

18. Molodizhni prostory v bibliotekakh. (2019). *Decentralizaciya*. Available at: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/375/Method.pdf>.
19. Pro zatverdzhennya Poryadku ta umov nadannya subventsii z derzhavnoho byudzhetu mistsevim byudzheta na stvorennia tsentriv kul'turnykh posluh : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 2021 r. (2021). *MKSK*. Available at: <https://mkip.gov.ua/files/pdf/Постанова%20Порядок%20та%20умови%20-%20субвенція%20ЦКП.pdf>.
20. Stan funktsionuvannya kul'turnoyi sfery v rehionakh Ukrainy v umovakh voyennoho stanu. (2024). *Internyuz Ukrainy*. Available at: <https://internews.ua/storage/app/media/rang/Materials/2024/FreedomSpeechCom/HCpolicy2.pdf>.
21. Khrushch S. S. (2023). *Formuvannya innovatsiynoho mediaprostoru v publichnykh bibliotekakh Ukrainy*. Ph.D. Thesis. Kyiv's'kyi natsional'nyi universytet kul'tury i mystetstv. Kyiv.
22. Tsentri kul'turnykh posluh u terytorial'niy hromadi. (2022). Available at: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/Центр%20культурн%20посл%20в%20тер%20громаді%202022%20пос%20Частина%201%20103c.pdf>.
23. Boyarynova O. et al. [avt.-uklad.]. (2020). *Chotyry prostory biblioteki: model' diyal'nosti*. Kyiv: Ukrayins'ka bibliotekna asotsiatsiya. *Decentralizaciya*. Available at: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/594/>.
24. Shmayun O. Yu. (2020). Kul'turno-dozvillyevyy tsentr yak innovatsiynyy zaklad osobystisnoho rozvytku. *Pytannya kul'turolohiyi*, 36, pp. 260—268.
25. Peleshchyshyn A., Yakovyna V. & Dobrovol'ska V. (2019). Cultural Institution Information Pattern Formation within Social Media Communities. *Proceedings of the 1st International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks (COAPSN-2019)*. Lviv, pp. 42—53. Available at: <http://ceur-ws.org/Vol-2392/paper4.pdf>.

Надійшла до редакції 9.06.2025

[https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.7\(348\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.7(348).32-38)
УДК 331.53.07:005.954](477)(045)

Владислав Курасов,
аспірант НАКККиМ
dis5123.vkurasov@dakkkim.edu.ua
<https://orcid.org/0009-0006-8949-6349>

Функції кадрових агенцій як суб'єктів сучасної системи соціальних комунікацій

У статті визначено та обґрунтовано функції кадрових агенцій як невіддільного складника сучасної системи соціальних комунікацій.

Наголошено, що завдання кадрових агенцій у формуванні системи соціальних комунікацій актуалізуються в умовах глобалізації, цифровізації, зростання активності й змін у пріоритетах населення та структурі зайнятості.

Визначено основні функції кадрових агенцій у соціальних комунікаціях: посередництво між роботодавцем і працівником; консультативно-освітня; інформаційна; стимулювання соціальної мобільності та інтеграції; адаптації (зовнішня й внутрішня (формування корпоративного клімату та культури)); екстерналізації (кадрових ресурсів, моралі, відповідальності).

Підсумовано, що кадрові агенції стають важливими суб'єктами соціальних комунікацій, забезпечуючи ефективний обмін інформацією та сприяючи гармонізації відносин у суспільстві.

Ключові слова: кадрові агенції; виробничо-трудова соціальна комунікація; рекрутинг; гнучке працевлаштування; хедхантинг; кадровий консалтинг

Постановка проблеми. В умовах перманентних світових економічних криз заповнювати вакансії в компаніях висококваліфікованими працівниками стає дедалі важче. Зрозуміло, що на конкурентному ринку праці заробітна плата, соціальні виплати й гарантії залишаються найважливішими критеріями вибору, однак сьогодні майбутніх фахівців також турбують питання корпоративних культури й клімату, роботи, що відповідає очікуванням, можливостей запропонованої посади щодо особистісного та професій-

ного розвитку, кар'єрного зростання. Здатність залучати кандидатів із глибокими знаннями та цінним досвідом, які також мають уявлення про клієнтів і конкурентів на ринку, є головною перевагою використання зовнішніх джерел добору персоналу, якими є кадрові агенції.

