

УДК 331.1:005.95/96

DOI: 10.25140/2411-5215-2019-2(18)-60-66

Ірина Серняк

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ  
СОЦІАЛЬНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Ірина Серняк

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
СОЦИАЛЬНОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ  
НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Iryna Serniak

**SOCIAL NETWORKS AS A MEANS OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT  
SOCIAL INSTRUMENTS EFFICIENCY IMPROVING IN ENTERPRISE**

У статті розглянуто переваги використання соціальних мереж для пошуку та відбору персоналу підприємства. Враховуючи принципово нові акценти в сучасних методах і засобах управління персоналом, коли на передній план виходить створення умов для найбільш повного включення працівників у систему організації, зростання та розкриття їхнього потенціалу, запропоновано використовувати соціальні мережі для удосконалення соціального інструментарію управління персоналом. Розглянуто можливості застосування соціальних мереж для зростання ефективності соціальних інструментів навчання та розвитку персоналу, «управління талантами» працівника, консультування та коучингу, управління ефективністю, планування та розвитку кар'єри працівника, розвитку інформаційної системи людських ресурсів.

**Ключові слова:** соціальна мережа; соціальний інструментарій управління персоналом; Інтернет; управління людськими ресурсами; персонал; менеджер з персоналу.

Бібл.: 9.

В статье рассмотрены преимущества использования социальных сетей для поиска и отбора персонала предприятия. Учитывая принципиально новые акценты в современных методах и средствах управления персоналом, когда на передний план выходит создание условий для наиболее полного включения работников в систему организации, рост и раскрытие их потенциала, предложено использовать социальные сети для совершенствования социального инструментария управления персоналом. Рассмотрены возможности применения социальных сетей для роста эффективности социальных инструментов обучения и развития персонала, «управления талантами» работника, консультирования и коучинга, управления эффективностью, планирования и развития карьеры работника, развития информационной системы человеческих ресурсов.

**Ключевые слова:** социальная сеть; социальный инструментарий управления персоналом; Интернет; управление человеческими ресурсами; персонал; менеджер по персоналу.

Библ.: 9.

The article considers the benefits of social networks using for enterprise's personnel searching and selecting. Taking into account the fundamentally new emphasis in modern methods and tools of human resource management, when creation of conditions for employees fullest inclusion in the system of organization, growth and unlocking of the their potential come to the fore, it is proposed to use social networks for human resource management social instruments improving. Possibilities of social networks application for increase of efficiency of social instruments of training and human resource development, «talent management» of the employee, consulting and coaching, management of efficiency, planning and career development of the employee, development of human resource information's system, are considered.

**Key words:** social network; human resource social instruments; Internet; human resource management; personnel; HR manager.

References: 9.

JEL Classification: M12

**Постановка проблеми.** В Україні протягом останніх років спостерігається стійка динаміка зростання популярності соціальних мереж та Інтернету. Вони стають атрибутом повсякденного життя, інколи навіть замінюють побутове спілкування та часто роблять людей залежними від віртуального світу. За даними звіту «Digital in 2018» міжнародного агентства «We are social», що спеціалізується на дослідженнях у сфері медіа, 25,59 млн українців користуються мережею Інтернет, що становить 58 % населення країни, і 13 млн осіб, або 29 % жителів України, користуються соціальними мережами [1]. І якщо раніше серед лідерів популярності були мережі «ВКонтакте» та «Однокласники», то сьогодні першість перейшла до фейсбука, твіттера та інстаграма [2].

## ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Інтернет і соціальні мережі є феноменом XXI століття і ігнорувати тенденції щодо темпів їх поширення немає змісту. Хоча статистичних даних нам не вдалося знайти, але можемо припустити, що в різних соціальних мережах зареєстрована більшість економічно активного населення України. Крім свого основного призначення, соціальні мережі вже давно стали засобом торгівлі, реклами продукції, просування бренда; вони активно використовуються в політиці та державному управлінні. Останнім часом соціальні мережі взяли на «озброєння» і менеджери з персоналу, які зазвичай використовують їх у двох напрямках: для пошуку цікавих кандидатів і для перевірки інформації про вже наявних кандидатів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню процесів використання соціальних мереж в управлінні людськими ресурсами приділяли увагу такі вітчизняні та закордонні дослідники, як В. Галкін, І. Ліннік, А. Лизанець, К. Носкова, А. Погребняк, А. Полякова, К. Пугачевська, І. Сошкіна, А. Ульянова, А. Юхименко й інші.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Незважаючи на увагу науковців до цієї проблеми, подальшого наукового дослідження потребують питання використання соціальних мереж для розвитку соціальних інструментів управління персоналом на підприємстві.

**Мета статті.** Метою цієї роботи є висвітлення шляхів використання потенціалу соціальних мереж для підвищення ефективності соціального інструментарію управління персоналом на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу.** Під соціальною мережею (англ. social network) розуміємо систему соціальних об'єктів (людей або організацій) і зв'язків між ними. Вона функціонує через спеціальне програмне забезпечення та за наявності доступу до мережі Інтернет і дозволяє користувачам створювати свої профілі, контактувати з іншими учасниками у віртуальному середовищі, приєднувати людей до своєї мережі, знаходити інших користувачів через спільних знайомих, надсилати повідомлення, розміщувати та переглядати фото, тексти й інший контент.

Властивість соціальних мереж інтегрувати людину в інтернет-простір, роблячи більшою або меншою мірою відкритими її особисту та професійну інформацію, робить таку комунікаційну платформу ефективним методом управління людським капіталом. Насамперед, це проявляється у процесі рекрутингу, тобто добору персоналу підприємства через соціальні мережі, що суттєво мінімізує фінансові та часові витрати на задоволення потреби організації у кваліфікованих і мотивованих людських ресурсах.

Іншими перевагами використання соціальних мереж для пошуку персоналу є:

- у соціальних мережах можна встановити контакт не лише з тими, хто перебуває в пошуку роботи, але й з тими, хто в цей момент її не шукає, тобто сформувати потенційну базу пошукачів;

- соціальні мережі коштують менше, ніж платні інтернет-ресурси для роботодавців. Тому можна залишити для себе лише один основний платний ресурс, а інші контакти отримувати за допомогою соціальних мереж;

- у разі появи вакансії можна здійснити адресну розсилку повідомлень зацікавленим кандидатам;

- інформація про людину в соціальній мережі набагато ширша, ніж на будь-якому із сайтів пошуку роботи. Зокрема, можна побачити й особисті якості, і професійну позицію кандидата з різних питань, і його переконання, і спосіб життя [3, с. 312].

Враховуючи принципово нові акценти в сучасних методах і засобах управління персоналом, коли на передній план виходять такі чинники, як кваліфікація працівників, створення умов для найбільш повного їх включення в систему організації, зростання та розкриття потенціалу працівника, доцільно використовувати соціальні мережі не лише

## ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

під час пошуку співробітників, але і як засіб удосконалення соціального інструментарію управління персоналом підприємства. Тому розглянемо докладніше можливості застосування соціальних мереж для зростання ефективності соціальних інструментів навчання та розвитку персоналу, «управління талантами» працівника, консультування та коучингу, управління ефективністю, планування та розвитку кар'єри працівника, розвитку інформаційної системи людських ресурсів.

Аналіз соціальних мереж показав, що з позиції удосконалення соціального інструменту навчання та розвитку персоналу їх можна умовно поділити на дві категорії:

1. Соціальні мережі у вільному доступі, серед яких:

- неспеціалізовані мережі – «мережі загального профілю», що не мають жодних обмежень за якимось параметрами чи тематичною спеціалізацією;

- професійні спільноти практиків (англ. community practice).

2. Соціальні мережі в корпоративному форматі [4].

