

### Список використаних джерел:

1. Захист прав споживачів фінансових послуг: поінформовані та захищені споживачі – запорука підвищення довіри до фінансового сектору // Проект USAID «Розвиток фінансового сектору» (FINREP). 2009-2012. 104 с. URL: [http://www.finrep.kiev.ua/download/legal\\_publication\\_jan2013\\_ua.pdf](http://www.finrep.kiev.ua/download/legal_publication_jan2013_ua.pdf)
2. Кізима Т.О. Фінансова грамотність населення: зарубіжний досвід і вітчизняні реалії. *Вісник THEU*. 2012. №2. С. 64-71.
3. Блискавка О., Зеленцова А. Фінансова грамотність населення та розвиток національної економіки. URL: [http://ufin.com.ua/analit\\_mat/strah\\_rynok/159](http://ufin.com.ua/analit_mat/strah_rynok/159).
4. Гриджук Д. Про необхідність зрозумілих програм підвищення фінансової грамотності простих людей. URL: <http://www.ukrbanks.info/article/Dmitrii-Gridzhuk-o-neobhodimosti-vnjatnyhprogrammповыsheniya-finansovoi-gramotnosti-prostyh-ljudei.html>

**Матвійчук Олена Миколаївна**

*Головний спеціаліст відділу звітності та бухгалтерського обліку Управління Державної казначейської служби України у м. Рівному Рівненської області*

### HR-БРЕНДІНГ У ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ

HR-брендинг – це маловідоме поняття в Україні. Проте на даний час цей напрямок є одним із найпотрібніших. HR (human resources, людські ресурси) – це співробітники, що працюють в організації, персонал компанії, branding (розвиток бренду). Тобто HR-брендинг – це сукупність зусиль компанії, організації або державного органу щодо взаємодії з існуючими та потенційними співробітниками, які роблять її привабливим місцем роботи, а також активне управління іміджем компанії [1].

Досить часто останнім часом постає питання перед службами управління персоналом про впровадження HR-брендингу в державних установах. Сьогодні

специфіка управління персоналом на державній службі певною мірою обмежує реалізацію HR-брендінгу, проте сучасна стратегія реформування державної служби передбачає його поступове впровадження [2].

HR-брендінг у державних установах (у вузькому розумінні) – це реклама державного органу як працедавця на ринку праці. Але насправді його значення є набагато ширшим. Люди є найбільшою та найвагомішою цінністю та рушійною силою для будь якої компанії. Тому необхідний правильний підхід, залучення кваліфікованих спеціалістів, оцінка їхніх професійних й особистісних компетентностей та потенціалу, підбір найуспішнішого варіанту для їх розвитку та навчання. Отже, впровадження HR-брендінгу в державному органі може допомогти втримати кваліфікованих фахівців на посадах, створити такі умови праці, щоб державні службовці бачили у своєму майбутньому перспективи для професійного, а також особистісного розвитку.

Насамперед, HR-брендінг має за мету досягнення високих результатів, які будуть відповідати виконанню завдань та місій державного органу. Крім того, проведення якісного HR-брендінгу допоможе державному органу створити та утримувати на належному рівні репутацію працедавця, який турбується про свій персонал.

На початку розробки HR-брендінгу державного органу службі управління персоналом необхідно врахувати деякі рекомендації, а саме:

- не створювати акцент на рекламі конкретної посади та заробітної плати, проте зазначити важливість місії та цілей вашого державного органу. Це сприятливо відобразиться на розумінні кандидатом важливості державного органу, а згодом й своєї відповідальності;

- створювати кращі умови праці. Наразі існує думка, особливо серед молоді, що державні органи є непривабливим місцем роботи. Відповідно, створення кращих умов праці дасть можливість залучати молодих фахівців;

- використовувати додаткові стимули, які не пов'язані із заробітною платою, тобто створення сприятливої атмосфери для роботи. Це можуть бути вільне й відкрите спілкування, заохочення креативності та ініціативності,

розширені можливості для розвитку особистості, дружня кадрова політика, цікаві завдання, стажування тощо;

- розробляти системи сучасного професійного розвитку в державному органі для покращення і вдосконалення професійного розвитку державного службовця;

- наголошувати на тому, що служба управління персоналом – ваш надійний партнер, яка супроводить і допоможе в усьому [3].

Україна має катастрофічну нестачу професіоналів у державному секторі. Впровадження HR-брендінгу надасть можливість досягти успіху кожному державному органу, тому що свою роботу будуть виконувати професійні команди державних службовців – уважно відібрані, згенеровані та вмотивовані. Тому без сучасного підходу до формування професійної, результативної державної служби буде неможливе.

Одним з найважливіших завдань HR є створення бренду держави як конкурентного працедавця [4]. Адже кожний держслужбовець своєю роботою впливає на добробут всієї країни. Тільки змінюючи підхід до держслужби як інституту, впроваджуючи нову культуру та цінності, ми зможемо сформувати нову, професійну і конкурентну державну службу.

### **Список використаних джерел:**

1. Збрицька Т. HR-брендінг як інструмент управління організації. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/26587/1/Збрицька%20Т..pdf>.

2. Стратегія реформування державного управління України на період до 2021 року. URL: [https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/reform%20office/01\\_strategy\\_ukr.pdf](https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/reform%20office/01_strategy_ukr.pdf).

3. Управління персоналом на державній службі. Панель відкритих онлайн курсів “Prometheus”. URL: <https://prometheus.org.ua>.

4. Котляревська С. Більше жодних кадрів – тільки люди. Як перезавантажити держслужбу? URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2019/12/4/7233867/>.