

УДК 658.3:004.9

Фединець Н. І.,
nataliafedynets@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6811-3720,
Researcher ID: P-3237-3596,
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів

Нагорна П. М.,
nagornapolina@gmail.com,
магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ НАБОРУ ПЕРСОНАЛУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** Наявність на підприємстві персоналу відповідної якості та кількості є запорукою його успішного функціонування. Виходячи з цього, актуальним є процес входу працівника на підприємство. Важливість цього питання зумовлює потребу організації набору персоналу на найбільш ефективному рівні. У статті досліджуються актуальні питання, пов'язані з організацією набору персоналу сучасними методами як важливого аспекту забезпечення іміджу підприємства. Метою статті є визначення основних критеріїв формування позитивного іміджу підприємства через застосування інформаційних технологій набору персоналу. Підтвердженням актуальності цього питання є значний інтерес зі сторони наукової спільноти. У ході дослідження встановлено, що імідж підприємства – це досить складна категорія, яка залежить від ряду чинників. З'ясовано, що важливою передумовою формування позитивного іміджу підприємства є кадровий потенціал. Доведено, що питання кадрового потенціалу підприємства починає формуватися ще на етапі набору персоналу. З'ясовано, що саме набору персоналу потрібно приділяти на підприємстві вагомую роль. Аргументовано, що набір персоналу слід здійснювати з використанням сучасних методів та інформаційних технологій. Доведено, що ефективний набір персоналу ґрунтується на моделі, що передбачає вагомую роль кадрового планування та прогнозування. Пропозиції щодо набору персоналу пов'язані з вибором оптимального методу набору персоналу для певних умов. Обґрунтовано, що вибір методу набору персоналу не має бути здійснений лише директором підприємства. До цього процесу доцільно залучати керівників структурних підрозділів, працівників відділу кадрів та з врахуванням думки провідних спеціалістів підприємства. Аргументовано, що інформатизація управлінських процесів зумовила використання інформаційних технологій на такому важливому етапі управління персоналом, як його набір. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на формування ефективного механізму управління іміджем підприємства з використанням багатьох чинників.*

Ключові слова: імідж, інформаційні технології, персонал, набір персоналу.

Fedynets N. I.,
nataliafedynets@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6811-3720,
Researcher ID: P-3237-3596,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Nagorna P. M.,
nagornapolina@gmail.com,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION OF STAFF RECRUITMENT AS A PREREQUISITE FOR THE FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF AN ENTERPRISE

***Abstract.** The availability of personnel of the appropriate quality and quantity at the enterprise is a key prerequisite of its successful functioning. Based on this, the process of employee entry into the enterprise is important. The importance of this issue dictates the need to organize recruitment at the most effective level. The article examines current issues related to the organization of personnel recruitment using modern methods as an important aspect of ensuring the company's*

image. The purpose of the article is to determine the main criteria for the formation of a positive image of the enterprise through the application of information technologies of personnel recruitment. The relevance of this issue is confirmed by the significant interest of the scientific community. In the course of the research, it was determined that the image of the enterprise is a rather complex category that depends on a number of factors. It was found that an important prerequisite for the formation of a positive image of the enterprise is personnel potential. It has been proven that the issue of the personnel potential of the enterprise begins to be formed at the stage of personnel recruitment. It was found out that it is the recruitment of personnel that should be given an important role in the enterprise. It is argued that personnel recruitment should be carried out using modern methods and information technologies. It has been proven that effective recruitment is based on a model that assumes a significant role in personnel planning and forecasting. Recruitment proposals are related to the selection of the optimal recruitment method for certain conditions. It is substantiated that the choice of personnel recruitment method should not be made only by the director of the enterprise. In this process, it is advisable to involve heads of structural subdivisions, employees of the personnel department, and taking into account the opinion of leading specialists of the enterprise. It is argued that the informatization of managerial processes led to the use of information technologies at such an important stage of personnel management as recruitment. Further research can be aimed at forming an effective mechanism for managing the company's image using many factors.

