

# ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

©2026 СКІБСЬКА К. О.

УДК 331.08  
JEL: M2; M5

## Скібська К. О. Вплив сучасних технологій у сфері підбору персоналу

У статті досліджується вплив сучасних технологій у сфері підбору кваліфікованих фахівців в умовах війни; гострого дефіциту кваліфікованих кадрів, посилення демографічної кризи, міграційними процесами, мобілізацією, цифровізацією глобальної економіки, підвищеною конкуренцією за висококваліфіковані кадри тощо. Актуальність дослідження сучасних технологій у підборі кваліфікованих фахівців є першорядною в цифрову епоху, оскільки дефіцит персоналу в компанії має критичні наслідки, такі як: зниження ефективності роботи, гальмування виробничих процесів, перевантаження працюючого персоналу, що веде до зниження мотивації, лояльності та до професійного вигорання. Метою статті є вивчення процесів автоматизації та використання інструментів штучного інтелекту в ході залучення персоналу. Для цього проаналізовано основні методи пошуку кандидатів у сфері соціального рекрутингу: пасивний і активний, кожен з яких має свої переваги та недоліки; наведено практичні приклади використання найвідоміших соціальних платформ (Facebook, LinkedIn, Instagram, Telegram тощо). Особливу увагу приділено дослідженню соціального рекрутингу, який є одним із поширених і дієвих інструментів пошуку кваліфікованих фахівців. Наразі соціальні мережі використовуються не тільки як комунікативні платформи, а як сучасний та ефективний інструмент для пошуку роботи або кандидатів. У результаті проведеного дослідження запропоновано алгоритм формування плану рекрутингових заходів, що передбачає імплементацію інструментів штучного інтелекту в процеси рекрутингу. Дослідження підкреслює роль використання сучасних технологій рекрутингу, які мають вирішальне значення для організацій, що націлені на інноваційний розвиток і трансформацію в сучасних умовах. Отримані результати можуть стати основою для подальших наукових досліджень у сфері автоматизації рекрутингу та впровадження сучасних технологій в управління персоналом у різних галузях у рамках обмежених фінансових і людських ресурсів.

**Ключові слова:** технології підбору персоналу, соціальний рекрутинг, інструменти штучного інтелекту, методи пошуку персоналу, автоматизація.  
**Табл.:** 2. **Бібл.:** 11.

**Скібська Катерина Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри соціоeкономіки та управління персоналом, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (просп. Берестейський, 54/1, Київ, 03057, Україна)

**E-mail:** [skibska.kateryna@kneu.edu.ua](mailto:skibska.kateryna@kneu.edu.ua)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5261-5483>

**Researcher ID:** <https://researchid.co/skibskakateryna>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57972455800>

UDC 331.08  
JEL: M2; M5

## Skibska K. O. The Influence of Modern Technologies in the Field of Staff Recruitment

The article explores the influence of modern technologies on the recruitment of qualified specialists under conditions of wartime; acute shortages of skilled personnel, exacerbated by the demographic crisis, migration processes, mobilization, digitalization of the global economy, intensified competition for highly qualified professionals, and other factors. The relevance of studying modern technologies in the recruitment of qualified specialists is paramount in the digital age, as staff shortages in a company have critical consequences, such as decreased work efficiency, disruption of production processes, overload of existing staff, which leads to reduced motivation, loyalty, and professional burnout. The article aims to examine the processes of automation and the use of artificial intelligence tools in staff recruitment. For this purpose, the main methods of candidate search in the field of social recruiting were analyzed: passive and active, each with its own advantages and disadvantages; practical examples of the use of the most well-known social platforms (Facebook, LinkedIn, Instagram, Telegram, etc.) were provided. Special attention was given to the study of social recruiting, which is one of the common and efficient tools for finding qualified specialists. Today, social networks are used not only as communication platforms but also as a modern and efficient tool for searching for jobs or candidates. As a result of the study, an algorithm for creating a recruitment plan was proposed, which involves the implementation of artificial intelligence tools in the recruitment processes. The study highlights the role of using modern recruitment technologies, which are crucial for organizations aimed at innovative development and transformation in current conditions. The results obtained can serve as a foundation for further scientific research in the field of recruitment automation and the implementation of modern technologies in human resource management across various industries under limited financial and human resources.

**Keywords:** human resource selection technologies, social recruiting, artificial intelligence tools, methods of search for HR, automation.

