

УДК 658.562.012.32

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-286-5-42

ТЕЛЬНОВ А. С., РЕШМІДІЛОВА С. Л.

Хмельницький національний університет

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У статті обґрунтовано необхідність формування маркетингу персоналу на вітчизняних підприємствах в сучасних умовах. Здійснено аналіз існуючих проблем в управлінні персоналом на ДП «Красилівський агрегатний завод». Проаналізовано мотиви звільнення працівників на підприємстві за допомогою анкетування. За результатами дослідження запропоновано заходи щодо закріплення працівників на підприємстві, соціального планування, оптимізації якісного та кількісного складу персоналу, управління умовами та охороною праці.

Ключові слова: персонал, маркетинг персоналу, формування маркетингу персоналу, задоволеність персоналу, управління персоналом, трудова діяльність.

TELNOV A., RESHMIDILOVA S.

Khmelnitskyi National University

FORMATION OF PERSONNEL MARKETING AT THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Modern development of industrial enterprises can be achieved through the efficient use of its staff. This necessitates the marketing orientation of personnel management. The current stage of scientific and technological development, development of new technologies, radical economic reforms have led to a change in functions, methods and approaches to personnel management in general and the allocation of a new direction in this area – personnel marketing. Today, personnel marketing is the most important component of the personnel management system of the enterprise and allows to solve a number of urgent problems, thanks to which the enterprise is able to increase the efficiency of its work as a whole, ensure a high level of social cohesion and efficiency.

The purpose of the article is to substantiate the basic principles of personnel marketing at the enterprise.

The article substantiates the need for the formation of personnel marketing at domestic enterprises in modern conditions. The analysis of existing problems in personnel management at Krasyliv Aggregate Plant was carried out. The motives for dismissal of employees at the enterprise by means of questionnaires are analyzed. According to the results of the research, measures are proposed for the consolidation of employees in the enterprise, social planning, optimization of the qualitative and quantitative composition of staff, management of conditions and labor protection. Considerable attention should be paid to social planning, which includes the organization and implementation of measures provided for in social development plans of enterprises. An important area of work is to strengthen labor discipline and the formation of stable labor collectives on the basis of reducing working hours, staff turnover and improving working conditions, living conditions and leisure of employees.

Keywords: personnel, personnel marketing, formation of personnel marketing, personnel satisfaction, personnel management, labor activity.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток промислових підприємств може бути досягнутий за рахунок ефективного використання його персоналу. Це обумовлює необхідність маркетингової орієнтації управління персоналом. Сучасний етап науково-технічного розвитку, розробка нових технологій, проведення радикальних економічних реформ зумовили зміну функцій, методів і підходів до управління персоналом в цілому та виокремлення нового напрямку в цій сфері – маркетингу персоналу. Сьогодні маркетинг персоналу є найважливішим складовим елементом системи управління персоналом підприємства і дозволяє вирішити низку актуальних завдань, завдяки яким підприємство здатне підвищити ефективність своєї роботи в цілому, забезпечити високий рівень соціальної згуртованості і дієвості функціонування колективу.

Аналіз досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні аспекти формування маркетингу персоналу досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як О. Білецький, І. Белявцев, В. Воронкова, Т. Глушман, О. Гетьман, М. Калиниченко, В. Кармазін, В. Колпаков, О. Кобяк, О. Криворучко, І. Петрова, В. Савченко, О. Сардак, М. Шостак. Разом з тим, низка питань, що стосуються запровадження та технології реалізації маркетингу персоналу на вітчизняних підприємствах, потребують подальшого дослідження.

Метою статті є обґрунтування основних засад формування маркетингу персоналу на промисловому підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Промислові підприємства використовують інструменти маркетингу персоналу при вирішенні проблеми планування потреби, підбору й оцінки персоналу, який став одним з найважливіших чинників їх розвитку в умовах ринкової конкуренції. Сучасний стан ринку праці зумовлює необхідність застосування маркетингового підходу до управління персоналом, на основі якого є реальна можливість для досягнення якості праці і результативності виробництва без залучення додаткових ресурсів. Для цього необхідними є поглиблення концептуальних основ формування маркетингу персоналу.

