

## Досвід формування бренду роботодавця

**Ірина Петрова**

доктор економічних наук, професор,  
завідувачка кафедри маркетингу та поведінкової економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: irinapl@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0003-4206-5403

**Анастасія Погребна**

магістрант,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: pohrebnaal@krok.edu.ua

У сучасному світі, де конкуренція за талановитими працівниками стає все більше інтенсивною, маркетинг персоналу є ключовим інструментом для компаній, які прагнуть привабити та утримати кращих фахівців. Стратегії в сфері управління персоналом не обмежуються лише рекрутингом та утриманням працівників; вони також включають в себе стратегії активного створення позитивного образу компанії як роботодавця.

У цьому контексті основні тренди в маркетингу персоналу визначають взаємодію між компанією та потенційними та наявними співробітниками. Вони не лише керуються потребами ринку праці, але й віддзеркалюють сучасні вимоги працівників та їхні очікування від корпоративного середовища.

Ключові напрями, які визначають сучасний маркетинг персоналу, це персоналізація стратегій, активне створення емплоєр-бренду, використання соціальних мереж для ефективної комунікації та технологічні інновації у процесах рекрутингу та утримання персоналу. Важливими аспектами є розвиток м'яких навичок, гнучкі робочі умови та зростання внутрішньої мобільності. Все це спрямовано на створення сприятливого та привабливого середовища, яке відповідає сучасним очікуванням працівників і підтримує стратегічні цілі компанії.

Тренди в маркетингу персоналу визначають напрямок розвитку взаємодії компаній з потенційним та поточним персоналом. Серед них зазначимо такі:

- *Персоналізація взаємодії:* компанії використовують дані для створення персоналізованих стратегій, адаптуючи комунікації та пропозиції до індивідуальних потреб працівників.

- *Емплоєр-брендінг:* компанії активно будують свій образ як привабливого роботодавця, застосовуючи стратегії залучення талановитого персоналу та підтримання репутації компанії.

Приклад на компанії XYZ Tech Solutions.

Стратегія емплоєр-брендінгу:

1. **Залучення талантів:** Створення привабливого інтернет-профілю компанії на різних платформах, де акцентується інноваційний підхід, професійний розвиток та позитивна корпоративна культура.

2. **Внутрішній контент:** Регулярне публікування інсайдерської інформації,

такої як «день в житті» співробітників, особливі події та досягнення, щоб підсилити внутрішню спільноту та привертати увагу потенційних кандидатів.

**3. Співпраця з впливовими особами:** Залучення впливових фахівців в галузі, які можуть публічно висловлювати свою підтримку компанії та ділитися своєю позитивною думкою щодо роботодавця.

**4. Сучасні бенефіти:** Введення сучасних програм та бенефітів, таких як гнучкий графік роботи, можливості дистанційної роботи та сприяння робочому життю балансу.

**5. Освітні проєкти:** Запуск освітніх ініціатив та програм для просування та навчання співробітників, що допомагає підтримувати високий рівень експертизи в компанії.

Це допомагає XYZ Tech Solutions створювати позитивне враження серед потенційних працівників та забезпечує залучення та утримання висококваліфікованих талантів. Крім того використовуються:

- *Соціальні мережі:* Використання платформ соціальних мереж для залучення, комунікації та взаємодії зі співробітниками або кандидатами.

- *Технологічні інновації:* Використання штучного інтелекту та аналітики даних для оптимізації рекрутингу та управління персоналом та впровадження технологічних рішень для полегшення процесів відбору та утримання персоналу.

- *Розвиток soft skills:* Зосередженість на розвитку м'яких навичок, таких як комунікація та лідерство, для створення ефективних команд.

- *Гнучкі робочі умови:* Впровадження гнучких графіків та віддаленої роботи для полегшення балансу між роботою та особистим життям.

Приклад: Програма гнучких робочих умов:

- **Гнучкий графік роботи.** Індивідуальні робочі години: Надання можливості співробітникам вибирати гнучкий графік, що відповідає їхнім особистим потребам та пріоритетам.

- **Дистанційна робота.** Доступ до технологій: забезпечення співробітників потужними інструментами для дистанційної роботи, в тому числі відеоконференціями та спільними онлайн-платформами.

- **Спільні робочі простори.** Партнерства з коворкінгами: укладення угод із коворкінговими просторами для співробітників, які вибирають робоче середовище поза офісом.

- **Гнучка відпустка.** Система необмежених відпусток: впровадження системи, де співробітники можуть взяти відпустку, коли це необхідно, без фіксованого кількісного обмеження днів.

- **Збалансований робочий час.** Підтримка work-lifebalance: програми підтримки співробітників у підтримці збалансованого життя та роботи, включаючи психологічні консультації та фітнес-ініціативи. Ця програма створює сприятливі умови для гнучкості у роботі та дозволяє співробітникам зберігати контроль над своїм робочим часом.

- *Внутрішня мобільність:* створення програм для розвитку та зростання працівників в межах компанії.

- *Активне залучення співробітників:* залучення персоналу до створення та підтримки корпоративної культури.

- *Емоційний інтелект лідерів:* визнання важливості емоційного інтелекту керівників для успішного управління та задоволення персоналу.

Стратегія розвитку емоційного інтелекту включає **емпатію та розуміння** (індивідуальні консультації: щомісячні особисті консультації лідера з працівниками для розмов про їхні потреби та особисті цілі); **керівництво командою** (розвиток емоційного лідерства: тренінги для керівників на тему розпізнавання та врахування емоцій підлеглих для покращення комунікації та ефективності); **емоційний інтелект у прийнятті рішень** (сесії case-аналізу: аналіз складних ситуацій, включаючи аспекти емоційного впливу при прийнятті стратегічних рішень); **ініціативи навчання та розвитку**.

Зазначені тренди вказують на зміни у сприйнятті роботи та визначають новий стандарт управління персоналом, де вдалий маркетинг персоналу визначає не лише успішність рекрутингу, а й стабільність та ефективність роботи компанії в цілому.