

*Дзьох Д.В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр  
Спеціальність 075 Маркетинг  
Науковий керівник – к.е.н., доцент Дядик Т.В.*

## **СУТНІСТЬ ТА ВІДМІННІСТЬ ПОНЯТЬ «БРЕНД» ТА «БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ»**

До кінця ХХ ст. поняття «бренд», в більшості випадків, асоціювалося виключно зі споживчими товарами і послугами. Так, «бренд – цілісний комплекс ознак, що включає товарну марку, раціональне і емоційне сприйняття споживачами фірмового стилю товаровиробника (продавця), товарної марки й самого товару, а також заходів з його просування на ринку» [1].

На сьогоднішній день дане поняття розширило кордони свого вживання, ставши терміном, що описує аспекти того, що має індивідуальність і позитивну або негативну репутацію, яка пов'язана з цією індивідуальністю. Таким чином, поняття «бренд», ототожнюючи зі знаком індивідуальності, також асоціюється з гарантією певних результатів, які ми отримуємо від його використання. Існують і інші визначення даного поняття. Брендом називають відому торгову марку або товарний знак, які впливають на репутацію компанії. Деякі науковці визначають бренд як сукупність асоціацій, основу яких складають почуття, переконання і знання, що виникають у свідомості споживача. Також бренд володіє певними характеристиками – він легко пізнаваний, популярний, юридично захищений, символічний. Завданням брендингу в широкому сенсі є скорочення розриву між баченням бренду і його реальністю. З одного боку, необхідно підтримувати стійкість, цілісність і чіткість бренду, а з іншого – привносити зміни, здатні оновити бренд або розширити його межі. Знаходження балансу між двома даними завданнями є вельми нелегке завдання як в загальному для брендингу, так і для брендингу роботодавця зокрема.

Вперше поняття «бренд роботодавця», або як ще його називають багато дослідників «HR-бренд» (від англ. Human Resources – людські ресурси), було введено в обіг в Великобританії в кінці ХХ століття С. Берроу. Пізніше воно було визначено їм спільно з Т. Емблер. Берроу і Емблер визначають бренд

роботодавця як сукупності переваг, які, ототожнюються з ним, здатний надати роботодавець. У їх трактуванні «бренд роботодавця – це сукупність функціональних, економічних і психологічних переваг, одержуваних в результаті надходження на роботу в певну організацію і пов'язаних з цією компанією. Головна роль бренду роботодавця, таким чином, полягає у створенні цілісної основи, необхідної менеджменту компанії для виділення пріоритетів і концентрації на них, збільшення продуктивності, полегшення пошуку співробітників, їх утримання та формування у них лояльності до фірми»[2].

Основним завданням для HR-ів підприємства є не тільки створення привабливого HR-бренду ззовні, а і створення внутрішнього маркетингу орієнтованого на утримання, 93% кандидатів сьогодні готові покинути свого роботодавця заради компанії з відмінною репутацією [3].

HR-бренд, або бренд роботодавця, визначають як образ компанії, тобто комплекс інформації про компанію як хорошого місця роботи, позитивно впливає на репутацію компанії і службовець гарантією отримання економічних, професійних і психологічних вигод. Також HR-брендинг – це створення компанією іміджу відмінного роботодавця з метою залучення та утримання найкращих співробітників, а також підвищення ефективності їх праці.

Для сучасного підприємства HR-бренд – це складова успіху по двом основним причинам: сильний бренд роботодавця дозволяє зацікавлювати і залучати з ринку праці кращих співробітників з одного боку; з іншого – репутацію кращого роботодавця цінують і клієнти, адже таке підприємство має персонал, що працює ефективніше, забезпечуючи високу якість продукції та послуг. Отже, успішний HR-бренд приваблює не тільки талановитих працівників, а й нових успішних клієнтів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ілляшенко С.М., Маркетингова товарна політика: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.

2. Amber T., Barrow S. The employer brand, Journal of brand management. Vol. 4, № 3. P. 185.

3. Маркетинг в HR: модный тренд или необходимость?  
URL: <https://marhr.ru/marketing-v-hr-modnyy-trend-ili-neobhodimost>