Нині ці організації відіграють важливу роль у системі формування виробничо-трудова соціальних комунікацій. Діяльність кадрових агенцій допомагає не лише працевлаштовувати людей і заповнювати вакансії, а й формувати

соціальні зв'язки між різними учасниками соціальних процесів, ставати посередниками між роботодавцями та шукачами роботи, сприяючи ефективному розвитку економіки й ринку праці. Недарма науковці наголошують на потребі розширення спектра теоретичних досліджень у зазначеній сфері, а також на методологічних викликах у питаннях добору кадрів, оскільки ці чинники впливають на ефективність розв'язання поточних політичних, культурних, технологічних, соціальних і законодавчих проблем [11].

Аналіз досліджень і публікацій. Серед досліджень українських науковців, які приділяють увагу різноманітним аспектам пошуку й добору персоналу, варто виокремити статтю І. Дашко та Л. Михайліченко "Особливості застосування рекрутингу в системі управління персоналом підприємства". Автори наводять різні підходи до тлумачення поняття "рекрутинг"; визначають особливості, види, елементи його застосування, а також основні показники, що характеризують ефективність рекрутингової діяльності, зокрема в контексті заходів з її вдосконалення [1].

А. Зленко, О. Ісайкіна, Д. Мірошніченко у статті "Особливості національного рекрутингу" аналізують особливості добору кадрів в Україні; критерії, технології та методи, які використовують у внутрішньому та зовнішньому рекрутингу, а також роль кадрових агенцій в ефективному пошуку персоналу [2].

Безпосередньо кадровим агенціям присвячено дослідження "Особливості діяльності рекрутингових агентств на українському ринку праці". А. Лобза, А. Бикова та А. Пильгун висвітлюють основні аспекти функціонування кадрових агенцій, їхні завдання та проблеми в сучасних умовах. Автори проаналізували різновиди, етапи, методи та принципи успішного добору персоналу, акцентуючи на важливості професіоналізму працівників рекрутингових організацій. У публікації також "виділено основні фактори, що впливають на діяльність компаній із пошуку та підбору персоналу. Проаналізовано рейтинг провідних рекрутингових агентств України. Обґрунтовано актуальність дослідження ринку рекрутингових послуг, що підтверджується зміною попиту на послуги кадрових агентств" [4].

Г. Писаревська у статті "Організація процесу зовнішнього рекрутингу" досліджує його основні проблеми, перспективи й тенденції розвитку з огляду на вдосконалення інформаційних технологій, "зміну підходу до рекрутингу випускників та студентів, брак висококваліфікованих рекрутерів, відсутність нових високоефективних

технологій найму... рекомендації щодо необхідності вдосконалення організації процесу рекрутингу, основні напрямки та елементи технологій рекрутмента, що застосовуються агенціями" [6].

О. Малєєва, Р. Артюх, О. Персіянова в публікації "Система інформаційної підтримки процесів рекрутингу в ІТ-компанії" аналізують процеси збирання, опрацювання й аналізу інформації з пошуку персоналу в рекрутинговій кампанії; особливості використання технологій добору претендентів на вакансії в ІТ-компаніях; основні характеристики сучасних технологій відбору працівників, а також пропонують систему інформаційної підтримки процесів рекрутменту для зменшення часу й підвищення зручності збирання та опрацювання інформації [5].

Закордонні дослідники К. Поточник, Н. Андерсон, М. Борн, М. Клейнманн, І. Ніколау у статті "Прокладаючи шлях для досліджень у сфері найму та відбору: останні події, виклики та майбутні можливості" аналізують сучасні наукові напрацювання, щоб визначити метатенденції та перспективні напрями досліджень у практиці пошуку й працевлаштування кадрів. Автори наголошують на актуальності досліджень, присвячених добору персоналу, зосереджують увагу на методах і сучасних технологіях рекрутингу [11].