Особа, яка хоче отримати в соціальних мережах «загального профілю» щось корисне для себе як для професіонала, знайде таку можливість через встановлення контакту та взаємодію із професіоналами. Ці соціальні мережі дають змогу досить швидко встановити неформальний контакт, оскільки тут люди є більш відкритими, ніж у реальному житті, та готові ділитися інформацією. Єдиним застереженням у цьому випадку є дотримання працівником етичності використання особистих даних та інформації інших користувачів.

Професійні спільноти практиків об'єднують людей, які зацікавлені в придбанні та розвитку знань у певній галузі і їх використанні на практиці. Вони можуть складатися з науковців, інженерів, лікарів, фахівців із маркетингу та продажу й інших фахівців. Причому ці спільноти не обов'язково мають бути обмежені рамками однієї компанії, а можуть гуртувати людей зі схожими інтересами в різних організаціях по всьому світу. Спільноти практиків відрізняються від груп за інтересами тим, що учасників об'єднує не лише прагнення до знань у якійсь сфері, але й бажання співпрацювати у процесі емпіричного застосування цих знань. Учасники спільноти добре розуміють один одного, оскільки працюють над схожими проблемами, а тому здатні оцінити рівень кваліфікації, проблеми колег, отримати один від одного знання, яких бракує [4].

Соціальні мережі в корпоративному форматі насамперед є інструментом внутрішніх комунікацій. Для компаній, що мають велику кількість філій, корпоративна соціальна мережа може стати засобом взаємодії співробітників між собою для швидкого отримання потрібної інформації та надання взаємодопомоги. Це, зокрема, може бути корисним, коли новачок звертається до досвідченішого співробітника, який працює на аналогічній посаді в іншій філії компанії. Корпоративна соціальна мережа дозволяє службі персоналу та дирекції оперативно вирішувати питання, пов'язані з адаптацією і ротацією персоналу, робить систему горизонтальних і вертикальних зв'язків компанії зрозумілою для всіх працівників.

Для удосконалення соціального інструменту навчання та розвитку персоналу можна використовувати різноманітні спільноти в соціальних мережах, що прив'язані до певних тренінгів, інших освітніх і навчальних заходів. Соціальні мережі можуть стати майданчиком для спілкування співробітників до, під час і після навчання. Також соціальні мережі можуть використовуватися для генерації та зберігання контенту, задіяного в процесі навчання персоналу. Менеджери з персоналу за допомогою тегів, закладок, рейтингів та інших технічних засобів соціальних мереж мають змогу підбрати контент від індивідуальну навчальну траєкторію конкретного працівника, урізноманітнювати форми навчання та швидко реагувати на інновації в галузі та на ринку.

## ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Дедалі популярнішими стають рішення, які за допомогою соціальних мереж дозволяють «управляти талантами» всередині організації. Вони дають змогу відповідно до стратегічних цілей організації сформулювати критерії кваліфікації фахівців, які будуть ці цілі реалізувати, а також оцінити наявність необхідних навичок співробітників у межах існуючого колективу. Компанії IBM і Jhonson&Jhonson активно використовують технології з «управління талантами» всередині своїх численних підрозділів. Наприклад, IBM Global Services практикує визначення ступеня участі співробітників у створенні та спільному використанні знань як складової продуктивності їхньої праці, що стимулює обмін знаннями. У компанії Jhonson&Jhonson, що має представництва в 50 країнах, створення практичних спільнот для різних продуктових напрямів допомогло розділеним великими відстанями співробітникам сформулювати єдину термінологію для ефективного обміну знаннями, домогтися високого ступеня взаємної довіри й об'єднати зусилля при роботі над проєктами [5, с. 126].

Вітчизняні науковці А. Лизанець і К. Пугачевська наголошують, що побудова системи «управління талантами» передбачає категоризацію та сегментацію персоналу на групи за трьома критеріями: ефективність, потенціал, компетенції. Це необхідно для того, щоб диференціювати зусилля та витрати підприємства на персонал залежно від цінності тієї чи іншої групи співробітників. Такий підхід дозволяє ідентифікувати найцінніших співробітників, розвивати, утримувати й мотивувати, призначати на посади, де їхні здібності дадуть найбільшу віддачу для бізнесу. З іншого боку, сегментація допомагає диференціювати інвестиції в різні групи працівників, максимізуючи при цьому ефект від їх використання [6, с. 146–147].

