

image not found or type unknown



Проведение маркетинговых исследований рынка труда актуально не только для открывающихся, но и для работающих предприятий. Это позволяет глубже и детальнее проработать интересующие компанию вопросы и выяснить аспекты управления человеческими ресурсами, знание которых необходимо для развития конкретного бизнеса.

Результаты маркетингового исследования рынка труда могут использоваться для корректировки действий при поиске необходимых специалистов, определения политики их привлечения и удержания. Кроме того, установив соотношение спроса и предложения на рынке, выяснив уровень зарплаты на предприятиях и квалификационный потенциал региона, можно выстраивать или корректировать систему мотивации персонала. В конечном счёте подобное исследование показывает возможности комплектации компании человеческими ресурсами, помогает при установлении фонда оплаты труда и других расходов на персонал, а также дает возможность спроектировать штатное расписание для новой бизнес - единицы с учетом тех или иных особенностей регионального рынка труда. Так что же собой представляет маркетинг применительно к рынку труда? Это удовлетворение потребностей субъектов рынка труда посредством: обмена услуги труда ,а также на потребность в труде, т.е вакантные должности. Принципы маркетингового рынка направлен на ориентацию потребителей труда, т.е изучение на производственных возможностях работодателей в конкретных видах труда определенной квалификации и учет целей, желаний и требований, выдвигаемых другими субъектами рыночных отношений, -наемными работниками, а также реализация системного подхода к процессу купли-продажи товара «рабочая-сила» и ориентация на долгосрочную и информационную перспективу. Ее субъектами являются: маркетологи кадровой службы организации работодателя; маркетологи крупных рекрутинговых и консалтинговых агентств;

Проведение маркетинговых исследований рынка труда собственными силами компании – сложный многоступенчатый процесс. Конечно, можно привлекать для этого консалтинговые агентства или использовать для анализа доступные статистические данные. Однако такие агентства существуют в крупных региональных центрах, а в остальных случаях это Центры занятости населения района, чьи данные, как правило, отражают далеко не полную картину с

безработными. Таким образом, для сбора необходимых и достоверных сведений представляется целесообразным проведение исследования рынка труда силами самой компании.

Маркетинг рынка труда – одно из направлений в маркетинговых исследованиях, и в его основе лежит общая методология, определяющая порядок его проведения.