

Как видно из табл. 4, рейтинг составлялся всего по этим трем основным показателям. Показатель не самый плохой, но, по мнению ряда международных организаций (Женского фонда развития ООН, Еврокомиссии, МОТ), он не отображает всех проблем, существующих в нашей стране с женским равноправием.

Среднемесячная зарплата женщин в Харьковской области в 2008 г. была на четверть меньше, чем у мужчин, и составила 1 тыс. 471 грн (у мужчин – 1 тыс. 920 грн). Это связано с тем, что ключевые должности на предприятиях и в организациях в основном занимают мужчины. Такая же тенденция наблюдается и в сферах, где преобладает женский труд. В большей степени женский труд используется в учреждениях здравоохранения и социальной помощи (среди сотрудников – 83,3% женщин), образования (74,6%) и в финансовой деятельности (69,2%). В промышленности в 2008 г. было занято 81,9 тыс. женщин (42%), в текстильном производстве и пошиве одежды – их две трети. Среди государственных служащих женщин в четыре раза больше, чем мужчин. На высших руководящих должностях их всего треть. На крупных и средних предприятиях Харьковской области в 2008 г. было занято 378,5 тыс. женщин (без учета нанятых работников статистически малых предприятий и занятых у граждан-предпринимателей). Услугами Харьковского областного государственного центра занятости в 2008 г. воспользовались 73,7 тыс. женщин. Среди них 51,4 тыс. женщин в течение 2008 г. не смогли самостоятельно найти новое место работы. На 1 января 2009 г. на учете в центре занятости состояло 26,1 тыс. женщин. Официальный статус безработных среди них имели 25,2 тыс. (96,9%). В течение 2008 г. при содействии областного центра занятости 31,3 тыс. женщин устроились на работу: каждая третья женщина – в торговле, шестая – на предприятиях перерабатывающей промышленности [6].

В заключение следует отметить, что в статье предложено усовершенствование анализа основных характерных признаков гендерной политики в Украине, таких, как трудоустройство, насилие, участие в принятии государственных политических решений и руководство, не учитываются при расчете индекса гендерного равенства. Но решение этих вопросов остается очень важным для успешного устранения существующих проблем женщин и достижения гендерного равенства в обществе.

Литература: 1. Шевляк И. Коня на скаку...Но какой ценой? / И. Шевляк // Время. – №43 от 07.03.08 г. – С. 3. 2. Дэнисл Мартин. Почему женщинам труднее подчиняться "пчеломатке", чем боссу-мужчине / Дэнисл Мартин // Время. – №175 от 26.09.08 г. – С. 3. 3. Мальчишки и девчонки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.business.ua. 4. Работа на HeadHunter Украина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://hh.ua>. 5. Мужское и женское // Власть денег. – 2008. – № 9 (169). – С. 9. 6. Соціально-економічне становище Харківської області за 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://upstat.kharkov.ukrtel.net>.

*Стаття надійшла до редакції
07.09.2009 р.*

УДК 658.01

**Гончаров В. Н.
Родионов А. В.**

СПОСОБЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

In the article the main methods of personnel selection for the enterprise business reputation upgrading is studied.

Процессы ужесточающейся национальной, региональной и международной конкуренции, интеграция предприятий в мировой процесс глобализации, стандартизация продукции и другие объективные условия способствуют активному применению предприятиями нематериальных активов и ресурсов в конкурентной борьбе. Нематериальные активы выгодно отличают предприятие и его продукцию на рынке товаров и услуг, создавая дополнительные конкурентные преимущества и повышая устойчивость предприятия. К одним из наиболее значимых нематериальных активов предприятия относится деловая репутация предприятия. Деловая репутация является инструментом стратегической защиты предприятия от конкурентов на рынке в условиях нестабильности и неопределенности.

Деловую репутацию предприятия можно рассмотреть с точки зрения комплексной экономической категории и определить как один из нематериальных активов предприятия, обеспечивающих ему конкурентное преимущество благодаря повышению финансовой устойчивости и экономического развития предприятия через увеличение количества клиентов и размера рынка, рост стоимости акций, содействие привлечению инвестиций.

Управление репутацией представляет собой перманентный комплексный процесс формирования и поддержки позитивного представления общества о предприятии и его продукции, что создает коммерческо-финансовый результат и долгосрочный кредит доверия у заинтересованных контактных аудиторий и общества в целом. Ключевыми источниками формирования деловой репутации предприятия является персонал. Именно персонал формирует репутацию предприятия, формирует позитивное или негативное мнение о предприятии, независимо от уровня работы персонала, будь-то топ-менеджер или секретарь или технический персонал. Если при встрече или опосредованном общении по средствам связи сотрудник предприятия не оказал должного внимания клиенту, или грубо или неадекватно отреагировал на просьбы, мнение формируется не только о сотруднике, но и о предприятии в целом. Поэтому отбор персонала, его дальнейшее обучение играет существенную роль в формировании и развитии репутации предприятия.

