

## МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА МОРСКОМ ТРАНСПОРТЕ



**Митрофанова Надежда Владимировна,**

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента, Государственный морской университет им. адм. Ф.Ф.Ушакова; 353918, г. Новороссийск, пр-т Ленина 93  
vovnad7@mail.ru

В представленном исследовании автор предпринял попытку рассмотреть развитие морской транспортной отрасли через ее ключевой ресурс – кадры. Для этих целей в качестве инструмента совершенствования кадровой работы предложен маркетинг персонала, как современный подход в управленческой деятельности. Анализ состояния отрасли показал следующие проблемы: большую долю судов под иностранными флагами, большой средний возраст судов и рост аварийности на морском транспорте в период 2014–2017 гг. Причиной аварийности в 90% случаев выступает человеческий фактор.

Тема исследования является актуальной как с позиции необходимости развития отрасли, так и в связи с рекомендованным Президентом РФ курсом на повышение производительности труда персонала компаний. Через призму маркетингового подхода автором проанализированы основные кадровые проблемы, мешающие развитию морской отрасли: дефицит кадров, в частности, судовых токарей и сварщиков, нарушения при нормировании режима труда и отдыха моряков, приводящие к хронической усталости, чрезмерная работа с документацией, мешающая восстановлению трудовых сил, нарушение требований о минимальном составе экипажей судов, текучесть персонала.

**Ключевые слова:** маркетинг персонала; судоходная компания; аварийность; человеческий фактор; режим труда и отдыха.

Морской транспорт занимает важное место в транспортной системе РФ, обеспечивая как отечественные, так и международные перевозки. Поставленные перед отраслью морского транспорта стратегические цели подчеркивают важность ее развития для эффективной реализации внешне-торговой деятельности страны, а также повышения ее конкурентоспособности на международном рынке транспортных услуг при перевозках, как российских грузов, так и грузов иностранных фрахтователей.

Важное место в стратегии развития отрасли занимает увеличение перевозок в Арктике и на Дальнем Востоке. 27 июля 2018 года вице-премьер РФ Юрий Борисов объявил о том, что флот под флагом РФ может получить исключительное право перспективных перевозок нефтепродуктов по Северному морскому пути.

Актуальность темы исследования заключается в необходимости развития морской транспортной отрасли России, при этом важным стратегическим ресурсом любой отрасли и предприятия являются кадры. Современным подходом в кадровом менеджменте является маркетинг персонала.

Маркетинг персонала – это вид управленческой деятельности, направленный на определение и удовлетворение потребности организации в персонале [1].

В настоящее время состояние морского транспорта требует принятия необходимых мер, среди которых важное место занимает сокращение среднего возраста судов и совершенствование их технического оснащения, отдельного внимания заслуживает кадровая составляющая, как катализатор развития любой отрасли.

Для оценки перспектив развития морской транспортной отрас-

ли автор обратился к «Стратегии развития морской деятельности РФ до 2030 года». Согласно запланированным мероприятиям, доля перевозок грузов, как иностранных фрахтователей, так и российских, на судах под отечественным флагом должна вырасти к 2020 году вдвое – до 20%, суммарный тоннаж судов при этом должен вырасти на 33% (в основном связано с перспективой роста перевозок шельфовой нефти, сжиженного природного газа, арктического угля и контейнерных грузов), а средний возраст судов сократится почти на 40% – до 15 лет.

Текущее состояние морского транспорта, характеризующееся прежде всего запредельно большим средним возрастом судов, является причиной большого числа аварий. В настоящее время аварийность на судах РФ растет год от года, и, как утверждают эксперты транспортной отрасли, в 90%