

Менеджмент

Научная статья

УДК 331.108

doi: 10.17223/19988648/57/11

Квиз в практике прелиминаринга в организациях малого бизнеса: исследование на примере кадровых агентств

Марина Ильинична Казакова¹, Татьяна Викторовна Шурмина²

^{1, 2} *Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия*

¹ *kazakova-berater@mail.ru*

² *tatiana.shurmina@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена проблеме найма молодых сотрудников в организациях, относящихся к категории малого бизнеса. В контексте данного вопроса авторы предлагают рассмотреть прелиминаринг в качестве метода привлечения к работе в компанию перспективных молодых специалистов из числа студентов и выпускников учебных заведений посредством их участия в производственной практике и (или) стажировке. В рамках статьи проанализировано состояние сферы малого предпринимательства в нашей стране, изложены ключевые статистические показатели. В результате опроса, проведенного среди работодателей, авторами представлен опыт и особенности привлечения представителей поколения Z в компаниях рынка кадровых услуг. Итоги анкетирования студентов нескольких вузов Уральского региона позволили определить наиболее приоритетные форматы взаимодействия компаний и студенческой среды. На основе эмпирического исследования авторами была предложена разработка студенческого квиза в качестве мероприятия, которое может использоваться в практике прелиминаринга любого кадрового агентства, заинтересованного в привлечении молодых и талантливых студентов с целью дальнейшего трудоустройства в штат компании.

Ключевые слова: малый бизнес, студенты, стажировка, молодёжь, поколение Z

Для цитирования: Казакова М.И., Шурмина Т.В. Квиз в практике прелиминаринга в организациях малого бизнеса: исследование на примере кадровых агентств // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2022. № 57. С. 162–174. doi: 10.17223/19988648/57/11

Management

Original article

The quiz in the practice of preliminary training in small business organizations: A study on the example of recruitment agencies

Marina I. Kazakova¹, Tatiana V. Shurmina²

^{1,2} Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russia

¹ kazakova-berater@mail.ru

² tatiana.shurmina@mail.ru

Abstract. This article explores the problem of hiring young employees in organizations that belong to the category of small businesses. In the context of this issue, the authors propose to consider preliminary training as a method of attracting promising young specialists from among students and graduates of educational institutions to work in the company through their participation in industrial practice and (or) internship. The authors analyze the state of the small business sector in our country, sets out key statistical indicators. As a result of a survey conducted among employers, the authors present the experience and features of attracting representatives of Generation Z in companies of the HR services market. The results of a survey of students of several universities in the Ural region showed the top-priority formats of interaction between companies and students. Based on an empirical study, the authors propose the development of a student quiz as an event that can be used in the practice of preliminary training of any recruitment agency interested in attracting young and talented students for further employment in the company.

Keywords: small business, students, internships, youth, Generation Z

For citation: Kazakova, M.I. & Shurmina, T.V. (2022) The quiz in the practice of preliminary training in small business organizations: A study on the example of recruitment agencies. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*. 57. pp. 162–174. (In Russian). doi: 10.17223/19988648/57/11

Актуальность. Очевидно, что сегодня одним из приоритетных трендов рынка труда является фокус работодателей на поиск и привлечение талантливой молодежи – представителей так называемого поколения Z. Согласно данным Росстата, в 2020 г. к выпуску из вузов готовились более 930 000 студентов [1] (бакалавры, магистранты и специалисты), вопросами найма и удержания которых задались hr-департаменты отечественных и зарубежных организаций. Вместе с тем проблемы найма молодых перспективных сотрудников всегда были актуальны и для сферы малого бизнеса, остро ощущающего конкурентную борьбу за юные умы наряду с крупными компаниями и корпорациями. Ввиду пандемии коронавируса на фоне локдауна всё большую значимость для выживания малых фирм приобрета-

ет кадровый аспект. В рамках настоящей статьи представлены результаты 2 исследований авторов, посвященных практике взаимодействия малого бизнеса с молодежным рынком труда: с одной стороны, особый интерес представляет изучение мотивов и факторов, которыми руководствуются современные студенты при выборе компании для трудоустройства. С другой стороны, целесообразно исследовать точку зрения работодателей на имеющуюся практику поиска и привлечения молодых соискателей. Эмпирической базой исследования послужили кадровые агентства, входящие в Ассоциацию рекрутинговых агентств Урала.