Key words: image, information technologies, personnel, personnel recruitment.

JEL Classification: J20, M12, L86

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2022-68-11>

Постановка проблеми. Важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємства є його імідж. Досягнути та зберегти позитивний імідж у сучасних умовах досить складно, оскільки він формується під впливом багатьох чинників. Вагомим чинником формування позитивного іміджу підприємства є його кадрове забезпечення. Працівник є важливим ресурсом для підприємства. Зазначене пояснюється ще й тим, що розвиток ринкових відносин, глобалізаційні процеси, високий рівень конкуренції зумовили домінування теорії управління людиною. Відповідно до зазначеної теорії – людина найцінніший та невідновний ресурс на підприємстві. Боротьба за компетентного та кваліфікованого працівника ведеться компаніями в усьому світі. Наявність на підприємстві персоналу відповідної якості та кількості є запорукою його успішного функціонування. Виходячи з цього, актуальним є процес входу працівника на підприємство. Важливість цього питання зумовлює потребу організації набору персоналу на найбільш ефективному рівні. У цьому напрямі теоретиками та практиками з управління пропонуються різноманітні методи та способи набору працівників на підприємство. Незважаючи на значну кількість напрацьованих у даному напрямі, зазначене питання не втрачає актуальності, що спричинене зміною умов функціонування підприємств, новими потребами ринку та запитамі клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання іміджу підприємства досліджується багатьма науковцями. Імідж розглядається з різних точок зору. Однак практично всі трактування іміджу зводяться до думки, що імідж є важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, М. Пасько розглядає імідж підприємства як багатокомпонентне явище, образ-уявлення та образ-подання про організацію, кадри, якість

продукції (послуг), репутацію керівника тощо, який сформувався власне засобами масової інформації, соціальною групою або підприємством і наділяє його (підприємство) додатковими цінностями, що мають соціальну значущість для реципієнтів образу фірми, і спрямований здійснити емоційно-психологічну дію на цільову аудиторію, з метою популяризації, реклами та інших завдань під впливом комплексу факторів [10, С. 62]. Є. Діденко характеризує імідж підприємства як складну категорію, яку формують самоімідж працівників, імідж керівництва, імідж бізнес-моделі, імідж продукції, імідж з точки зору суспільства та держави (економічний, соціальний, екологічний, правовий імідж, інтерфейсний імідж) [6].

Питання організації процесу набору персоналу, джерела та методи набору розглядалися багатьма авторами. Серед них вітчизняні та зарубіжні вчені та практики: Г. Баб'як, І. Бажан [1], Л. Балабанова, О. Безпалько, О. Богашко [2], Н. Вишневіська [3], М. Ведерников [4], О. Гетьман, Т. Гусаковська [5], А. Зеленков [7], Д. Ковтонюк [8], О. Крушельницька, Х. Опаріна [9], О. Паливода, О. Полотнянко, В. Проданець, Г. Рекун, І. Скаско, О. Шубало.

Однак питання врахування організування набору персоналу як важливого чинника забезпечення позитивного іміджу підприємства є малодослідженим.

Постановка завдання. Метою написання статті є визначення основних критеріїв формування позитивного іміджу підприємства через застосування інформаційних технологій набору персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливість процесу організації набору, зокрема як чинника формування іміджу підприємства, зумовлює його удосконалення та врахування сучасних тенденцій та технологій. Модель ефективного процесу набору персоналу наведена на рис. 1.



Рис. 1. Рекомендована модель набору персоналу
(сформовано автором)

Більшу увагу необхідно приділяти прогнозуванню потреби в кадрах. Прогнозування потреб у персоналі в товаристві може бути виконане при використанні ряду методів (як по окремоті, так і у комплексі). Ці методи для прогнозування потреб у персоналі можуть бути базовані на судженнях або на використанні математики. Судження включають оцінки експертів (керівників) і методику Дельфі.

