

**Людмила БАЛЯК**

здобувачка освітньо-професійної програми  
«Управління персоналом» ЗУНУ

Науковий керівник – к. г. н., доцент, доцент кафедри  
менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ  
Зоряна ПУШКАР

## **ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ**

Бренд роботодавця – це інструмент для створення і підтримки позитивного іміджу компанії на ринку праці.

Формування стратегії бренду роботодавця повинно базуватися на унікальних рисах компанії, що відрізняють її від інших роботодавців.

Використання соціальних мереж для формування позитивного бренду роботодавця може допомогти залучити талановитих працівників до компанії. Реклама вакансій і вміст, що висвітлює корпоративну культуру та переваги роботи в компанії, можуть привернути увагу потенційних працівників.

Користувачі соціальних мереж відчують більшу належність до компанії, якщо вона активно комунікується зі своїми працівниками та надає їм можливість ділитися своїми ідеями та думками. Роботодавець може використовувати соціальні мережі для спілкування зі своїми працівниками та надання різноманітних бонусів та заохочень, що позитивно позначиться на їхній лояльності та задоволеності від роботи.

Наявність активного та позитивного бренду роботодавця на соціальних мережах може збільшити інтерес до компанії серед широкої аудиторії та сприяти формуванню позитивного іміджу. Це може допомогти в компанії залучити нових клієнтів, партнерів, інвесторів та забезпечити стабільний ріст.

За допомогою соціальних мереж можна проводити рекламу вакансій і залучати кандидатів. Крім того, компанія може використовувати соціальні мережі для пошуку потенційних працівників та надання їм можливості ознайомитися із корпоративною культурою, цінностями та правилами компанії.

Соціальні мережі дозволяють показати гуманітарну сторону вашої компанії та спілкуватися зі своїми клієнтами, партнерами, та працівниками в режимі реального часу. Використовуйте ці платформи для показування сильних сторін вашої компанії, а також розповідайте історії успіху та інші цікаві факти, які демонструють вашу експертизу та репутацію.

Соціальні мережі можуть допомогти вам побудувати спільноту працівників та сторонніх учасників, яка буде підтримувати ваш бренд

та взаємодіяти з ним. Викладайте корисну інформацію, яка стосується вашого бізнесу та індустрії, розміщуйте публікації з приводу нагород та досягнень компанії, та взаємодійте зі своїми фолловерами та клієнтами в коментарях.

Соціальні мережі дозволяють компаніям бути більш прозорими та відкритими щодо своїх робочих процесів та взаємодії зі спільнотою. Це може збільшити довіру до вашої компанії та привести до підвищення задоволеності співробітників і клієнтів.

Соціальні мережі дозволяють створювати і розміщувати рекламні оголошення, що може покращити візуальну привабливість вашої компанії та продемонструвати її переваги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Впізнаваність бренду (azbyka.com.ua)
2. Імідж організації: поняття, формування, елементи, тактика, вплив. Реферат – Освіта.UA (osvita.ua)
3. Кожухівська А. О. Стратегічні аспекти управління брендом роботодавця. 2020.
4. Мокіна С. М. Моделі формування бренда роботодавця. 2014.
5. Цимбалюк С. О. Управління брендом роботодавця: Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2016.
6. 7 стратегій для підвищення впізнаваності бренду (alltechbuzz.net)
7. Brand Awareness: What it is and Strategies to Improve it | Sprout Social
8. The Ultimate Guide to Social Media Branding for Small Businesses (lyfemarketing.com)
9. How Social Media Increases Brand Awareness - Business 2 Community
10. 5 Actionable Strategies for Social Media Branding | Sprout Social

#### **Андрій БАНДИГА**

здобувач освітньо-професійної програми  
«Менеджмент закладів охорони здоров'я» ЗУНУ  
Науковий керівник - к.е.н., доцент  
кафедри менеджменту, публічного  
управління та персоналу ЗУНУ  
Ірина СМАЧИЛО

### **РОЛЬ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРАКТИЧНІЙ РОБОТІ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Сучасні інформаційні технології дають можливість досліджувати і пов'язувати між собою різні складові діяльності закладів охорони здоров'я[6]. Вони постійно продовжують розвиватися, охоплюють все ширші сфери життя і діяльності людини, у зв'язку з чим, будь-яка ефективна діяльність у наш час не може бути реалізована без детального аналізу усього спектру можливостей застосування новітніх інформаційних технологій[2]. Відповідно, одним з важливих компонентів будь-якої організаційно-управлінської діяльності є інформаційна інфраструктура, яка підтримується сукупністю інформаційних ресурсів і програмно-