

сучасним маркетологам досягти максимальної ефективності. Впровадження цих та інших рішень допоможе маркетологам подолати виклики та досягти успіху в динамічному світі сучасного маркетингу.

Отже, сучасний маркетинг-менеджмент – це поле битви, де за увагу та лояльність потенційних клієнтів борються тисячі компаній. У такій боротьбі перемагають лише ті суб'єкти, хто вміє швидко адаптуватися до змін, використовувати нові технології та будувати довгострокові стосунки з клієнтами.

### **Список використаних джерел:**

1. Маркетинг-менеджмент. LivingFo. URL: <https://livingfo.com/marketynh-menedzhment/>.
2. Це маркетинг: тебе не побачать, доки ти не навчишся бачити. Києво-Могилянська Бізнес Школа (KMBS). URL: <https://kmbs.ua/ua/article/this-is-marketing>.
3. Навчання та розвиток персоналу. Постійне вдосконалення. Блог. TMS Academy. URL: <https://academy.tms.ua/blog/postijne-vdoskonalennja-navchannja-ta-rozvitok-personalu/>.
4. Grynko T., Shevchenko T., Pavlov R., Shevchenko V., Pawliszczy D. The impact of collaboration strategy in the field of innovation on the effectiveness of organizational structure of healthcare institutions. *Knowledge and Performance Management*. 2020. Vol. 4, №. 1. P. 37-51. [http://dx.doi.org/10.21511/kpm.04\(1\).2020.04](http://dx.doi.org/10.21511/kpm.04(1).2020.04).
5. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Концептуалізація моделей управління змінами на підприємствах в сучасних умовах мінливого середовища. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2015. № 1/5 (21). С. 34-40.
6. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Перерва Б.К. Особливості формування конкурентних переваг підприємства в кризових умовах. *Інвестиції: практика та досвід*, 2023. № 11. С. 22-30. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.11.22>

**Балачіна Є. С., Гордєєва-Герасимова Л. Ю.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **HR-МЕНЕДЖМЕНТ: ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ В РЕКРУТИНГУ ТА ПІДБОРІ ПЕРСОНАЛУ**

На шляху демократичного розвитку Україна прагне до створення громадянського суспільства, заснованого на гуманістичних принципах. В останні десятиліття гендерна проблематика набула особливої актуальності, гендерні питання піднімаються все частіше в усьому світі, на різних рівнях і сферах, починаючи від соціології і закінчуючи військовою справою.

У багатьох країнах, в тому числі і в Україні, соціальна рівність між чоловіками і жінками закріплена на законодавчому рівні. Водночас реальна ситуація з гендерною рівністю в усіх сферах життя все ще далека від ідеалу. Питання

гендерної рівності при наймі та відборі персоналу є актуальними та важливими з соціальної, економічної, етичної та практичної точок зору.

Проблема гендерної нерівності у сфері зайнятості має безпосередній вплив на життя та кар'єрні можливості багатьох людей [9]. Дослідження на цю тему також є актуальними з точки зору побудови більш рівноправного суспільства, де всі люди, незалежно від статі, мають рівні можливості для професійного розвитку. Шерил Сандберг, керівниця Facebook та автор книги «Lean In: Women, Work, and the Will to Lead» (2013), досліджує причини гендерних нерівностей у професійному зростанні та пропонує практичні рекомендації для поліпшення становища жінок у сфері бізнесу [1]. У своїй книзі «What Works: Gender Equality by Design» (2016) Іріс Бонет розглядає питання гендерної рівності в контексті набору та підбору персоналу, пропонуючи конкретні стратегії для зменшення впливу стереотипів та забезпечення більшої об'єктивності [8]. Аманда Дж. Кох, Сюзан Д. Д'Мелло та Пол Р. Сакетт у своїй роботі провели мета-аналіз цілої низки досліджень, що стосуються використання гендерних стереотипів у процесі прийняття рішень про найм, та виявили, що стереотипи можуть спотворювати оцінку та впливати на вибір кандидатів [6].

Проблеми забезпечення рівності статей особливо виразно виявляються у присутності жінок на різних рівнях управління в бізнес-організаціях. Жінки менше наймаються на керівні посади та значно рідше просуваються до вищих рівнів управління бізнесом – 79 жінок на кожні 100 чоловіків. Така нерівність залишається майже незмінною протягом майже тридцяти років [3]. Існують різноманітні стратегії та практики, які компанії можуть використовувати для підвищення гендерної рівності у процесі рекрутингу, підбору персоналу та менеджменту. У табл. 1 [1-4] представлено прояви дискримінації у рекрутингу та на робочих місцях, шляхи протидії їм або попередження.

Серед них рекомендації провідних компаній: «The Procter & Gamble Company», «Airbnb», «Google», «Facebook», щодо впровадження об'єктивних критеріїв для оцінки кандидатів, розширення джерел рекрутингу для залучення більш широкого спектру кандидатів, а також проведення тренінгів та освітніх програм з питань гендерних стереотипів та усвідомлення впливу гендеру на процеси відбору персоналу [2; 4; 7]. Оскільки існує тісний взаємозв'язок між організаційною культурою компанії та питанням гендерної рівності, то вони

впливають один на одного – організаційна культура визначає цінності, ставлення та моделі поведінки, що переважають на робочому місці, і впливає на процес підбору персоналу [5].