Современное состояние малого бизнеса в России: динамика показателей. Л.Е. Гудашова справедливо отмечает, что «малые и средние предприятия являются традиционной и важной частью экономики практически всех стран, в том числе индустриально развитых» [2]. Именно они вносят весомый вклад в показатели ВВП и обеспечивают население рабочими местами, во многом определяя социально-экономическое положение страны в целом и её регионов в частности. В этом контексте интересны результаты исследования Института экономики роста имени П.А. Столыпина [3], основанные на статистических данных ОЭСР, ООН и ФНС РФ. Согласно показателям, представленным на рис. 1, в нашей стране сегмент малого бизнеса находится на стадии становления, в то время как в ряде экономически развитых стран доля МСП в ВВП составляет в среднем более 50%.



Рис. 1. Доля малых и средних предприятий в ВВП стран

Представленные данные демонстрируют, с одной стороны, весомую роль, отводимую МСП в экономиках других стран, а с другой – низкий уровень и большой потенциал развития МСП в России. По оценкам специалистов АО «Сбербанк» [4], в России количество активных компаний в рассматриваемом сегменте составляет около 27 единиц на 1 000 человек населения, в то время как среднее значение по миру равно 32 (рис. 2).

Вместе с тем ситуация с развитием субъектов МСП в 2020 г. была осложнена пандемией коронавируса: на фоне локдауна эксперты ФНС за-

фиксируют снижение количества субъектов малого и среднего предпринимательства на 246 800 единиц по сравнению с показателями 2019 г. [5].

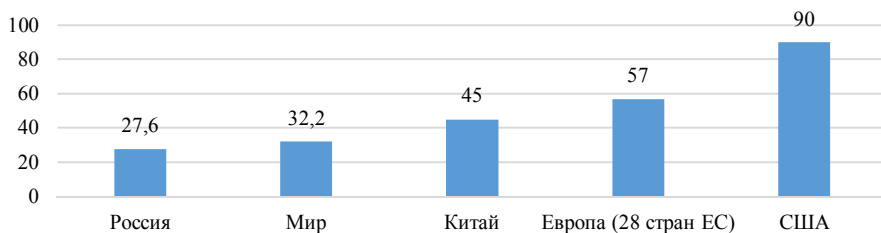


Рис. 2. Количество предприятий МСП на 1 000 человек в России и других странах

Таким образом, можно утверждать, что сегодня в России в отношении малого бизнеса сложилась двойственная ситуация. С одной стороны, в развитии данного сектора до пандемии наблюдалась прогрессивная динамика, на государственном уровне принимаются определенные меры, ориентированные на развитие малых предприятий: в частности, Федеральный закон № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [6], определяющий ключевые цели государственной политики в области совершенствования данной сферы, ряд государственных и региональных программ, направленных на финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку малого бизнеса. С другой стороны, нельзя не согласиться с мнением, отраженным в статье Ю.В. Быковской, Л.Н. Ивановой и Е.А. Сафохин: «...однако приходится признать, что на сегодняшний день предпринимаемые меры поддержки малого и среднего предпринимательства недостаточно эффективны для того, чтобы данные субъекты хозяйствования стали действительно конкурентоспособными на рынке, чтобы у российских граждан были желание, возможности и реальные перспективы работать в сегменте малого бизнеса, у функционирующих предприятий малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей – развиваться, у крупных коммерческих организаций и государственных (муниципальных) учреждений – сотрудничать с малым бизнесом» [7].

