

розробок, упаковка та стійкість компанії Coca-Cola.

Компанія Bosch поставила перед собою амбітні цілі щодо захисту навколишнього середовища, щоб зменшити свій екологічний слід за допомогою кліматичних заходів, використання води та циклічної економіки.

Здається, ця амбіція виправдалася та проклала шлях для інших глобальних компаній, оскільки 400 її філій тепер кліматично нейтральні. Тепер компанія хоче скоротити викиди на початку (придбані товари та послуги) і вниз (використання продукції) на 15% у 2030 році. Таким чином, компанії самі обирають напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності, що дозволяє формувати лояльне ставлення у стейкхолдерів.

Список використаних джерел

1. 16 brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>

UDC 330

Bugaevsky M., student;

Supervisor – Gryshko V., Phd in Economics, Associate professor

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic» (Poltava, Ukraine)

HUMAN RESOURCES MARKETING AT THE ENTERPRISE

In the realm of Human Resources (HR) management, the concept of HR marketing has emerged as a powerful approach to attract and retain top talent. HR departments are increasingly adopting marketing techniques to strategically position their organizations as employers of choice, differentiate themselves from competitors, and effectively communicate their unique value propositions.

Traditionally, HR management focused on administrative tasks and employee relations. However, as the job market becomes increasingly competitive and talent becomes a valuable resource, HR departments must adapt their practices. Marketing principles and strategies have found their way into HR departments, enabling them to engage in proactive talent acquisition and create a compelling employer brand. By adopting a marketing mindset, HR professionals can effectively showcase their organization's culture, values, and career opportunities, attracting top talent and driving organizational success.^[1] There are several useful strategies to improve human resources marketing at the enterprise.

Employer Branding and Positioning: One of the fundamental strategies in HR marketing is developing a strong employer brand and effectively positioning it. This involves understanding the organization's unique value proposition and translating it into compelling messaging and visuals that resonate with potential candidates. HR professionals must conduct thorough research to identify the target audience's preferences, aspirations, and values. By aligning the employer brand with the desires of the target talent pool, organizations can differentiate themselves and create a powerful employer brand image. To build a robust employer brand, organizations should articulate their mission, vision, and values clearly. They should communicate the unique benefits and opportunities they offer to employees. This can be achieved through various channels, such as the company website, social media platforms, career websites, and employee testimonials. Consistent and authentic messaging helps in establishing a positive employer brand and attracting candidates who align with the organization's values and goals.^[2]

Targeted and Personalized Communication: To effectively market themselves to potential candidates, HR departments must craft targeted and personalized communication strategies. Mass messaging is no longer sufficient. This involves tailoring messaging and content to specific segments of the talent market. HR professionals can leverage data analytics and market insights to identify the most effective channels and mediums to reach their desired audience.

Personalization is a key aspect of HR marketing. Candidates should be addressed by their

names, and communications should be customized based on their skills, interests, and career aspirations. Automated email campaigns, candidate relationship management (CRM) systems, and artificial intelligence (AI) tools can help HR professionals deliver personalized content and engage candidates effectively.

Leveraging Digital Marketing Channels: The advent of digital marketing has revolutionized HR practices. HR professionals can leverage various digital channels, including social media platforms, job boards, and professional networking sites, to reach a broader audience and engage with potential candidates. Social media campaigns, sponsored content, and targeted advertisements can significantly enhance an organization's visibility and attract high-quality talent.^[3]

Organizations should establish a strong presence on social media platforms such as LinkedIn, Facebook, Twitter, and Instagram. They can create engaging content, share industry insights, showcase employee stories, and highlight the organization's culture and values. Additionally, optimizing websites and career portals for search engines ensures that the organization appears prominently in search results, increasing its visibility to potential candidates.

Employee Advocacy and Influencer Marketing: Employees can be powerful advocates for an organization's employer brand. Encouraging employees to share positive experiences and stories on social media platforms or through word-of-mouth can significantly enhance the organization's reputation. Employee advocacy programs, employee referral programs, and internal communication strategies that encourage employees to become brand ambassadors can amplify the organization's reach and attract candidates who value employee satisfaction and engagement.

Furthermore, organizations can collaborate with influential individuals within their industry, such as industry experts or thought leaders, who can endorse the organization's employer brand and expand its reach. These influencers can participate in webinars, speaking engagements, or social media campaigns to promote the organization's values, culture, and career opportunities.^[4] Their endorsement adds credibility and attracts the attention of potential candidates who admire and follow these influential figures.