Важливим напрямом прогнозування кадрового забезпечення на підприємстві може бути прогнозування кадрів різної кваліфікації, що готуються закладами вищої освіти України.

Щодо удосконалення самого планування персоналу, то необхідним у першу чергу є розширення бази вхідної інформації щодо планування. Поряд із такими вхідними даними, що використовуються в товаристві як стратегічний план, план використання персоналу, плановий обсяг діяльності, прогнозована кількість робочих місць, норми витрат праці, фонд робочого часу, доцільно використовувати й інші. Серед них найактуальнішими можуть бути:

- прогноз потреби в кадрах (кількісний та якісний);
- результати дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку праці в регіоні;

- продуктивність праці;
- мотивування персоналу підприємства.

Набір персоналу можна здійснювати без врахування певної потреби в розрізі соціальної структури. Що стосується соціальної структури персоналу, то загалом вона є ефективною та не потребує змін. Єдине, на що потрібно звернути увагу, – незначна частка працівників із вищою освітою. Тому при наборі персоналу можна акцентуватися на випускниках вищих навчальних закладів, особливо тих, хто проходив практику в товаристві. Зазначене, в свою чергу, сприятиме:

- зменшенню витрат на набір персоналу;
- скороченню терміну адаптації нового працівника;
- зменшенню тривалості процесу набору персоналу;
- можливості обмежитися одним етапом відбору кандидатів.

Формування функціональних вимог до претендентів на посади доцільно здійснювати, виходячи з:

- сучасних тенденцій на ринку праці;
- характеристики працівників на аналогічних посадах на інших підприємствах;

- характеристики працівників підприємств конкурентів на аналогічних посадах;
- характеристик, що формуються у випускників вищих навчальних закладів як майбутніх претендентів на посаду;
- запитів клієнтів стосовно персоналу, що їх обслуговує.

Для визначення ключових вимог до претендентів на посади проведено опитування керівників вищого, середнього та низового рівня, працівників відділу кадрів декількох підприємств сфери торгівлі, туризму та готельно-ресторанної справи. Результати проведеного опитування наведені в табл. 1.

Перелічені вимоги повинні періодично уточнюватися з врахуванням зміни умов функціонування підприємства. При цьому слід брати до уваги спостереження, опитування, анкетування та аналіз документації.

У сучасних умовах для реалізації питань, пов'язаних із персоналом, керівнику недостатньо лише професійних компетенцій, а й необхідні лідерські якості. Лідерські компетенції необхідні для реалізації всіх управлінських функцій. Щодо

процесу набору персоналу, то лідерські якості працівників керівного складу допомагають у вирішенні наступних завдань:

- формування ефективної робочої групи з набору персоналу;
- розподіл обов'язків членів групи з врахуванням їх побажань, індивідуальних якостей та схильності до виконання завдань;
- забезпечення ефективного планування та контролювання робочої групи з набору персоналу.

Однак дотримуємося думки ряду науковців, що лідерськими якостями повинні володіти не лише керівники, а й спеціалісти. Зокрема, це важливо для такого типу підприємства, як досліджуване товариство, що дуже контактує з клієнтами. Адже саме лідерські якості допомагають налагодити контакти з клієнтами та залучити нових.

Що стосується джерел набору персоналу, то з врахуванням військової ситуації, значної кількості зайнятості перевага може надаватися не внутрішнім, а зовнішнім джерелам набору.

Таблиця 1

Ключові вимоги до претендентів на посади в організації*

Категорія працівника	Ключові вимоги претендентів на посади
Керівники	Вища освіта Лідерські якості Комунікабельність Підтримка партнерських відносин Досвід роботи Вміння планувати власну працю та роботу підлеглих Організація управлінських процесів та праці підлеглих Введення обліку та звітності Аналітичні здібності Самоаналіз Вміння врегульовувати конфлікти Вміння нестандартно мислити
Спеціалісти	Досвід роботи Комунікабельність Підтримка партнерських відносин Вміння планувати власну працю Вміння налагоджувати контакти з клієнтами Введення обліку та звітності Аналітичні здібності Самоаналіз Неконфліктність Бажання працювати
Робітники	Акуратність та точність у виконанні завдань Вміння налагоджувати контакти з клієнтами Неконфліктність Бажання працювати