По оценкам экспертов, не были достигнуты целевые индикаторы, обозначенные в Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. [8]:

- количество субъектов малого и среднего предпринимательства (в том числе ИП) на 1 000 человек населения. Согласно документу к 2018 г. данный показатель должен составлять 42 единицы на 1 000 человек населения, в то время как фактическое количество организаций в рассматриваемом сегменте составило чуть больше 27 единиц;

- доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей), занятых у субъектов МСП, в общей численности занятого населения. По плану к 2018 г. данный индикатор должен находиться на уровне 27,3%. Однако в действительности данный показатель находился на уровне 22,4%, или на 4,9% ниже запланированного.

Очевидно, что последующее ежегодное отставание плановых показателей от фактических приведет к тому, что обозначенная в Стратегии цель окажется недостижимой. Это позволяет говорить о том, что уже сегодня необходимо сфокусироваться на решении вопросов, позволяющих максимизировать вклад малого бизнеса в социально-экономическую сферу страны. Одним из таких вопросов является кадровое обеспечение малых организаций молодыми специалистами. В рамках настоящей статьи особое внимание предлагается уделить прелиминарингу как методу привлечения к работе в компанию перспективных молодых специалистов из числа студентов и выпускников учебных заведений посредством их участия в производственной практике и (или) стажировке. На сегодняшний день тема прелиминаринга затрагивается в работах таких авторов, как М.Н. Агеев и А.П. Семина [9], Т.Н. Лустина и А.Г. Панова [10], Е. Шинкоревич [11], Е.С. Козина и В.С. Фадейкина [12].

Результаты опроса студентов «Исследование портрета идеальной компании для стажировки и трудоустройства». Исследование проведено среди учащихся 2–4-х курсов бакалавриата высших учебных заведений Екатеринбурга. Количественно-качественная характеристика респондентов произведена по параметрам, представленным в табл. 1. Численность выборки составила 137 участников.

Таблица 1. Сведения о респондентах опроса

№ п/п	Общее число респондентов – 137 человек	Число респондентов
<i>Гендерный состав выборки</i>		
1	Мужчины	32 (23,3%)
	Женщины	105 (76,6%)
<i>Возрастная структура</i>		
2	19 лет	37 (27%)
	20 лет	7 (5%)
	21 год	58 (42%)
	22 года	26 (19%)
	23 года	9 (7%)
<i>Вуз</i>		
3	УрФУ	111 (81%)
	УрГЭУ	21 (15%)
	УрГУПС	5 (4%)
<i>Курс обучения</i>		
4	2 курс	39 (28%)
	3 курс	31 (22%)
	4 курс	67 (50%)
<i>Опыт работы</i>		
5	Нет опыта	55 (40%)
	Трудоустроен в настоящий момент	35 (25%)
	Ранее работал	47 (35%)

Выяснилось, что большинство респондентов (74% от их общего числа) на момент опроса были заинтересованы в прохождении стажировки или

практики вне зависимости от того, предусмотрена она образовательной программой или нет.

Примечателен тот факт, что абсолютное большинство студентов готовы рассмотреть в качестве базы для прохождения стажировки компанию, не обладающую «громким именем» и мировой славой международных корпораций. Этот тезис подтверждают ответы респондентов на вопрос об их готовности пройти практики / стажировки в небольшой по численности компании, данные представлены в табл. 2.

Таблица 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Готовы ли Вы рассмотреть в качестве места прохождения практики / стажировки небольшую компанию (кадровое агентство, туристическая фирма и т.д.)?»

