

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра Менеджмента и маркетинга

Маркетинг персонала в организации (на примере ООО «Аллегория»)

АВТОРЕФЕРАТ
БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 541 группы

направления (специальности) 38.03.03 Управление персоналом
код и наименование направления (специальности)

наименование факультета, института, колледжа

Кочерягиной Полины Андреевны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель (руководитель)

д.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Кочерягина Н.В.

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Дорофеева Л.И.

инициалы, фамилия

Саратов 2020

ВВЕДЕНИЕ

Маркетинг персонала в настоящее время является эффективным инструментом, который позволяет современным организациям не только результативно удовлетворять потребность в персонале, но и существенно повышать уровень конкурентоспособности на рынке труда.

Хорошо развитая система маркетинга персонала может стать одним из факторов успеха организации, так как от специфики данного направления управленческой деятельности зависит степень соответствия действующей кадровой стратегии требованиям мирового рынка труда, а также возможность полного удовлетворения потребностей собственного персонала, который в рамках данной концепции выступает в виде внутренних и внешних клиентов организации.

Данная работа посвящена исследованию маркетинга персонала в организации. Помимо рассмотрения теоретических аспектов этой темы, в данной работе также делается попытка применения некоторых методов развития маркетинговой деятельности к персоналу ООО «Аллегория».

Актуальность темы ВКР обусловлена значимостью роли маркетинга персонала в организации, грамотно построенная система маркетинга персонала в организации позволяет в значительной степени снизить уровень текучести кадров, повысить производительность труда и удовлетворённость работников собственным трудом, что в конечном итоге приведёт к повышению производительности и экономической эффективности компании.

Цель данной работы – изучить теоретические основы и разработать рекомендации по совершенствованию маркетинга персонала ООО «Аллегория».

Для достижения поставленной цели необходимо последовательно решить следующие задачи:

- 1) изучить теоретические основы маркетинга персонала в организации;
- 2) провести организационно - экономический анализ ООО «Аллегория»;
- 3) изучить виды и цели маркетинга персонала, используемые в ООО «Аллегория»;
- 4) произвести оценку взаимосвязи маркетинга персонала с кадровой политикой ООО «Аллегория»;
- 5) разработать направления совершенствования маркетинга персонала ООО «Аллегория» и оценить их экономическую эффективность.

Предметом ВКР являются организационно-управленческие и экономические отношения, складывающиеся в процессе маркетинга персонала в ООО «Аллегория».

Объектом исследования является маркетинг персонала ООО «Аллегория».

Теоретическую и методологическую базу данного исследования составили труды отечественных и зарубежных учёных: Б. М. Генкина, А. А. Данилюк, Л.Берри, Р.Бюнер, Е.Дитман, К.Гренроос, Б.Р. Льюинс, А.Кибанов, И.Дуракова, Д.Захаров, З.Якимов и другие.

В данных работах отражены различные теоретические аспекты маркетинга персонала в организации, рассмотрены виды и цели маркетинга персонала, предложены эффективные методики оценки маркетинга персонала в организации.

ВКР состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Основное содержание работы

В первой главе работы «Теоретические основы маркетинга персонала в организации» рассмотрено понятие, виды и цели маркетинга персонала, а также его взаимосвязь с кадровой политикой организации.

Маркетинг персонала - это ротация и распределение рабочих мест, признанных на рынке труда товаром, а также все виды деятельности в сфере спроса на рабочие места, их привлекательности для работников (бренд и имидж работодателя) .

Целью маркетинга является оптимальное использование персонала путем создания наиболее благоприятных условий труда, удовлетворения потребностей развития квалификационных и профессиональных навыков у каждого сотрудника, лояльности партнеров к организации.

Маркетинг сотрудников может быть определен как основная основа для организации внутренней системы работы компании. Можно сказать, что задачи маркетологов - это специальные маркетинговые исследования действующих предприятий, направленные на изучение вопросов, требований к сотрудникам, кадровый аудит, поиск и подбор персонала, в котором нуждается организация. То есть, кадровый маркетинг является необходимой и необходимой основой для отбора персонала .