**Tabl.:** 2. **Bibl.:** 11.

**Skibska Kateryna O.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Socio-Economics and Personnel Management, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (54/1 Beresteyskyi Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

**E-mail:** [skibska.kateryna@kneu.edu.ua](mailto:skibska.kateryna@kneu.edu.ua)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5261-5483>

**Researcher ID:** <https://researchid.co/skibskakateryna>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57972455800>

На сьогодні, зокрема через повномасштабну війну в Україні, ринок праці зазнав значних змін: зростання міграції кваліфікованих спеціалістів, відтік талановитих кадрів за кордон і розширення віддалених форматів роботи. Така ситуація посилила конкуренцію за якісних кандидатів, змусивши компанії шукати нові шляхи до залучення та підбору персоналу, адже традиційні методи розміщення вакансій та очікування відгуків вже не відповідають новим реаліям. Суттєвого значення набули використання соціальних мереж для пошуку кандидатів і здійснення комунікації, впровадження ATS-систем для автоматизації обліку та аналітики, а також застосування онлайн-сервісів, які потребують окремого детального розгляду. Все це впливає на оптимізацію витрат компанії на добір персоналу та ефективність рекрутингу, що підвищує конкурентоспроможність підприємства в цілому. Тому розуміння та використання сучасних технологій рекрутингу має вирішальне значення для організацій, що націлені на інноваційний розвиток і трансформацію в сучасних умовах.

Так, серед вітчизняних авторів активно досліджували питання розвитку сучасних технологій Кравчук О., Варіс І., Заривних К. [1], Данилевич Н., Рудакова С., Щетініна Л. [2]. У своїх роботах вони розкрили різноманітні аспекти та вплив сучасних інструментів рекрутингу на процес підбору персоналу. Результати дослідження таких авторів, як Скібська К. [3], Василик А., Іщенко О. [4] показали, що використання штучного інтелекту, інструментів аналітики даних і соціальних мереж дозволяє автоматизувати та оптимізувати багато етапів рекрутменту. Таким чином, компанії можуть забезпечити швидший та ефективніший відбір кваліфікованих кандидатів.

Серед іноземних науковців слід відзначити роботи Thakur A., Hinge P., Adhegaonkar V. [5] і Wolford M. [6], що детально досліджували питання використання штучного інтелекту, технологій віртуальної реальності (VR) і доповненої реальності (AR), які пропонують багатообіцяючі шляхи трансформації співбесід при прийомі на роботу, а також описували особливості роботи чат-ботів у сфері рекрутингу.

Отже, можна зробити висновок, що вітчизняні та іноземні науковці активно досліджують цю тему з різних сторін. Тим не менш, на сьогодні залишаються багато питань, які потребують більшого розгляду та аналізу.

**Наукова новизна** отриманих результатів дослідження полягає в розробці методичного підходу до оптимізації рекрутингових процесів. Важливим аспектом є визначення напрямків автоматизації рекрутингових процесів з використанням штуч-

ного інтелекту, що дозволяє скоротити час, витрачений на рутинні завдання, зменшити загальний строк найму та підвищити ефективність комунікацій з кандидатами. Провідні компанії розуміють, що успішна імплементація проектів та досягнення стратегічних цілей безпосередньо залежить від якості персоналу. Тому рекрутинг давно перетворився на стратегічний процес, що вимагає розробки системного підходу, аналізу тенденцій та глибокого розуміння особливостей галузі.

У сфері рекрутингу використовуються два основні підходи до пошуку кандидатів: пасивний та активний. *Пасивний пошук кандидатів* передбачає залучення потенційних працівників шляхом розміщення вакансій на різних платформах, таких як сайти з пошуку роботи, соціальні мережі та корпоративні вебсайти. Цей метод полягає в очікуванні, що зацікавлені кандидати самостійно відгукнуться на вакансію. До переваг пасивного підходу можна віднести його здатність залучати велику кількість кандидатів без значних зусиль з боку рекрутера, що робить його ефективним для заповнення стандартних посад. Однак недоліком є те, що цей метод не завжди гарантує якість кандидатів і може не привертати увагу висококваліфікованих фахівців, які наразі не знаходяться в пошуку роботи.