Вариант ответа	Количество ответов
Да, конечно!	44 (32%)
Да, если она удовлетворяет критериям выбора	93 (68%)
Нет, ни при каких условиях	0

В рейтинг топ-5 факторов, важных для студентов при выборе работодателя, вошли: размер будущей заработной платы; благоприятные отношения в коллективе, социально-психологический климат; возможности карьерного роста; удобный режим и график работы в компании, а также её забота о жизни и здоровье сотрудников; возможность обучения и развития (внутренние и внешние тренинги, митапы, конференции и т.д.). Соответственно, на выбор потенциального места для стажировки и трудоустройства молодыми соискателями будет влиять совокупность мотивационных и гигиенических факторов, включающих в себя материальные и нематериальные аспекты.

Одна из целей опроса – определить, какие формы сотрудничества с работодателями интересны студентам в перспективе. Удалось узнать, что в фокусе интересов студентов оплачиваемые стажировки (99,2%) и непосредственное оформление трудовых отношений (такой формат взаимодействия актуален для 97% респондентов). В контексте мероприятий порядка 95% студентов отметили интерес к участию в мастер-классах от компаний, welcome days (83,2%) и информационные митапы с представителями компаний (81,7%).

Исследование практики привлечения молодых специалистов в малом бизнесе: опыт кадровых агентств. Цель исследования – получить информацию относительно того, каков портрет потенциального практиканта и ожидания от него у представителей малочисленных компаний? Какие форматы сотрудничества с молодежью использовались ранее, какие будут интересны и актуальны в будущем? В чём состоит достоинство малых организаций для студентов с точки зрения самих работодателей? В рамках исследования эмпирической базой послужили кадровые агентства, входящие в Ассоциацию рекрутинговых агентств Урала. Авторами был разработан опрос, в котором приняли участие 7 директоров ука-

занных компаний. Впоследствии результаты данного исследования были соотнесены с итогами опроса среди студентов.

Периодичность и цели привлечения молодых специалистов. Более половины директоров отметили, что прелиминаринг в их компании зачастую практикуется во время большой рабочей загруженности консультантов, двое респондентов поделились, что прибегают к нему ежегодно без как таковой периодичности. На одноименный вопрос открытого типа относительно целей были получены следующие ответы:

1. Поддержка основных бизнес-процессов кадрового агентства, знакомство студента с профессией и передача профессиональных знаний и навыков, дальнейшее трудоустройство лучших студентов в компанию.

2. Выявление способностей кандидата и возможного последующего трудоустройства.

3. Необходимость заполнить штатную единицу, при нехватке «свободных» рук.

4. Передача операционных (простых) функций.

5. Обучить «для себя, для компании».

6. Разгрузка ведущих специалистов.

7. Помощь при «прямом» поиске там, где требуется ручная проработка.

Источники привлечения стажеров. Можно сделать вывод, что кадровые агентства не сталкиваются с большим входящим потоком студентов, желающих пройти стажировку: 5 из 7 руководителей в качестве источника поиска молодых кадров отметили публикации в социальных сетях, 4 директора принимают на практики студентов по рекомендации от коллег, трое предпочитают размещать вакансии на стандартных job-источниках.

Польза прохождения стажировок в малом бизнесе для студентов с точки зрения директоров кадровых агентств. Более 85% опрошенных убеждены, что прохождение практики / стажировки в их компании дает возможность начинающим сотрудникам приобрести реальный практический опыт работы в рекрутинге. 4 из 7 директоров в качестве значимости прелиминаринга для студентов отмечают возможность трудоустроиться после окончания практики / стажировки.

Достоинства и ограничения прелиминаринга с точки зрения представителей кадровых агентств. Распределение ответов респондентов на одноименный вопрос представлено на рис. 3 (зелёным цветом обозначены варианты преимуществ прелиминаринга, красным – недостатки).

Ответы на ранее заданный вопрос про цели прелиминаринга напрямую коррелируют с предложенными вариантами ответа на вопрос о его достоинствах. Можно констатировать, что основную пользу использования прелиминаринга директора малых организаций видят в оперативной поддержке штатных консультантов при большой рабочей нагрузке, возможности «взращивания» готового специалиста внутри компании, обученного в соответствии со всеми корпоративными стандартами, а также в возможности увидеть потенциального будущего сотрудника «в деле». Ключевые ограничения прелиминаринга опрошенные видят в сложности подстроить ра-

бочий график под учебную деятельность, временные затраты на обучение и финансовые издержки на оплату труда (в случае, если речь идет о полноценной оплачиваемой стажировке).



Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие преимущества и недостатки прелиминаринга для Вашей компании Вы можете выделить?»

Также в ходе опроса директоров был определен *портрет потенциального практиканта кадрового агентства*. В соответствии с полученными данными образ потенциального практиканта в глазах представителей малого бизнеса – это студенты, выпускники вузов, получающие высшее образование на данный момент времени (в приоритете у большинства респондентов очная форма обучения, направление подготовки, как и пол стажера не имеет значения).

В будущих стажерах работодатель ценит в первую очередь интерес к профессии рекрутера, ответственный подход к задачам и ориентацию студентов на конечный результат.

Взаимодействие с целевой аудиторией: актуальные и перспективные форматы. Одна из задач исследования – определить, какие форматы взаимодействия со студентами использует компания на данный момент и в реализации каких заинтересована в будущем. Сводная информация с результатами представлена в табл. 3.

Можно сделать вывод, что иницируемая активность во взаимодействии со студенческой аудиторией у кадровых агентств крайне низкая: зачастую компании предлагают пройти ребятам бесплатную вузовскую практику либо оплачиваемую стажировку, однако не принимают активно участия в event-мероприятиях для студентов. Вместе с тем более половины опрошенных проявили интерес к такому формату взаимодействия, как кейс-чемпионаты, тематические мастер-классы, и в будущем планируют их осуществление для целевой аудитории.

Квиз-чемпионат как метод привлечения молодых сотрудников: разработка сценария проведения для кадровых агентств. По итогам исследования определены форматы карьерных мероприятий, которые, с одной стороны, являются приоритетными для целевой аудитории студентов, а с другой – будут доступны для компаний сферы малого бизнеса: встречи с представителями компании, мастер-классы от представителей компании, welcome day в организации. В качестве основной практической рекомендации авторами был разработан план реализации студенческого квиз-чемпионата. К реализации данного квиза можно подойти гибко: использовать как самостоятельное мероприятие в форме встречи с представителями работодателя либо включить в содержание welcome day.

Таблица 3. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Какие формы сотрудничества со студентами использует Ваша компания? В каких из них Вы планируете принять участие в будущем?»

Формат	Практикуем	Не практикуем, но планируем	Не практикуем и не планируем
Предлагаем пройти полноценную стажировку с оплатой труда	4	2	1
Проводим День открытых дверей	0	3	4
Организуем кейс-чемпионаты, деловые игры	0	5	2
Готовим тематические мастер-классы	1	4	2
Предоставляем возможность пройти неоплачиваемую практику в компании, предусмотренную программой обучения в вузе	4	2	1
Участвуем в карьерных мероприятиях (например, «Ночь карьеры» от УрФУ)	0	4	3
Свой вариант	–	–	–

Сущность: квиз – относительно новый популярный формат коммуникации с целевой аудиторией. Вопросы викторины, ограниченное время на ответ, соревновательный элемент и моментальный результат являются теми отличительными характеристиками, которые способны привлечь внимание представителей поколения Z. В период пандемии коронавируса особую актуальность приобрели квизы, организованные на онлайн-платформах.

Концепция: квиз состоит из 6 последовательных раундов, тематика вопросов каждого раунда сопряжена со сферой HR. Данный аспект носит функцию не только привлечения целевой аудитории, но и просвещения будущих профессионалов в области рекрутинга. Участие студентов предполагает индивидуальный характер в целях определения по итогам мероприятия победителей, которые получают брендированные подарки и возможность пройти стажировку в кадровом агентстве. В данном случае визуальный контент был оформлен в соответствии с фирменным корпоратив-

ным стилем кадрового агентства IBC Human Resources, скриншот слайда представлен на рис. 4.

