УДК 331.108.26

**Л.И Сланченко, канд. экон. наук, доцент,**

**кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента**

**Кубанский государственный университет,**

**г. Краснодар, Россия**

**В.В. Попович, студентка,**

**кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента**

**Кубанский государственный университет,**

**г. Краснодар, Россия**

**Маркетинг персонала как способ привлечения квалифицированных кадров**

С каждым годом методы маркетинга становятся все более популярнее и находят применение во многих сферах жизнедеятельности, например, в сфере управления персоналом. Крупные компании успешно используют маркетинг в управлении и привлечении кадров. Маркетинг персонала является современным аспектом менеджмента, необходимым при работе с персоналом и управлении качеством. Для любой организации главной задачей маркетинга персонала является создание надёжного и привлекательного образа работодателя. Именно создание данного образа сможет обеспечить преимущества на рынке труда и привлечь внимание высококвалифицированных кадров в организацию.

Надо отметить, что в последнее время рынок труда является нестабильным и находится в критическом состоянии. Появлению данной проблемы способствовали следующие причины: безработица, минимальная оплата труда, проблема трудоустройства. Эту ситуацию, по нашему мнению, объясняет то, что многие компании и организации, при приёме кадров на работу, ставят очень высокие требования к кандидатам на данное рабочее место.

Цель данного исследования: дать понятие «маркетинг персонала» и определить, как он способен привлекать новые кадры в организацию.

Маркетинг персонала - является одним из аспектов менеджмента, применяемый в работе с персоналом и в управлении его качеством. [4 с. 109]. Главная идея маркетинга персонала заключается в том, что отношения между работником и компанией строятся по тому же принципу, что и отношения между компанией и клиентом. В данной ситуации компания предлагает рабочее место как продукт, а работник приобретает данный продукт, который будет оплачен его трудом. Для привлечения покупателей производитель использует различные акции и скидки, в случае маркетинга персонала, привлечением сотрудников будет являться заработная плата. Также, если продукт способен привлечь своей упаковкой, качеством и необычностью, то рабочее место способно привлечь своими условиями труда, имиджем, перспективностью.

Хороший доход

Финансовая устойчивость организации

Повышение квалификации

Работа в команде

Имидж организации

Построение карьеры

Социальное обеспечение

Комфортные условия труда

Возможность реализовать свои идеи

Рисунок 1 - Основные требования к месту работы

Маркетинг персонала направлен на повышение мотивации у работников к труду, таким образом, он способен влиять на качество продукции или услуг. Но мало просто стимулировать работников к труду, нужно создать такие условия, при которых сотрудники организации сами будут ориентированы на продвижение и улучшение продукции.

Маркетинг персонала направлен на обеспечение организации человеческих ресурсов, иначе говоря, персонала. Организация должна создавать благоприятные условия труда, чтобы привлечь новых специалистов и удержать уже работающих на данном предприятии. Также, для маркетинга персонала немаловажным значением является имидж организации. Имидж– это образ и представление организации на внешнем и внутреннем рынке. Благодаря имиджу, у людей ищущих работу, складывается определенное мнение о данной организации. Для создания внутреннего имиджа необходимо включать такие элементы, которые заинтересуют потенциальных сотрудников.

Внутренний имидж организации создать намного сложнее, чем внешний, но именно он важен для репутации предприятия. Имидж организации в глазах ее работников поможет не только настроить персонал на продуктивную работу, но также и поднять командный дух, создать определённый настрой и сделать сотрудников более преданными компании.

Чтобы определить имидж организации необходимо использовать следующее:

-данные исследования рынка труда;

-проведение опросов у потребителей–работодателей и работников, узнав их мнение о данной организации;

-разбор и изучение всех претензий и жалоб работников и потребителей;

-определение целевой аудитории.

В формировании рыночных отношений маркетинг персонала является важным фактором выживания предприятия, повышения его конкурентоспособности. Минимальное вложение в максимальное использование человеческих ресурсов позволит предприятию получить преимущество в конкурентной борьбе [2, с.157].

