

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ РОБОТОДАВЦЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Поняття «бренд роботодавця» або «HR-бренд» сформувалось на стику маркетингу і управління людськими ресурсами та увійшло в практику управління персоналом порівняно нещодавно [1-2].

Аналіз авторських трактувань показав суттєву відмінність у підходах вчених до визначення поняття «бренд роботодавця». Одна група вчених розглядає бренд роботодавця як образ кращого місця роботи у сприйнятті та свідомості наявних чи потенційних працівників, а інші – акцентують увагу на окремих заходах, завдяки яким компанія створює певний імідж на ринку праці [1-2].

Можна виділити декілька цілей формування бренду роботодавця [1-7]: формування позитивного сприйняття організації як роботодавця на ринку праці; підвищення ефективності залучення персоналу (залучення молодих і талановитих працівників); утримання талантів та зниження плинності персоналу; скорочення витрат на добір персоналу та PR; формування системи цінностей у працівників, що забезпечать їх лояльність до організації; створення основи для ефективної мотивації персоналу, яка позитивно впливає на працівників (на їх відношення до організації та трудового процесу) і їх продуктивність праці.

Формування та розвитку бренду роботодавця є комплексним процесом, що включає наступні етапи [1]: 1) визначення цілей і завдань формування позитивного HR-бренду; 2) формування команди фахівців, що займатимуться HR-брендингом; 3) формування цільової аудиторії; 4) виявлення потреб цільової аудиторії; 5) дослідження позицій організацій-конкурентів на ринку праці; 6) дослідження HR-бренду в організації; 7) формування концепції HR-бренду і ціннісної пропозиції; 8) розроблення та реалізація заходів щодо формування позитивного HR-бренду; 9) моніторинг та оцінка ефективності заходів щодо формування позитивного HR-бренду; 10) внесення змін до концепції HR-бренду.

До інструментів формування бренду роботодавця відносяться [2]: внутрішнього HR-бренду – оплата праці, соціальний пакет, умови праці, кадровий резерв, мотиваційні програми, підходи до адаптації, система оцінювання персоналу, професійний розвиток працівників, програми кар'єрного зростання; зовнішнього HR-бренду – процес добору та залучення працівників, привабливість вакансії, аутплейсмент, співробітництво з навчальними закладами, програми стажувань, робота з колишніми працівниками.

Формування бренду роботодавця дозволить організації зміцнити власну конкурентну позицію та отримати додаткові переваги.

Список літератури:

1. **Цимбалюк С.О.** Формування бренду роботодавця на ринку праці / С. О. Цимбалюк // Ринок праці та зайнятість населення. – 2016. – № 1. – С. 21-25. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rpzn_2016_1_6;
2. **Мокіна С.М.** Концепція бренду роботодавця: сутність, функції, класифікація, інструменти формування / С. М. Мокіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 6(1). – С. 189-196. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_6\(1\)_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_6(1)_38);
3. **Кучинський В.А.** Формування ефективної системи мотивації персоналу на основі моделей компетенцій / В. А. Кучинський, О. М. Гуцан // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2021. – № 4. – С. 45-51\$
4. **Гуцан О.М.** Дослідження сутності поняття "стимулювання" / О. М. Гуцан, В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2020. – № 4 (6). – С. 7-13;
5. **Кучинський В.А.** Підвищення ефективності процесу управління продуктивністю праці на підприємстві / В.А. Кучинський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 15. – С. 162-168;
6. **Кучинський В.А.** Управління інноваційним потенціалом підприємства / В.А. Кучинський, А.Д. Гайдукова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 17-22;
7. **Крамської Д.Ю.** Методичний підхід до проведення якісного аналізу узгодженості проекту та об'єкту інвестування / Д.Ю. Крамської, В.А. Кучинський, О.М. Гуцан // Вісник національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Харків : НТУ «ХПІ», 2020 – № 3 (2020). – С. 58-66.

Бібліографія: **Кучинський В.А.** Особливості управління брендом роботодавця в системі управління персоналом організації / В.А. Кучинський // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2022 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIII-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2022» 25 грудня 2022 р. – 2022. С. 116-117