Проведенный теоретический обзор по теме исследования позволил сделать следующий вывод: философия внутреннего маркетинга в том, что отношения «организация-сотрудник», а также отношения «организация-клиент» развиваются в позитивном ключе. Организация «продает» рабочее место, сотрудник «покупает» этот продукт, «расплачиваясь» за него лояльностью и приверженностью целям организации. Внутренний маркетинг - это не только один из основных элементов философии бизнеса, и запланированная, целенаправленная последовательность управленческих действий для организации эффективного взаимодействия всех его частей.

Во второй главе «Анализ маркетинга персонала ООО «Аллегория»» дана общая характеристика и проведен анализ видов и целей маркетинга персонала ООО «Аллегория», дана оценка взаимосвязи маркетинга персонала с кадровой политикой ООО «Аллегория».

ООО «Аллегория» - одна из самых крупных в Саратове сеть ресторанов. Проблема любого ресторана -- найти своего клиента. Ресторан пользуется популярностью у жителей близлежащих домов и работников находящихся рядом предприятий, служащих офисов. Основной контингент посетителей состоит из взрослых образованных людей со средним уровнем достатка.

Маркетинг персонала ООО «Аллегория» имеет двухуровневую структуру:

1. Внешний маркетинг персонала - это система деятельности, позволяющая его субъектам оценивать состояние рынка труда, тенденции его изменения и принимать обоснованные управленческие решения в сфере найма (трудоустройства), содействия занятости и эффективного использования человеческого капитала.

2. Внутренний маркетинг персонала - это подход к персоналу фирмы как клиентам и обеспечение их продуктом, который удовлетворяет их потребности. Такой подход трансформирует традиционные элементы маркетинга «4P» (продукт, цена, продажи и продвижение продукта) в следующие элементы маркетинга персонала: диапазон задач и ответственности работника, степень мотивации сотрудника или усилия, которые сотрудник готов приложить для выполнения своих должностных обязанностей, организационная структура фирмы, аспекты организационной культуры.

Проведенный анализ позволил сделать следующий вывод: по итогам проведенных маркетинговых исследований персонала организации и рынка труда службы персонала получает серьезный методический инструмент для качественного формирования и корректировки стратегии управления персоналом организации с учетом различных сроков ее реализации.

Руководство ресторана уделяет мало внимания кадровому резерву и информационным технологиям.

В третьей главе выпускной квалификационной работы «Совершенствование маркетинга персонала ООО «Аллегория»» представлены пути совершенствования маркетинга персонала ООО «Аллегория», а так же оценка эффективности предлагаемых мероприятий.

На основе отмеченных недостатков нами сформулированы направления совершенствования маркетинга персонала.

Маркетинг персонала является важным элементом в работе всей организации. На основе проведенного анализа, были выявлены наиболее слабые места в маркетинге персонала ООО «Аллегория», можно предложить ряд рекомендаций по совершенствованию как внешнего, так и внутреннего маркетинга персонала ООО «Аллегория».

Проанализировав действующую на предприятии систему маркетинга персонала автором были выявлены следующие проблемы:

- Внутренний фактор - отсутствие кадрового резерва.
- Внешний фактор - низкий уровень развития информационных технологий

Мероприятия по формированию кадрового резерва в ООО «Аллегория» включают следующие направления:

1. Формирование кадрового резерва (улучшение системы набора, отбора и подготовки персонала).
2. Повышение квалификации работников, создание возможностей для профессионального и карьерного роста сотрудников.

Реализация предлагаемых мероприятий будет способствовать оптимизации бизнес-процессов:

- формирование новых продуктов и услуг;

- развитие сети;
- регулирование расходов;
- кросс-продажи и удержание клиентов;
- мотивация кадров;
- управление активами.