Вагомою для пропонованого дослідження стала відома праця польського дослідника К. Конецького "Мисливці за головами. Хедхантинг. Аналіз рекрутингової роботи в кадрових консалтингових агентствах", у якій проаналізовано історію виникнення кадрових агентств, специфіку роботи консультантів із наймання працівників. Автор визначає чинники, які впливають на ефективність роботи фахівців із добору персоналу та способи її підвищення; приділяє увагу детермінантам якості роботи рекрутерів та її зв'язку з робочим часом [9].

Мета статті — визначити та обґрунтувати функції кадрових агенцій як невіддільного складника сучасної системи соціальних комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ідея допомоги в пошуку роботи набула розвитку ще в середньовічній Європі: спочатку з'явилися гільдії та церковні громади, які сприяли працевлаштуванню ремісників, а у XVII—XVIII ст. — державні біржі праці у Франції та Німеччині.

Перші кадрові агенції виникли в XIX ст., як от Агенція Генрі Робінсона у Великій Британії (1930-ті рр.) і Bureau of Employment у США (1940-ві рр.). З розвитком суспільства та розширенням можливостей працевлаштування зростала потреба в оцінюванні знань, навичок, здібностей

та інших якостей (Knowledge, Skills, Abilities, and Other Characteristics, KSAO) кандидатів; виникали питання, які методи слід застосовувати для аналізу претендентів, як залучити висококваліфікованих пошукачів до подання заявки; як відібрати тих, хто має найвищий потенціал для виконання роботи та оптимально відповідає вимогам організації [11].

Як зазначають автори статті "Вирішення найвищої проблеми: 100 років відбору та найму", понад століття науковці та практики намагалися визначити, як сформувати пули кандидатів-професіоналів і вибрати гідних претендентів для заповнення вакансій [10]. Ці складні питання зумовили потребу створення професійних організацій із рекрутменту.

Ідея кадрового консалтингу й зовнішнього добору персоналу в сучасному розумінні виникла у США, тобто сучасний ринок рекрутингових послуг сформувався у XX ст., коли в Америці було створено відомі агенції Manpower (1948) і Kelly Services (1946). І хоча ідея в майбутньому "викликала" погіршення "клімату" в колективі та певний стрес від нової людини чи небажання керівника "ростити" власних працівників" [1], вона посприяла перекладенню функцій із пошуку кадрів на спеціалізовані компанії. Саме тоді було розроблено методологію безпосереднього пошуку та її ідейно-етичне обґрунтування, що згодом втілювалося в діяльності організацій, які дістали різні назви: рекрутингові компанії, агенції з добору персоналу, агенції з кадрового консалтингу, хедхантингові компанії тощо. Є суттєва різниця між, наприклад, кадровими агенціями, найбільш придатними для масового добору персоналу, та хедхантерами, які спеціалізуються на пошуку топменеджерів і рідкісних фахівців, а тому є оптимальними для складніших стратегічних наймів: "...хедхантинг розрахований на так званих "золотих комірців" — вищих керівників (якщо розглядати IT-сферу, то на робітників рівня Senior / Middle+), рекрутинг — на "білих комірців" (наприклад, кандидатів рівня Junior / Middle), а скринінг використовують для добору початкового рівня персоналу (зазвичай це рівень Junior / Trainee)" [5, с. 29].

Наприклад, особливістю українського ринку рекрутингових послуг є те, що його "найбільшу частину... посідають агенції з добору спеціалістів середньої та вищої ланок, а позиції нижчого рівня залишаються без уваги" [6, с. 298]. Водночас майже всі рекрутингові структури виконують спільне завдання з ефективного добору потрібного персоналу.

Утім, неперевершеними професіоналами на цій ниві стабільно залишаються хедхантингові компанії, які шукають і наймають топменеджерів. Недарма їх називають "мисливцями за головами", headhunting firms, executive search companies. Використовуючи глибокий аналіз ринку й конфіденційні методи роботи, хедхантери здійснюють безпосередній пошук і "переманювання" потрібних фахівців з інших компаній.