Содержание квиза. Для реализации была предложена структура мероприятия, которая отражена в табл. 4.

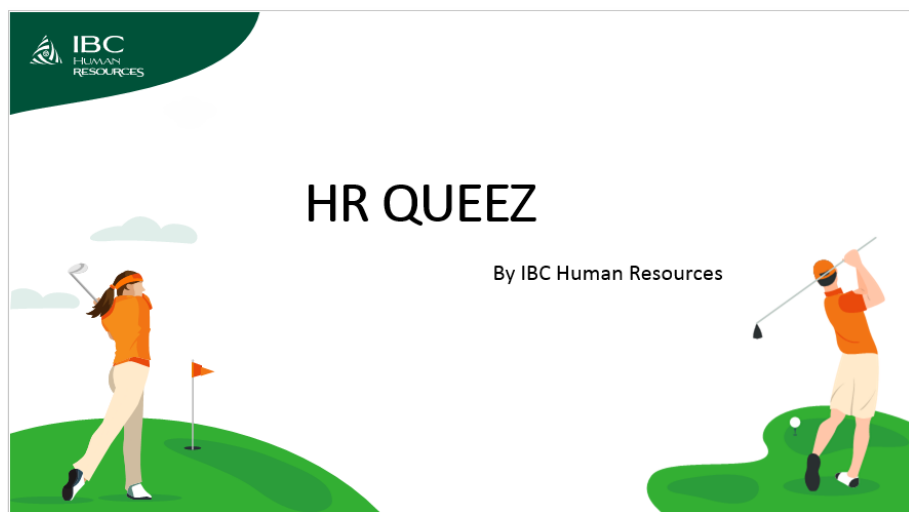


Рис. 4. Оформление онлайн-квиза в фирменном стиле IBC HR

Таблица 4. Содержание этапов проведения студенческого квиза

Вводная часть: приветствие, знакомство, общие факты о компании
Раунд 1. Разминка (блиц-тест)
Раунд 2. Сопоставление («Найди меня»)
Раунд 3. Музыкальный раунд («Музыка в сердцах hr»)
Перерыв
Раунд 4. HR-кейсы («Покейсим?»)
Раунд 5. Видеораунд («Видео в студию!»)
Раунд 6. Викторина по hr-новостям («По секрету всему свету»)
Заключительная часть: подсчет результатов, объявление победителей

Оценивание каждого раунда производится жюри в балльной системе (для процедур оценивания был разработан лист оценки участников). Завершает квиз серия видеороликов-визиток сотрудников кадрового агентства, во время которой осуществляется подсчет суммы баллов участников, формируется общий рейтинг. Ориентировочная продолжительность мероприятия – 120 минут. По итогам онлайн-квиза всем студентам по e-mail будут отправлены сертификаты участников, а победители (первые 5 в рейтинге) получают памятные призы от компании (фирменные ежедневники, кружки, ручки, блокноты, коврики под мышки – словом, всё то, что действительно пригодится студентам) и будут приглашены на стажировку в агентство.

Заключение. На сегодняшний день вопрос поиска и привлечения талантливой молодежи является актуальным не только для крупных компаний, но и для организаций малого бизнеса. В рамках настоящей статьи в качестве одного из путей решения данных проблем рассмотрен прелиминаринг как метод привлечения студентов и выпускников вузов посредством практики и стажировки с возможностью дальнейшего трудоустройства в компанию. На основе проведенных исследований авторы пришли к выводу, что интерес к данному взаимодействию является обоюдным: мы выяснили, что в возможностях трудоустройства в результате прохождения практики заинтересованы как работодатели, так и студенты. В качестве практического инструмента нами предложен интерактивный формат квиз-чемпионата, представляющий особый интерес для молодого поколения. В качестве планируемых результатов реализации квиза выделим:

1. Формирование пула студентов, готовых пройти стажировку в IBC HR.
2. Увеличение базы данных стажёров, которые в будущем смогут занять должность ассистента по подбору персонала в кадровом агентстве.
3. Укрепление HR-бренда компании малого бизнеса среди целевой аудитории.

