

МЕСТО БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ SINOFARM

Аннотация:

В статье рассматривается реализация бренда работодателя в системе управления человеческими ресурсами компании Sinofarm. Под руководством Совета и управления Группы активно применялись инициативы, способствующие формированию сильного бренда работодателя. В результате была разработана стратегия формирования бренда, способствующая получению ряда преимуществ на рынке труда.

Ключевые слова:

Бренд работодателя, система управления человеческими ресурсами, бизнес-развитие, стратегии управления-

Abstract:

The article discusses the implementation of the employer brand in the human resource management system of Sinofarm. Under the leadership of the Board and Group management, initiatives were actively pursued to help build a strong employer brand. As a result, a brand formation strategy was developed that would help to obtain a number of advantages in the labor market.

Keywords:

Employer brand, human resource management system, business development, management strategies.

В современном мире конкуренция за талантливых сотрудников становится все более острой. В связи с этим компании все больше внимания уделяют развитию своего бренда работодателя. Сильный бренд работодателя может помочь компании привлекать и удерживать лучших специалистов, а также повышать свою репутацию на рынке.

Кроме того, современные высококвалифицированные работники все чаще ориентируются не на размер оплаты труда, а на качество условий труда,

имидж и социальную политику компании, отношение работодателя к сотрудникам.

В 2021 году HeadHunter провела опрос 10 000 соискателей в России. 67% респондентов отметили, что транспортная доступность является важным фактором при выборе работы.

В 2022 году SuperJob опросила 2 500 соискателей в Москве. 58% респондентов сказали, что готовы тратить на дорогу до работы не более 30 минут.

Sinofarm - одна из крупнейших фармацевтических компаний в мире. Она имеет более 100 000 сотрудников в более чем 70 странах мира. Sinofarm осознает важность развития своего бренда работодателя и активно инвестирует в эту область.

Бренд работодателя является одним из ключевых элементов системы управления человеческими ресурсами (УЧР) Sinofarm. Он интегрирован во все аспекты деятельности УЧР.

1. Подбор персонала. Sinofarm использует свой бренд работодателя, чтобы привлекать лучших специалистов. Компания размещает объявления о вакансиях на своем веб-сайте и в социальных сетях, а также участвует в ярмарках вакансий и других мероприятиях по подбору персонала. Кроме того, выделены отдельные маркетинговые ресурсы на создание привлекательного образа компании как работодателя. Например, во время ярмарок вакансий или выставок работодателей идет активная реклама компании не только на основании размера оплаты труда, но и с точки зрения качества условий труда, повышающих привлекательность работодателя.

2. Развитие персонала. Sinofarm предлагает своим сотрудникам широкий спектр программ обучения и развития. Эти программы помогают сотрудникам развивать свои навыки и знания, что делает их более ценными для компании. Компания вкладывает много усилий в заботу о сотрудниках, что помогает создавать позитивный образ и повышать эффективность имеющегося кадрового ресурса.

3. Управление эффективностью. Sinofarm использует систему управления эффективностью, основанную на компетенциях. Эта система помогает сотрудникам понять, чего от них ожидает компания, и развивать навыки, необходимые для достижения успеха. Благодаря этому подходу каждый рядовой сотрудник чувствует себя ценным для компании, имеет возможность профессионального развития, соответственно, более качественной самореализации. Через данную систему сотрудники получают

не только маршрут профессионального развития, но и прозрачность достижения добиваться профессионального успеха.

4. Мотивация и вознаграждение. Sinofarm предлагает своим сотрудникам конкурентоспособную заработную плату и льготы. Компания также использует различные программы мотивации, чтобы стимулировать сотрудников к достижению высоких результатов.

Современные опросы показывают, что многие сотрудники выбирают место работы не только по размеру оплаты труда, но и по транспортной доступности (67% респондентов), удаленности фактического места работы от места проживания. Обеспечивая сотрудников проездными компания за относительно небольшие финансовые вложения получает довольных работников, повышение эффективности труда и позитивный образ работодателя.