Таблиця 1

**Шляхи протидії та/або попередженню гендерної дискримінації у професійній діяльності**

<b>Прояв</b>	<b>Метод протидії /попередження</b>
Упередження на основі расової приналежності, гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації, віку, релігійних переконань тощо	Розширення багатокультурності та різноманітності: Створення різноманітних комітетів або груп, які відповідають за відбір кандидатів, може забезпечити різноманіття перспектив та уникнути упередженості в рішеннях
Вчинення негідних дій: неетичні запитання, коментарі	Розвиток чутливості до гендерних питань: Навчання рекрутерів про гендерні стереотипи, дискримінацію та принципи гендерної рівності може покращити їх усвідомлення та сприяти об'єктивному відбору
Відмова у наймі гідному кандидату через вік, стать або інші соціальні риси	Анонімність кандидатів: Використання анонімних резюме або видалення особисто ідентифікуючої інформації (наприклад, імені, статі, фотографії) з резюме може допомогти зменшити попередні упередження і зосередитися на кваліфікаціях та навичках кандидатів
Створення бар'єрів для кар'єрного зростання, що спричинені виникненням упереджень щодо гендерних ролей	Моніторинг та оцінка результатів: Постійний аналіз результатів рекрутингових процесів з урахуванням гендерного розподілу. Пропаганда гендерної рівності: Активне впровадження політик і програм, спрямованих на підвищення гендерної рівності, в організаційну культуру і комунікацію

Дослідження стратегій і практик, які сприяють гендерній рівності, можуть допомогти компаніям залучити талановитих працівників, підвищити інноваційність та конкурентоспроможність на ринку. Гендерна рівність у професійній діяльності є елементом демократичного розвитку України. Компанії, які прагнуть успіху та визнання, повинні дотримуватися принципів справедливості, рівності та недискримінації.

**Список використаних джерел**

1. Sandberg S. *Lean In: Women, Work, and the Will to Lead*. Ebury Publishing, 2015. 240 p.
2. Airbnb is ranked as Pacesetter on the Women's Power and Influence Index. *The Difference Engine*. URL: <https://thedifferenceengine.asu.edu/airbnb-ranked-pacesetter-womens-power-and-influence-index>.
3. Coury S., Huang J., Kumar A., Prince S., Krivkovich A., Yee L. *Women in the Workplace*. McKinsey, 2020 URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/womenin-the-workplace#>.
4. Heilman M. E., Eagly A. H. Gender stereotypes are alive, well, and busy producing workplace discrimination. *Industrial and Organizational Psychology*. 2008. Vol. 1, № 4. P. 393-398. <https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2008.00072.x>.

5. Krupskyy, O.P. and Grynko, T. V. Conceptual approaches to formation of organizational culture of tourist enterprise: gender aspect. In: Problems of employment and labor relations in terms of economic instability: Collective monograph. Montreal, Canada: Publishing house «BREEZE», 2015, pp. 43-62.
6. Koch, A.J., D'Mello, S. D. and Sackett, P. R. A meta-analysis of gender stereotypes and bias in experimental simulations of employment decision making. *Journal of Applied Psychology*. 2015. Vol. 100, №. 1. P. 128-161. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0036734>.
7. Procter and Gamble. Gender Equality. URL: <https://us.pg.com/gender-equality/>.
8. What Works: Gender Equality by Design. Home. Scholars at Harvard. URL: [https://scholar.harvard.edu/iris\\_bohnet/what-works](https://scholar.harvard.edu/iris_bohnet/what-works).
9. Гринько Т.В., Петренко Н.А. Сучасні проблеми розвитку жіночого підприємництва в Україні. *Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. Т. 3. Дніпро: Біла К.О. 2018. С. 79-81.

**Вакуленко В. О., Стасюк Ю. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ  
БЕЗОПЛАТНОГО ДОНОРСТВА**

Донорство крові є невід'ємною частиною систем охорони здоров'я у всьому світі [3]. Воно забезпечує постійну доступність компонентів крові, необхідних для лікування багатьох захворювань і порятунку життів пацієнтів. Безкоштовні пожертви, засновані на альтруїзмі та волонтерстві, відіграють важливу роль у забезпеченні безпеки та достатності запасів крові. Однак цей процес має важливі економічні та соціальні наслідки, які необхідно ретельно вивчити та врахувати при розробці стратегій залучення донорів. З економічної точки зору, безкоштовні пожертви можуть допомогти знизити вартість системи переливання крові порівняно з платними пожертвами. Але для заохочення та утримання донорів необхідно інвестувати в інформаційні кампанії, створювати зручну інфраструктуру та забезпечувати відповідні умови для донорів. З соціальної точки зору, безкоштовні пожертви допомагають підвищити рівень солідарності та згуртованості в суспільстві, оскільки вони базуються на безкорисливості та турботі про інших. Крім того, це допомагає зменшити стигматизацію та дискримінацію певних груп населення, які часто стикаються з перешкодами у доступі до систем