

**МІНІСТРЕСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Управління персоналом та економіки праці

РЕФЕРАТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра
за спеціальністю 051 «Економіка»
за освітньою програмою професійного спрямування
«Економіка та управління в HR-індустрії»**

**на тему: «Підтримка та розвиток HR-бренду сучасної організації» (на
прикладі ТОВ «Модерн-Рітейл»)**

Виконавець: студентка 4 курсу, групи 3
Склярова Світлана Тарасівна

(підпис)

Науковий керівник: к.е.н. доц.
Сорока Олександра Володимирівна _____
(підпис)

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю підвищення конкурентоспроможності роботодавців через ефективне позиціонування на ринку праці. Зокрема, питання формування позитивного іміджу роботодавця набуває особливої актуальності в умовах зростаючої плинності кадрів, змін у трудових цінностях молоді та загального дефіциту кваліфікованої робочої сили. На актуальність теми вказують також новітні тенденції у сфері HR-менеджменту, що передбачають активне використання цифрових каналів комунікації, зокрема соціальних мереж, для формування позитивного образу компанії.

Метою бакалаврської роботи є вивчення теоретичних та практичних аспектів у формуванні сильного HR-бренду, аналіз його стану на основі підприємства, виявлення проблем і перспектив формування бренду роботодавця у ТОВ «Модерн-Рітейл» та розробка рекомендацій щодо вдосконалення ситуації.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- Дослідити сутність та значення бренду роботодавця в сучасному бізнес середовищі, визначити основні підходи до його формування та оцінити ефективність;
- Провести загальну характеристику та аналіз кадрових показників на підприємстві ТОВ «Модерн-Рітейл» за 2022-2024 роки;
- Визначити та проаналізувати сучасний стан HR-бренду на досліджуваному підприємстві;
- Запропонувати шляхи покращення привабливості бренду роботодавця Підприємства для молоді та заходи щодо зменшення плинності кадрів;

Під час дослідження було застосовано комплекс **методів**: системний аналіз для оцінки внутрішніх комунікацій і організаційної структури; індукцію й дедукцію — для формування логіки дослідження; аналіз і синтез — для узагальнення наукових джерел та емпіричних даних; моделювання — для прогнозування результатів впроваджених заходів; економічний аналіз — для обґрунтування економічної ефективності запропонованих змін.

Об'єктом дослідження у кваліфікаційній роботі є процеси підтримки та розвитку бренду роботодавця у ТОВ «Модерн-Рітейл», як основний інструмент у сфері управління персоналом підприємства.

Предметом дослідження виступають з чинники формування та заходи впливу на бренд роботодавця, щодо утримання та залучення більшої кількості персоналу.

Інформаційною базою дослідження стали статистичні звіти підприємства, результати внутрішніх опитувань, матеріали з офіційних джерел, законодавча база України, публікації з наукових журналів, сучасні монографії, інтернет-ресурси, а також навчально-методичні розробки кафедри. Аналіз

здійснювався з урахуванням джерел за останні 5 років, що забезпечує актуальність результатів.

Структура бакалаврської роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (36 найменування), а також додатків. Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки комп'ютерного тексту, у ній представлено 10 таблиць, 22 рисунків та 1 додатку.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ HR-БРЕНДУ», розглянуто сутність та значення формування бренду роботодавця в сучасному бізнес-середовищі, основні підходи та методи до формування HR-бренду, а також методи оцінки його ефективності.

У другому розділі «АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ ТОВ «МОДЕРН-РІТЕЙЛ»» Проаналізовано економічну діяльність Товариства, його кадровий склад та оцінено поточний стан HR-бренду.