Загалом соціальні мережі як інструмент «управління талантами»:

- створюють між людьми зв'язки та зміцнюють культуру постійного вдосконалення вмій і здібностей, піднімають загальний рівень підготовленості, сприяють залученню та збереженню кадрів;

- дозволяють налагодити спільну роботу на відстані, формують систему наступності персоналу з великими кадровими резервами;

- виявляють ключових співробітників, чий внесок вагомий для успіху організації, але цього не вдалося виявити за допомогою традиційних оглядів продуктивності [7].

Концепція «управління талантами» працівника тісно пов'язана з іншими соціальними інструментами управління персоналом – консультуванням і коучингом. Разом вони спрямовані на реалізацію такої функції менеджменту персоналу, як управління його розвитком.

Люди часто думають, що чим довше вони працюють в організації, тим більше вони знають і тим менше їм потрібно вчитися. Проте співробітники, які тільки-но працевлаштувалися, часто стають джерелом нових оригінальних ідей і запроваджують інноваційні методи роботи, що дають більшу віддачу, ніж традиційні методи. У зв'язку з цим роботодавці дедалі частіше розуміють, що навчання «зверху – вниз» не завжди доцільне, особливо там, де при виконанні роботи використовують соціальні мережі й інформаційні технології. Тому менеджери з персоналу дедалі частіше практикують технологію «зворотного наставництва», коли молодший член команди входить у «професійну дружбу» з кимось старшим (хто працевлаштований набагато раніше), і вони обмінюються навичками, знаннями та розуміннями. Зворотне наставництво визнає, що є прогалини навичок з обох сторін, і що кожна людина може подолати свої слабкі сторони за допомогою сильних сторін іншого учасника [6, с. 147]. При цьому потенціал соціальних мереж дозволяє підприємству використовувати «зворотних» наставників ззовні, що може суттєво вплинути на ефективність самого соціального інструменту управління персоналом.

## ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Одним із найважливіших соціальних інструментів управління персоналом є оцінювання ефективності та результативності роботи працівника. У його основі лежить аналіз даних для складання прогнозів, а також моніторингу та вдосконалення HR-процесів. Аналітичні технології у сфері управління персоналом розширюють спектр своєї дії. Вони об'єднують як дані про персонал, так і дані про сам бізнес, що дозволяє в режимі реального часу вирішувати широке коло кадрових проблем: аналізувати та прогнозувати кадрові ризики, здійснювати пошук кандидатів із високим трудовим потенціалом, визначати характеристики високопродуктивних робочих груп, аналізувати залученість кадрів, виявляти найбільш ефективні способи розвитку кар'єри та лідерських якостей кандидатів і залученого персоналу [6, с. 147]. У галузі підвищення ефективності роботи співробітників і покращення управління поставленими цілями можуть використовуватися соціальні спільноти, залучення експертів через соціальні мережі, командна взаємодія в цих мережах.

Інноваційним методом формування трудових відносин і визначення реальних функцій співробітника в організації може стати надання можливості працівникам мати «портфель кар'єри». «Портфель кар'єри» повинен передбачати зміну ролей та функціональних обов'язків працівника під впливом організаційних змін. Результатом цього може стати акцент особи на своїх сильних сторонах (підприємницькі здібності, знання іноземних мов чи інформаційних технологій) і умотивованості до постійного розвитку як можливості примноження продуктивності індивідуальної діяльності [6, с. 146]. Для удосконалення соціального інструменту планування кар'єри доцільно використовувати «Кар'єрний портал» – онлайн-ресурс, що є професійним співтовариством, інтегрованим у соціальні мережі. Користувачі в соціальних мережах можуть експериментувати з онлайн-ресурсами й онлайн-іграми на ресурсах і стати потенційним кандидатом для перспективних позицій на підприємстві [8].