Формування маркетингу персоналу є своєрідним проявом міждисциплінарного синтезу, оскільки йдеться про взаємозв'язок двох видів діяльності – маркетингу і управління персоналом. Маркетинговий підхід реалізує модель партнерства на ринку і з цієї точки зору забезпечує ефективну взаємовигідну і

довготривалу стабільну стратегію існування ринкових суб'єктів, носіїв попиту і пропозиції й тим самим відповідає їх цілям виживання [1, с. 605; 2, с. 146–147].

Маркетинг персоналу є частиною управління персоналом і охоплює такі види діяльності, як: аналіз ринку і прогнозування його кон'юнктури; підтримка відповідності попиту і пропозиції персоналу підприємства; взаємозв'язок із зовнішніми джерелами, які забезпечують підприємство кадрами; аналіз кадрового потенціалу і рівня його використання; формування ринкових стратегій управління персоналом; комунікаційна діяльність; управління маркетингом кадрового забезпечення [3, с. 158–159].

Стосовно визначення сутності категорії «маркетинг персоналу» серед науковців існують різноманітні погляди, які можна поділити на три напрями. Перший розглядає маркетинг персоналу як збір та аналіз даних про ринок праці. Згідно другого напрямку, маркетинг персоналу є видом управлінської діяльності, а представники третього напрямку розуміють під маркетингом персоналу вид діяльності персоналу, спрямований на визначення і покриття потреби в працевлаштуванні, тобто самомаркетинг. Отже, під маркетингом персоналу в загальному вигляді необхідно розуміти комплекс заходів щодо формування ефективного кількісного та якісного особового складу підприємства.

За результатами дослідження трудових показників на ДП «Красилівський агрегатний завод» були виявлені певні проблеми в управлінні персоналом. Насамперед, слід відмітити нестабільність працюючого персоналу і проблеми у кадровій політиці підприємства. Негативною тенденцією є зменшення облікової чисельності штатних працівників, особливо тих, які були звільнені із причин плинності кадрів – за власним бажанням чи за порушення трудової дисципліни.

Розрахунки показників обороту кадрів на ДП «Красилівський агрегатний завод» свідчать, що коефіцієнт обороту з прийняття працюючих у 2017–2019 рр. становить 1, що свідчить про те, що підприємство постійно приймає на роботу нових працівників (рис. 1). Тобто необхідно приділити увагу професійно-кваліфікаційному рівню, віку та набутому досвіду попередньої роботи працівників, які були прийняті на підприємство. Саме ці характеристики персоналу забезпечують можливості досягнення умов перспективного розвитку підприємству.

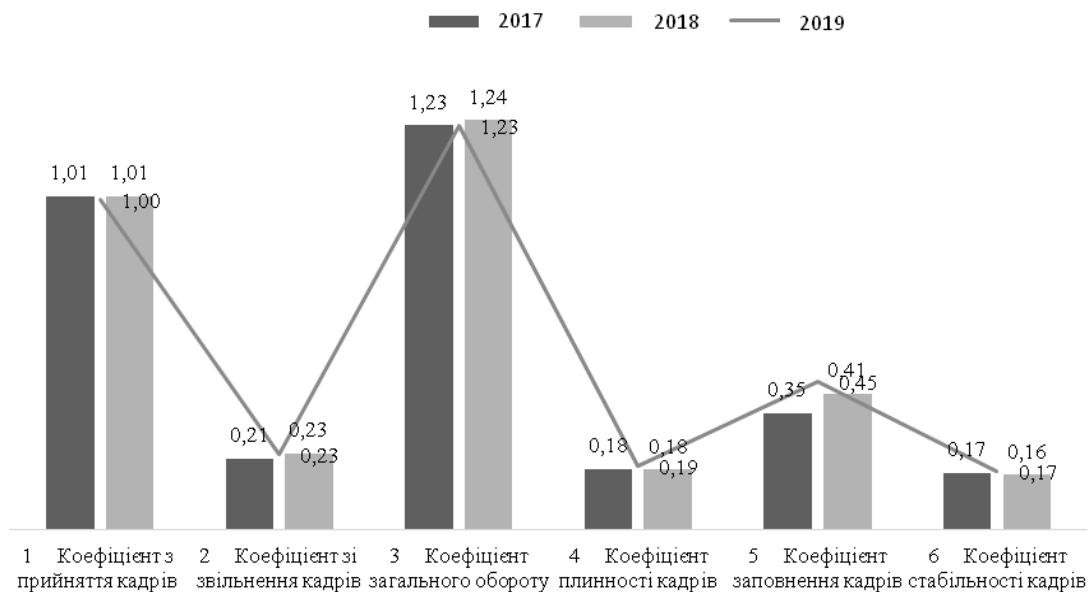


Рис. 1. Показники обороту кадрів на ДП «Красилівський агрегатний завод»

