

Современные технологии проведения маркетинга персонала на предприятии

Гамидова Д.Ф.

Научный руководитель - старший преподаватель Вайнилович Э.Г.
Белорусский национальный технический университет

Маркетинг персонала – вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами. Эти ресурсы образуют стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых задач. Маркетинг персонала трактует рабочее место как продукт, который продается на рынке труда. С этой точки зрения понятийные элементы маркетинга персонала могут быть представлены следующим образом: он выступает направлением стратегического и оперативного планирования персонала; создает информационную базу для работы с персоналом с помощью методов исследования внешнего и внутреннего рынка труда; направлен на достижение привлекательности работодателя через коммуникации с целевыми группами (сегментами рынка).

Этапы маркетинговой деятельности на предприятии следующие:

1) поиск и выбор источников информации (аналитические, информационные материалы и специализированные издания по труду и занятости; рекламные материалы других предприятий; совместные мероприятия с учебными заведениями);

2) анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на обеспеченность потребности в персонале (спрос и предложение на рынке труда, НТП, определяющий характер и содержание труда, региональные потребности населения в трудоустройстве, трудовое законодательство и его изменения, кадровая политика на других предприятиях; миссия и стратегия предприятия, финансовые ресурсы, кадровый потенциал);

3) разработка маркетинговых мероприятий по персоналу.

Маркетинговой деятельности на предприятии способствует создание и поддержание информационной сети, выявляющей спрос и предложение, конкуренцию на рынке рабочей силы.