

Я. Э. Мурашова

Магистрант

Сибирско-американский факультет менеджмента

Байкальской международной бизнес-школы

Иркутского государственного университета

ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА КОМПАНИИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Аннотация. Бренд и имидж компании на рынке зачастую формируются благодаря собственному активу компании, а именно – сотрудникам организации. Бережное отношение к сотрудникам ведет к растущей лояльности вашего персонала, что определяет организацию как надежного работодателя на рынке труда. И в результате у соискателей появляется желание работать там, где можно не только получать материальные активы, но и дополнительные преимущества от рабочего процесса.

Ключевые слова: пакет компенсаций и льгот, бренд компании, лояльность персонала.

Опираясь на исследования, проводившиеся в течение 10 лет Институтом Гэллага в 150 странах, Том Рат и Джим Хартер [3] выявили пять элементов благополучия. Это сочетание любви к тому, чем мы занимаемся каждый день (профессиональное благополучие), хороших отношений с окружающими, включая семью (социальное благополучие), устойчивого материального положения (финансовое благополучие), здоровья (физическое благополучие) и гордости за свой вклад в жизнь общества (благополучие в среде проживания). Жизнь становится гармоничной только при успехе во всех пяти областях. Однако большая часть нашей жизни проходит на работе, и немаловажным фактором того насколько комфортно нам каждый день вставать и ходить на работу является то место, где мы работаем.

Вот уже 7 лет подряд газета «Акция» составляет рейтинг «50 работодателей мечты» – это список компаний, в которых хотят работать российские студенты и выпускники. Опрос проводится с мая по ноябрь текущего года. Участники заполняют онлайн-анкету на www.dreamemployers.ru [7]. Название компании указывают сами респонденты, никакого списка заранее не предлагается. Данное исследование позволяет выявить самые перспективные отрасли экономики, по мнению участников, и наиболее важные факторы, которые влияют на выбор места работы.

Результаты опроса 2012 года показали, что главными критериями выбора лучшего работодателя стали: возможность подняться по карьерной лестнице (17,8 %), хорошая зарплата (15,3 %), дружный коллектив (13,7 %), стабильность компании на рынке (13 %), бренд компании (12,1 %), а также ряд критериев набравших чуть менее 10 % голосов:

российская/международная компания, личность руководителя, расширенный соцпакет [2]. Как минимум три из пяти элементов благополучия входят в первую тройку значимых критериев, а именно профессиональное, социальное и финансовое благополучие.

Задача любой уважающей себя компании заключается в привлечении высококвалифицированных сотрудников, формировании благоприятного имиджа как работодателя у будущих кандидатов и в среде профессиональных сообществ. Рассмотрим подробнее, за счет чего формируется бренд компании на рынке труда. Это такие факторы как: высокая зарплата, прозрачная структура, карьерный и профессиональный рост, наличие комфортных условий труда, возможность предоставлять своим сотрудникам полный соц. пакет и многое другое. Сегодня большинство серьезных компаний, как крупных корпораций, так и небольших фирм стремятся постоянно поддерживать благоприятный имидж в глазах общественности, но, прежде всего, потенциального потребителя. Однако все же есть организации, для которых сбыт своей продукции, является одной из главных задач. Это большая ошибка, поскольку только хорошая и добрая репутация может побудить потребителя выбрать именно данную компанию.

Существует имидж внешний, который складывается в головах потребителей, и внутренний (или корпоративный). Именно климат внутри коллектива, корпоративная культура и мнение каждого сотрудника может стать отличным источником информации о компании. Бренд воплощает в себе репутацию, а репутация – это ценный актив любой компании.

Как создать благоприятную атмосферу внутри вашего коллектива? Прежде всего, хорошие отношения в коллективе есть там, где сотруднику комфортно работать и где для него создаются благоприятные условия не только для работы, но и для отдыха.

На сегодняшний день существует ограниченный круг работодателей, которые могут похвастаться широким набором услуг, предоставляемых своим работникам. К данному пакету услуг относятся корпоративные и социальные льготы. Чем больше компания дает сотруднику, тем лояльней сотрудник начинает относиться к самой компании. Эффективная система компенсаций и льгот помогает привлекать и удерживать самые яркие таланты.

Система мер по повышению лояльности сотрудников компании может включать в себя следующие элементы: заработная плата, бонусы, социальный пакет, медицинское страхование, гибкий график работы, корпоративные праздники, система обучения и развития. Рассмотрим подробнее.

Заработная плата – вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты и стимулирую-

шие выплаты [2]. Каждый сотрудник имеет право получать заработную плату вовремя и согласно уровню его профессиональной квалификации. По данным Росстата, средняя заработная плата в России в прошлом году составила 26 690 руб., что является на порядок выше прожиточного минимума в России (прожиточный минимум – 7 372 руб.).

