

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

HR-БРЕНД ЯК КОРИСНИЙ РЕСУРС, В ЯКИЙ ВАРТО ІНВЕСТИВАТИ

*Все, що говориться у вас за спиною, і є ваша репутація
Едгар Хоу*

В кінці ХХ століття особливої актуальності набуває проблема пошуку і утримання кваліфікованого персоналу в зв'язку з його дефіцитом. Тому більшість компаній починає використовувати практику залучення співробітників, які виходять за рамки примітивної формули «праця в обмін на гроші». Потенційні кандидати тепер очікують від компаній набагато більшого, ніж просто заробітна плата. Особливо така тенденція актуальна для представників сучасної молоді, або покоління Z, оскільки дана категорія населення більш схильна до зміни роботодавця або до поєднання роботи в кількох організаціях одночасно. Таким чином, виділена проблема залучення персоналу набуває особливої актуальності у зв'язку з тим, що дефіцит кваліфікованих кадрів може стати однією з перешкод розвитку бізнесу та підірвати конкурентоспроможність організації, її цілісність і системність.

У наш час за допомогою смартфона все, що тебе цікавить про роботодавця, можна з'ясувати протягом 10 хвилин. Пошукач стає все більш вимогливим у своєму виборі, тому формування репутації компанії серед своїх співробітників – внутрішніх клієнтів – має таке ж значення, як робота над її іміджем в очах своїх споживачів і зовнішніх клієнтів. Для компаній, в яких люди вважаються найбільшим активом бізнесу, хороший HR-бренд – дуже корисний ресурс, в який варто інвестувати. Саме такі роботодавці потрапляють у ТОП рейтингів. Саме такі роботодавці беруть участь у Премії HR-бренд в Україні. І саме до таких роботодавців стукають кращі фахівці [1].

Цього року в Україні на здобуття «Премії HR-бренд Україна» були представлені 45 проектів, які демонстрували успішні результати у залученні та

утриманні персоналу, розвитку HR-бренда. Усі проекти оцінювалися експертним складом Журі Премії (табл. 1).

Таблиця 1

Успішні HR-бренди підприємств-роботодавців в Україні за результатами конкурсу «Премії HR-бренд Україна», 2018 р.

Місце, компанія	Назва та зміст проекту
I місце в номінації «Світ» MARS	«Майстерність лінійного менеджменту» – це проект, який допоможе досягнути високі амбіції, а також, цей проект є відмінним прикладом того, як HR в організації може не просто вирішувати конкретні проблеми сьогодення, а усвідомлено робити стратегічний вибір для того, щоб будувати довготривале успішне майбутнє компанії.
I місце в номінації «Україна» ПриватБанк	«Онлайн-практика» В основі проекту – бажання створити умови і залучити студентів в будь-яких точках України отримати додаткову освіту ще до закінчення навчання у вищому навчальному закладі, пройти практику і отримати можливість працевлаштування в найбільшому банку України; створити унікальну базу кандидатів, що постійно поповнюється, для заповнення вакантних позицій
I місце в номінації «Столиця» Salateira	Salateira стала першою українською компанією в ресторанній сфері, що запустила співбесіди за 90 секунд за допомогою Job Bot. Ми почули молодь та розробили продукт, який піклується про їх особистий час. Ми залучили молодь, яка знаходилася у пасивному пошуку роботи. Ми перемогли страх проходження першої співбесіди з менеджером з персоналу. Ми показали, що онлайн співбесіда – це легко, весело та не страшно.

Необхідність використання HR-маркетингу полягає в тому, що звичайні методи вже не справляються з залученням талантів – пошукач роботи хоче розуміти, чому з маси вакансій зі стандартним або розширеним набором він повинен вибрати ту чи іншу. Основні переваги при виборі місця роботи зводяться до: зарплата, графік роботи, місце розташування. І якщо серед вибору вакансій ці умови будуть майже однакові, у людини на перше місце виходить емоційне рішення (зона комфорту). Тут і знадобляться всі можливості маркетингу – творчості, натхнення, соціально-етичних норм і різноманітних креативних правил [2]. Сильний HR-бренд діє всередині і ззовні: дає змогу залучати з ринку праці кращих робітників; з іншого – має персонал, що працює з високою ефективністю, забезпечуючи високу якість продукції та послуг.

Список використаних джерел:

1. Премія HR-бренд: яким має бути роботодавець, щоб залучити й утримати. URL: https://kiev.hh.ua/article/hr_brand2019?gclid.

2. Дядик Т.В. Необхідність HR-маркетингу на сучасному ринку праці.
Інфраструктура ринку. №33. 2019. С. 246-253.