Коефіцієнт обороту з вибуття (K_6) у 2019 р. становив 0,23, що характеризує нестабільність працюючого персоналу, а отже, про проблеми кадрової політики підприємства. На підприємстві коефіцієнт плинності кадрів в 2018 р. був найвищим і становив 0,19. Значення показника зростає, а отже, підприємству не вдається стримувати негативні процеси руху кадрів.

Разом з тим, коефіцієнт стабільності кадрів підприємства був найвищим в 2019 р. і становив 0,17. Така ситуація свідчить про досить нестабільний кадровий склад персоналу. Темп зростання зазначеного показника характеризується позитивною тенденцією, тобто ступінь лояльності працівників до підприємства, рівень задоволеності працівників оплатою й умовами праці, трудовими і соціальними пільгами, що діють на підприємстві є вищим і зростає. Відповідно до значення коефіцієнта заповнення спостерігається нестача персоналу, прийнятих кадрів менше, ніж звільнених. Кількість робочих місць на підприємстві скорочується або запроваджено неефективну систему підбору персоналу на вакантні робочі місця і посади. Таким чином, оцінювання коефіцієнтів свідчить про досить стабільну ситуацію щодо руху та обороту кадрів на підприємстві.

Сьогодні ДП «Красилівський агрегатний завод» потребує кваліфікованих кадрів за наступними професіями:

- інженерно-технічні працівники;
- інженер-програміст (для роботи на верстатах з програмним керуванням);
- інженер-конструктор;
- інженер із зварювання.

Вимогами до претендентів є: досвід роботи на аналогічній посаді від двох років, освіта вища технічна, знання 3D-моделювання, знання ЄСКД, робота з програмами Solidworks, Компас.

З робочих спеціальностей:

- оператор верстатів з програмним керуванням;
- електрозварник на автоматичних та напівавтоматичних машинах;
- шліфувальник;
- токар;
- фрезерувальник;
- електромонтер з ремонту технологічного устаткування.

Вимогами до претендентів є: досвід роботи на аналогічній посаді від 1 року, освіта середня спеціальна [4].

Сьогодні, коли підприємство успішно налагодило виготовлення агрегатів авіаційної техніки військового призначення та готує до освоєння нових видів озброєння, постійно працює над урізноманітненням асортименту продукції, розширенням ринків збут, необхідні кваліфіковані працівники, які б могли виконувати складну творчу роботу для інноваційної продукції. Також підприємство потребує працівників з робочими спеціальностями, яких відчувається нестача.

Якісний склад персоналу є основою для побудови системи управління трудовим колективом. Він має важливе значення для реалізації програм соціально-економічного розвитку трудових колективів на підприємстві, яка спрямована на підвищення ефективності праці, що виявляється в техніко-економічних показниках діяльності підприємства. Оскільки склад працівників постійно змінюється з причини скорочення штатів, виходу працівників на пенсію, звільнення за власним бажанням, за порушення трудової дисципліни. Надто велика плинність негативно впливає на ефективність виробництва. Тому необхідним є аналіз причин плинності кадрів на підприємстві.

У зв'язку з тим, що звільнення працівників за власним бажанням є найвагомішою частиною у формуванні розмірів плинності, вивченню їх причин на підприємствах приділяється велика увага. Основними мотивами звільнення за власним бажанням є:

- незадоволеність виробничо-економічними умовами (умовами і організацією праці, режимом роботи, розміром заробітку, відсутністю можливостей для підвищення освіти і кваліфікації);
- незадоволеність житлово-побутовими умовами (житлом, культурним і медичним обслуговуванням, забезпеченістю дитячими дошкільними установами, транспортом);
- мотиви особистого характеру (одруження, народження дитини).