У третьому розділі «ШЛЯХИ ПІДТРИМКИ ТА РОЗВИТКУ HR-БРЕНДУ ТОВ «МОДЕРН-РІТЕЙЛ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ» Запропоновано методи збільшення привабливості HR-бренду Товариства для молоді та шляхи зменшення плинності кадрів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні із них такі:

1. Аналізуючи кадровий склад ТОВ «Модерн-Рітейл», було виявлено низку проблем:

- Не зважаючи на зростання середньооблікової чисельності персоналу за досліджуваний період, у Товариства, спостерігається високий рівень плинності кадрів 72.88% станом на кінець 2024 року, що може говорити про слабкий HR-бренд, та неспроможність втримати персонал більш ніж 6 місяці;

- із аналізу вікової структури, можемо бачити, що середній вік персоналу Товариства складає від 30 до 45 років, у порівнянні із кількістю молоді налічується також велика кількість персоналу віком від 45 років. Це говорить про непривабливість бренду роботодавця для молоді, відповідно нижчу продуктивність праці через вікові обмеження;

2. Наведено рекомендації щодо покращення стану бренду роботодавця Товариства в сучасних умовах, зокрема запропоновано:

- заходи покращення привабливості Товариства для молоді, шляхом запровадження посади СММ-спеціаліста, а отже залучення більшої кількості молоді через соціальні мережі;

- шляхи зменшення рівня плинності кадрів ТОВ «Модерн-Рітейл» в сучасних умовах, запровадженням нових програм адаптації співробітників, зокрема системи наставництва та зміцнення внутрішніх комунікацій;

АНОТАЦІЯ

Склярова С.Т

«Підтримка та розвиток HR-бренду сучасної організації»

(на прикладі ТОВ «Модерн-Рітейл»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності **051**

«Економіка»

За освітньою програмою **«Економіка та управління HR-індустрії»**

Одеський національний економічний університет. Одеса, 2025 р.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів.

Об'єктом роботи є дослідження сучасного стану підтримки та розвитку HR-бренду на ТОВ «Модерн-Рітейл».

У роботі розглянуті теоретичні основи формування бренду роботодавця, його сутність та методологія оцінки ефективності HR-бренду. *Досліджено* діяльність підприємства, визначено його загальну характеристику, наведено аналіз кадрової структури, оцінено поточний стан бренду роботодавця. *Запропоновано*: 1. Зниження плинності кадрів, за рахунок покращення системи адаптації підприємства та зміцнення системи внутрішніх комунікацій; 2. Для зниження середньої вікової категорії персоналу до 25-30 років, запропоновано просування бренду мережі у соціальних мережах, та ряд інших молодіжних ініціатив; 3. Обґрунтовано соціальне та економічне значення від реалізації заходів для Підприємства; 4. Надано *рекомендації керівникам структурних підрозділів*, щодо зменшення негативного впливу на HR-бренд підприємства.

Ключові слова: HR-бренд; персонал; плинність кадрів; Підприємство.

ANNOTATION

Sklyarova S.T.

"Support and development of the HR brand of a modern organization"

(on the example of LLC "Modern Retail")

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty **051 "Economics"**

According to the educational program **"Economics and management of the HR industry"**

Odessa National Economic University. Odessa, 2025

The bachelor's qualification work consists of three sections.

The object of the work is to study the current state of support and development of the HR brand at LLC "Modern Retail".

The work considers the theoretical foundations of the formation of the employer brand, its essence and the methodology for assessing the effectiveness of the HR brand. *The activities of the enterprise are studied*, its general characteristics are determined, an analysis of the personnel structure is provided, and the current state of the employer brand is assessed. *It is proposed*: 1. Reducing staff turnover by improving the enterprise adaptation system and strengthening the internal communications system; 2. To reduce the average age category of personnel to 25-30 years, it is proposed to promote the network brand in social networks and a number of other youth initiatives; 3. The social and economic significance of the implementation of measures for the Enterprise is substantiated; 4. *Recommendations are provided to heads of structural units* to reduce the negative impact on the HR brand of the enterprise.

Keywords: HR brand; staff; staff turnover; Enterprise.