

Кадрове планування та маркетинг персоналу



Сутність кадрового планування

Визначення поняття

Кадрове планування — це систематичний процес визначення майбутніх потреб організації у персоналі та розробки стратегій їх забезпечення. Це ключовий елемент стратегічного управління, що дозволяє підприємству мати необхідних працівників у потрібний час та на відповідних посадах.

Стратегічне значення

Ефективне кадрове планування забезпечує конкурентні переваги організації через оптимальне використання людських ресурсів. Воно дозволяє передбачити зміни на ринку праці, адаптуватися до технологічних інновацій та забезпечити безперервність бізнес-процесів навіть у періоди змін.

Мета та завдання кадрового планування

Основна мета

Забезпечення організації необхідною кількістю кваліфікованих працівників у потрібний час для досягнення стратегічних цілей

Ключові завдання

- Прогнозування потреб у персоналі
- Оптимізація структури кадрів
- Забезпечення якісного підбору
- Розвиток кадрового потенціалу

Результати

Підвищення продуктивності праці, зниження плинності кадрів, раціональне використання трудових ресурсів та підвищення конкурентоспроможності

Види планування персоналу

01

Стратегічне планування

Довгострокове планування (3-5 років), що визначає загальну кадрову політику та напрями розвитку персоналу відповідно до стратегії організації

02

Тактичне планування

Середньострокове планування (1-3 роки), що конкретизує стратегічні цілі через програми розвитку, навчання та перерозподілу персоналу

03

Операційне планування

Короткострокове планування (до 1 року), що включає поточні плани набору, адаптації, навчання та оцінювання працівників



Фактори впливу на потреби у персоналі

Внутрішні фактори

- Стратегія розвитку підприємства
- Плинність кадрів та ротація
- Технологічні зміни та автоматизація
- Організаційна структура та реорганізація
- Фінансові можливості компанії

Зовнішні фактори

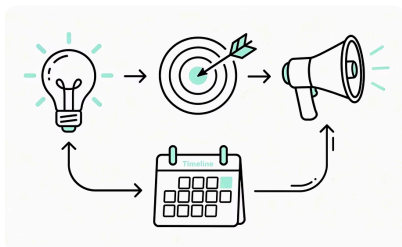
- Демографічна ситуація на ринку праці
- Конкуренція за талановитих фахівців
- Економічні умови та кон'юнктура ринку
- Законодавчі та регуляторні зміни
- Соціально-культурні тенденції



Комплексний аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів дозволяє створити точний прогноз кадрових потреб та розробити адекватні стратегії їх задоволення.

Маркетинг персоналу: основні концепції

Маркетинг персоналу — це філософія та стратегія управління людськими ресурсами, що розглядає працівників як внутрішніх клієнтів, а потенційних кандидатів — як цільову аудиторію для залучення.



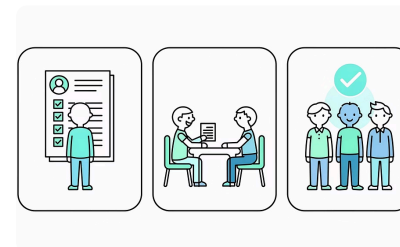
Аналітична функція

Дослідження ринку праці, вивчення потреб та очікувань потенційних працівників



Комунікативна функція

Формування та просування іміджу роботодавця через різні канали комунікації



Рекрутингова функція

Залучення якісних кандидатів та утримання цінних працівників в організації

Методи визначення потреб у персоналі

1

Метод експертних оцінок

Використання думки керівників та фахівців для прогнозування кадрових потреб на основі їхнього досвіду та знань специфіки діяльності

2

Екстраполяція

Перенесення тенденцій минулих періодів на майбутнє з урахуванням динаміки зміни чисельності персоналу

3

Метод нормування праці

Розрахунок потреб на основі норм виробітку, обслуговування та часу виконання робіт

4

Комп'ютерне моделювання

Використання математичних моделей та алгоритмів для прогнозування оптимальної чисельності персоналу