Причини звільнення можуть вказуватися в заяві працівника про звільнення, але у разі незадоволеності умовами оплати праці, можливостями професійного зростання, але працівники частіше за все про них не повідомляють. Тому при дослідженні причин звільнення за власним бажанням проводиться додаткове вивчення думок працівників. Такі думки оцінюються на основі анкетування та інтерв'ювання. Найбільшу питому вагу в причинах звільнень за власним бажанням займають незадоволеність матеріально-побутовими умовами, умовами і організацією праці і професійно-кваліфікаційними умовами. У таблиці 1 представлено структуру мотивів звільнення за власним бажанням на підприємстві. Ці дані свідчать про те, що в роботі із закріплення персоналу на ДП «Красилівський агрегатний завод» є значні резерви. Аналіз мотивів плинності кадрів дозволяє розробити диференційовані заходи щодо закріплення працівників. Заходи щодо скорочення плинності кадрів на окремих підприємствах будуть різними, оскільки мотиви звільнень відрізняються за структурою. Заходи щодо закріплення кадрів на окремих підприємствах передбачають ліквідацію тих причин, рівень незадоволеності якими найбільш високий.

Об'єктивну оцінку потенціалу трудового колективу надають дані соціальної структури, які характеризують такі складові персоналу підприємства, як суспільно-виробничі групи, що класифіковані за статтю, віком, рівнем освіти, стажем роботи, соціальним походженням, сімейним станом тощо. Вихідними даними щодо аналізу соціальної структури трудового колективу є звіти з урахування кадрів, матеріали атестаційних комісій, накази до кадрових питань, результати соціологічних досліджень. Керівництво підприємства повинно мати найбільш повну інформацію зі стану соціальної структури колективу для прийняття стратегічних рішень щодо розвитку підприємства, удосконалення системи загального управління і управління трудовим колективом. Тому для формування дієвої системи управління трудовим колективом необхідно орієнтуватися на показники соціальної структури персоналу, і перш за все статево-вікові та професійно-кваліфікаційні, які мають значний вплив на індивідуальні, групові та колективні результати праці.

Аналіз відповідних документів з обліку персоналу виявив, що підприємством ведеться цілеспрямована робота з омолодження трудового колективу. Так, скорочуючи прийом працівників старше 60 років і збільшуючи кількість молодих працівників, вдається сповільнювати процеси старіння колективів.

Для оптимізації якісного та кількісного складу персоналу підприємства необхідно приділяти увагу управлінню умовами та охороною праці як системи заходів щодо створення умов для нормального функціонування, розвитку і ефективного використання потенціалу працівників. Одним з напрямів є підтримка здорового клімату в трудовому колективі, що сприяє розкриттю потенціалу працівників; розвитку мотивації, формуванню системи соціального захисту; подальшої освіти і підвищення кваліфікації.

Таблиця 1

Мотиви звільнення працівників на ДП «Красилівський агрегатний завод» у 2019 р., %

Мотив	Значення у балах
1. Професійно-кваліфікаційні умови	
Незадоволеність професією	6
Робота за фахом	1
Відсутність перспектив підвищення розряду	2
Разом	9
2. Умови і організація праці	
Низький рівень механізації	7
Несприятливі умови праці і побуту	10
Монотонна важка робота	15
Незадовільний стан устаткування	10
Незадоволеність профілем роботи	5
Разом	47
3. Матеріально-побутові умови	
Незадоволеність розмірами заробітної плати	10
Віддаленість місця роботи від житла	6
Відсутність швидкої перспективи в отриманні житла	20
Разом	36
4. Відносини в колективі	
Незадовільні відносини з начальником цеху	1
Незадовільні відносини з начальником ділянки	2
Разом	3

Джерело: сформовано на основі власних досліджень

Значна увага повинна приділятися соціальному плануванню, що включає організацію і виконання заходів, передбачених планами соціального розвитку підприємств. Важливим напрямом роботи є зміцнення трудової дисципліни і формування стабільних трудових колективів на основі скорочення робочого часу, плинності кадрів і поліпшення умов праці, побуту і дозвілля працівників.