Одним із ефективних і вже достатньо популярних сервісів, які дають соціальні мережі для розвитку інформаційної системи людських ресурсів підприємств, є корпоративна комунікаційна платформа Workplace. Це – розроблена Фейсбуком своєрідна соціальна мережа для бізнесу, що містить такі інструменти, як групи, миттєві повідомлення, обмін файлами та новинну стрічку. Цей сервіс також має розмежування прав учасників, вбудовану систему аналітики й інструменти для спільної роботи над проектами, а за допомогою відеоконференцій можна проводити наради та презентації. Workplace дозволяє вирішити, зокрема, такі завдання розвитку інформаційної системи людських ресурсів підприємства:

- підвищити впізнаваність і згуртувати роботу колективу. Ця платформа дає можливість у будь-який момент подивитися інформацію про співробітника, оцінити його роль у компанії. Публікація постів, картинок, подій із особистого життя дозволяє налагодити неформальну комунікацію та створити командний зв'язок;

- «зламати стіни» між структурними підрозділами, адже часто команди працюють усередині відділу та рідко співпрацюють з іншими колегами. Workplace допомагає співробітникам усіх рівнів разом брати участь в обговоренні й ухваленні рішень компанії;

- зменшити або взагалі позбутися внутрішніх інструментів для спільної роботи, таких як інтранет, телефонія та поштова розсилка;

- мотивувати колег ставати кращими. Залишаючи коментарі, пости з пропозиціями чи порадами, співробітник набуває популярності. Найкращих працівників можна відзначати в місячних звітах, що також публікуються в мережі [9].

Використання Workplace на базі соціальної мережі «Фейсбук» дозволяє систематизувати роботу менеджерів із персоналу щодо розвитку людських ресурсів та скерувати її на загальний результат формування людського капіталу організації.

**Висновки і пропозиції.** Соціальні мережі вже стали надійним інструментом управління людськими ресурсами під час пошуку та відбору працівників. Про це свідчать і результати досліджень, і позитивний практичний досвід менеджерів із персоналу. Водночас потенціал соціальних мереж дозволяє їх використовувати як засіб удосконалення соціальних інструментів управління персоналом організації, зокрема, навчання та розвитку персоналу, «управління талантами» працівника, консультування та коучингу, управління ефективністю, планування та розвитку кар'єри працівника, розвитку інформаційної системи людських ресурсів. І як показує динаміка розвитку соціальних мереж, їх присутність у сфері управління персоналом із кожним роком лише збільшуватиметься.

#### Список використаних джерел

1. Полякова А. Лише 58 % українців користуються інтернетом – дослідження. *Економічна правда*. 2018. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/31/633590>.
2. Social Media Stats Ukraine (July 2018 – July 2019). URL: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/ukraine>.
3. Юхименко А. В. Использование социальных сетей в поиске и подборе персонала. *ИМПУЛЬС–2012: труды IX Международной научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций: в 2 т.* (Томск, 22-23 ноября 2012 г.). Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. Т. II. С. 311–313.
4. Сошкина И. Использование социальных сетей в практике корпоративного управления. URL: [http://rqlab.com/publications/pages/id\\_91](http://rqlab.com/publications/pages/id_91).
5. Ульянова А. И. Социальные сети как инструмент управления. *Вестник Казанского технологического университета*. 2010. № 8. С. 125–128.
6. Лизанець А. Г., Пугачевська К. Й. Інноваційні підходи до здійснення функцій управління персоналом підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 7. С. 143–149.
7. Носкова К. А. Социальные сети как инструмент управления человеческим капиталом. *Гуманитарные научные исследования*. 2013. №2. URL: <http://human.snauka.ru/2013/02/2326>.
8. Погребняк А. Ю., Ліннік І. М. Інноваційне управління персоналом як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства. 2018. URL: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/246671/2018-12\\_4-01.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/246671/2018-12_4-01.pdf).
9. Галкін В. Досвід впровадження Workplace by Facebook в корпоративне середовище. 2016. URL: <https://promodo.ua/ua/blog/opyt-vnedreniya-workplace-by-facebook-v-korporativnuyusredu.html#gref>.