Характеристика методів планування

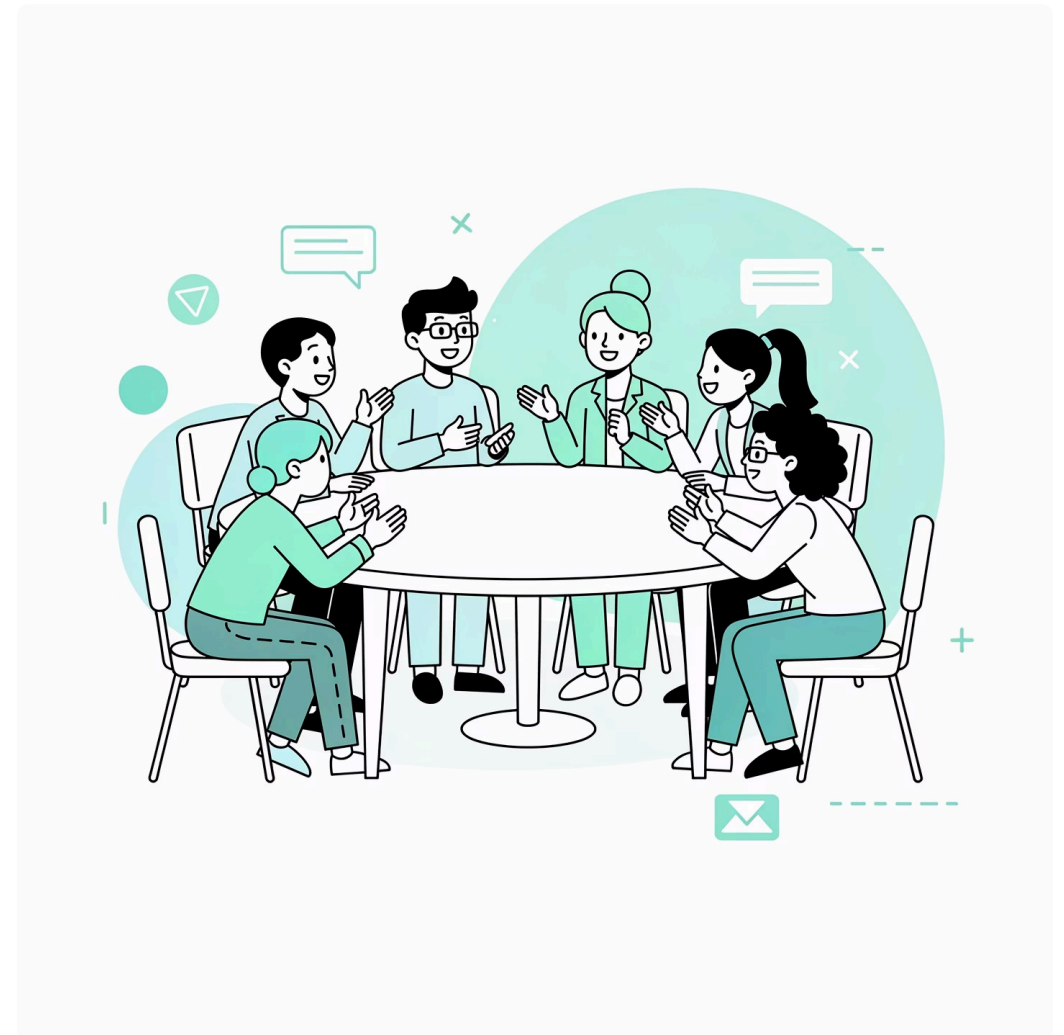
Кількісні методи

- **Балансовий метод** — зіставлення наявності та потреби в робочій силі
- **Нормативний метод** — розрахунок на основі норм та нормативів
- **Статистичний метод** — аналіз динаміки та тенденцій
- **Математичне моделювання** — побудова прогностичних моделей



Якісні методи

- **Метод Дельфі** — багатоетапне опитування експертів
- **Сценарний аналіз** — розробка альтернативних варіантів розвитку
- **Метод групових оцінок** — колективне обговорення та прийняття рішень
- **Морфологічний аналіз** — систематичне вивчення всіх можливих комбінацій



Планування чисельності персоналу



Основна потреба

Чисельність працівників, необхідна для виконання запланованих обсягів робіт при нормальних умовах праці та встановленому режимі роботи



Додаткова потреба

Додаткова кількість працівників для компенсації природного вибуття, плинності кадрів, відпусток, навчання та розширення виробництва



Загальна потреба

Сума основної та додаткової потреби, що визначає загальну кількість працівників для забезпечення стабільної роботи організації

Розрахунок потреби здійснюється окремо за категоріями: керівники, спеціалісти, службовці, робітники. Для кожної категорії застосовуються специфічні методи розрахунку та нормування.

