

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розглядаючи завдання управління персоналом організації, доцільно виділити дві проблемні області даного процесу, що зорієнтовані на таких аспектах кадрової роботи: формування складу персоналу організації та розробка методології використання персоналу та її реалізація. З розвитком теорії та практики управління сформовано основні підходи, щодо раціоналізації діяльності даних сферах управління персоналом, що зокрема характеризується появою якісно нових розробок, які базуються на використанні новітнього управлінського інструментарію. Поява та використання таких понять як «філософія організації», «організаційна культура», «соціально-психологічний клімат», «кадрова політика» та «стратегія управління персоналом» переконливо свідчать про зростання як самої ролі персоналу організації, так і про підвищення наукового інтересу щодо даної тематики. Це певним чином обумовлено зростанням вартості робочої сили, що, зокрема, детерміновано підвищенням наукоємності виробництва та підвищенням соціальних запитів персоналу організації. Тому за даних обставин є стратегічною помилкою недбайливе ставлення до персоналу організації, яка ставить собі за мету лідерство на ринку товарів та послуг. Важливим є залучення найкваліфікованіших кадрів з високим рівнем розвитку морально-етичних якостей, а також з високим рівнем характеристик фізичної культури та здоров'я. Інструментарій досягнення оптимального складу персоналу досить широкий, важливе місце в якому посідає маркетинг персоналу. Розцінюючи персонал організації як її клієнтів, важливим є правдиво-адекватне висвітлення «товару» організації, чим вона і виступає, а більш вузько — певна посада в її межах. Останнє має базуватись на реалізації наведених нижче заходів, що в підсумку дозволить ефективно та своєчасно вирішити питання покриття потреби в персоналі:

- створення позитивного іміджу організації;
- створення інформаційної бази, що являє собою основу втілення в життя заходів щодо маркетингу персоналу;
- розробка вимог до посад та робочих місць і, відповідно, вимог до функціональних якісних характеристик персоналу;
- розробка методології дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища організації та її реалізація;
- розробка методології формування висококваліфікованого персоналу організації.