Как показывают исследования [1 – 6], предприятия полностью зависят от качества обслуживания персонала, его компетентности и порядочности. Опросы ряда предприятий [1; 2; 7; 8] показали, что выбор клиента в пользу того или иного предприятия зависит от отношения персонала предприятий с клиентами. Поскольку проблема культурного и качественного обслуживания клиентов не уделяется достаточно внимания [1; 6; 9], проблема является актуальной. Анализ литературных и других источников [1 – 5; 8; 9] позволяет констатировать растущий интерес исследователей к проблематике данного направления. Отсутствие единогласия как в развитии направлений исследований, так и в конкретизации разработок свидетельствуют об актуальности и необходимости последующих исследований в данной сфере.

Цель статьи – представить результаты выявления проблемы и способов ее решения в сфере подбора персонала для повышения деловой репутации предприятия.

Деловая репутация состоит из ряда компонентов. Одним из главных компонентов является персонал предприятия, поскольку первым делом при знакомстве с предприятием контактные аудитории обращают внимание на персонал, его поведение, квалификацию. В качестве главного компонента репутации, можно представить и визуальный имидж, однако в случае встречи с представителями предприятия не на его территории, переговорном процессе, общении по телефону или иным средствам связи, всё же главная роль в формировании имиджа и репутации принадлежит персоналу.

Имидж персонала – сборный обобщенный образ персонала, раскрывающий его характерные особенности. Имидж персонала формируется, прежде всего, на основе прямого контакта с сотрудниками предприятия. При этом каждый работник может рассматриваться как "лицо" предприятия, по которому судят о персонале в целом. Технологии по повышению качества персонала как ресурса предприятия различны, также немаловажны технологии по созданию имиджа персонала.

Укрепление репутации предприятия на рынках возможно только при качественном персонале. Качественный персонал не только ключевой фактор достижения поставленных целей предприятия, ключевой ресурс достижения конкурентоспособности предприятия на рынке, но и инструмент повышения деловой репутации предприятия. В связи с этим предприятиям необходима организация мероприятий по работе с персоналом: отбору, повышению квалификации, карьерному моделированию и т. д. В случае, если предприятию по различным причинам не удается самостоятельно освоить кадровое направление, на помощь приходят консультанты, которые могут организовать поставку и подготовку кадров.

Принципы консалтинговых предприятий, занятых в сфере кадрового консалтинга.

Компетентность – узко специализированная область подбора персонала, которая позволяет постоянно пополнять и аккумулировать знание о рынке: бизнес-процессы на предприятиях – сферах специализации, необходимые компетенции специалистов, понимание организационных структур и внутренних взаимосвязей, тенденций развития отраслевых рынков.

Правила консультантов – предоставлять только высококачественные услуги в области кадрового консалтинга и аутплейсмента; работать с разными источниками информации, дающими возможность быть в курсе последних новостей и событий. Компетентность позволяет экономить время и качественно решать поставленные перед консультантами задачи в максимально сжатый срок.

Конфиденциальность – один из ключевых принципов работы консультанта. Вся информация, полученная в ходе работы – о партнерах, бизнес-планы, цены, заработная плата сотрудников, а также любая другая коммерческая информация относится к конфиденциальным сведениям.

Гарантийное сопровождение всех рекомендованных кандидатов проводится, как правило, от 3 месяцев до полугода. Как потенциальные кандидаты не рассматриваются сотрудники предприятия-заказчика в течение всего срока сотрудничества, за исключением случаев, когда увольнение сотрудника согласовано с руководством предприятия-заказчика.

Ориентация на результат: оплата услуг консультанта по подбору персонала проводится по факту выхода специалиста на работу, поэтому все усилия консультантов направлены только на позитивный результат. Доверяя консультанту работу по подбору специалистов и менеджеров среднего и высшего звена, предприятия-заказчики оперативно получают информацию о состоянии рынка труда в интересующем сегменте, информацию о специалистах, готовых к рассмотрению заявленной вакансии и отвечающих требованиям и опыту, навыкам, знаниям. Оперативность и объем предоставляемой информации позволяют принимать взвешенные решения,

экономить ресурсы и оптимизировать работу внутренних подразделений. Сферы кадрового консалтинга:

- составление резюме для претендентов;
- рекрутинг персонала;
- обучение персонала.