#### References

1. Poliakova, A. (2018). Lyshe 58% ukrainsiv korystuiutsia internetom – doslidzhennia [Only 58 % of Ukrainians Use the Internet – Research]. *Ekonomichna pravda – Economic Truth*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/31/633590>.
2. *Social Media Stats Ukraine (July 2018 – July 2019)*. Retrieved from <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/ukraine>.
3. Yukhimenko, A. V. (2012). Ispolzovanie sotsialnykh setey v poiske i podbore personala [The Use of Social Networks in the Personnel's Search and Selection]. Proceedings from *IMPUL'S–2012: trudy IX Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii studentov, molodykh uchenykh i predprinimateley v sfere ekonomiki, menedzhmenta i innovatsiy – The Ninth International Scientific and Practical Conference of Students, Young Scientists and Entrepreneurs in the Field of Economics, Management and Innovation “IMPULSE–2012” (Russia, Tomsk, November 22-23, 2012)* (Vols. 2, pp. 311–313). Tomsk: Tomskii gosudarstvennyi universitet [in Russian].
4. Soshkina, I. (n.d.). *Ispolzovanie sotsialnykh setey v praktike korporativnogo upravleniia [The Use of Social Networks in Corporate Management Practice]*. Retrieved from [http://rqlab.com/publications/pages/id\\_91](http://rqlab.com/publications/pages/id_91).
5. Ulianova, A. I. (2010). Sotsialnye seti kak instrument upravleniya [Social Networks as a Management Instrument]. *Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta – Bulletin of Kazan University of Technology*, 8, 125–128 [in Russian].

## ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

6. Lyzanets, A. H. & Puhachevska, K. Y. (2017). Innovatsiini pidkhody do zdiisnennia funktsii upravlinnia personalom pidpriemstva [Innovative Approaches to the Enterprise's Human Resource Management Functions Implementation]. *Infrastruktura rynku – Market Infrastructure*, 7, 143–149 [in Ukrainian].

7. Noskova, K. A. (2013). Sotsialnye seti kak instrument upravleniya chelovecheskim kapitalom [Social Networks as a Human Resource Management Instrument]. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniia – Human Sciences Research*, 2. Retrieved from <http://human.snauka.ru/2013/02/2326>.

8. Pohrebniak, A. Yu. & Linnik, I. M. (2018). Innovatsiine upravlinnia personalom yak faktor pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [Innovative Human Resource Management as a Factor in Enterprise's Efficiency Improving]. Retrieved from [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24667/1/2018-12\\_4-01.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24667/1/2018-12_4-01.pdf).

9. Halkin, V. (2016). *Dosvid vprovadzhennia Workplace by Facebook v korporativne seredovyshche* [Experience in Workplace by Facebook Implementing in a Corporate Environment]. Retrieved from <https://promodo.ua/ua/blog/opyt-vnedreniya-workplace-by-facebook-v-korporativnuyu-sredu.html#gref>.

**Серняк Ірина Ігорівна** – викладач циклової комісії обліково-економічних дисциплін, Івано-Франківський державний коледж технологій та бізнесу (вул. Євгена Коновальця, 140, м. Івано-Франківськ, 76000, Україна).

**Серняк Ирина Игоревна** – преподаватель цикловой комиссии учетно-экономических дисциплин, Ивано-Франковский государственный колледж технологий и бизнеса (ул. Евгения Коновальца, 140, г. Ивано-Франковск, 76000, Украина).

**Serniak Iryna** – Lecturer of the Cyclical Commission on Accounting and Economic Disciplines, Ivano-Frankivsk State College of Technology and Business (140 Yevhen Konovalets Str., 76000 Ivano-Frankivsk, Ukraine).

**E-mail:** [ira\\_serniak@ukr.net](mailto:ira_serniak@ukr.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6243-8874>

**ResearcherID:** <https://publons.com/researcher/2995813/iryna-serniak>