Підприємство має значні соціальні надбання. До послуг заводчан капітально відремонтований гуртожиток, їдальня, медпункт, бібліотека та комфортабельна база відпочинку «Корді» на річці Дністер. Протягом 2019 року працівники підприємства та члени їхніх родин оздоровлювались по пільговим путівкам на БВ «Корді» та БВ «Мікрон» (Затока). Працівники підприємства на 100 % забезпечені спецодягом, миючими засобами, підприємство частково відшкодовує вартість харчування. Колективним договором на 2019–2021 роки передбачено подальший розвиток підприємства, посилення соціального захисту працівників, покращення умов і оплати праці. Колдоговір передбачає щорічне підвищення зарплати на 20 %; встановлено мінімальну тарифну ставку робітника першого розряду найнижчої сітки в розмірі 150 % до прожиткового мінімуму для працездатної особи. При цьому мінімальні тарифні ставки для робітників інших розрядів встановлені із додержанням міжрозрядних співвідношень, що відповідає Галузевій Угоді авіаційної промисловості України на 2019–2021 роки.

Перспективи роботи підприємства у 2020–2021 рр. полягають в освоєнні нових виробів. Це вироби військового та спеціального призначення, а також нарощування обсягів товарів народного споживання та постачання продукції заводу до ближнього та дальнього зарубіжжя. За таких перспектив підприємство потребує професійного, висококваліфікованого персоналу.

Висновки. Отже, існуючі проблеми в управлінні персоналом потребують розробки дієвих напрямів маркетингу персоналу. Це дозволить більш повно використовувати трудовий потенціал, оптимізувати витрати, пов'язані з його розвитком, накопичити знання працівників у професійній сфері, посилити їх ініціативність у діяльності трудового колективу. Реалізація маркетингу персоналу на підприємстві повинна мати структурований характер. Процес формування маркетингу персоналу має бути складений із логічно пов'язаних завдань єдиного алгоритму та покликаний забезпечити підприємство необхідним персоналом, з одного боку, а також сформувати привабливість як роботодавця для наявного та потенційного персоналу, з іншого.

Література

1. Белявцев М. І. Маркетинг персоналу промислового підприємства [Електронний ресурс] / М. І. Белявцев, М. П. Калиниченко // Формування ринкової економіки : збірник наукових праць ДВНЗ Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – 2013. – Вип. 30. – С. 601–620. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/4084>.
2. Калиниченко М. П. Управління персоналом промислового підприємства на засадах маркетингу / М. П. Калиниченко // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – Т. 18. – Вип. 1 (1). – С. 146–151.

3. Кропивка Ю.Г. Етимологія категорії «маркетинг персоналу» у сучасних умовах господарювання / Ю.Г. Кропивка // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 1. – С. 155–160.
4. Державне підприємство «Красилівський агрегатний завод» запрошує на роботу працівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukroboronprom.com.ua/uk/media/derzhavne-pidpryemstvo-krasylivskiy-agregatnyj-zavod-zaprosuhye-na-robotu-pratsiv/vnykiv.html>.

References

1. Bieliavtsev M. I. Marketynh personalu promyslovoho pidpryemstva / M. I. Bieliavtsev, M. P. Kalynychenko // Formuvannia rynkovoї ekonomiky: zbirnyk naukovykh prats DVNZ Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Hetmana. – 2013. – Vyp. 30. – S. 601–620. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/4084>.
2. Kalynychenko M.P. Upravlinia personalom promyslovoho pidpryemstva na zasadakh marketynhu / M.P. Kalynychenko // Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. – 2013. – T. 18. – Vyp. 1 (1). – S. 146-151.
3. Kropyvka Yu.H. Etymolohiia katehorii «marketynh personalu» u suchasnykh umovakh hospodariuvannia / Yu.H. Kropyvka // Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. – 2011. – #1. – S. 155-160.
4. Derzhavne pidpryemstvo «Krasylivskiy ahrehatnyi zavod» zaprosuhye na robotu pratsivnykiv [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://ukroboronprom.com.ua/uk/media/derzhavne-pidpryemstvo-krasylivskiy-agregatnyj-zavod-zaprosuhye-na-robotu-pratsivnykiv.html>.

Надійшла / Paper received: 16.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 03.11.2020