* Табл. 1 складена на основі проведених опитувань

Тому алгоритм вибору джерел набору персоналу на підприємстві повинен бути дещо видозмінений. Зокрема, якщо наявний резерв кадрів відсутній, то наступним кроком може бути вибір із зовнішніх джерел, а саме: звернення у центр зайнятості. Таке джерело зекономить кошти, що використовувалися на розміщення оголошень на сайтах вакансій. Фактично не потребують витрат такі джерела набору персоналу:

- сайт підприємства;
- сторінки у соціальних мережах;
- групи в соціальних мережах.

Процес набору персоналу слід завершувати оцінюванням його переваг та недоліків, враховувати певні ситуації та використовувати досвід їх вирішення на перспективу.

Набір персоналу дає наступну інформацію для відбору з числа найбільш придатних потенційних претендентів. Цьому сприяє формування інформаційної бази за результатами набору. На наш погляд, структура зазначеної інформаційної бази повинна охоплювати певні складові (рис. 2).

Така інформація є важливою для відбору персоналу та сприятиме його перебігу. Наведені пропозиції, на наш погляд, позитивно вплинуть на процес набору персоналу та допоможуть

керівництву сформувати необхідне кадрове забезпечення для досягнення цілей підприємства.

Ефективність самого процесу набору персоналу залежить від того, які методи для цього використовуються. Застосування методу, який не є найбільш оптимальним у конкретній ситуації, позначається на наборі персоналу, може затягувати набір у часі, спричиняти додаткові витрати та породжувати конфлікти в колективі.

Вітчизняними та зарубіжними організаціями використовуються різноманітні методи набору персоналу, що мають свої переваги і найбільш оптимальні в певній ситуації. Ці методи є традиційними та загальновідомими й використовуються багатьма вітчизняними підприємствами, в тому числі у готельно-ресторанній сфері: рекрутинг, масовий рекрутинг, ексклюзивний пошук, штатний вибір, управлінський набір, скринінг, цифровий рекрутинг, підбір тимчасового персоналу, аутплейсмент, набір молодих фахівців, пошук талантів. Окрім перелічених традиційних методів набору, також застосовуються й нетрадиційні методи набору персоналу. Усі вони є фактично потенційними для застосування на підприємстві та систематизовані у двох групах (традиційні та нетрадиційні) у табл. 2.