Успешный поиск работы всегда начинается с составления резюме. Претендент по различным причинам не всегда может составить на себя качественное, понятное работодателю резюме. Часто претендент указывает лишнюю, ненужную, а иногда и вредную для трудоустройства информацию, а нужную забывает указать. Специалисты консалтинговых агентств составляют качественные резюме для претендентов, значительно облегчая процесс трудоустройства.

В связи с расширением бизнеса много предприятий открывают в регионах свои офисы и представительства. Поэтому для трудоустройства рассылка резюме по работодателям эффективное средство поиска работы. Много консалтинговых предприятий предоставляют такую услугу, а также услугу по подбору персонала для своих заказчиков, самостоятельно ведут поиск квалифицированных специалистов, чтобы комплектовать ими свои региональные представительства. При подборе персонала для филиалов работодателям некогда держать претендентов в многоступенчатой системе отбора кадров. Если претендент подходит на конкретную должность, то ему сразу предлагают выйти на работу, давая возможность проявить себя. Поэтому составление резюме – исключительно важно дело, в связи с этим существуют консультанты, что оказывают свою помощь.

Один из новых видов услуг консалтинговых предприятий – размещение резюме в сети Интернет. Этот способ один из самых эффективных способов поиска работы. Однако, большинство сайтов о работе стали платными. Теперь за каждое размещение информации о приеме на работу работодатели вынуждены платить владельцам сайта, что является некоторым барьером и ограничивающим фактором, как для работодателей, так и для тех, кто ищет работу.

Следует отметить, что не все работодатели подыскивают себе персонал. Работодатели не любят афишировать свою потребность в кадрах. Серьезные организации никогда не станут информировать прессу и электронные СМИ о собственных проблемах. Обычно для поиска нужного специалиста заказчик обращается в консалтинговое предприятие, а также самостоятельно ведет поиск путем просмотра резюме претендентов в сети Интернет. Поиск работника для своей организации путем просмотра резюме в Интернете – это самый простой и эффективный способ подбора персонала в кратчайшие сроки. Претендент, резюме которого грамотно размещено консалтинговыми специалистами, на основных сайтах в сети Интернет, начинает принимать предложения о приеме на работу не позже, чем на следующий день.

Консалтинговые предприятия также осуществляют рассылку резюме по прямым работодателям. Предприятия-заказчики оформляют подписку на ежедневную рассылку резюме претендентов. Из рассылочной базы по прямым работодателям, имеющейся у консультантов, разбитой по видам деятельности организаций: банки, бухгалтерские и аудиторские компании, бизнес-центры, гостиницы, строительные фирмы, юридические конторы и т. д. В каждой рассылочной базе от 100 до 1 000 электронных адресов. После рассылки по профильным базам, интересующим заказчика, резюме попадает к прямым работодателям. У многих из них есть открытые вакансии, но нет времени и сил заняться целевым поиском сотрудников. Поэтому резюме, отправленное по большому количеству адресов прямых работодателей, всегда имеет отклики с их стороны.

Рекрутинговый консалтинг – это коммерческие консалтинговые предприятия, деятельность которых в основном

связана с подбором квалифицированного персонала по заказу работодателя на платной основе. По этой причине вакансии претенденту предоставляются бесплатно, если его профессиональные и личные качества отвечают требованиям работодателя. Но поскольку рекрутинговый консалтинг работает в интересах своих заказчиков, они не будут способствовать претендентам в предоставлении комплексных мероприятий по трудоустройству. Представители консалтинговых предприятий, как правило, ограничиваются предложением заполнить анкету, которая вряд ли потом попадет в базу данных. Большинство консалтинговых предприятий предпочитает работать со своей электронной базой, занося в нее резюме претендентов, присланные по электронной почте. Однако и здесь есть свои проблемы. Много провайдеров, защищаясь от вирусов, ставят жесткие фильтры, что значительно снижает шансы претендента на то, что его письмо дойдет до адресата. Предприятия-заказчики, как правило, доверяют консультантам, и, получая от консалтинговых предприятий резюме претендента, сразу начинают с ним работать, поскольку знают, что присылаемые резюме без вирусов, а претенденты уже прошли предварительное собеседование и проверены на профпригодность. Таким образом, консультанты предоставляют ясное представление о претенденте, экономят время заказчиков на поиск и предварительный отбор персонала. Каждое рекрутинговое предприятие работает со своей группой работодателей, и вакансии в них обычно не повторяются. Консалтинговые предприятия заинтересованы в претендентах, имеющих квалификацию, соответствующую вакансии. Они либо приглашают претендента к себе в офис для уточнения деталей, либо сразу назначают собеседование в удобное для работодателя время.