Хедхантингові компанії з'явилися у 1940—1950-х рр. у США. Дослідники порівнюють їх із "професійними сватами", що намагаються знайти кандидата, який оптимально відповідає певній посаді (зазвичай керівника чи висококласного спеціаліста). "Щасливий і довготривалий шлюб" залежить від майстерності та професіоналізму "сватів" [9].

Компанії з добору керівників замінили мережі неформальних комунікацій (the old guys network, або метод "старих друзів"), які були основним способом пошуку працівників компаніями, а також пошуку роботи менеджерами. Метод "старих друзів", звісно, не є стандартизованою процедурою відбору. Його вважають менш раціональним, оскільки він зосереджений здебільшого на оцінюванні кваліфікації, а не службової діяльності кандидатів. Хедхантингові компанії запропонували більш формалізовані методи відбору через підвищення вимог до кандидатів і зростання попиту на менеджерів і висококласних спеціалістів.

Рекрутингові компанії США частково замінили внутрішній набір персоналу в компаніях, який раніше здійснювали відділи людського капіталу (ресурсів), і перебрали частину ринку від державних служб зайнятості. Більшість агенцій шукають працівників нижчого рівня на технічні та офісні посади й стягують плату за надання послуг [9].

Парадоксально, але вербувальники й досі використовують мережі неформальних зв'язків для пошуку кандидатів, окрім того, робота рекрутерів частково базується на інтуїції. Тож початкова критика неформальних методів закінчилася почасти поверненням до них, але цього разу в уже суспільно визнаній діяльності служби з добору персоналу [9].

Остаточного рекрутингового бізнесу закріпився наприкінці 1950-х — на початку 1960-х рр. У той час вийти на ринок було легко, адже рекрутинг передбачав невеликі інвестиції, а агенції отримували дохід уже після виконання кількох пропозицій [7, с. 2].

Станом на 2019 р. в Україні було зареєстровано 859 кадрових агенцій. "Нині, за оцінками

спеціалістів у сфері рекрутингу, послугами з пошуку та підбору персоналу користуються понад 15% активно діючих компаній" [4, с. 127]. Водночас, наголошують дослідники, назвати точну кількість наявних організацій неможливо, оскільки "деякі консалтингові та тренінгові агенції позиціонують себе як кадрові агенції, тоді як рекрутинг не є для них основним напрямом діяльності. Це доводить, що рекрутинг стає консалтинговою діяльністю, пов'язаною з творчістю, пошуком рішення, можливостей, спільною роботою для пошуку тих рідких спеціалістів, які так потрібні для будь-якого бізнесу" [6, с. 298].

Сучасні українські дослідники визначають рекрутинг як вид діяльності, сегмент "інфраструктури ринку праці, що функціонує завдяки приватним агенціям з підбору персоналу; <...> технологія підбору персоналу із зовнішніх джерел шляхом активного залучення потенційних кандидатів для задоволення потреб, що використовується підприємствами та рекрутинговими агенціями" [6, с. 297]; "бізнес-процес, спрямований на підбір та відбір персоналу за критеріями, визначеними компанією-замовником <...> пошук співробітників за допомогою таких агентств характеризується значними перевагами: економією часу, безкоштовною заміною наданої агенством кандидатури співробітника, який за якими-небудь параметрами не підійшов підприємству-замовнику" [4, с. 124].

Рекрутинг відбувається в кілька етапів: "отримання рекрутером замовлення; аналіз кадрового ринку; пошук потенційного працівника; набір, відсіювання й безпосередній відбір кандидата" [5, с. 27], у процесі яких кадрові агенції реалізують низку функцій, що охоплюють широкий спектр діяльності, спрямованої на посередництво, обмін інформацією, інтеграцію та розвиток учасників ринку праці, що загалом впливає на формування нової системи соціальних комунікацій.