Внутрішні та зовнішні джерела персоналу

Внутрішні джерела

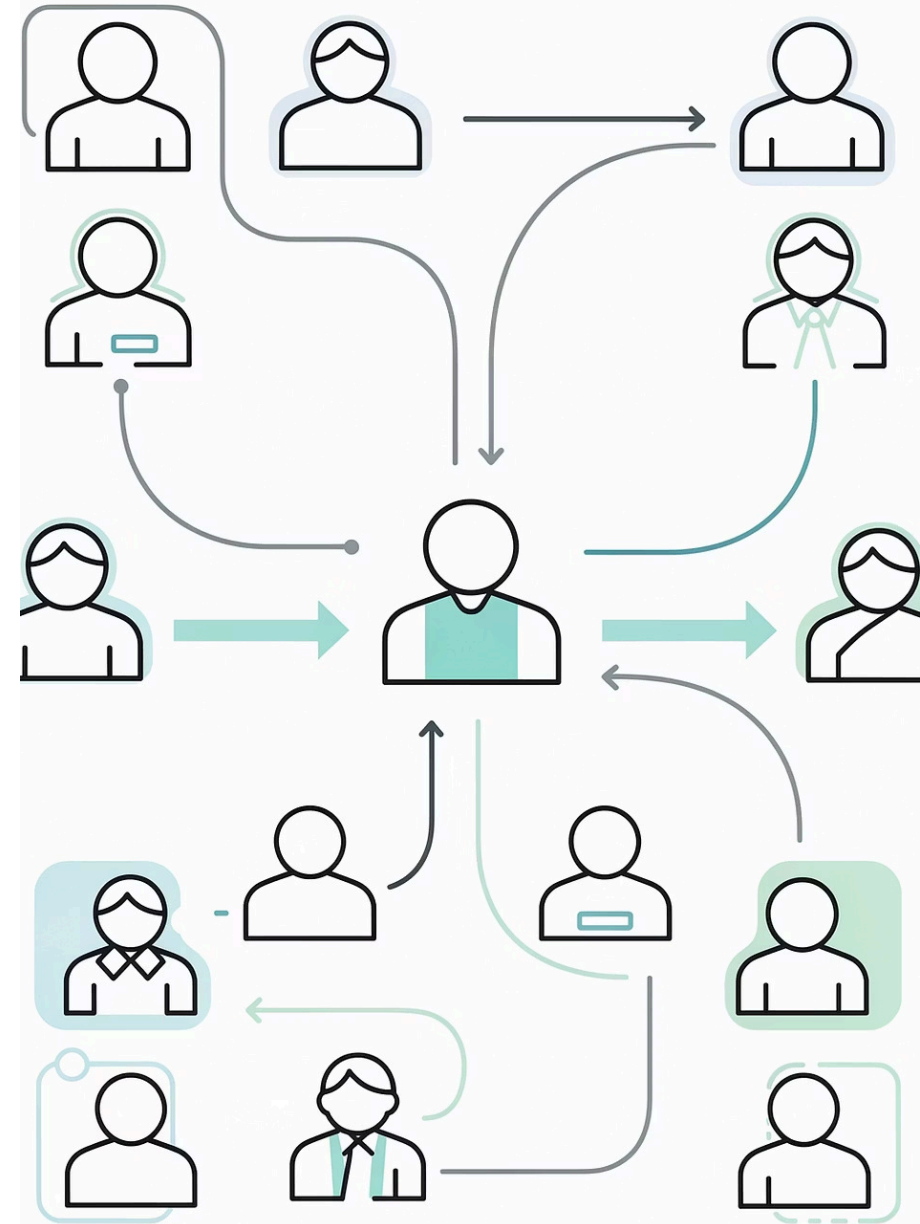
- Переміщення та ротація співробітників
- Підвищення кваліфікації наявних працівників
- Внутрішній конкурс на вакантні посади
- Формування кадрового резерву
- Суміщення посад та функцій

📄 **Переваги:** мотивація персоналу, швидка адаптація, економія на підборі, знання корпоративної культури

Зовнішні джерела

- Служби зайнятості та рекрутингові агенції
- Навчальні заклади та центри підготовки
- Професійні соціальні мережі
- Рекомендації співробітників та партнерів
- Ініціативні звернення кандидатів