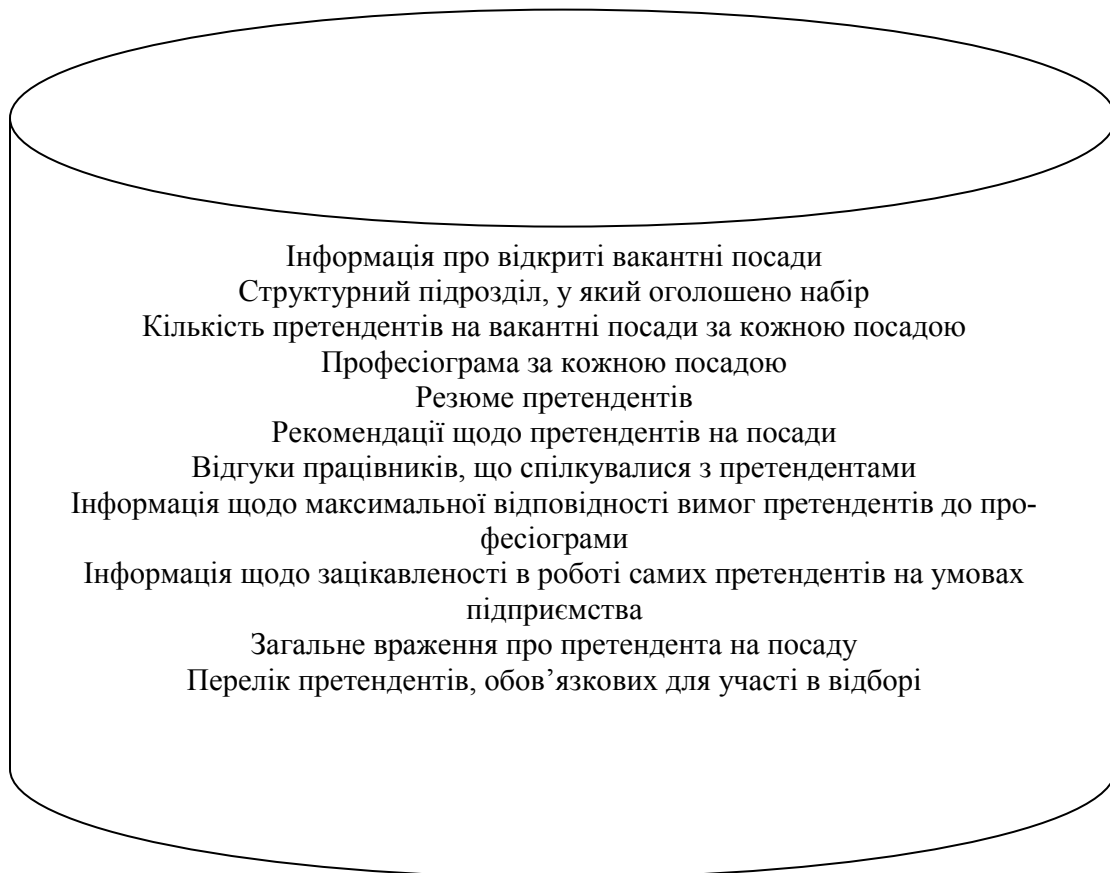


Рис. 2. Рекомендована структура інформаційної бази результатів набору персоналу (сформовано автором)

Сучасні методи набору персоналу*

№ з/п	Традиційні методи	Нетрадиційні методи
1	Рекрутинг – звернення до професійної організації з питань підбору персоналу за попередньо визначеними вимогами, відповідно до потреб.	Поліграфічне обстеження – може використовуватися для з'ясування лояльності кандидата до підприємства, причин його звернення щодо пошуку роботи.
2	Масовий рекрутинг – при потребі здійснити набір в короткий термін на однотипні вакансії.	Графологічний – передбачає за експертизою почерку з'ясування та збір інформації щодо кандидата.
3	Ексклюзивний пошук – для набору працівників керівного складу, вузької спеціалізації з особливими знаннями та навичками у певній сфері.	Соціоніка – набір працівників, що найбільше придатні до виконання роботи залежно від приналежності людини до певного соціального типу.
4	Штатний вибір – застосовується переважно для пошуку фахівців. Ефективний при наборі фахівців та лінійних керівників.	Фізіогноміка – виявлення особливостей характеру працівника, його емоційного стану за рисами обличчя.
5	Управлінський набір – застосовується для набору фахівців та керівників середньої ланки. Передбачає високий рівень знань та компетенцій, якими повинні володіти претенденти.	
6	Скринінг – спрямований на підбір персоналу молодшої ланки. Роль постачальника кадрів виконує агентство, а підприємство остаточно здійснює відбір, розглянувши резюме.	
7	Цифровий рекрутинг – використання соціальних мереж як майданчика для пошуку кадрів.	
8	Підбір тимчасового персоналу – для реалізації короткострокових проектів або короткотермінових робіт.	
9	Аутплейсмент – працевлаштування працівників, що звільнені з підприємства-замовника.	
10	Набір молодих фахівців – використовується при пошуку та наборі молодих фахівців та випускників вищих навчальних закладів, а також при роботі з кадровим резервом.	
11	Пошук талантів – передбачає пошук та залучення перспективних, креативних та цікавих працівників. Передбачає відвідування конференцій, зустрічі професіоналів, моніторинг інтернет-мереж.	