5. Уход за сотрудниками. Sinofarm заботится о своих сотрудниках и предлагает им широкий спектр программ по уходу за ними. Эти программы включают в себя медицинское страхование, программы помощи сотрудникам и программы по работе с персоналом. Вкладываясь в качество жизни сотрудника, компания получает благодарного и трудоспособного работника. Наличие дополнительного медицинского страхования позволяет работодателю быть уверенным в трудоспособности сотрудников: меньше риск фиктивных больничных, выше качество медицинского обслуживания. Для сотрудника дополнительное медицинское страхование – возможность своевременно, быстро и качественно решать вопросы, связанные со здоровьем и физическим состоянием. Как следствие – повышение производительности и улучшение качества отношений работника и работодателя.

Таким образом система УЧР основывается на повышении качества условий труда не связанных непосредственно с оплатой труда. Это не только экономит средства компании, но и обеспечивает позитивное отношение сотрудников к работодателю, повышение эффективности труда, снижение текучести кадров и, как следствие, повышение эффективности самой компании, что создает возможности для дальнейшего улучшения качества условий труда.

Необходимо добавить, что Sinofarm также использует ряд других инициатив для развития своего бренда работодателя.

1. Социальная ответственность: Sinofarm активно участвует в социальных программах и поддерживает местные сообщества.

2. Спонсорство: Sinofarm спонсирует различные спортивные и культурные мероприятия.

3. Взаимодействие с социальными сетями: Sinofarm активно использует социальные сети для общения со своими сотрудниками и потенциальными кандидатами.

Эти инициативы помогают Sinofarm повысить узнаваемость своего бренда работодателя и сделать его более привлекательным для потенциальных сотрудников.

Работая в компании с высокой социальной ответственностью, сотрудники чувствуют себя причастными к чему-то большему, чем просто развитие бизнеса. В то же время, в современном мире крайне важно иметь современного работодателя, понимать, что компания имеет большие перспективы и устремлена в будущее. И, как было отмечено ранее, гордость за компанию и позитивный образ работодателя в целом способствуют повышению морального духа коллектива и, как следствие эффективности труда.

Сильный бренд работодателя приносит Sinofarm ряд преимуществ.

1. Привлечение и удержание лучших специалистов. Сильный бренд работодателя привлекает и помогает удерживать лучших специалистов. Это способствует повышению производительности труда и возникновению инноваций.

2. Снижение затрат на подбор персонала. Это связано с тем, что компании с сильным брендом работодателя, как правило, получают больше заявок на вакансии от квалифицированных кандидатов. В свою очередь, увеличение количества соискателей позволяет закрывать вакансии в кратчайшие сроки.

3. Повышение лояльности сотрудников. Как следствие, снижение текучести кадров, что экономит компании деньги и повышает производительность труда.

4. Повышение репутации компании на рынке. Не только соискатели видят в компании опору и надежного работодателя. Важно, что компания с низкой текучестью кадров имеет большую производительность и выше квалификацию человеческих ресурсов, что создает позитивный образ компании в глазах потенциальных партнеров.

Бренд работодателя является важным элементом системы управления человеческими ресурсами Sinofarm. Он оказывает влияние на все стадии общения сотрудника и работодателя от открытия вакансии до достижения профессиональных высот в компании.

Таким образом, бренд работодателя имеет огромное значение для системы управления человеческими ресурсами компании Sinofarm. С одной стороны, работа над созданием и продвижением бренда работодателя реализуется преимущественно в системе управления человеческими ресурсами. Для этой цели используются как социальные стратегии компании, так и создание комфортных условий труда. С другой стороны, работа над повышением качества условий труда оказывает большое влияние на формирование бренда работодателя. Льготы, дополнительные возможности, открытость и человечность компании существенно повышают доверие к работодателю, что в дальнейшем влияет на формирование позитивного образа бренда.

Список источников

1. Аввакумова, О. А. Идентичность и дифференциация бренда / О. А. Аввакумова, С. И. Черноморченко // Бренд-менеджмент пространств : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Тюмень, 23–24 апреля 2020 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2020. – С. 56-62.
2. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л.М. Дмитриева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 200 с.
3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 493 с.
4. Котляров, И. Д. Экономический эффект бренда — проблемы оценки / И. Д. Котляров // Экономика и математические методы. – 2019. – Т. 55. – № 3. – С. 100-108.
5. HeadHunter // <https://hh.ru/>. Дата обращения: 09.05.2024
6. Roy Maurer. Want to Improve Your Employer Brand? Listen to Your Employees // SHRM. All Rights Reserved – October 24, 2022
7. SuperJob // <https://www.superjob.ru/>. Дата обращения: 09.05.2024