

**О.С. ЗАВГОРОДНЄВА, Д.В. РАЙКО**, докт. екон. наук, професор

### **Застосування маркетингу персоналу як однієї з конкурентних переваг щодо забезпечення позитивного іміджу підприємства**

Складовою частиною управління підприємством є управління персоналом, яке має бути направлено як на задоволення запитів підприємства, так і на задоволення інтересів його співробітників і суспільства в цілому. Для організації, що діє на ринку, основоположним завданням маркетингу персоналу є створення її привабливого образу як роботодавця. Це має допомогти організації забезпечити конкурентні переваги на ринку праці та залучити кадрові ресурси з оптимальними кількісними і якісними параметрами.

Метою даної роботи є виявлення конкурентних переваг на основі маркетинг-персоналу підприємства.

Підприємству потрібно застосовувати передові технології у кадровій політиці, використовувати новітні методи підготовки і навчання кадрів, досліджувати структуру та розподіл персоналу, аналізувати динаміку найму та плинності кадрів, все це буде формувати конкурентну перевагу та забезпечувати позитивний імідж підприємства, як роботодавця. Для підвищення ефективності підбору персоналу в роботі було запропоновано удосконалену схему щодо відбору кадрів комерційного напрямку, що складається з п'яти етапів (таблиця 1).

Таблиця 1

#### Удосконалена схема етапів відбору персоналу підприємства

Етап	Методи відбору	Характеристика
1	Відеореюме або презентація кандидата комерційного напрямку	Цей метод розкриває особові якості претендента, надає можливості, які складно реалізувати за допомогою стандартного резюме. Дозволить оцінити творчі здібності кандидата
2	Он-лайн інтерв'ю	Цей метод дозволить заощадити час як представника компанії так і кандидата, провести первісний відсів кандидатів,
3	Особисте інтерв'ю кандидата з психологом	Дозволить визначити особистісні якості претендента, які можуть бути як корисні, так і небажані для компанії
4	Ситуаційне інтерв'ю	Дозволить виявити моделі поведінки, компетенції і потенціал, які властиві претенденту та визначити, наскільки обрана кандидатом модель поведінки співпадає з прийнятними в організації моделями.
5	Розв'язання реальних задач компанії	Дозволить оцінити чи володіє кандидат достатніми знаннями та досвідом, щоб вирішувати задачі, які стоять перед компанією та оцінити його професійне мислення

Розроблені рекомендації дозволять компанії зекономити час, гроші на відбір кандидатів та дозволить зменшити шанси аби пропустити талановитих кандидатів, обирати працівника спираючись на відповідність кандидата до посади.

Для покращення привабливого образу підприємства, як роботодавця, було розроблено рекомендації щодо вдосконалення процесу немонетарної мотивації працівників (таблиця 2), з метою забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку праці та залучення кадрових ресурсів з оптимальними кількісними і якісними параметрами.

Таблиця 2

Розробка заходів щодо покращення мотивації працівників

Засоби мотивації	Характеристика
Заохочення співробітника гнучкістю графіка	Застосовування «гнучкого графіку» для впровадження гнучких методів роботи, запровадження творчої відпустки, і відпустки для освіти
Спосіб життя та оздоровчі програми	Впровадження проекту, який допомагає в розумінні причин і захисту від стресу; програми з досягнення здорового способу життя співробітників через фізичну активність, профілактичне обслуговування та збалансовану дієту
Підтримка молодих батьків	Створення ясел для дітей співробітників в офісах компанії; молодим отцям надавати відпустку по догляду за дитиною
Стажування для управлінців	Програма дозволить вивчити бізнес з різних сторін, здійснюючи ротації між різними підрозділами компанії
Оздоровлення, як частина безпеки і охорони праці	Запровадження програми допомоги для співробітників, консультації, надання фітнес-центр, відмова від куріння, управління стресом, медичний огляд та інші послуги.

Запропоновані рекомендації допоможуть підвищити мотивацію співробітників, покращити ефективність праці, посилити лояльність працівників та покращити імідж самого підприємства.

**Список літератури:**

1. *Захаров Д.* «Целевые задачи маркетинга персонала»: "Кадровик. Кадровый менеджмент" N 11, 2008.
2. *Папонова Н.* «Маркетинг в области управления персоналом: "Кадры предприятия" №4 год – 2005.
3. *Josler C., Burger J.* «Project Management Methodology in Human Resource Management»: "CupaHr Journal" №2, 2005.