* Табл. 2 узагальнена на основі даних [8, 9, 11]

Слід зазначити: незважаючи на те, що багато підприємств використовують різноманітну множину нетрадиційних методів набору персоналу, в товаристві, особливо в період війни, керівництво з недовірою ставиться до них та сумнівається в їх ефективності.

Вибір конкретного методу визначається рядом параметрів, найважливішими з яких, на нашу думку, можна назвати категорію працівників, вартість, швидкість заповнення відкритої вакансії, можливість забезпечення наявної потреби за кількістю та якістю, зрозумілість методу, трудомісткість

застосування, можливість використання в умовах кризи, досвід застосування конкурентами.

Загалом вибір методів набору персоналу має бути обґрунтованим та мати колективний характер. Вибір методу набору персоналу не має бути здійснений лише директором підприємства. До цього процесу в товаристві доцільно залучати керівників структурних підрозділів, працівників відділу кадрів та з врахуванням думки окремих спеціалістів підприємства. Зокрема, з числа працівників товариства може бути створено гурток якості на добровільних засадах, що може здійснювати набір персоналу.

Інформаційні технології організації набору персоналу на підприємство

№ з/п	Група технології	Інформаційна технологія
1	Прогнозування потреби в кадрах	Excel, Internet, бухгалтерські програми, соціальні мережі
2	Аналіз ринку праці	Internet, платформи пошуку роботи, соціальні мережі
3	Аналіз ринку вакансій	Internet, платформи пошуку роботи (Jooble, Work.ua, Jobs for Ukraine, Робота в тилу, Fiverr), телеграм-канали
4	Пошук кандидатів	Платформи пошуку роботи (Jooble, Work.Ua, Jobs for Ukraine, Робота в тилу, Fiverr), телеграм-канали, viber, zoom, teams, соціальні мережі
5	Опрацювання інформації щодо кандидатів	Excel, Internet, viber, zoom, teams
6	Оцінювання інформації щодо кандидатів	Excel, Internet, viber, zoom, teams

До ряду питань такого гуртка якості з числа добровольців, що стосується кадрових питань, може належати:

- участь у розробленні кадрової стратегії набору персоналу;
- формулювання вимог до посади;
- розроблення вимог до претендентів на посаду;
- участь у розробленні методики оцінювання та відбору персоналу;
- аналіз найбільш прийнятних на даний момент джерел набору;
- відслідковування питань співпраці та залучення з внутрішньо переміщеними особами.

Застосування перелічених методів доцільне з використанням сучасних інформаційних технологій. Загалом під інформаційною технологією організації набору персоналу розуміємо технології збору, обробки інформації щодо потреби в кандидатах та даних про них. Основні інформаційні технології організації набору персоналу систематизовано у табл. 3.

Названі технології є ефективними в організації набору персоналу, що загалом дозволить сформулювати необхідний кадровий потенціал.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Загалом слід зазначити, що ефективна організація набору персоналу на підприємстві дозволить забезпечити ряд моментів, що однозначно позитивно впливатиме на імідж підприємств, а саме: залучення кваліфікованих кадрів, колективне ухвалення рішення, формування команди, врахування думки клієнтів, раціональна організація операційних процесів. Перспективи подальших досліджень полягають у більш детальному аналізі основних чинників, що формують імідж підприємства, зокрема пов'язаних із персоналом та інформаційними технологіями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бажан І. І. Сутність категорії “трудовий потенціал” та її економічна природа. Формування

ринкових відносин в Україні. 2003. №1(20). С. 69-73.

2. Богашко О. Л. Організація роботи з персоналом – філософія сучасного підприємства. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream-/6789/8699/1/Orhanizatsiia_roboty.pdf.

3. Вишнеvsька Н. М. Особливості використання сучасних технологій набору та відбору персоналу. Вісник. 2018. Випуск №4 (38). С. 41-45.

