

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Блинова Н.; Осмоловская Т.; Мальцева Я.

Маркетинг персонала – это вид управленческой деятельности, направленный на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами.

Обязательно проведение анализа внешних и внутренних факторов:

- Внешние факторы, оказывающие влияние на маркетинг персонала: ситуация на рынке труда, развитие технологии, особенности социальных потребностей, развитие законодательства, кадровая политика организаций-конкурентов;
- Внутренние факторы, воздействующие на стратегию маркетинга персонала: цели организации, ее финансовые ресурсы, кадровый потенциал, источники покрытия кадровой потребности.

Составляющие маркетинга

Основными составляющими маркетинга персонала являются:

- разработка качественных требований к персоналу;
- определение количественной и качественной потребности в персонале;
- расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала;
- выбор путей покрытия потребности в персонале;
- деловая оценка персонала;
- анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям.

Функции маркетинга управления персоналом

- Создание информационного базиса как основы планирования в сегментировании рынка и взаимодействия по целевым группам составляет **информационная функция**. Ее составляющие:
 - анализ требований, которые предъявляются к должностям и рабочим местам;
 - анализ внешней и внутренней среды организации;
 - исследование рынка труда;
 - анализ проявлений имиджа организации в качестве работодателя.

Функции маркетинга управления персоналом

- К следующей функции маркетинга персонала относится **аналитическая функция**, которая отвечает за обработку полученной информации при помощи специальных методов для повышения конкурентоспособности компании и перспектив развития.

Функции маркетинга управления персоналом

- **Функция коммуникативная** предполагает налаживание контактов с внешним рынком труда и с сотрудниками компании для удовлетворения потребности организации в персонале.
Помимо вышеуказанных, также такие функции маркетинга персонала: **профориентационная, социальная, персональная, организационная** характеризуют рынок труда как сферу, работающую по рыночным законам и направлены на повышение конкурентоспособности организации в данном сегменте.

Подбор персонала

Подбор персонала — это важный этап в работе с кадрами, включающий расчет потребности в персонале, построение модели рабочих мест, профессиональный отбор кадров и формирование резерва.

Ключевым звеном в процессе подбора персонала можно назвать определение адекватных требований к кандидатам. Документированной основой для разработки таких требований являются должностная инструкция и профессиограмма.

НАБОР ПЕРСОНАЛА

Существует два вида источников набора персонала: внутренние — за счет сотрудников самой организации и внешние — за счет ресурсов внешней среды.

- **Внешние источники** являются наиболее распространенными, так как ресурсы компании ограничены, и даже если на вакантную должность находится замещение внутри компании, то освобождается место работника, который занял первую вакансию.
- Внешние источники можно условно подразделить на **два класса**: недорогие и дорогостоящие. К **недорогим источникам** относятся, например, государственные агентства занятости, контакты с высшими учебными заведениями. К **дорогостоящим источникам** относятся, например, кадровые агентства, публикации в средствах массовой информации (печатные издания, радио, телевидение).

ОТБОР ПЕРСОНАЛА

Отбор персонала является естественным завершением процесса подбора работников в соответствии с потребностями организации в человеческих ресурсах.

До принятия организацией решения о приеме на работу кандидат должен пройти несколько ступеней отбора:

- ▣ ***Ступень 1. Предварительная отборочная беседа***

Беседа может проводиться различными способами. Для некоторых видов деятельности предпочтительно, чтобы кандидаты приходили на будущее место работы, тогда ее может проводить линейный менеджер, в других случаях это не важно и ее проводит специалист службы управления персоналом.

▣ **Ступень 2. Заполнение бланка заявления**

Претенденты, успешно преодолевшие предварительную беседу, должны заполнить специальный бланк заявления и анкету.

Количество пунктов анкеты должно быть минимальным, и они должны запрашивать информацию, более всего выясняющую производительность будущей работы претендента. Информация может касаться прошлой работы, склада ума, ситуаций, с которыми приходилось сталкиваться, но так, чтобы на их основе можно было бы провести стандартизированную оценку претендента. Вопросы анкеты должны быть нейтральны и предполагать любые возможные ответы, включая возможность отказа от ответа. Пункты должны вытекать один из другого.

□ **Ступень 3. Беседа по найму (интервью)**

Интервью является наиболее распространенным методом оценки кандидатов на должность. В процессе интервью не только работодатель получает информацию о кандидате, но и сам кандидат имеет возможность больше узнать не только об условиях работы (задавая вопросы интервьюеру), но и о корпоративной культуре этой организации.

□ **Ступень 4. Тестирование, ролевые игры, профессиональное испытание**

Источник информации, который может дать сведения о личностных особенностях, профессиональных способностях и умениях кандидата. Результаты дадут возможность описать как потенциальные установки, ориентации человека, так и те конкретные способы деятельности, которыми он уже фактически владеет.

- **Ступень 5. Проверка рекомендаций и послужного списка**

Информация рекомендательных писем или бесед с людьми, которых кандидат назвал в качестве рекомендателей, может позволить уточнить, что конкретно и с каким успехом кандидат делал на предыдущих местах работы, учебы, жительства. Однако нецелесообразно обращаться за рекомендациями в организацию, в которой работает кандидат

- **Ступень 6. Медицинский осмотр**

Проводится, как правило, если работа предъявляет особые требования к здоровью кандидатов.

- **Ступень 7. Принятие решения**

Сравнение кандидатов. Представление результатов на рассмотрение руководству, принимающему решение. Принятие и исполнение решения.



Спасибо за внимание