📄 **Переваги:** новий погляд, свіжі ідеї, ширший вибір кандидатів, нові компетенції та досвід



Способи нормування трудових ресурсів



Норми часу

Встановлення часу, необхідного для виконання одиниці роботи кваліфікованим працівником при нормальних умовах праці



Норми виробітку

Визначення кількості продукції або обсягу робіт, що має бути виконано за одиницю часу



Норми обслуговування

Встановлення кількості обладнання, робочих місць або клієнтів, які має обслуговувати один працівник



Норми чисельності

Розрахунок необхідної кількості працівників для виконання певних функцій або обсягів робіт

Нормування є основою для раціональної організації праці, визначення оптимальної чисельності персоналу та встановлення справедливої системи оплати праці. Сучасні підходи до нормування враховують психофізіологічні особливості працівників та ергономічні вимоги.



Індивідуальний план працівника

1 Цілі розвитку

Конкретні, вимірювані цілі професійного та особистісного розвитку працівника на плановий період

2

Заходи та активності

Перелік навчальних програм, тренінгів, проектів та завдань для досягнення поставлених цілей

3

Терміни виконання

Чіткі дедлайни для кожного заходу та контрольні точки для оцінки прогресу

4

Критерії оцінки

Показники та метрики для вимірювання досягнення цілей та ефективності розвитку

Структура інформації про персонал

Особиста інформація

- Біографічні дані
- Освіта та кваліфікація
- Досвід роботи
- Сертифікати та досягнення