Measuring and Analyzing Marketing Metrics: Just as marketing campaigns are measured for their effectiveness, HR marketing efforts should also be subject to measurement and analysis. HR professionals must establish key metrics to track the success of their marketing initiatives. These metrics can include the number of applications received, candidate conversion rates, time-to-fill positions, and employee retention rates.

By tracking these metrics, HR professionals can gain insights into the effectiveness of their HR marketing strategies. They can identify which channels and campaigns are generating the highest quality candidates, which messaging resonates the most, and where improvements can be made. Data-driven decision-making helps in continuously refining and optimizing talent acquisition processes, ultimately leading to better outcomes and higher-quality hires.

HR marketing has become an essential aspect of talent acquisition strategies for organizations seeking to attract and retain top talent. By adopting marketing principles and strategies, HR professionals can effectively position their organizations as employers of choice, differentiate themselves from competitors, and communicate their unique value propositions to potential candidates. Employer branding, targeted and personalized communication, leveraging digital marketing channels, employee advocacy, and influencer marketing are key strategies that organizations can employ to successfully market themselves.^[5] Furthermore, measuring and analyzing marketing metrics allows HR professionals to evaluate the effectiveness of their HR marketing initiatives and make data-driven improvements. By continuously refining their strategies based on insights gained from metrics, organizations can enhance their talent acquisition efforts and drive organizational success.

In today's competitive job market, HR marketing serves as a powerful tool for organizations to attract and engage top talent, establish a positive employer brand image, and create a robust talent pipeline. By embracing the marketing mindset and implementing effective HR marketing strategies, organizations can gain a competitive edge and position themselves as employers of choice in the eyes of talented professionals.

References

1. Backhaus K., Tikoo S. Conceptualizing and researching employer branding. Career Development International, 2004.
2. Cable D. M., Turban D. B. Establishing the dimensions, sources, and value of job seekers' employer knowledge during recruitment. Research in Personnel and Human Resources Management, 2001.
3. Dhanpat N., Bhagwat R. The role of employer branding in attracting talent. Global Business Review, 2017.
4. Eaton J. Employer branding: The most important element of integrated talent management. Journal of Brand Management, 2003.
5. Sengupta S., Chaudhuri B. B. Employer branding: An innovative approach to attract talent. The Journal of Business Perspective, 2018.

УДК 338.222

Васильченко М.І., к.е.н., доцент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ОРІЄНТИР ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вже майже ціле десятиліття минуло з того часу, як у Нью-Йорку відбувся дійсно історичний Саміт ООН зі сталого розвитку [1], у результаті якого лідерами 193 країн світу було схвалено резолюцію «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» [2]. У цьому офіційному документі знайшли своє відображення 17 Цілей сталого розвитку і 169 завдань, які мають комплексний характер і спрямовані на стимулювання діяльності у всіх сферах, що є критично важливими для подальшої долі людської цивілізації і нашої планети, зокрема. У даному контексті мова йде, насамперед, про необхідність встановлення певної рівноваги між такими важливими складовими сталого розвитку, як економічне зростання, раціональне природокористування і соціальна відповідальність.

На державному рівні Україна відразу ж приєдналася до цього глобального процесу. Так, наприкінці 2017 року на широкий загальний був представлений Національний доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна» [3], підготовлену Міністерством економічного розвитку і торгівлі України. У ній було зазначено основні результати адаптації глобальних Цілей сталого розвитку з урахуванням специфіки соціально-економічного розвитку нашої держави. Поряд із цим у 2019 році в Указі Президента «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [4] поняття «сталий розвиток» було визначено як єдино можливий шлях розвитку національної економіки і соціальних інститутів для забезпечення відповідного зростання рівня і якості життя громадян, дотримання конституційних прав і свобод кожної людини.

Відтак, глобальні завдання, визначені на рівні ООН, стали невід'ємною частиною чинного законодавства нашої держави, і Україна почала поступово виходити на траєкторію відновлювального зростання. Цю тезу підтверджує той факт, що у рейтингу країн світу за індексом сталого розвитку, який щорічно визначається експертами ООН та Фонду Bertelsmann, у 2022 році Україна посіла 37 місце зі 163 можливих позицій [5]. Найбільший прогрес тоді, незважаючи на виклики глобальної пандемії COVID-19 (спричиненої вірусом SARS-COV-2) та повномасштабну збройну агресію РФ проти України, наша держава показала в досягненні таких важливих глобальних цілей, як «подолання бідності у всіх її формах» і «скорочення нерівності».

Досвід розвинутих країн світу переконує нас у тому, що досягти цілей сталого