

ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИИ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА РАЗВИТИЕ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ В РАЗРЕЗЕ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Медведева Е.А.

*Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ)*

В настоящий момент наличие известного бренда на рынке в целом, не только в сфере деятельности ТЭК, становится необходимым условием устойчивого положения компании, фактором ее конкурентоспособности. Однако в большинстве случаев в российских условиях задача продвижения сводится к продвижению непосредственно товара, но не бренда. Специалисты в области маркетинга в секторе ТЭК, как правило, считают приоритетной краткосрочную задачу увеличения объемов добычи, доли экспорта, не преследуя при этом цели доведения до сознания потребителя образа компании, формирования положительного отношения к её бренду, создания положительных ассоциаций.

С точки зрения измерения эффективности, помимо традиционных критериев, таких как узнаваемость, интенсивность входящего потока и т.д., крайне важно анализировать текучесть кадров, которая с высокой степенью достоверности и в приемлемые сроки отражает ситуацию. Имея в виду внутреннюю обстановку в компании и зная этот показатель, его можно эффективно корректировать как с применением традиционных инструментов маркетолога и PR-специалиста, так и нестандартными подходами. Например, после того как маркетолог порядка полугода занимается подбором персонала, его взгляд на продвижение серьезно меняется.

На сегодняшний день управление человеческими ресурсами стало одним из стратегических приоритетов компаний, работающих в ТЭК, что привело к активному развитию рекрутмента на рынке. Постоянный рост спроса на различные группы персонала, обусловленный необходимостью формирования кадрового резерва — значимая тенденция сегодня. Вопрос о привлечении высококвалифицированных кадров — опытных механиков, инженеров — очень актуален для большинства компаний. Стремительное развитие отрасли, увеличение объемов производства, открытие новых проектов резко увеличило потребность в таких специалистах. Компании инвестируют значительные средства в их привлечение, удержание и развитие.

Для высокотехнологичных отраслей продвижение компании как работодателя еще более тесно сопрягается с построением бренда, чем в других сегментах. Это связано с тем, что сотрудники, партнеры, клиенты являются одними и теми же людьми в разные временные промежутки. Такое тесное сопряжение обуславливает политику комплексного подхода в продвижении и делает разумным объединение коммуникационных компаний. Каждая активность, инициированная организацией, должна нести в себе задачу подкрепления HR-бренда.

По мнению экспертов в области рекрутмента, на кадровом рынке специалисты нефтегазовой сферы являются очень дефицитными. Главным и самым востребованным направлением является бурение и повышение нефтеотдачи пластов. Нехватка кадров в бурении связана, прежде всего, со значительным снижением его объемов в 1990-х годах. Поскольку объемы работ сильно сократились, снизился набор на эту специальность в учебные заведения, а многие специалисты перепрофилировались. Поэтому при современном росте объемов бизнеса нефтегазовых компаний в России, молодых специалистов в бурении катастрофически не хватает.

Серьезный дефицит кадров наблюдается и в направлении охраны труда, экологии и промышленной безопасности. Специалисты этого профиля должны соответствовать не только российским, но и более жестким международным стандартам, которых придержи-

вается большинство представленных в России международных компаний. Однако профессионалов, удовлетворяющих этим требованиям, в нашей стране на сегодняшний день очень мало. Аналогичная проблема существует в сфере логистики и закупок. В связи с активным развитием бизнеса нефтегазовых компаний в России, увеличиваются объемы закупок и транспортировки материалов и оборудования из-за рубежа. Для общения с поставщиками и организациями доставки грузов необходимо владение как минимум английским языком, а лучше знать несколько иностранных языков.

Процесс перехода на двухуровневую систему образования в России хоть уже и произошел, но говорить о полном его непрерывном и полноценном действии нельзя. Потребуется еще немало лет для воплощения идеи устойчивого функционирования в жизнь. По моему мнению, советская система образования подготовки специалистов технических специальностей была разумной. Она состояла из трех уровней – ремесленные, позднее профтехучилища, готовившие рабочих, политехникумы, выпускавшие специалистов среднего звена, и вузы, дававшие более серьезную инженерную подготовку. Сейчас же большинство молодых людей стремится получить высшее образование, в результате чего возникает дефицит рабочих кадров. В училища почти никто не идет, а те, которые заканчивают их, не всегда работают по профессии.

Тяжелая внешнеэкономическая ситуация вызвала падение цен на нефть, которое совпало с кризисом на финансовом рынке, породило разговоры о грядущем снижении объемов добычи углеводородного сырья. Многие обеспокоены, что это может повлечь за собой сокращение инвестиционных программ и, как результат, привести к сокращению персонала.

Однако, по данным исследования компании Mercer, прослеживается адекватная динамика в понижении процентного соотношения в разрезе увольнений: так, на конец 2014 г. только 20 % компаний намерены сократить численность, а в 2015 году данная цифра уменьшается до 11%.

В ходе социологического опроса, проведенного компанией HeadHunter, сотрудники разных нефтегазовых компаний отмечают особый статус «Газпрома», по-прежнему сохраняющего высокую привлекательность среди российских компаний для кандидатов. Его преимуществами кандидаты называют выплату стопроцентной «белой» заработной платы, высокий уровень охраны труда и внимание к технике безопасности. Однако, соискатели в нефтегазовом сервисе по-прежнему предпочитают трудоустраиваться в зарубежные компании. По их мнению, привлекательность иностранных работодателей определяется более высоким уровнем социальной поддержки, включающей обучение и развитие сотрудников за счет компании, программу добровольного медицинского страхования для работника и его семьи, беспроцентные ссуды и возможность стажировки за рубежом.

Соискатели при поиске работы в российских компаниях все больше интересуются историей компании: как и где она работала, какие имеются планы развития у руководства, обращают внимание на ее имидж как работодателя, репутацию на международном и российском рынках, произошедшие внешние и внутренние изменения в структуре. И уже на основании всей собранной из разных источников информации определяют, насколько им будет интересно там работать. Это говорит о том, что специалистам в первую очередь важны стабильность и деловая репутация организации.

Самые серьезные шансы стать вторым после «Газпрома» российским брендом, пробившимся в мировую суперэлиту, есть у компании «Лукойл», при условии, что нефтяной гигант целенаправленно займется наращиванием стоимости своего бренда. Это является наглядной иллюстрацией того рыночного обстоятельства, что стоимость бренда не равна стоимости компании. Она определяется субъективными показателями узнаваемости компании и ее имиджа в глазах потребителя.

Продвижение бренда — это важная часть коммуникационной стратегии компании, которая задействует как традиционные инструменты HR, PR и маркетинговой поддержки, так и современные технологии с привлечением интернет-ресурсов и социальных медиа.

Публикации на собственном сайте и отраслевых ресурсах способствуют не только увеличению узнаваемости бренда, но и поисковому продвижению. Если говорить о каких-то показателях, по которым можно анализировать успешность HR- и PR-стратегии, то это число публикаций, их просмотров, подписчики в соцмедиа, просмотры промороликов, подписки на видеоканал, отзывы работников и соискателей, процент негативных публикаций от общего числа.

Подводя итог, можно констатировать, что работа в нефтяной отрасли по-прежнему остается перспективной, так как в России сегодня она стабильнее других областей промышленности. Во времена, которые принято называть трудными, не стоит болезненно реагировать на возможное временное понижение уровня дохода, а транслировать своим сотрудникам это нужно как полезный жизненный опыт.