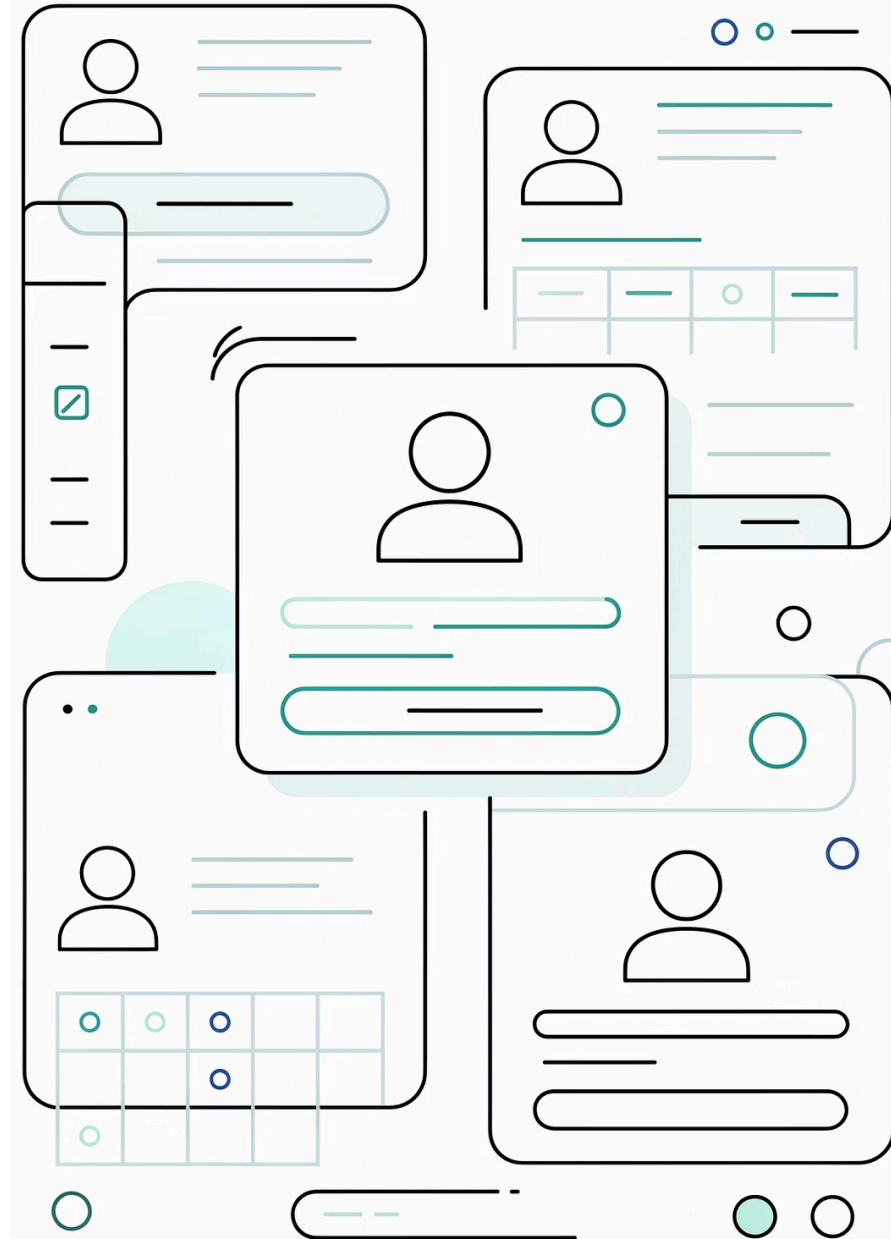
Посадова інформація

- Посада та підрозділ
- Функції та обов'язки
- Умови праці та оплата
- Графік та режим роботи

Оціночна інформація

- Результати атестації
- Показники ефективності
- Потенціал розвитку
- Плани кар'єрного росту

Системна організація інформації про персонал є основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Сучасні HRIS-системи дозволяють зберігати, обробляти та аналізувати великі масиви даних про працівників, забезпечуючи керівників актуальною інформацією для планування та управління.



Маркетинг персоналу та бренд роботодавця

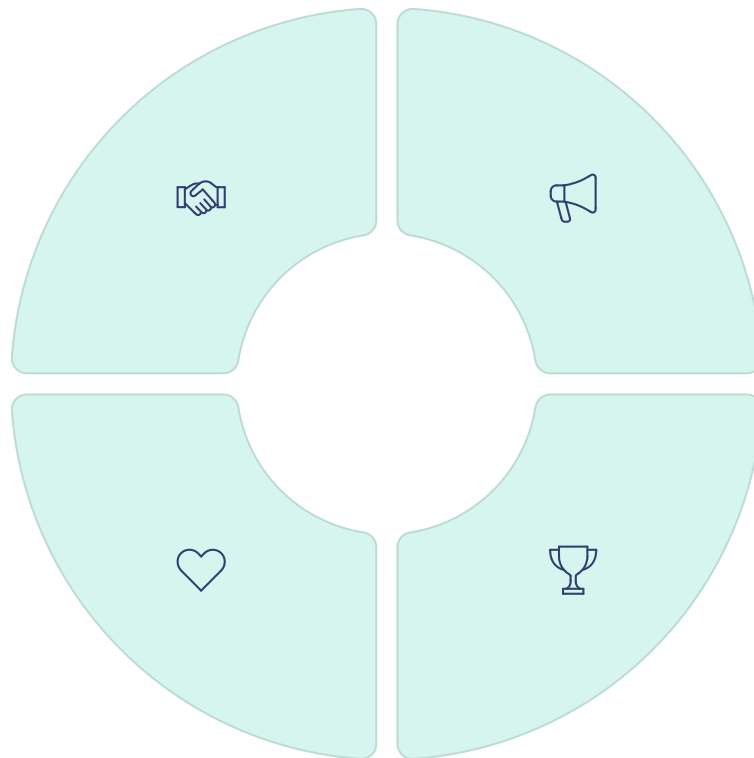
Сильний бренд роботодавця — це конкурентна перевага, що дозволяє залучати кращих кандидатів, знижувати витрати на рекрутинг та підвищувати лояльність працівників.

Ціннісна пропозиція

Унікальна комбінація матеріальних та нематеріальних вигод, які організація пропонує своїм працівникам

Досвід працівника

Створення позитивного employee experience на всіх етапах: від першого контакту до завершення співпраці



Комунікація

Просування бренду через різні канали: сайт компанії, соціальні мережі, job-портали, події для кандидатів

Репутація

Формування позитивного іміджу через відгуки працівників, нагороди, рейтинги роботодавців та публікації

Формування ціннісної пропозиції роботодавця



Аналіз та дослідження

Вивчення очікувань цільової аудиторії, аналіз пропозицій конкурентів, оцінка внутрішніх можливостей організації



Створення контенту

Розробка візуальних та текстових матеріалів, історій співробітників, відео-контенту про компанію та її культуру



Розробка концепції

Формулювання унікальних переваг, визначення ключових повідомлень, створення емоційного зв'язку з аудиторією