В заключении стоит отметить долгосрочные перспективы организации квиза. Во-первых, данное мероприятие может служить отправной точкой для организации последующего взаимодействия со студентами на постоянной и системной основе. Например, логическим продолжением может стать серия мастер-классов от сотрудников кадровых агентств. Для того чтобы содержание мастер-класса коррелировало с потребностями целевой аудитории, целесообразно запустить онлайн-опросы для подписчиков на официальных страницах компании во *Vkontakte* и *Instagram*. Во-вторых, предложенную разработку можно легко адаптировать к использованию в других компаниях, тем самым масштабировав данный опыт в других кадровых агентствах, входящих в Ассоциацию рекрутинговых агентств Урала. В частности, каждое агентство имеет свой корпоративный стиль, в соответствии с которым можно оформить визуальную составляющую квиза. В-третьих, есть возможность гибко менять формат проведения предложенного мероприятия. В данном случае был предложен онлайн-формат реализации с учетом 2 факторов: эпидемиологической ситуации ввиду пандемии коронавируса и поколенческих особенностей мотивации целевой аудитории (поколение Z, питающее особый интерес к сфере digital-технологий). Исходя из этого, данная разработка позволит принять участие кадрового агентства во внешних карьерных мероприятиях, организуемых для студентов (*on-line / off-line*). Анализ статистики показал, что с каждым годом число карьерных мероприятий для студентов, выпускников и молодых специалистов планомерно увеличивается. Соответственно, увеличивается и число потенциальных площадок проведения данного квиза.

Список источников

1. Демидкина К. Зумеры на бирже труда: как пандемия лишила поколение 20-летних работы мечты // *www.forbes.ru*. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/402171-zumery-na-birzhe-truda-kak-pandemiya-lishila-pokolenie-20-letnih-raboty>
2. Гудашова Л.Е. Предпринимательство в России: проблемы и особенности // Современная конкуренция. 2013. № 2 (38). С. 39–45.
3. Сектор малого предпринимательства: Россия и мир // Институт экономики роста им. П.А. Столыпина : сайт. URL: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir/>
4. Развитие малого и среднего бизнеса в России // АО «Сбербанк» : сайт. URL: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics/s_m_business_dev.pdf
5. Доля субъектов МСП в российском бизнесе в августе снизилась на 1% // *www.tass.ru*. URL: <https://tass.ru/ekonomika/9172341>
6. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Российская газета. 2007. 31 июля.
7. Быковская Ю.В., Иванова Л.Н., Сафохина Е.А. Малое и среднее предпринимательство в современной России: состояние, проблемы и направления развития // Вестник Евразийской науки. 2018. № 5. С. 1–6.
8. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 02.06.2016 № 1083-р (ред. от 30.03.2018) // Информационно-правовой портал «Гарант». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71318202/>
9. Агеев М.Н., Семина А.П. Анализ и совершенствование технологий рекрутмента лётного персонала авиакомпании // Московский экономический журнал. 2019. № 11. С. 797–806.
10. Лустина Т.Н., Панова А.Г. Использование современных персонал-технологий в индустрии гостеприимства (на примере гостиничных предприятий города Москвы) // *Сервис plus*. 2018. Т. 12, № 1. С. 33–45.
11. Шинкоревич Е. Прелиминаринг – тот ещё кадр // *Кадровик. Управление персоналом*. 2014. № 13. URL: <http://profmedia.by/pub/kadrovik/art/detail.php?ID=90237>
12. Козина Е.С., Фадейкина В.С. Прелиминаринг как инструмент обеспечения государственно-частного партнерства в сфере профессионального образования // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 1. С. 263–270.