4. Ведерніков М. Д., Волянська-Савчук Л. В. Теоретичні засади визначення процесів пошуку, добору та відбору персоналу підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. №1. С. 239-250.

5. Гусаковська Т. О., Голубев С. М., Удоденко Ю. В. Особливості організації процесу найму персоналу на підприємстві. URL: <https://kmpa.kh.ua/files/conferences/2020.10.15.%20KHNUCEA.%20Internet%20conference.%20Materials.pdf#page=255>.

6. Діденко Є. О., Лавриниць М. С. Імідж підприємства як один з факторів його конкурентоспроможності. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/3462/1/96.pdf>.

7. Зеленков А. В., Кононенко А. В., Налапко М. М. Організація набору та відбору персоналу. 2008. №3. С. 125-135.

8. Ковтонюк Д. Нетрадиційні методи підбору персоналу. URL: <https://kibit.edu.ua/wp-content/uploads/2021/08/Specvipusk-2021.pdf#page=70>.

9. Опаріна Х. С., Ковальська К. В. Сучасні методи відбору персоналу на підприємстві. Молодий вчений. 2015. №5(20). С. 38-43.

10. Пасько М. І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. Економіка розвитку. 2018. №1. С. 58-65.

11. Підбір, відбір і найм персоналу: 5 ефективних методів набору співробітників в компанію. URL: <http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1140-pidbir-vidbir-i-najm-personalu--5-metodiv-poshuku-spivrobit-nikiv.html>.

REFERENCES

1. Bazhan, I. I. (2003), *Sutnist katehorii "trudovyi potentsial" ta yii ekonomichna pryroda, Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, №1(20), pp. 69-73.

2. Bohashko, O. L. *Orhanizatsiia roboty z personalom – filofosfiia suchasnoho pidpriemstva*, available at: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/8699/1/Orhanizatsiia_roboty.pdf.

3. Vyshnevska, N. M. (2018), *Osoblyvosti vykorystannia suchasnykh tekhnolohii naboru ta vidboru personalu*, *Visnyk*, випуск №4 (38), pp. 41-45.

4. Vedernikov, M. D. and Volianska-Savchuk, L. V. (2021), *Teoretychni zasady vyznachennia protsesiv poshuku, doboru ta vidboru personalu pidpriemstva*, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, №1, pp. 239-250.

5. Husakovska, T. O., Holubiev, S. M. and Udodenko, Yu. V. *Osoblyvosti orhanizatsii protsesu naimu personalu na pidpriemstvi*, available at: <https://kmpa.kh.ua/files/conferences/2020.10.15.%20KhNUCEA.%20Internet%20conference.%20Materials.pdf#page=255>.

6. Didenko, Ye. O. and Lavrynets, M. S. *Imidzh pidpriemstva yak odyn z faktoriv yoho konkurentospromozhnosti*, available at:

<https://er.knutd.edu.ua-bitstream/123456789/3462/1/96.pdf>.

7. Zelenkov, A. V. Kononenko, A. V. and Nalapko, M. M. (2008), *Orhanizatsiia naboru ta vidboru personalu*, №3, pp.125-135.

8. Kovtoniuk, D. *Netradytsiini metody pidboru personalu*, available at: <https://kibit.edu.ua/wp-content/uploads/2021/08/Specvipusk-2021.pdf#page=70>.

9. Oparina, Kh. S. and Kovalska, K. V. (2015), *Suchasni metody vidboru personalu na pidpriemstvi*, *Molodyi vchenyi*, №5(20), pp. 38-43.

10. Pasko, M. I. (2018), *Kharakterystyka ta osoblyvosti imidzhu pidpriemstva*, *Ekonomika rozvytku*, №1, s. 58-65.

11. *Pidbir, vidbir i naim personalu: 5 efektyvnykh metodiv naboru spivrobotnykiv v kompaniiu*, available at: <http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1140-pidbir-vidbir-i-najm-personalu--5-metodiv-poshuku-spivrobot-nikiv.html>.

Стаття надійшла до редакції 12 липня 2022 року