Найважливіша функція — *посередництво між роботодавцем і працівником*. Передбачає добір персоналу відповідно до вимог компанії; допомогу кандидатам у пошуку роботи з урахуванням їхніх навичок і досвіду; формування комунікаційного містка між двома сторонами тощо. Кадрові агенції розвивають професійні зв'язки, налагоджують мережеві комунікації між роботодавцями, кандидатами й іншими зацікавленими сторонами. Така співпраця сприяє розвитку специфічних моделей взаємодії та зобов'язань між організаційними суб'єктами, залученими до пошуку персоналу, а також до спільного інформування всіх зацікавлених соціальних акторів [9].

Окрім того, діяльність кадрових агенцій "сприяє встановленню цивілізованих, правових відносин між робітником і роботодавцем, підвищує мотиваційні стимули, оскільки завдяки рекрутингу працівники мають можливість знайти високооплачувану роботу та зробити кар'єру" [6, с. 297].

Консультативно-освітня функція — це надання консультацій щодо вимог до заповнення вакансій, зарплатних очікувань, умов праці, поширення знань про тенденції професійного розвитку. Передбачає організацію семінарів, вебінарів, курсів, тренінгів із розвитку професійних навичок, консультації щодо складання резюме, підготовки до співбесіди-інтерв'ю, кар'єрне консультування й профорієнтацію.

Не менш важливою є *інформаційна функція*. Кадрові агенції діють як центри інформаційного обміну між роботодавцями та претендентами, оскільки підтримують безперервний діалог між компаніями й кандидатами, збирають, аналізують і поширюють інформацію про ринок праці, формують професійні спільноти та сприяють нетворкінгу, інформують компанії про сучасні HR-технології й тренди в доборі персоналу, налагоджують механізми координації, що дає змогу оптимізувати розподіл інформаційних потоків між учасниками процесу рекрутингу [6, с. 301].

Кадрові агенції також спілкуються з адміністрацією, інформують медіа про нормування праці та її раціональність, дотримання етичних норм у веденні бізнесу окремими компаніями, беруть участь у рекламних заходах, ярмарках вакансій, де рекламують свої послуги, прагнуть підтвердити високий рівень етичності та професіоналізму [9].

Функція *стимулювання соціальної мобільності та інтеграції* передбачає допомогу молодим спеціалістам у старті кар'єри; сприяння працевлаштуванню вразливих категорій населення (людей з інвалідністю, переселенців, молоді, ветеранів, мігрантів); проведення тренінгів із вдосконалення соціальних і професійних навичок; підтримку професійного та кар'єрного зростання завдяки відповідним пропозиціям; допомогу у зміні професії чи сфери діяльності, перекваліфікації та переходу в перспективні галузі, що важливо для економічної мобільності; підтримку гнучкого працевлаштування (фриланс, проектна робота, віддалена зайнятість тощо), що має вагоме значення для студентів, молодих батьків та осіб, які прагнуть поєднувати роботу з навчанням.

Українські науковці наголошують, що стимулювання соціальної мобільності впливає на

підвищення рівня зайнятості, адже агенції допомагають працівникам знайти відповідну роботу, а компаніям — кваліфікованих спеціалістів: "Ефективне застосування рекрутингу сприяє стабілізації ринку праці, досягненню стратегічних цілей організацій-роботодавців, підвищенню мобільності й конкурентоспроможності працівників" [4, с. 129].

Функцію *адаптації* становлять два взаємопов'язані аспекти: внутрішній і зовнішній. Зовнішній — це адаптація до ринкових змін. Кадрові агенції швидко реагують на зміни в економічному середовищі, підтримуючи гнучкість ринку праці, адже рекрутинг є елементом його інфраструктури [3]. Внутрішній (формування корпоративних клімату й культури) — це сприяння інтеграції нових працівників у робочий колектив. Витративши багато часу та зусиль на пошук кваліфікованих кандидатів, компанія стикається з плінністю нових кадрів протягом перших місяців їхньої роботи. Саме перший квартал, який новий працівник проводить в організації, часто визначає, наскільки швидко він стане повноцінним членом колективу. Нові співробітники можуть відчувати, що компанія не підготувала їх до початку роботи або що корпоративна культура не відповідає їхнім цінностям. Недарма дослідники наголошують на важливості психологічних підходів і технік в оцінюванні кандидатів, розробленні стратегій добору та побудови ефективних робочих відносин [8].