*Активний пошук кандидатів*, з іншого боку, включає проактивний підхід до залучення талантів. Це може передбачати прямий контакт з потенційними кандидатами через професійні соціальні мережі, наприклад LinkedIn, а також через особисті рекомендації та використання послуг хедхантингових агентств [7]. Активний пошук дозволяє рекрутерам цілеспрямовано звертатися до спеціалістів з необхідними навичками та досвідом, що значно підвищує ймовірність знайдення відповідного кандидата для конкретної вакансії. Цей метод є особливо ефективним для заповнення ключових позицій, що вимагають високої кваліфікації та рідкісних навичок. Проте активний пошук потребує більше часу, ресурсів та зусиль з боку рекрутера. Вибір між пасивним і активним пошуком кандидатів залежить від специфіки вакансії, необхідного рівня кваліфікації, терміновості заповнення посади та ресурсів, доступних для рекрутера. Інтеграція обох методів може забезпечити найкращі результати, комбінуючи переваги широкого охоплення пасивного пошуку з таргетованим підходом активного рекрутингу.

Універсальність соціального рекрутингу полягає в тому, що його можна здійснювати як пасивно, так і активно, що дозволяє залучити широку аудиторію потенційних кандидатів, побудувати з ними

прямий діалог і максимально ефективно використовувати можливості сучасних цифрових платформ. Цей метод базується на активному використанні соціальних мереж і професійних платформ для залучення як активних, так і пасивних кандидатів.

Пасивний соціальний рекрутинг полягає у створенні привабливого бренду роботодавця (*employer brand*) у соціальних мережах, таких як LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram та TikTok, шляхом публікації контенту, що висвітлює корпоративну культуру, успіхи компанії та можливості для професійного розвитку.

**О**сновні платформи, що використовуються в Україні, включають LinkedIn, Facebook, Telegram та професійні форуми, такі як DOU та GitHub. Кожна з цих платформ дозволяє залучати різні категорії кандидатів. Наприклад, LinkedIn надає доступ до широкого кола професіоналів, дозволяючи поширювати вакансії та здійснювати прямий пошук за ключовими навичками. LinkedIn найефективніше підходить для залучення висококваліфікованих фахівців у сферах IT, фінансів, управління, де акцент робиться на професійних досягненнях і репутації. Крім того, платформа активно сприяє реалізації інклюзивних стратегій, спрямованих на залучення фахівців із різними рівнями досвіду та культурним походженням. Водночас, платформа може бути менш зручною для молодих фахівців або тих, хто лише починає свою кар'єру, через специфіку професійної аудиторії.

Facebook, як одна з найбільш популярних платформ в Україні, надає широкий спектр інструментів для залучення персоналу. Завдяки можливостям створення сторінок, груп і розміщення таргетованої реклами компанії можуть ефективно комунікувати з потенційними працівниками. Ця платформа також дозволяє залучати аудиторію через публікації вакансій, новини про досягнення компанії, а також спеціалізовані групи, які допомагають об'єднувати кандидатів із певними професійними інтересами. Facebook особливо актуальний для галузей із масовим підбором кадрів, таких як обслуговування, продажі чи виробництво, завдяки великій базі користувачів. Проте конкуренція за увагу користувачів залишається високою, що потребує створення цікавого та унікального контенту.

Telegram, своєю чергою, служить для поширення вакансій через спеціалізовані канали для фахівців. Важливою перевагою соціального рекрутингу є можливість залучення пасивних кандидатів, які не перебувають у активному пошуку роботи, але можуть зацікавитися вакансією при правильній подачі інформації. Крім того, цей підхід дозволяє адаптивно реагувати на зміни та виклики ринку,

оскільки нові вакансії можна опублікувати миттєво й охопити велику аудиторію в короткий термін.

Штучний інтелект використовується для автоматизованого написання постів у соціальних мережах і на професійних платформах, таких як Facebook, Telegram, DOU та інші, що дозволяє значно прискорити процес створення контенту, забезпечуючи при цьому дотримання стандартів професійної комунікації. Автоматизація написання оголошень про вакансії допомагає уникнути рутинної роботи та зосередити зусилля на більш стратегічних завданнях, особливо в умовах відсутності кваліфікованого працівника (рекрутера або HR-менеджера). ШІ також застосовується для створення тестових завдань для кандидатів, наприклад завдання можуть стосуватися як технічних навичок (скажімо, розробка коду чи вирішення алгоритмічних завдань), так і перевірки знання англійської мови.

