

підвищити ефективність виробництва та забезпечити доступ до нових технологій.

Необхідність уважного аналізу глобальних геополітичних тенденцій та вміння адаптуватися до них стає критично важливою у управлінні конкурентоспроможністю у виробництві зброї та військової техніки, особливо під час санкційного тиску та геополітичних нестабільностей.

Перелік використаних джерел:

1. Miloradović N. M. Contemporary security challenges and their impact on the increase of the military spending and the budget for the development and procurement of weapons and military equipment. *Vojno delo*. 2023. № 75(3). 30-47.
2. Olsen, K. B. Geoeconomic diplomacy: reforming the instrumentalization of economic interdependencies and power. In *The Palgrave Handbook of Diplomatic Reform and Innovation*. Cham: Springer International Publishing. 2023. pp. 649-671.
3. Sovacool, B. K., Baum, C., & Low, S. The next climate war? Statecraft, security, and weaponization in the geopolitics of a low-carbon future. *Energy Strategy Reviews*. 2023. № 45. 101031.
4. Bauerle Danzman, S., Meunier, S. The EU's Geoeconomic Turn: From Policy Laggard to Institutional Innovator. *JCMS: Journal of Common Market Studies*. 2024.
5. Loza, V., Myronenko, V., Myronenko, P., Smolianiuk, V., Chelak, O. The escalation of military threats as a reality of modern geopolitics. *Multidisciplinary Science Journal*. 2024. 6.

Олександр Завінський

Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор Зварич Р.Є.

РЕКРУТИНГ ТА HR В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Рекрутинг і HR (людські ресурси) є двома життєво важливими функціями будь-якої організації. Вони мають справу з людьми, але по-різному. HR відповідає за управління загальним досвідом співробітників, від найму до виходу на пенсію. Рекрутинг зосереджений на пошуку та залученні найкращих талантів для потреб організації. Обидві функції стикаються з багатьма проблемами на сучасному конкурентному та динамічному ринку, такими як дефіцит талантів, різноманітність та залученість, залучення працівників, утримання та дотримання вимог. Часто межі між рекрутингом і HR можуть бути розмитими. Деякі організації мають окремі команди для кожної функції, тоді як інші мають комбінований відділ кадрів і рекрутингу. Деякі рекрутери також виконують завдання з управління персоналом, такі як адаптація, навчання та управління продуктивністю. Деякі фахівці з кадрів також беруть участь у пошуках, перевірці та співбесіді з кандидатами [1].

Так, рекрутинг – це процес виявлення, залучення та найму кваліфікованих кандидатів на певну посаду. Основна мета рекрутингу – заповнити відкриті вакансії в організації найкращими з можливих талантів. Ролі рекрутерів включають:

Пошук: пошук потенційних кандидатів із різних джерел, таких як оголошення про роботу, соціальні мережі, рекомендації та мережі.

Перевірка: оцінка резюме, навичок і кваліфікації кандидатів на основі вимог до роботи.

Співбесіда: проведення співбесід з кандидатами по телефону, відео або особисто, щоб оцінити їх відповідність ролі та організації.

Пропозиція: обговорення заробітної плати, пільг та інших умов працевлаштування з обраними кандидатами та надання їм пропозиції.

Наймання: завершення процесу найму – перевірка репутації, перевірка рекомендацій і оформлення документів, а також прийом нових працівників в організацію [2].

Основні обов'язки рекрутерів включають: розробку та впровадження ефективних стратегій найму та планів для задоволення потреб та цілей організації щодо найму; побудову та підтримку міцних відносин із кандидатами, менеджерами з найму та іншими зацікавленими сторонами протягом усього процесу найму; створення та розміщення привабливих і точних описів роботи та оголошень на різних платформах; використання різноманітних інструментів і методів, таких як Системи відстеження кандидатів (ATS), програмне забезпечення для підбору персоналу та соціальні медіа, для спрощення й оптимізації процесу підбору персоналу; надання позитивного та привабливого досвіду кандидата та забезпечення своєчасного та чіткого спілкування з кандидатами; вимірювання та звітування про показники найму, такі як час найму, вартість найму, якість найму та задоволеність кандидата [2].

Різниця між рекрутингом і HR полягає в:

сфері – рекрутинг в основному пов'язаний із пошуком і наймом відповідних кандидатів для організації, тоді як відділ кадрів бере участь в управлінні всім життєвим циклом співробітника, від найму до виходу на пенсію;

фокусі – рекрутинг зосереджений на зовнішньому ринку талантів, тоді як HR зосереджений на внутрішньому кадровому резерві;

навичках – підбір персоналу вимагає таких навичок, як пошук джерел, перевірка, співбесіда та ведення переговорів, тоді як HR вимагає таких навичок, як планування, навчання, управління та дотримання вимог;

інструментах – рекрутинг використовує такі інструменти, як ATS, програмне забезпечення для підбору персоналу та соціальні мережі, тоді як відділ кадрів використовує такі інструменти, як програмне забезпечення для кадрів, програмне забезпечення для розрахунку заробітної плати та опитування співробітників;

метриці – рекрутинг вимірює такі показники, як час найму, вартість найму, якість найму та задоволеність кандидата, тоді як HR вимірює такі показники, як задоволеність співробітників, утримання, плинність кадрів і продуктивність.

Перелік використаних джерел:

1. Ahearn A. Introduction to Hiring and Recruiting Strategy. Udemy. 2017. URL: <https://www.udemy.com/course/introduction-to-hiring-and-recruiting-strategy>
2. Schumann Ann. What Is the Difference Between Recruiting and HR? Mantal. 2023. URL: <https://www.manatal.com/blog/recruiting-and-hr>

*Ihor Toman,
Maksym Zhyvko*
West Ukrainian National University
Ternopil

NAVIGATING GLOBAL MARKETS: APPLE'S APPROACH TO INTERNATIONAL MANAGEMENT

In an era defined by globalization, technology companies like Apple Inc. face the monumental task of managing operations across vastly different markets. Apple's success in navigating these global markets is not incidental but the result of meticulously crafted international management strategies. One of the hallmarks of Apple's international management strategy is its unique blend of centralized decision-making with local market adaptation. At its core, Apple maintains a stringent control over its product development, branding, and marketing strategies from its headquarters in Cupertino, California. However, the company profoundly understands the importance of localizing its marketing efforts and product offerings to meet the specific needs of various markets.

For instance, Apple tailors its App Store offerings to reflect local user preferences and complies with local regulations, which is evident in its operations in China. The company also offers localized versions of its software and services, such as Siri, to cater to local languages and cultural nuances [1].

Apple's supply chain is a testament to its effective international management. The company has mastered the art of global supply chain management, sourcing components from various countries and assembling products in facilities primarily located in China. This global supply chain not only optimizes costs but also ensures the timely delivery of Apple products to markets around the world.

Moreover, Apple continuously assesses its supply chain for risks and opportunities, allowing the company to respond swiftly to global economic changes, such as tariffs, trade wars, and pandemics. This agility was demonstrated during the COVID-19 pandemic, as Apple quickly adapted its supply chain strategies to mitigate disruptions [2].

Understanding and respecting local cultures is another crucial element of Apple's international management strategy. The company's product launches, advertisements, and even store designs are often customized to resonate with local cultures and values. For example, Apple Stores in Japan feature minimalist designs that reflect the local aesthetic, while the company's emphasis on privacy in marketing appeals to European consumers' values. Furthermore, Apple engages with local