаются образовательной деятельностью.**

# РЕАЛЬНОСТЬ КАДРОВОГО АГЕНСТВА

**Абсолютно все агентства по поиску персонала позиционируют себя, как учреждения, которые работают и для работодателя и для соискателя. Но на самом деле ключевой клиент любого агентства – это работодатель, потому что именно он оплачивает услуги агентства.**