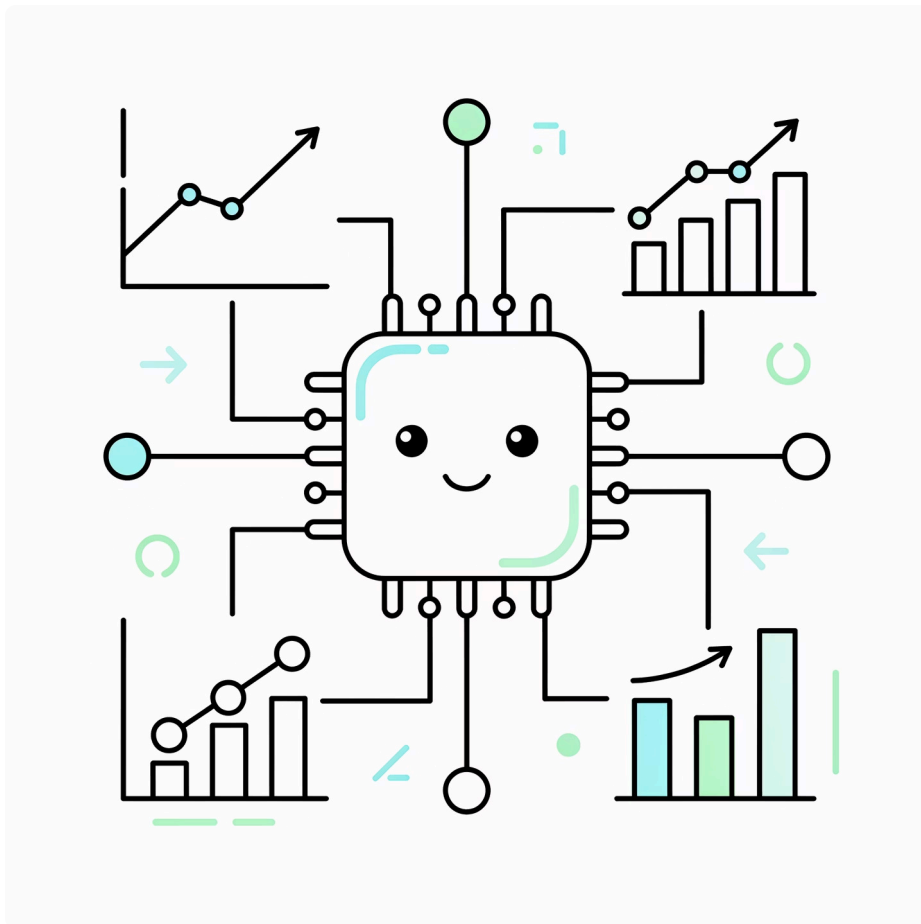


Запуск та просування

Розповсюдження через обрані канали комунікації, залучення амбасадорів бренду серед працівників, участь у професійних подіях

Ефективна ціннісна пропозиція роботодавця має бути автентичною, релевантною для цільової аудиторії та послідовно транслюватися через всі точки контакту з кандидатами та працівниками.

Предиктивна аналітика у плануванні персоналу



Предиктивна (прогнозна) аналітика використовує історичні дані, статистичні алгоритми та машинне навчання для прогнозування майбутніх потреб у персоналі.

Можливості застосування:

- Прогнозування плинності кадрів з точністю до конкретних працівників
- Визначення оптимальних кандидатів на основі аналізу успішних співробітників
- Передбачення потреб у навчанні та розвитку компетенцій
- Моделювання впливу HR-рішень на бізнес-результати

35%

Зниження плинності

при використанні предиктивної аналітики

50%

Підвищення точності

прогнозування кадрових потреб

40%

Економія часу

на прийняття HR-рішень

Аналіз ринку праці: технології Big Data

Технології великих даних революціонізують підходи до аналізу ринку праці, дозволяючи обробляти мільйони точок даних для прийняття обґрунтованих рішень про персонал.