Щоб запобігти відпливу нових працівників, кадрові агенції використовують різні блоки тестів, що "можуть бути соціометричними (визначати індивідуально-психологічні властивості людини, тобто тип індивідуальності), на виявлення розумових здібностей (перевіряють загальний рівень розумового розвитку, грамотності, умінь оперувати числами, спілкуватися, кваліфікацію, досвід, очікування та ін.), імітаційними (моделюють різноманітні умови праці). Найчастіше під час оцінювання якостей претендентів на вакантні посади використовують комплексні тести, до складу яких входять соціометричний блок, блок тестів на виявлення розумових здібностей, блок тестів на виявлення особистісних якостей і станів, мотиваційний блок, блок профорієнтації, блок тестів для виявлення міжособистісних відносин" [2, с. 80].

Тести сприяють оптимізації процесів адаптації, позаяк дають змогу зрозуміти, за яких умов та з якими якостями нові співробітники почуватимуться комфортно в колективі, а перші дні на роботі стануть продуктивними та без стресу.

Спеціалісти кадрової агенції також можуть створити контрольний список завдань, пов'язаних з адаптацією, наприклад, трудові контракти, угоди про конфіденційність, довідники для працівників, плани початкового навчання тощо.

Співпраця з кадровими агенціями може тривати й після наймання працівника: рекрутери допомагають в інтеграції в компанію та в оцінюванні ефективності його роботи. Така комунікація може бути особливо корисною для організацій, які не мають власних відділів кадрів.

Для ефективної адаптації нових працівників кадрові агенції можуть посприяти компаніям у створенні позитивного іміджу, формуванні ефективних внутрішніх комунікацій, доборі кандидатів, які відповідають корпоративним цінностям тощо. Ці чинники важливі насамперед для великих компаній, які, з огляду на адаптаційні причини, часто віддають перевагу внутрішньому підходу через вищий ступінь контролю та здатність глибше інтегрувати нових працівників у корпоративні культуру та цінності [12].

К. Конецький виокремлює *психологічну* функцію — екстерналізації. Це психологічний феномен, який передбачає проєкцію власних переживань, почуттів тощо на зовнішні об'єкти, інших людей чи обставини. У контексті діяльності кадрових агенцій це стосується людських ресурсів, моралі та відповідальності. Якщо клієнт "переманює" від конкурента талановитого кандидата, то в діловому світі цей вчинок вважають аморальним — своєрідною крадіжкою. Добір претендентів за допомогою консультанта не є аморальним з огляду на природу кадрового консультування, що передбачає пошук найкращих кандидатів, тобто це мета його роботи. Отже, рекрутингову роботу має виконувати зовнішній фахівець, який відповідає завданням доцільності — через комерційну етику та репутацію компанії. Екстерналізація відповідальності — це перенесення відповідальності за можливий некоректний вибір кандидата на консалтингову компанію [9].

Висновки. Кадрові агенції відіграють важливу роль у системі соціальних комунікацій, виконуючи завдання посередників між роботодавцями та шукачами роботи. Це сприяє ефективній взаємодії між цими соціальними акторами, що позитивно впливає на комунікацію суспільства загалом.

Функції кадрових агенцій у формуванні системи соціальних комунікацій активізуються в умовах глобалізації, цифровізації, зростання активності й змін у пріоритетах населення та структурі зайнятості. Це зумовлено потребою

підвищення рівня соціальної мобільності й розвитку ефективних виробничих комунікаційних мереж, а також оптимізацією процесів працевлаштування та професійного розвитку, розподілу праці тощо.

Основні функції кадрових агенцій у соціальних комунікаціях: посередництво між роботодавцем і працівником; консультативно-освітня; інформаційна; стимулювання соціальної мобіль-

ності й інтеграції; адаптації (зовнішня та внутрішня (формування корпоративного клімату й культури)); екстерналізації (кадрових ресурсів, моралі, відповідальності).

Кадрові агенції не лише виконують економічну функцію на ринку праці, а й стають важливими суб'єктами соціальних комунікацій, забезпечуючи ефективний обмін інформацією та сприяючи гармонізації відносин у суспільстві.

