

10. Черкаские наркодилеры торговали через интернет [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/criminal /2011/11/27/806224.html> 16.

11. Наркомания в Украине [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://narconon.kiev.ua/narcukr>.

12. De nombreux millionnaires salariés dans les banques françaises. Par lefigaro.fr Mis à jour le 11/05/2015 à 11:45 Publié le 11/05/2015 à 08:51. [Electronic resource] /par lefigaro.fr // Le Figaro. — 2015. — Access mode :<http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2015/05/11/20002-20150511ARTFIG00053-les-banques-francaises-emploient-des-centaines-de-millionnaires.php>.

13. *Lentschner Keren*. La taxe sur les sodas fait réagir les industriels / Le Figaro, 08.09.2011// Le Figaro. — 2011.

Пучкова С.І., к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу ОНПУ

HR-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з основних чинників конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у довгостроковій перспективі є наявність ефективної системи управління, орієнтованої на забезпечення розвитку.

Ефективне управління розвитком підприємства припускає розробку і реалізацію стратегічних управлінських рішень, орієнтованих на постійні зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства, що характеризуються гнучкістю і здатністю забезпечити швидку адаптацію підприємства до умов ринкового середовища, що змінюються.

Механізмом, за допомогою якого підприємства здатні ефективно реагувати на зовнішні дії економічного середовища, адаптувати свої внутрішні структури і акумулювати додаткові засоби відповідно до виникаючих потреб, є концепція маркетингового управління персоналом.

Маркетинг персоналу розуміють як вид управлінської діяльності, коли акцент переноситься на найточніше планування потреби організації в персоналі та забезпечення організації персоналом в потрібному обсязі і з потрібними компанії характеристиками, на розвиток і використання персоналу відповідно цілям і задачам організації, на мотивацію персоналу досягати мети організації [1, с. 140].

Маркетинг персоналу традиційно використовується організаціями, які здійснюють управління і всіма іншими функціями організації з позиції маркетингу, тобто маркетингове управління організацією в цілому [1, с. 141].

Маркетингове управління персоналом як підсистема було сформовано в середині 90-х років XX ст. у рамках внутрішнього маркетингу.

Роль внутрішнього маркетингу — інтеграція маркетингової і кадрової політики, при цьому персонал розглядається як потенційний ресурс для реалізації маркетингових функцій.

Внутрішній маркетинг починається з відбору менеджерів і співробітників, прихильних до компанії, її продуктів і її клієнтів. Наступний крок — навчання, мотивування і наділення повноваженнями всього персоналу компанії, оскільки для виконання своїх ролей у забезпеченні цінностей клієнтів співробітникам будуть потрібні знання, володіння певним інструментарієм і владні повноваження. Нарешті, встановивши стандарти продуктивності, компанія переходить до здійснення моніторингу дій співробітників і винагороди за роботу — так за допомогою безперервної комунікації, мотивації і зворотного зв'язку замикається цикл внутрішнього маркетингу [2, с. 25]

Напрямом, який поєднує HR, маркетинг і внутрішні комунікації, є HR-Marketing.

Якщо маркетолог відповідає за формування і просування бренду компанії, підтримку її іміджу в очах існуючих і потенційних клієнтів, то HR-маркетолог формує імідж компанії на ринку праці — бренд роботодавця.

Бренд роботодавця — це сукупність функціональних, психологічних і економічних переваг, що надаються роботодавцем і ототожнюваних з ним [1, с. 141].

Визнаним експертом у сфері HR-маркетингу є Джордж Кінчер, чії статті останніми роками стали активно перекладатися і публікуватися.

Як зазначає Дж. Кінчер, побудова сильного HR-бренду — одне з найважливіших завдань HR-маркетингу. Сильний HR-бренд привертає увагу до організації, робить її привабливою в очах найманих працівників, і у людей виникає бажання працювати в цій компанії [3].

Для побудови сильного HR-бренду на практиці застосовуються такі інструменти HR-маркетингу: презентації компанії на виставках кар'єри, ярмарках вакансій; спеціальні веб-сайти; використання промо-сайтів; надання спонсорської підтримки

різним конференціям і заходам в HR-сфері; і, нарешті, прямі розсилки інформації про компанію [3].

Разом з цим, необхідно зазначити на тенденцію інтеграції HR-департаменту і PR-служби для досягнення цілей HR-маркетингу. Це зайвий раз доводить необхідність взаємодії між PR і HR підрозділами в HR-маркетингу.

Вони можуть спільно формувати бюджети, розробляти стратегію щодо роботи з персоналом, елементи корпоративної культури. Важливо, що PR-відділи, у свою чергу, допомагають HR-маркетингу своїми методами, відмінними від реклами, підходами і інструментами, іноді навіть більш ефективно.

Таким чином, організація, яка застосовує інструменти HR-маркетингу в своїй діяльності, набуває низку переваг, а саме:

по-перше, сильний бренд роботодавця дозволяє зацікавлювати і привертати кращих працівників на ринку праці;

по-друге, репутацію кращого роботодавця цінують і клієнти, тому успішний HR-бренд сприяє збільшенню кількості нових клієнтів і зростанню продаж;

по-третє, досягнення таких сумісних цілей HR і маркетингу, як: поліпшення внутрішніх комунікацій і лояльності персоналу, ефективний підбір персоналу, оптимізація HR-бюджету.

Література

1. *Макович Г.В.* Маркетинговые инструменты в работе с персоналом организации / Г.В. Макович // Вопросы управления. — 2015. — № 2. — С. 139—142.
2. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
3. *Кинтчер Дж.* HR-маркетинг: внутренние средства коммуникации и развитие HR-бренда / Дж. Кинтчер // HR-Journal. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.hr-journal.ru/articles/ov/ov_720.html.

**Сєвонькаєва О.О., к.е.н., доцент
КНЕУ, кафедра маркетингу**

МЕТОДИ МАНІПУЛЯЦІЇ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Люди здебільшого схильні до того, щоб піддаватися на прийоми, провокації та маніпуляції найрізноманітнішого спрямування. Всі способи маніпуляції і обману пов'язані з одними і тими ж