По данным рейтингового агентства «РЭА Эксперт», реализация информационной системы может принести организации от 5% до 15% дополнительной прибыли. Как показывают проведенные расчеты (см. таблицу 11), предложенное мероприятие становится экономически эффективными уже при 10 % прироста прибыли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для того чтобы организация успешно развивалась руководство должно постоянно проводить анализ не только внешней среды организации, но и внутренней. Сложно достигнуть положительных экономических результатов без эффективного использования персонала организации.

В работе необходимо учитывать ряд факторов, которые прямо воздействуют на эффективность работы всего коллектива. Наиболее эффективной группой считается та, чьи цели соответствуют целям предприятия, в состав данной группы должны входить разные люди. Их убеждения могут организации достичь поставленных целей, поднять корпоративных дух, повысить сплоченность коллектива, где не доминируют те люди, которые обладают определенным статусом.

Целью данной работы было изучить теоретические основы и разработать рекомендации по совершенствованию маркетинга персонала ООО «Аллегория».

Проведенный организационно-экономический анализ показал, что ООО «Аллегория» только в 2018 г. вышло на незначительную рентабельность, что наряду с неудовлетворительным финансовым положением не способствует росту инвестиционной привлекательности предприятия и свидетельствует о снижении его конкурентоспособности. Но в 2019 г. предприятию удалось существенно повысить рентабельность, что способствовало улучшению его финансового состояния и заметно повысило уровень конкурентоспособности. Это свидетельствует о удовлетворительной финансово-экономической стабильности предприятия, и может положительно повлиять на финансирования развития различных программ, в том числе маркетинга персонала.

Были изучены внутренние и внешние виды, а также цели маркетинга персонала ООО «Аллегория». По итогам проведенных маркетинговых исследований персонала организации и рынка труда службы персонала получает серьезный методический инструментарий для качественного формирования и корректировки стратегии управления персоналом организации с учетом различных сроков ее реализации. Руководство ресторана уделяет мало внимания кадровому резерву и информационным технологиям.

Проанализировав работу ООО «Аллегория» были выявлены следующие проблемы в области управления персоналом:

- 1.Отсутствие кадрового резерва.
- 2.Низкий уровень развития информационных технологий.

На основании проведенного анализа системы управления персоналом в ООО «Аллегория» предлагается совершить следующие мероприятия:

- 1.Формирование кадрового резерва(улучшение системы набора, отбора, подготовки и переподготовки кадров);

2.Периодическое повышение квалификации кадров. Создание широких возможностей для карьерного роста;

3.Создание требований к инфосистеме, исходя из реально работающих в компании алгоритмов информационного движения.

Финансовые результаты при проведении данных мероприятий стоит рассчитывать в момент внедрения их в организации. Также стоит отметить, что необходимо учитывать состояние не только внешней среды, но и внутренней, так как любые неупомянутые обстоятельства могут кардинально изменить окончательный результат.

Предложенные мероприятия , с экономической стороны, должны обеспечить рост эффективности. В социальном плане перемены в системе управления персоналом рекомендуется направить на развитие способностей персонала, создание благоприятного социально-психологического климата. Данные социальные и экономические цели будут направлены на развитие организации.

К социальным результатам можно отнести:

- Обеспечение предприятия квалифицированными кадрами;
- Обеспечение сотрудников необходимой, обоснованной и достоверной информацией;
- Формирование хороших взаимоотношений между подчиненными и руководством ;
- Повышение мотивации сотрудников, что приведет к повышению производительности труда;
- Создание благоприятного социально-психологического климата.

Таким образом, внедрение предлагаемого программного продукта даст возможность усовершенствовать:

- анализ рынка труда и существующих предложений по привлечению наиболее квалифицированного персонала;

- формирование положительного имиджа ООО «Аллегория» - работодателя;

- процессы реализации развития персонала на предприятии

- развитие информационных технологий

- формирование кадрового резерва