

# **Менеджмент персонала**

# Таблица 1 - Требования к персоналу

<b>Группа параметров</b>	<b>Содержание параметров</b>
<b>Способности</b>	<p>Уровень полученного образования; необходимые знания (основные и дополнительные);</p> <p>практические навыки в определенной сфере профессиональной деятельности;</p> <p>опыт работы в определенных должностях;</p> <p>навыки сотрудничества и взаимопомощи</p>
<b>Свойства</b>	<p>Личностные качества, необходимые для определенного вида деятельности;</p> <p>способность к восприятию профессиональных нагрузок; способность к концентрации памяти, внимания, усилий и т.п.</p>
<b>Мотивационные установки</b>	<p>Сфера профессиональных интересов; стремление к самовыражению и самореализации; способность к обучаемости;</p> <p>заинтересованность в работе по определенной должности, определенность профессиональных</p>

# Таблица 2 - Внешние факторы среды

## организации

Характеристика фактора

Наименование фактора	Характеристика фактора
Общэкономическая ситуация и состояние отрасли деятельности	Анализ данного фактора показывает тенденции экономического развития, конкурентную ситуацию, взаимодействие с профсоюзами, ситуацию в области образования
Развитие технологии	Определяет изменение характера и содержания труда, его предметной направленности, что, в свою очередь, формирует изменение требований к специальностям и рабочим местам, подготовке и переподготовке персонала
Особенности социальных потребностей	Учет данного фактора позволяет представить структуру мотивационного ядра потенциальных сотрудников организации, определяемую характером складывающихся в заданный момент времени общественных, производственных отношений
Развитие законодательства	При решении вопросов персонал-маркетинга следует учитывать вопросы трудового законодательства, его возможного изменения в обозримом периоде времени, особенности законодательства в области охраны труда, занятости и т.п.

# Таблица 3 - Внутренние факторы среды

## организации

Наименование фактора	Характеристика фактора
Цели организации	Этот фактор можно считать общим для «производственного» маркетинга и персонал-маркетинга. Четкость и конкретность системы целеполагания определяет строгую направленность долгосрочной политики организации. Ее цели и задачи формируют стратегию маркетинга как в области производства и реализации продукции, так и в области персонала
Финансовые ресурсы	Точная оценка потребности и возможностей организации в финансировании мероприятий по управлению персоналом определяет выбор альтернативных или компромиссных вариантов в области планирования потребности в персонале, ее покрытия, использования кадров,

## Продолжение табл.

<b>Кадровый потенциал организации</b>	<b>Данный фактор<sup>3</sup> распространяется как на среду маркетинговой деятельности, так и на управление персоналом в целом. Он связан с оценкой возможностей специалистов кадровой службы, с правильным распределением обязанностей между ними, что во многом определяет успех реализации плана персонал-маркетинга</b>
<b>Источники покрытия кадровой потребности</b>	<b>Данный фактор можно рассматривать как внутренний с точки зрения возможности выбора организацией тех источников покрытия кадровой потребности, которые соответствуют состоянию остальных внутренних и внешних факторов: целям организации,</b>

# Таблица 4 - Направления анализа внутреннего рынка труда

<b>Направления анализа</b>	<b>Инструментарий</b>
<b>Структура персонала, в т.ч. численность, квалификационная структура, возрастная структура, группы сотрудников по стажу работы в организации, группы сотрудников по потенциалу развития, группы сотрудников по ролевому статусу в организации и ее подразделениях</b>	<b>Постоянные и переменные данные учета и статистики персонала</b>  <b>Информация о результатах обучения персонала</b>  <b>Деловая оценка (аттестация) персонала</b>
<b>Структура развития персонала</b>	<b>Планирование потребности в персонале, планирование замещения вакансий, планирование мероприятий по развитию персонала</b>
<b>Организационная</b>	<b>Схемы организационных структур,</b>

## Продолжение табл.

<p><b>Организация труда, в т.ч. расстановка персонала, рабочие места и их взаимосвязи</b></p>	<p><b>План должностей и рабочих мест (штатное расписание), описание работ и должностей (должностные инструкции), диагностика рабочих мест, опросы сотрудников</b></p>
<p><b>Культура управления, в т.ч. стиль руководства, социально-психологический климат, удовлетворенность трудом</b></p>	<p><b>Методы эмпирических социальных исследований, работа с высвобождаемыми сотрудниками</b></p>
<p><b>Мотивационные установки</b></p>	<p><b>Опросы сотрудников, групповые дискуссии, анализ</b></p>

# Таблица 5 - Выделение целевых групп

## на рынке труда

<b>Критерий сегментирования</b>	<b>Содержание параметров</b>
<b>Географический</b>	<b>Регион, административное давление, численность</b>
<b>Демографический</b>	<b>Возраст, пол, семейное положение, национальный состав</b>
<b>Экономический</b>	<b>Уровень образования, занятость по возрасту, по профессиональной принадлежности, по отраслевой структуре, уровень доходов, трудовой стаж</b>
<b>Психографический</b>	<b>Личностные качества, тип личности, жизненные потребности</b>
<b>Поведенческий</b>	<b>Карьерные ориентации, мотивационные установки, степень</b>

# Таблица 6 - Пути привлечения персонала

## и ситуация на рынке труда

Ситуация на рынке труда	Пути привлечения персонала
Благоприятная	(П1), (П2)
Уравновешенная	(П1), (А2), (П2), (А3),
Напряженная	(А4) (П1), (А1), (А3),
Низкие затраты на приобретение персонала	(А4), (А5) (П2), (А1), (А2), (А4), (А5)
Высокие затраты на приобретение персонала	(П1), (А3), (А4)