

Соціальні медіа – це далеко не найефективніший спосіб охопити споживачів. Але перш ніж почати свою кампанію, бізнесу потрібно визначити, у яких соціальних каналах перебувають клієнти, які цілі та які ресурси підприємство може виділити для цієї рекламної кампанії. Завжди краще починати з малого: зосередьтеся на створенні високоякісного, привабливого контенту на кількох ключових каналах, перш ніж розміщувати його на всіх соціальних платформах.

Контент-маркетинг дозволяє зміцнити відносини з аудиторією та поглибити лояльність до бренду. Регулярно створюючи цінний контент, який навчає, розважає або і те, і інше, компанія створює своєрідний зв'язок зі своїми клієнтами. Вони з нетерпінням чекають наступного вмісту, оскільки він збагачує їхнє життя чи вирішує їхні проблеми.

Отже, контент-маркетинг – це стратегічний маркетинговий підхід, зосереджений на створенні та поширенні цінного, релевантного та послідовного контенту, щоб залучити та утримати чітко визначену аудиторію і, зрештою, стимулювати прибуткові дії клієнтів.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. The Ultimate List of Marketing Statistics for 2022. *HubSpot*. 2021. URL: <https://www.hubspot.com/marketing-statistics>

2. Контент-маркетинг. *Володимир Федоричак*. 2016. URL: <https://webexpert.com.ua/ua/kontent-marketing-viznachayemo-ponyattya>

*Чернега Людмила*

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **ОСОБЛИВОСТІ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Сьогодні, термін рекрутинг немає єдиного визначення, так як науковці трактують по-різному. Загалом рекрутинг – це процес виявлення або відбору і найм кваліфікованого кандидата зсередини або поза межами компанії, укладання контракту та координація роботи нового співробітника до компанії. За весь процес найму кандидатів на певну посаду відповідає сам рекрутер, HR-менеджер або відділ кадрів. В різних компаніях це відбувається по-різному. Великі організації можуть мати цілі команди рекрутерів, тоді як інші лише одного рекрутера. Крім того, багато організацій передають набір на аутсорсинг стороннім фірмам.

Компанії майже завжди набирають кандидатів на нові посади через оголошення, дошки вакансій, сайти в соціальних мережах тощо. Багато компаній використовують програмне забезпечення для підбору персоналу та для ефективного пошуку найкращих кандидатів. Не дивлячись на це, набір

завичай працює разом із відділом кадрів або як його частина. Процес відбору включає багато етапів, наприклад попередній прийом заяв, скринінг, співбесіда, тестове завдання, рекомендації та підсумкове рішення про прийняття на роботу або рекомендації для покращення навиків [1].

Сьогодні підбір персоналу стає діяльністю, пов'язаною з пошуком нестандартних рішень, нових можливостей, об'єднанням зусиль для пошуку потрібних спеціалістів. Однак, на початку 2020 року COVID-19 торкнувся всіх секторів світової економіки. Протягом 2020 року ситуація на ринку праці була нестабільною. При адаптації до нових умов дистанційної роботи компанії повинні були бути гнучкими в процесах управління персоналом. Кожна компанія встановлює свої обмеження на роботу, в тому числі і на набір нового персоналу. Іншими словами, це включає все: від визначення кадрової потреби до її заповнення. Залежно від розміру організації, набір є обов'язком ряду працівників.

Пандемія коронавірусу поставила перед професіоналами, які шукають відповідну роботу, певні проблеми, оскільки змінила тенденції працевлаштування та внесла зміни у сфері пошуку роботи. Пандемія також суттєво вплинула на національний та світовий ринки праці. Робочий час скоротився на 14% протягом другого кварталу 2020 року, що еквівалентно втраті 400 мільйонів робочих місць на повний робочий день. Люди, які працюють у неформальній економіці, які представляють 6,1 мільярда працівників, і групи, такі як молодь, жінки та люди з особливими потребами, є одними з тих, хто найбільше постраждав на ринку праці.

Проте, компанії знайшли вихід з ситуації та запровадили систему електронного рекрутингу. А саме, весь процес набору кандидатів перенесли в онлайн формат, відповідно і самий робочий процес. Щоправда на міжнародному ринку це не був новий досвід. Багато європейських компаній практикують роботу в віддаленому режимі ще з 2015 року, але на українському ринку це було незвичним явищем. Проте, багато українських компаній змогли перейти на дистанційну роботу, де це було можливо [2].

Отже, якщо підсумувати, рекрутинг сьогодні є стратегічним напрямом, який визначає майбутнє бізнесу. Оскільки, саме від правильно підбраного персоналу залежить подальший розвиток компанії. Незважаючи на пандемію, багато компаній продовжували та продовжують працювати в цей не простий час, шукаючи різні рішення на благо компанії, адже кожне робоче місце є дуже важливим для підтримки економіки країни.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Shahla Ahmed. Recruitment and Selection: The Relationship between Recruitment and Selection with Organizational Performance. AI Publications. 2021. p. 1-2.
2. Hanady Al-Zagheer, Samer Barakat. E-Recruitment as Application Solution during Corona Pandemic. 2021. p. 5054.