Бонусы. Английское bonus, латинское bonus – польза, выгода, преимущество [4]. Подавляющее большинство компаний (76 %) используют годовые премиальные выплаты и отмечают их самое большое стимулирующее влияние из всех видов вознаграждения. По сравнению с 2011 г. количество респондентов, разделяющих это мнение, уменьшилось на 14 %. Такие данные содержатся в ежегодном исследовании PwC «Управление бизнесом: на пути от измерения к управлению», в котором приняли участие генеральные и финансовые директора ведущих российских компаний [8].

Социальный пакет – один из элементов корпоративного престижа, стандартная составляющая системы мотивации персонала практически всех крупных организаций.

Эксперты кадрового холдинга «АНКОР» отмечают, что 68 % сотрудников компаний утверждают, что социальный пакет влияет на их решение остаться или нет в компании [1].

Медицинское страхование. Страховая группа Generali PPF в России и онлайн сервис Recruitnet.ru провели исследование среди директоров и менеджеров по HR. Цель исследования – выявить наиболее важные способы мотивации персонала, ориентированные на поддержку сотрудников и членов их семей, и значение, которое эти программы оказывают на формирование лояльности к бренду работодателя. Основные проблемы, которые мешают эффективной работе сотрудников, работодатели решают благодаря внедрению семейноориентированных практик. В топ-3 рейтинга программ вошли медицинское страхование (81 %) и частичная компенсация стоимости страховых программ, которые сотрудники открывают самостоятельно для членов своих семей (62 %), а также готовность компании изменять график под потребности работников (62 %) и организовывать питание в офисе (53 %) [9].

Гибкий график работы. В странах Западной Европы и США есть организации, где гибкий график применяется уже более 30 лет. Например, практику гибкой организации рабочего времени давно используют компании, входящие в список 30 глобальных брендов, – HP, Microsoft, General Electric и пр. Сегодня в Европейском союзе в таком режиме работает (в среднем) половина компаний: лидерство принадлежит Швеции (77 %), хотя в Великобритании, Чехии, Германии, Норвегии тоже много работодателей, заботящихся о достижении баланса «работа – жизнь» для своих сотрудников (48 %) [6].

Корпоративные праздники – это один из инструментов выстраивания коммуникации между сотрудниками компании, хороший способ распространения корпоративных ценностей компании. В этом смысле интересен пример компании Coca-Cola, где ежегодно проходит День семьи [8]. Как правило, праздник организуется на заводах компании, сотрудниками которых являются люди разных социальных уровней, начиная от топ-менеджмента и заканчивая рядовыми сотрудниками. Все эти люди должны быть проникнуты единым корпоративным духом, поэтому в какие-то моменты важно напомнить им, что каждый из них является пусть маленькой, но очень важной частью огромной корпорации. И не менее важно, чтобы это осознавали семьи сотрудников.

На сегодняшний день на рынке города Иркутска существует ограниченное количество компаний, предлагающих не только конкурентоспособную заработную плату, но и широкий пакет льгот для своих сотрудников. Одной из таких компаний, является компания – производитель табачной продукции. В данной компании предлагают не только зарплату выше рыночной, но и целый пакет дополнительных бенефитов, которые позволяют сотрудникам сделать их жизнь легче и проще.

Руководство компании уделяет большое внимание вопросам здоровья своих сотрудников. Ведь, как известно здоровье является одним из основных элементов благополучия каждого из нас. Одним из самых востребованных инструментов программы компенсаций и льгот является полис добровольного медицинского страхования (сокращенно полис ДМС). Полис включает в себя большое количество услуг, которыми могут воспользоваться не только сотрудники, но и ближайшие родственники сотрудников (супруги, дети). Помимо полиса ДМС в филиалах компании часто проходят различные акции, направленные на укрепление здоровья. Так, например, в начале осени была совершена закупка комплекса витамин для укрепления иммунитета сотрудников и сохранения здоровья в период простуд. В 8 регионах нашей страны во всех филиалах компания предлагает своим сотрудникам витаминные дни, когда осуществляется закупка фруктов, и каждый из сотрудников имеет возможность не только полакомиться полезными витаминами в офисе, но и имеет возможность взять угощение для своих родных и близких.

А недавно был выделен бюджет для консультации сотрудников с таким специалистом как диетолог. Ведь, как всем нам известно, сегодня офисные работники имеют мало возможности правильно питаться. К тому же сидячая работа за компьютером дает о себе знать. Вследствие чего возникает проблема с лишним весом. В офис компании был приглашен специалист, который провел с каждым из желающих сотрудников индивидуальную консультацию, где смог уделить каждому время и работать индивидуально с проблемами и вопросами каждого из сотрудников.

