

Влияние имиджа работодателя на выбор соискателя

Галдина Екатерина Сергеевна

Студент

*Юго-Западный Государственный Университет, Экономический факультет, Курск,
Россия*

E-mail: Galdina.ekaterina@rambler.ru

Каждая организация в сознании различных участников рынка имеет свой образ, независимо от того, осознает она это или нет. На имидж организации оказывают влияние различные факторы, которые могут поддаваться или не поддаваться контролю. Но в любом случае на них можно каким-либо образом повлиять.

Имидж организации в сознании будущих и настоящих сотрудников не менее важен, чем образ, который существует о ней у партнеров и клиентов [5]. Потенциальный работник при устройстве на работу обращает внимание не только на условия оплаты труда, характер работы, но и на имидж компании как работодателя. Этот имидж включает в себя характеристики организации, привлекательные либо не привлекательные для работника [4].

Проблема формирования имиджа организации как работодателя актуальна для многих организаций. Имидж работодателя играет важную роль, как для самой компании, так и для соискателя. Он облегчает соискателям процесс оценки компании. В свою очередь работодатель получает возможность с помощью позитивного имиджа привлечь наиболее интересных и достойных кандидатов. Также, соответствие имиджа организации реальности влияет на сотрудников самой организации, позволяет создавать благоприятные условия работы, удерживая тем самым работников в компании [3]. Более того, как правило, потенциальные работники узнают о работодателе от бывших и действующих сотрудников (40,2%) [4]. Поэтому имидж компании в глазах ее бывших и настоящих работников влияет на выбор соискателей.

Следует отметить основные факторы, влияющие на мнение потенциального сотрудника при выборе места работы.

Россияне при оценке места работы уделяют большое внимание стабильности, удобству и комфорту, а не возможности профессиональной реализации и полезности работы для общества. Это подтверждают следующие данные полученные ВЦИОМ.

Наибольшее значение для работников имеют материальные факторы и факторы стабильности. Так большинство опрошенных (85%) на первое место по значимости ставят хорошую зарплату. 65% отмечают полное и своевременное выполнение компанией обязательств перед работниками. 61% респондентов говорят о стабильности и уверенности в том, что хуже не будет. Важным для россиян также является предоставление социально пакета - медицинской страховки, пенсионных выплат (59%) и т.д. От 50% до 56% опрошенных придают большое значение комфорту на работе, причем говорят не только о подходящем графике, удобном рабочем месте, заботе о здоровье и безопасности сотрудников, но и о душевном комфорте - бесконфликтности в отношениях между коллегами, взаимовыручке и поддержке, хорошем психологическом климате в коллективе. Важно заметить, что респонденты при оценке места работы ставят лишь на 11 место такой критерий как «интересная, разнообразная работа, доставляющая удовольствие».

Так сказали 49% опрошенных. 50% респондентов отметили возможность применить профессиональные знания и способности. Оказались не самыми важными для россиян и признаки, связанные с профессиональным успехом работника и компании, такие как, эффективность управления, сильный менеджмент, возможность профессионального роста (41-44%). Менее популярными оказались следующие критерии: «возможность приносить заметную пользу людям» (37%), и «гордость, что работаешь в крупной, известной, уважаемой компании» (29%) [2].

На Западе соискатели вакансий часто обращают внимание, приносят ли предлагаемые компанией - работодателем товары или услуги пользу обществу, загрязняет ли компания окружающую среду. Опрошенные россияне отметили эти критерии, как довольно важные при выборе работы [1]. Однако для России в отличие от Запада на первый план выходит материальное обеспечение семьи и собственное благополучие, а вот о пользе обществу и безопасности для окружающей среды россияне задумываются далеко не в первую очередь. Может это связано с тем, что материальное положение наших соотечественников оставляет желать лучшего.

Имидж работодателя – фактор успеха деятельности любой компании. Имидж организации как работодателя оказывает существенное влияние на качество работы персонала, уменьшает затраты компании, благоприятно влияет на корпоративную культуру. Сегодня интересный, квалифицированный работник сам может выбирать подходящую для него организацию. Поэтому любая компания должна стремиться создать привлекательный для соискателей имидж и ориентироваться на потребности своих сотрудников. Изучение имиджа организации должно стать отправным пунктом для мероприятий по улучшению имиджа работодателя. Позитивный образ позволяет компании в короткий срок и с минимальными расходами находить подходящих работников. Организациям с отрицательным имиджем приходится затрачивать большие деньги не только на поиск подходящего персонала, но и на удержание уже работающих сотрудников. Поэтому необходимо постоянно проводить мониторинг эффективности компании и проводить исследования целевой аудитории, чтобы своевременно пересматривать стратегию и вносить изменения в деятельность организации.

Литература

1. Важная роль в формировании имиджа компании - её сотрудники, 2007 [электронный ресурс] // vakant.ru/article/7.html
2. Зиненко И. Ради «работы мечты» американцы и европейцы готовы пожертвовать зарплатой / Российский бизнес, 2008 [электронный ресурс] // rb.ru/topstory/society/2008/0
3. Имидж-все!, 2007 [электронный ресурс] // hrc.com.ua/content/articles/index.php?article=23
4. Факторы привлекательности имиджа компании-работодателя // Всероссийский опрос ВЦИОМ, 2007 [электронный ресурс] // hr-research.wciom.ru/index.php?id=733
5. Что влияет на имидж компании как работодателя // Кадровик. Рекрутинг для кадровика. 2008. N 1 [электронный ресурс] // hr-portal.ru/article/chto-vliyaet-na-imidzh-kompanii-kak-rabotodatelya