Аналіз трендів

Відстеження змін у попиті на професії, компетенції та навички на ринку праці у реальному часі



Бенчмаркінг винагород

Порівняння рівнів оплати праці з ринковими показниками для забезпечення конкурентності пропозицій



Картування талантів

Ідентифікація та відстеження потенційних кандидатів, аналіз їхньої активності та кар'єрних траєкторій

Сучасні підходи до планування персоналу

Гнучке бюджетування

Створення динамічних бюджетів на персонал, що адаптуються до змін бізнес-середовища та дозволяють швидко реагувати на нові можливості

Нові професійні ролі

Врахування emerging-професій та трансформації існуючих ролей під впливом цифровізації та автоматизації бізнес-процесів

Agile-планування

Перехід від жорстких річних планів до гнучких ітеративних підходів з регулярним переглядом та коригуванням пріоритетів

Якісна потреба

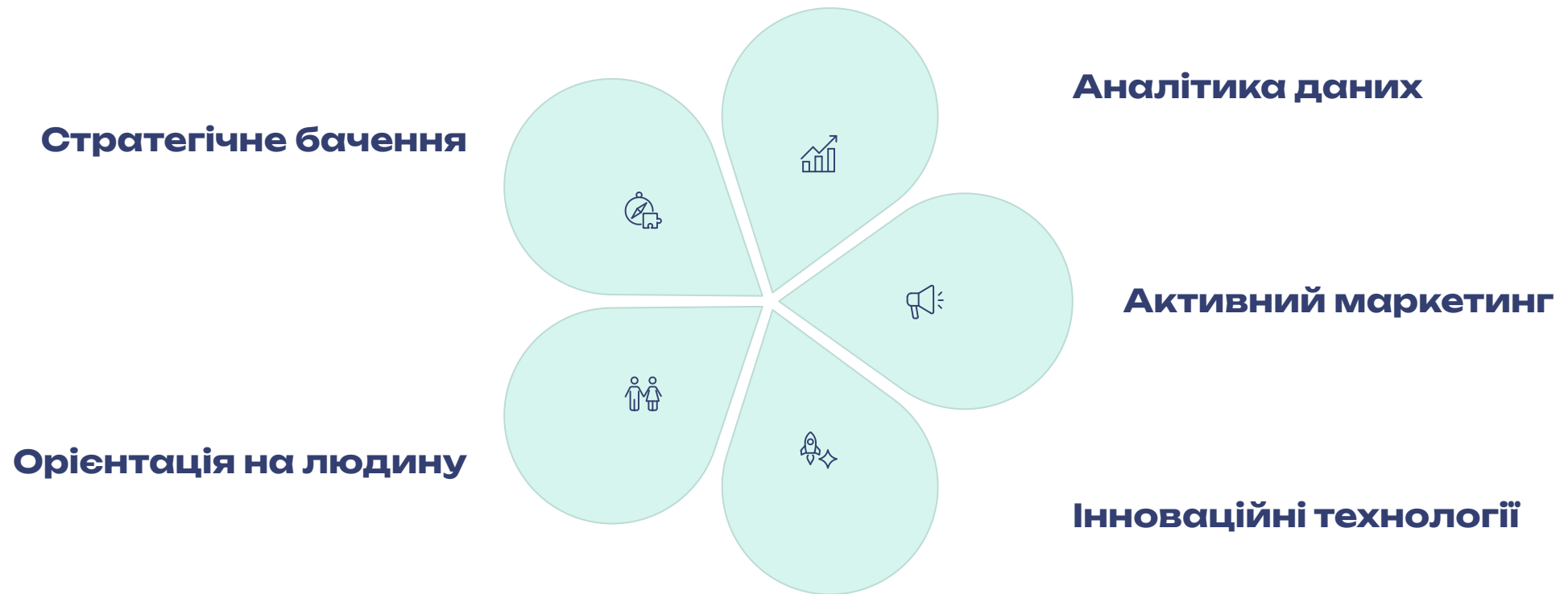
Визначення необхідних компетенцій, навичок та кваліфікації персоналу з урахуванням стратегічних цілей організації та майбутніх викликів. Включає аналіз гар-аналіз компетенцій та планування розвитку.

Кількісна потреба

Розрахунок оптимальної чисельності працівників за категоріями та підрозділами на основі прогнозованих обсягів робіт, продуктивності та норм навантаження. Враховує сезонність та циклічність бізнесу.

Інтеграція планування та маркетингу персоналу

Ефективне управління персоналом у сучасних умовах вимагає інтеграції стратегічного планування з маркетинговими підходами до залучення та утримання талантів.



Успіх організації залежить від здатності не лише передбачати майбутні потреби у персоналі, але й створювати привабливу пропозицію для талантів, будувати сильний бренд роботодавця та використовувати сучасні технології для прийняття рішень.