Помимо заботы о физическом благополучии, большое внимание в компании уделяется и процессу развития и обучения. Так в начале будущего года каждый сотрудник совместно со своим линейным руководителем ставят цели и задачи на будущий год. Помимо бизнес-составляющей, руководитель обсуждает и предлагает для развития те навыки и компетенции, в которых каждый из сотрудников нуждается. По окончании диалога заполняется специальная форма, в соответствии с которой в конце года будет происходить оценка деятельности каждого из сотрудников. После совместного обсуждения данная форма попадает в отдел обучения и развития для дальнейшего планирования семинаров и тренингов, которые необходимо пройти в будущем году.

Кроме диалога со своим линейным руководителем, вы можете быть услышаны и топ менеджментом компании. В компании уделяется особое внимание тем идеям, которые выдвигаются сотрудниками. Так, например, существует специальная программа, в которой может участвовать любой желающий. Программа называется «Привнеси идею в жизнь». Суть программы заключается в подаче идеи на специальную платформу. После подачи вашей идеи, группа экспертов оценивает идеи по нескольким критериям. В случае получения высокого балла от экспертов идею привносят в жизнь. Многие идеи сотрудников действительно воплощены в жизнь и реально работают на практике. Как показывает опыт, такая система позволяет не только преодолеть барьер между сотрудниками и топ менеджерами, но и реально приносит пользу компании. К тому же, люди, которые работают в «полях» могут видеть ситуацию гораздо лучше. На основе их мнения и принимаются некоторые стратегические решения в компании.

Но не только рабочие процессы отлажены в компании. Особое внимание уделяется и плодотворному отдыху. Два раза в год в филиалах компании проходят корпоративные мероприятия, которые собирают сотрудников со всего региона, но не для того, чтобы просто провести хорошо время, а для того, чтобы заняться полезными вещами. В компании существует практика проведения EHS (Environment, Health and Safety) проектов, направленных на заботу об окружающей среде и заботу о здоровье каждого из сотрудников. Примерами могут служить такие проекты как уборка мусора, оказание первой медицинской помощи, посадка деревьев, постройка скворечников и т. д.

Как результат всего вышесказанного, в данной компании преобладает высокая лояльность сотрудников. Недавно проведенное исследование в компании показало, что более 80 % сотрудников по всей России не только гордятся тем, что они работают в данной компании, но и с большим удовольствием рекомендуют данного работодателя своим друзьям и знакомым, как самого надежного поставщика на рынке труда.

В заключении вернемся к исследованию Тома Рата и Джима Хартера. Если провести цепочку между тем пакетом компенсаций и льгот, которые предоставляет работодатель, с пятью элементами благополучия, то можно с уверенностью сказать о том, что данный работодатель в полной мере удовлетворяет все желания и потребности своих сотрудников. Как результат более 80 % лояльных работников в компании. Как мы видим, забота о своих сотрудниках приносит определенные плоды и позволяет компании заработать высокую лояльность своих сотрудников, тем самым формируя положительный бренд на рынке области и даже страны. Ведь сотрудники – это главный актив в компании, который может сказать многое о самой компании. На основе их мнений и впечатлений создается имидж и бренд компании на рынке труда. И, безусловно, если компания зарекомендует себя как добросовестного работодателя, то и большее количество рабочих кадров будет стремиться работать в данной организации. Хотелось бы сделать главный вывод, что формирование имиджа и бренда организации напрямую зависит от вашего отношения к вашим сотрудникам и то, что вы им предлагаете как работодатель.

Список литературы

1. Горбунова Е. Прижился ли социальный пакет в России? [Электронный ресурс] / Е. Горбунова. – URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?1543>.
2. Киеня Н. 50 работодателей мечты для молодых специалистов [Электронный ресурс] / Н. Киеня. – URL: <http://dreamemployers.ru>.
3. Рат Т. Пять элементов благополучия. Инструменты повышения качества жизни / Т. Рат, Д. Хартер. – М. : Изд-во Альпина Паблишерз, 2011. – 20 с.
4. Фокин Н. Экономика: вначале было слово [Электронный ресурс] / Н. Фокин. – URL: <http://dictionary-economics.ru/art-44>.
5. Чакова Л. Внутренняя коммуникация в компании [Электронный ресурс] / Л. Чакова. – URL: <http://coach.biz.ua/blog/item/128-vnutrenniaia-qommunikaciiia-v-qompanii>.
6. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/opyt-vnedreniya-gibkogo-grafika-raboty>.
7. URL: <http://www.garant.ru/>.
8. URL: <http://dictionary-economics.ru/art-44>. <http://www.hr-portal.ru/news/podavlyayushchee-bolshinstvo-rossiyskih-kompaniy-vyplachivayut-sotrudnikam-godovye-bonusy>.
9. URL: <http://www.e-xecutive.ru/news/news/1749327>.