Консалтинговые предприятия обеспечивают:

1. Своевременный подбор персонала нужного профессионального уровня.
2. Обучение сотрудников (бизнес-тренинги для персонала).
3. Предоставление кандидата, полностью соответствующего требованиям заказчика.
4. Освобождение заказчика от лишних временных и производственных расходов путем самостоятельного поиска и отбора кандидатов.

При таком подходе консультант несет ответственность за каждого принятого сотрудника. Консультационные предприятия предлагают услуги для работодателей – рекрутинговый консалтинг, а для претендентов – аутплейсмент.

Методы работы консультантов:

- 1) выбор кандидатов, соответствующих корпоративной культуре предприятия-заказчика и профиля компетенций;
- 2) предыдущая оценка профессионального уровня и реального опыта работы;
- 3) психологическое тестирование и проверка благонадежности.

Консалтинговые предприятия по кадрам пользуются доверием, а на услуги есть постоянный спрос, поскольку предприятия-консультанты не берут предоплаты у заказчиков. Качество выполнения работ обеспечивается:

- высокопрофессиональными специалистами, имеющими как психологическое, так и профильное образование по закрываемым вакансиям;
- отличным материальным и техническим оснащением;
- обширной базой данных специалистов;
- оперативне, совместно с заказчиком, решаются все возникающие в ходе работы спорные моменты.

Консалтинговые предприятия являются средством и источником поставки персонала как ресурсов для предприятия. И от того, насколько качественными являются отношения и работа консалтинговых предприятий в данной сфере, зависит репутация предприятия-заказчика. Поэтому важно, что консу-

льтанты постоянно отслеживают изменения, происходящие на рынке труда, и используют их для повышения репутации предприятий-клиентов. По заказу клиентов, консультанты предоставляют полный комплекс консалтинговых услуг, более профессионально и качественно, чем само предприятие, что повышает качественный состав предприятий-заказчиков и их деловую репутацию.

Литература: 1. Бойко Е. В. Корпоративная культура как основа эффективного управления предприятием / Е. В. Бойко // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – № 4. – С. 52–58. 2. Воронкова В. Г. Кадровый менеджмент : навчальний посібник / В. Г. Воронкова. – К. : ВД "Професіонал", 2004. – 192 с. 3. Домбровская И. Возможности HR-систем: мифы и реальность / И. Домбровская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.it.ru/ex_articles_1255.html. 4. Уткин Э. А. Консалтинг / Э. А. Уткин. – М. : ЭКМОС, 1998. – 256 с. 5. Чернов Ю. В. Управленческое консультирование : учебн. пособ. / Ю. В. Чернов, С. В. Фомишин, А. И. Тищенко. – Херсон : ОЛДИ-плюс, 2003. – 272 с. 6. Управление персоналом / под. ред. Т. Ю. Базарова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/people/pmbook.shtml>. 7. Зайцев М. Время подготовки к серьезному карьерному росту / М. Зайцев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dkvartal.ru/magazines/dkekb/2009/n2/vrimja_podgotovki_k_sereznomu_karernomu_rostu. 8. Управление персоналом предприятия : учебное пособие / под. ред. П. В. Шеметова. – М. : ИНФРА-М; Новосибирск : НГАЭиУ, 1999. – 312 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.czp.ru/books/management_51.html. 9. Гуманизация труда: адаптация организационно-технических систем к человеку : монография / В. Н. Гончаров, В. В. Дорофиев, С. И. Радомский, М. С. Радомская и др. ; под. общей редакцией д. э. н., проф. В. Н. Гончарова. – Донецк : ООО "Альматео", 2005. – 224 с.

Стаття надійшла до редакції
15.09.2009 р.

УДК 658.310.8.012.32

Мартиненко М. В.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

The article is devoted to the research of factors, that determinate transformation of necessity of employees in teaching in concrete actions from their side on the rise of their own level of qualification. The research is based on questioning of small and middle enterprises of sphere of trade, services and production sphere of central and south regions of Ukraine.

Проблеми формування та розвитку людського капіталу досліджуються багатьма сучасними вченими-економістами. Науково обґрунтовані рекомендації щодо управління людським капіталом, оцінки його якості, впливу на кінцеві результати діяльності підприємства можна знайти в працях В. С. Пономаренка, В. М. Гриньової, О. М. Ястремської, Г. В. Назарової, І. В. Журавльової, Н. Л. Гавкалової та інших вчених-економістів [1 – 4]. Підвищена увага науковців до цих питань