Из-за высокой конкуренции на рынке труда работодатели вынуждены искать новые способы привлечения квалифицированных кадров в организацию. Одним из таких методов является проведение всевозможных конференций. Для привлечения кадров предприятие должно проводить конференции, на которых будут обсуждаться бизнес-процессы и перспективы компании, обсуждение новых проектов.

Для привлечения более молодых специалистов можно проводить дни открытых дверей. Они будут ориентированы на студентов или выпускников ВУЗов. На данном мероприятии потенциальные служащие смогут узнать об основном виде деятельности предприятия, а также ознакомиться с местом работы. Дни открытых дверей считаются хорошей мотивацией для сотрудников, путем ознакомления с организацией в целом. Еще одним плюсов является то, что можно сделать предприятие более известным и повысить имидж, презентовав его населению и деловым партнерам. Привлечь внимание молодых специалистов можно проведением лекций в ВУЗах, на которых опытные сотрудники расскажут о перспективах и возможностях организации.

С каждым годом организации придумывают новые и улучшенные способы привлечения кадров. В последнее время большой популярностью пользуются интернет-сайты и приложения, видеоролики и реклама.

Как нам представляется, в России использование современных технологий для развития маркетинга персонала проходит медленнее, чем в зарубежных странах. Это можно объяснить тем, что для внедрения технологий в маркетинг персонала, отечественным производителям требуется создавать в своем штате отделы, занимающиеся привлечением и отбором персонала. Данные отделы, по нашему мнению, смогут улучшить производство и сделать продукцию или услуги более востребованными у населения. Конечно, содержание данного отдела в штате будет требовать не малых финансовых затрат, именно этого и стараются избежать многие предприниматели.

В заключении можно сказать, что маркетинг персонала очень важен для развития и продвижения предприятия. Используя рабочее место как товар, он не только привлекает и мотивирует работников, но и тем самым улучшает качество продукции и услуг. Иногда ошибки в подборе кадров могут повлечь за собой серьёзные осложнения в работе предприятия. Маркетинг персонала, как инструмент работы с кадрами, становится способом выживания организации при рыночных отношениях. Для привлечения к себе в штат квалифицированных сотрудников, работодатели используют всевозможные способы и методы работы с потенциальными работниками. Также, цель маркетинга персонала в организации заключается в том, чтобы создать благоприятные условия для работы и привлечения персонала. К сожалению, практика данного направления мало востребована в России. Отечественным производителям стоит больше уделять внимания работе с персоналом. Это поможет улучшить условия работы, качество продукции, сократить безработицу и избежать «утечки мозгов» из страны, а также значительно повысить конкурентоспособность персонала.

Список использованной литературы

1. Бурдюгова О.В., Коркешко О.Н., Прытков Р.М. Маркетинг персонала в организации: основные направления и функции // Инновационная наука. 2016. №4-1 (16).
2. Зубков Д.М Маркетинг персонала: сущность, подходы и принципы // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2005. №1.
3. Иванова Е.А. Маркетинг персонала: Практикум. - М: МГУПС (МИИТ), 2014.– 87 с.
4. Чащин В.В. Маркетинг персонала как фактор выживания в условиях рыночных отношений // Известия ВолГТУ. – 2012. – № 13. – С. 108-112.

5. Сланченко Л.И., Валькович О.Н., Захарова Л.Н. Роль маркетинга услуг в гостиничном бизнесе//Экономика устойчивого развития. №3 (19) 2014, с.190–194.

© Сланченко Л.И.,2017

Почта mail: [vichka\_popovich@bk.ru](mailto:vichka_popovich@bk.ru)

Телефон: 8(903)455 72 89

Попович Виктория

Адрес: Ставропольский край предгорный район пос. Пятигорский пер.Школьный д.10

Индекс: 357355