References

1. Demidkina, K. (2020) Zumery na birzhe truda: kak pandemiya lishila pokolenie 20-letnikh raboty mechty [Zoomers at the labor exchange: how the pandemic deprived a generation of 20-year-olds of a dream job]. *Forbes*. [Online] Available from: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/402171-zumery-na-birzhe-truda-kak-pandemiya-lishila-pokolenie-20-letnih-raboty>
2. Gudashova, L.E. (2013) Intreprenurship in Russia: problems and peculiarities. *Sovremennaya konkurentsia – Journal of Modern Competition*. 2 (38). pp. 39–45. (In Russian).
3. Institute for the Economy of Growth, Stolypin P.A. (2018) *Sektor malogo predprinimatel'stva: Rossiya i mir* [Small business sector: Russia and the World]. [Online] Available from: <http://stolypin.institute/novosti/sector-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-rossiya-i-mir>.
4. Sberbank. (2019) *Razvitie malogo i srednego biznesa v Rossii*. [Online] Available from: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/analytics/s_m_business_dev.pdf.
5. TASS.RU. (2020) *Dolya sub'ektov MSP v rossiyskom biznese v avguste snizilas' na 1%* [The share of SMEs in Russian business decreased by 1% in August]. [Online] Available from: <https://tass.ru/ekonomika/9172341>.

6. Rossiyskaya gazeta. (2007) *Federal'nyy zakon ot 24 iyulya 2007 g. 209-FZ "O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiyskoy Federatsii"* [Federal Law No. 209-FZ of July 24, 2007 "On the development of small and medium-sized businesses in the Russian Federation"]].

7. Bykovskaya, Yu.V., Ivanova, L.N. & Safokhina, E.A. (2018) Small and medium-sized business in modern russia: the state, problems and directions of development. *Vestnik Evraziyskoy nauki – The Eurasian Scientific Journal*. 5. pp. 1–6. (In Russian).

8. Garant. (2018) *On the approval of the Strategy for the Development of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation for the period up to 2030: Decree of the Government of the Russian Federation No. 1083-r of June 02, 2016 (edition of March 30, 2018)*. [Online] Available from: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71318202>. (In Russian).

9. Ageev, M.N. & Semina, A.P. (2019) Analysis and improvement of selection technologies of flight personnel in the aviacompany. *Moskovskiy ekonomicheskij zhurnal – Moscow Economic Journal*. 11. pp. 797–806. (In Russian). DOI: 10.24411/2413-046X-2019-10166

10. Lustina, T.N. & Panova, A.G. (2018) The use of modern staff technologies in the hospitality industry (by the example of Moscow hotels). *Servis plus – Service Plus*. 1 (12). pp. 33–45. (In Russian). DOI: 10.24411/2413-693X-2018-10104

11. Shinkorevich, E. (2014) Preliminaring – tot eshche kadr [Preliminaring is a piece of work]. *Kadrovik. Upravlenie personalom*. 13. [Online] Available from: <http://profmedia.by/pub/kadrovik/art/detail.php?ID=90237>.

12. Kozina, E.S. & Fadeykina, V.S. (2016) Preliminaring as the instrument of ensuring public-private partnership in the sphere of professional education. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii – The Review of Economy, the Law and Sociology*. 1. pp. 263–270. (In Russian).

Сведения об авторах:

Казакова М.И. – кандидат философских наук, доцент кафедры управления персоналом и психологии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия). E-mail: kazakova-berater@mail.ru

Шурмина Т.В. – магистрант кафедры управления персоналом и психологии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия). E-mail: tatiana.shurmina@mail.ru

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

M.I. Kazakova, Cand. Sci. (Philosophy), Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia. E-mail: kazakova-berater@mail.ru

T.V. Shurmina, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia. E-mail: tatiana.shurmina@mail.ru

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья принята к публикации 09.02.2022.

The article was accepted for publication 09.02.2022.