Список бібліографічних посилань

1. Дашко І., Михайліченко Л. Особливості застосування рекрутингу в системі управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61.
2. Зленко А. М., Ісайкіна О. Д., Мірошніченко Д. А. Особливості національного рекрутингу. *Економічний вісник університету*. 2018. Вип. 37 (1). С. 75—84.
3. Лисак В. Ю. Суть та значення рекрутингу в системі управління персоналом підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 2 (13). С. 130—134.
4. Лобза А. В., Бикова А. Л., Пильгун А. Р. Особливості діяльності рекрутингових агентств на українському ринку праці. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 3 (77). С. 123—129.
5. Малєєва О. В., Артюх Р. В., Персіянова О. Ю. Система інформаційної підтримки процесів рекрутингу в ІТ-компанії. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2018. № 2 (4). С. 25—33.
6. Писаревська Г. І. Організація процесу зовнішнього рекрутингу. *Бізнес Інформ*. 2015. № 2. С. 296—301.
7. Britton L. C., Clark T. A. R., Ball D. F. Executive Search and Selection. Imperfect Theory or Intractable Industry? *Service Industries Journal*. 1992. Vol. 12 (2). P. 238—250.
8. Cascio W. F., Aguinis H. *Applied psychology in human resource management* (7th ed.). Pearson Prentice Hall, 2011. 552 p.
9. Konecki K. Łowcy głów. Headhunting. Analiza pracy rekrutacyjnej w agencjach doradztwa personalnego. Warszawa : Wydawnictwo Normalizacyjne Alfa-Wero, 1998. 164 p.
10. Ployhart R. E., Schmitt N., Tippins N. T. Solving the Supreme Problem: 100 Years of selection and recruitment. *Journal of Applied Psychology*. 2017. № 102 (3). P. 291—304.
11. Potočnik K., Anderson N. R., Born M., Kleinmann M., Nikolaou I. Paving the way for research in recruitment and selection: Recent developments, challenges and future opportunities. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 2021. № 30 (2). P. 159—174.
12. Tsolov I. Internal Recruitment and Agency Recruitment in Comparison. *The Review of Contemporary Scientific and Academic Studies*. 2024. № 4 (12).

Vladyslav Kurasov,

Postgraduate Student, NACAM

Functions of recruitment agencies as subjects of the modern system of social communications

The article defines and justifies the functions of recruitment agencies as an integral part of the modern system of social communications. It is emphasized that the functions of recruitment agencies in the formation of the system of social communications are especially activated in the conditions of globalization, digitalization, increased activity and changes in the priorities of the population and in the structure of employment.

The main functions of recruitment agencies in social communications are determined: mediation between the employer and the employee, advisory and educational, informational, stimulation of social mobility and integration, adaptation (external and internal (formation of corporate climate and culture)), externalization (of human resources, morale, responsibility).

It is concluded that recruitment agencies are becoming important actors of social communications, ensuring effective exchange of information and contributing to the harmonization of relations in society.

Keywords: recruitment agencies; industrial and labor social communications; recruiting; flexible employment; headhunting; HR consulting

References

1. Dashko I. & Mykhailichenko L. (2024). Osoblyvosti zastosuvannya rekrutynhu v sytemi upravlinnia pidpriemstvom. *Ekononika ta suspilstvo*, 61.
2. Zlenko A. M., Isaikina O. D., & Miroshnichenko D. A. (2018). Osoblyvosti natsionalnoho rekrutynhu. *Ekononichnyi visnyk universytetu*, 37 (1), 75—84.

