Лекция 4

Планирование и прогнозирование потребности в персонале. Организация маркетинга персонала

Основными характеристиками персонала организации являются:

- численность;
- структура

Численность

списочная

фактическая

Планирование потребности в персонале

- установление качественного и количественного состава персонала.

Качественная потребность – это потребность по категориям, профессиям, специальностям, уровню квалификационных требований к персоналу.

Количественная потребность в персонале планируется посредством определения его расчетной численности и ее сравнения с фактической обеспеченностью на определенный плановый период.

Этапы планирования персонала

1. Обобщенный анализ различных видов планов организации, имеющих влияние на кадровое обеспечение (*планы производства и реализации, планы инвестиций и т.п*)

2. Анализ статистики по персоналу, включая информацию о его деловой оценке и продвижении

3. Расчет качественной и количественной потребности в персонале на тот же планируемый период

4. Определение фактического состояния по количеству и качеству персонала на планируемый период

5. Сравнение данных, полученных на двух предыдущих этапах планирования

6. Планирование мер по покрытию потребности в персонале

МЕТОДЫ расчета количественной потребности в персонале

$$\text{Целевая численность} = \frac{\left(\sum_{i}^{N} \text{Объем}_i * \text{НВ}_i\right) * (1 + \text{ДНО}) + \text{ДРП} * \text{ФРВ}}{\text{ФРВ}}$$

Условные обозначения:

Объем – планирующееся количество циклов *i* –го бизнес-процесса в месяц;
НВ – норма времени на выполнение одного цикла бизнес-процесса;
ДНО – доля ненормируемых операций;
ДРП – доля регламентированных перерывов;
ФРВ – фонд рабочего времени в планируемом месяце;

Расчет численности персонала можно выполнять самостоятельно, руководствуясь несколькими ПРИНЦИПАМИ

Принцип 1. Любая работа измеряется в единицах времени

Принцип 2. Расчет численности персонала предполагает использование усредненных норм

Принцип 3. Не все рабочее время тратится на выполнение работы

Рис 1. Рабочее время грузчика

Рис. 2 Рабочее время помощника менеджера по продажа

Принцип 4. Численность персонала определяется отношением «объем работы/норма на одного сотрудника

Принцип 5. Численность персонала рассчитывается на определенный объем работы

Принцип 6. Нормальной можно считать нагрузку, не превышающую 15% от нормы

Принцип 7. Точность расчета численности персонала определяется задачей, которую нужно решить

Фактическая потребность в персонале

учитывает необходимость покрытия планового или внепланового выбытия персонала, а также его плановое поступление.

Плановое поступление - возвращение сотрудников после обучения, службы в армии, длительного отпуска и т.п.

Плановое выбытие - сокращение численности в связи с реорганизацией производства или услуг, реорганизацией оргструктуры; направление сотрудников на обучение, стажировку и т.п.; призыв в армию; выход на пенсию

Методы прогнозирования потребности в персонале

1. **Экстраполяция** – перенос действующей структуры, состава, численности на будущий период в пропорциях и количестве прошедшего периода (для краткосрочного прогноза на предприятиях с постоянной стабильной организационной структурой).

+ *доступность, простоту расчета, экономичность и дешевизна.*

- *нет возможности учитывать изменения в развитии производства, различных факторов производительности труда и внешней среды.*

2. **Скорректированная экстраполяция** - расчет прогнозируемой численности персонала учитывает изменения всех предполагаемых факторов, которые могут выступать как повышение производительности труда, рост объема продукции, повышение цен и тарифов, уровень инфляции и др.

Маркетинг персонала - вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами, выявления круга источников и путей обеспечения этой потребности.

Маркетинг персонала включает:

- исследование рынка рабочей силы;
- исследование качеств кандидатов, а также их требований и возможностей;
- воздействие на субъективное восприятие кандидатом преимуществ рабочего места в организации (реклама должностей);
- формирование потенциальных кандидатов в резерв внутри организации.

Принципы маркетинга персонала

Первый принцип: рассмотрение задач маркетинга персонала в широком смысле.

Маркетингом персонала – определенная философия и стратегия управления человеческими ресурсами.

Цель: оптимальное использование кадровых ресурсов ***путем создания максимально благоприятных условий труда***.

Принципы маркетинга персонала

Второй принцип: предполагает толкование маркетинга персонала в более узком смысле - как особую функцию службы управления персоналом.
Цель: выявление и покрытие потребности предприятия в кадровых ресурсах.

Функции маркетинга персонала:

1. изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам;
2. исследования внешней и внутренней среды организации;
3. исследование рынка труда;
4. изучение имиджа организации как работодателя.