Поповкіна О.С.
здобувач гр. ЕН 23 мб-1
Науковий керівник:
Сочинська-Сибірцева І. М.
канд. екон. наук., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

РОЛЬ HR-БРЕНДИНГУ В ЗАЛУЧЕННІ ТА УТРИМАННІ ТАЛАНТІВ

Сучасне бізнес-середовище часто створює нові виклики для управління людськими ресурсами. В умовах швидких змін технологій, глобалізації та зростання конкурентного середовища HR-брендинг набуває особливої актуальності. Зазвичай інвестиції в HR-брендинг часто розглядаються як витрати, але таланти є одним із цінних активів компаній, тому залучення та утримання досвідченого працівника стає складним завданням.

Брендинг роботодавця є важливою складовою для залучення та утримання висококваліфікованих фахівців оскільки він визначає, як компанія сприймається на ринку праці та які цінності вона пропонує своїм співробітникам. Брендинг роботодавця є стратегічним процесом, що включає в себе формування і підтримку позитивної репутації компанії, щоб привернути та утримати талановитих працівників [2]. Коли мова йде про вплив HR-бренду на найм працівників, варто зазначити, що сильний бренд роботодавця робить компанію більш привабливою для кандидатів і допомагає залучати найталановитіших фахівців. Позитивний імідж компанії дозволяє зменшити витрати на пошук кандидатів та скоротити витрати на рекламні кампанії. Суттєвий HR-бренд також прискорює процес найму завдяки швидкому закриттю вакансій та тому, що кандидати самі проявляють ініціативу, звертаючись до компанії [1]. Це охоплює різні аспекти, включаючи корпоративну культуру, умови праці, можливості для розвитку та інші елементи, які формують загальне враження про компанію. Брендинг роботодавця є важливим з наступних причин:

- в умовах великої конкуренції на ринку праці компанія має активно підкреслювати свою унікальність, такі як культура, можливості для розвитку або ж навіть застосовувати інноваційні підходи, тому сильний бренд допомагає шукачам роботи легко ідентифікувати ці відмінності і приймати рішення на користь певної компанії;
- позитивний імідж компанії створює враження на кандидатів про те, що робота в цій компанії є не тільки професійно привабливою, але і емоційно приємною, тому це підвищує шанси того, що професійні фахівці будуть мати бажання стати частиною вашої команди, навіть якщо вони наразі не є активними шукачами роботи;
- коли працівники бачать, що їх компанія дотримується цінностей та ставить певну місію, з якими вони резонують, це може значно підвищити їхню мотивацію, лояльність та продуктивність, тому залучені працівники краще виконують свої обов’язки та активно підтримують корпоративну культуру, що сприяє загальному успіху компанії;
- брендинг роботодавця - це не лише залучення нових талантів, але й утримання тих, які вже є, тому позитивний бренд роботодавця може зменшити плинність кадрів, сприяючи формуванню у працівників почуття відданості стратегічній меті компанії [4];
- оскільки HR-брендинг динамічний процес, який вимагає постійної адаптації, вкрай важливо швидко реагувати на зміни робочого місця, технологій та суспільства. Впроваджуючи гнучку стратегію брендингу роботодавця, компанії можуть постійно вдосконалювати і приводити свій бренд у відповідність з останніми досягненнями [3];
- для компанії особливо важливо проводити аналіз показників залучення та утримання співробітників, а саме відстеження змін у цих показниках після впровадження сучасних технологій та інструментів;
- впровадження програм навчання та розвитку персоналу підвищує кваліфікацію співробітників, сприяє їхньому професійному зростанню та зміцнює лояльність до компанії,

що позитивно впливає на загальну продуктивність і утримання кадрів;

- визначення та адаптація найкращих HR-практик відповідно до потреб компанії допомагає підвищити її ефективність, зміцнити корпоративну культуру та покращити репутацію на ринку праці [1].

Кар'єрна сторінка Netflix починається із заголовка «Чудове робоче місце поєднує виняткових колег і складні проблеми». У них також є подкаст We Are Netflix, де співробітники діляться своїм досвідом роботи з компанією [4]. А от наприклад Google наголошує на інновації та свободі. Компанія активно просуває культуру, яка заохочує співробітників до творчості, випробування нових ідей та прийняття ризиків. Це робить Google привабливим місцем для тих, хто прагне реалізувати свій новаторський потенціал. Окрім того, Google пропонує ресурси для професійного зростання та розвитку талантів, сприяючи не лише вирішенню важливих завдань, а й особистісному розвитку співробітників [3].

Як висновок можна зазначити, що інвестиції в бренд роботодавця приносять значну віддачу в довгостроковій перспективі. Сильний бренд роботодавця не тільки сприяє залученню та утриманню найкращих спеціалістів, але й позитивно впливає на загальну продуктивність команди та підвищує корпоративну цінність. Компанії з сильним брендом роботодавця знижують витрати на підбір персоналу, скорочують плинність кадрів і формують більш стійку корпоративну культуру, що сприяє сталому розвитку бізнесу. Така стратегія також зміцнює репутацію компанії на ринку, роблячи її привабливішою не лише для працівників, а й для клієнтів і партнерів.

Література:

1. Сочинська-Сибірцева, І. М. Особливості рекрутингу в ІТ у контексті створення конкурентоспроможного HR бренду / І. М. Сочинська-Сибірцева, А. О. Доренська - Вип. 11 (44). – Кропивницький: ЦНТУ, 2024. - (Препринт. Центральноукраїнський науковий вісник ; ISSN 2663-1644 (on-line) (дата звернення 17.09.2024)

2. Як стати роботодавцем мрії: оптимізація HR-бренду під час життєвого циклу працівника URL: https://cases.media/en/article/yak-stati-robotodavcem-mriyi-optimizaciya-hr-brendu-pid-chas-zhittyevogo-ciklu-pracivnika (дата звернення 12.09.2024)

3. Employer Branding 101: How to Attract and Retain Top Talent URL: https://www.speexx.com/speexx-blog/employer-branding-101-how-to-attract-and-retaining-top-talent/ (дата звернення 12.09.2024)

4. The role of employer branding in attracting top talent URL: https://www.morson.com/employer-branding-attracting-top-talent (дата звернення 12.09.2024)

Кіріченко О.В.
кандидат економічних наук, доцент
Ругало Д.А.
магістр, здобувач гр. УП-23М
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

СПЕЦИФІКА ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Сучасні умови функціонування підприємств аграрної сфери вимагають від них не лише ефективного управління виробничими процесами, але й усвідомленого підходу до управління людськими ресурсами. Оплата праці та мотивація персоналу є ключовими елементами стратегії управління людськими ресурсами, які безпосередньо впливають на продуктивність, задоволеність працівників та загальну конкурентоспроможність підприємства. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на ринку аграрної продукції,