3. Lysak V. Y. (2019). Sut ta znachennia rekrutynhu v systemi upravlinnia personalom pidpriemstva. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, 2 (13), pp. 130—134.
4. Lobza A. V., Bykova A. L., & Pyllun A. R. (2020). Osoblyvosti diialnosti rekrutynhovyykh ahentstv na ukrain-skomu rynku pratsi. *Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi*, 3 (77), pp. 123—129.
5. Malieieva O. V., Artiukh R. V., & Persianova O. Y. (2018). Systema informatsiinoi pidtrymky protsesiv rekrutynhu v IT-kompanii. *Suchasnyi stan naukovykh doslidzhen ta tekhnolohii v promyslovosti*, 2 (4), pp. 25—33.
6. Pysarevska H. I. (2015). Orhanizatsiia protsesu zovnishnoho rekrutynhu. *Biznes Inform*, 2, pp. 296—301.
7. Britton L. C., Clark T. A. R., & Ball D. F. (1992). Executive Search and Selection. Imperfect Theory or Intractable Industry? *Service Industries Journal*, 12 (2), pp. 238—250.
8. Cascio W. F. & Aguinis H. (2011). *Applied psychology in human resource management* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
9. Konecki K. (1998). *Łowcy głów. Headhunting. Analiza pracy rekrutacyjnej w agencjach doradztwa personalnego*. Warszawa: Wydawnictwo Normalizacyjne Alfa-Wero.
10. Ployhart R. E., Schmitt N., Tippins N. T. (2017). Solving the Supreme Problem: 100 Years of selection and recruitment. *Journal of Applied Psychology*, 102 (3), pp. 291—304.
11. Potočník K., Anderson N. R., Born M., Kleinmann M., & Nikolaou I. (2021). Paving the way for research in recruitment and selection: Recent developments, challenges and future opportunities. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30, pp. 159—174.
12. Tsolov I. (2024). Internal Recruitment and Agency Recruitment in Comparison. *The Review of Contemporary Scientific and Academic Studies*, 4 (12).

Надійшла до редакції 19.02.2025



З АРХІВУ КНИЖКОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ

[https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.7\(348\).38-44](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.7(348).38-44)

УДК 002:622[(477)"1920/1930"(091):[015:061.1]](045)

Дмитро Кепін,

кандидат історичних наук,
старший науковий співробітник відділу
ретроспективної бібліографії Книжкової палати України
dKepin@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4528-6095>

Видання з гірництва 1920-х — початку 1930-х років (з архіву Книжкової палати України)

У статті проаналізовано книжкові видання 1920-х — початку 1930-х рр. з історії та практики гірничої справи, що зберігаються в Державному архіві друку Книжкової палати України. Загалом виявлено 11 творів друку: наукові (5 од.), навчальні та навчально-методичні (2), літературні (2), літературної критики (2).

Констатовано, що серед наукових видань наявні праці дослідників Криворіжжя та Донбасу, зокрема геологів Е. та М. Фуксів. У досліджених навчальних і навчально-методичних працях розглянуто гірську справу країн світу, а також методику підготовки гірників Донбасу (М. Фукс, І. Богданов).

Проаналізовано художні твори малої прози Б. Грінченка, зокрема оповідання "шахтарського" циклу 1888—1893 рр., і праці літературних критиків Л. Смілянського та С. Рудниченка, присвячені творчості Б. Грінченка.

Опрацьовані видання з гірництва 1920-х — початку 1930-х рр. дають змогу дослідити стан розвитку галузі у Криворізькому залізрудному та Донецькому вугільному басейнах, уточнити біографічні дані й відомості щодо діяльності вітчизняної науково-технічної інтелігенції.

Ключові слова: друковані видання з гірництва; Державний архів друку; Книжкова палата України; гірництво; музейництво; охорона пам'яток; репресовані вчені; Криворіжжя; Донбас

Постановка проблеми. Дослідження невідомих і маловідомих творів друку з проблем вивчення історії становлення й розвитку гірничої промисловості України, а також відповідних музеїв і пам'яткоохоронних організацій наприкінці ХІХ — у першій половині ХХ ст. надає можливість об'єктивного висвітлення стану вітчизняного гірництва зазначеного періоду.

У Державному архіві друку Книжкової палати України зберігається низка неопрацьованих видань з обраної теми, які майже не відомі науковцям і широкій аудиторії.

Аналіз досліджень і публікацій. За роки незалежності в Україні побачило світ чимало праць дослідників з історії гірничої справи різних регіонів, зокрема Криворіжжя та Донбасу. До