Активний соціальний рекрутинг передбачає прямий пошук і взаємодію з кандидатами через соціальні мережі та професійні платформи. Наприклад, рекрутери можуть використовувати інструменти, такі як LinkedIn Recruiter, для пошуку професіоналів з потрібними навичками та досвідом, відправляючи їм персоналізовані запрошення до участі у процесі відбору. Вони також можуть використовувати соціальні медіа для проведення рекламних кампаній з метою просування відкритих вакансій, промоції рекрутингових заходів та залучення великої кількості кандидатів.

ШІ-інструменти в активному соціальному рекрутингу застосовуються насамперед для полегшення пошуку, складної аналітики великих масивів даних соціальних мереж (LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok, спеціалізовані форуми тощо). За допомогою алгоритмів машинного навчання здійснюється ідентифікація потенційних кандидатів на основі цифрового профілю, професійної активності, поведінкових патернів та відповідності заданим критеріям вакансії.

**В**ажливим напрямом є використання алгоритмів прогностичної аналітики, які дозволяють оцінювати ймовірність зацікавленості кандидата, його готовність до зміни місця роботи, а також потенційну відповідність організаційній культурі [7]. Це дає змогу рекрутерам переходити від реактивної моделі підбору персоналу, в якій пошук і залучення персоналу починається вже після моменту виникнення потреби, до проактивної, коли рекрутер компанії може діяти на випередження. У проактивній моделі підбору персоналу рекрутер активно моніторить ринок праці, «тримає руку на пульсі», постійно формує кадровий резерв, під-

тримує довгострокові відносини з потенційними кандидатами, буде стратегічні плани по залученню персоналу. В активному соціальному рекрутингу також широко застосовуються чат-боти та віртуальні асистенти на основі ШІ, які забезпечують перший контакт з потенційними кандидатами, надають відповіді на типові запитання, проводять попередній скринінг профілю кандидата та збирають базову інформацію. Це дозволяє суттєво знизити навантаження на рекрутерів і підвищити швидкість взаємодії.

Таким чином, інструменти штучного інтелекту виступають системоутворюючим елементом активного соціального рекрутингу, забезпечуючи його аналітичну обґрунтованість, масштабованість і швидке реагування на динамічні умови ринку праці [8].

**З** урахуванням зазначеного, алгоритм формування плану рекрутингових заходів доцільно вибудовувати за такими етапами:

- ★ **провести дослідження популярних каналів** для пошуку роботи серед фахівців та з'ясувати, які платформи (LinkedIn, Facebook, DOU, Djinni, тощо) найбільш популярні серед кандидатів, яких шукає компанія. Для проведення комплексного аналізу популярних каналів пошуку роботи серед цільових груп кандидатів потрібно врахувати:
  - соціально-демографічну та професійну характеристику аудиторії;
  - типи, види контенту, які формують найбільшу залученість;
  - конкурентне середовище та присутність інших роботодавців на відповідних платформах.
- ★ **залучити рекрутера до розроблення змістовного та конкурентоспроможного опису вакансії**, акцентуючи увагу на унікальних перевагах компанії, особливостях корпоративної культури, кар'єрних перспективах, соціальних гарантіях і нематеріальних стимулах;
- ★ **підлаштувати текст вакансії під вимоги та аудиторію кожної платформи**: якщо в Telegram цінується відносна неформальність і стислість, то для LinkedIn або Djinni більш доцільно буде використовувати структуровану подачу інформації та акцент на професійних компетенціях. Ефективність соціального рекрутингу значною мірою залежить від відповідності стилю комунікацій очікуванням аудиторії конкретної платформи. Персоналізація та платформна адаптація контенту сприяють підвищенню рівня залученості кандидатів, розширенню охоплення та формуванню позитивного іміджу роботодавця в цифровому середовищі;

- ★ **імплементувати сучасні технології в процес пошуку та залучення** для оптимізації процесів та автоматизації рутинних завдань. Так, наприклад, у *табл. 1* наведено приклади використання ШІ.

**В**ажливим результатом упровадження нових підходів у рекрутинг є покращення іміджу компанії як роботодавця. Сучасні дослідження свідчать, що позитивний бренд роботодавця значно підвищує ефективність рекрутингу. Автоматизація процесів не лише зменшує навантаження на команду HR, але й підвищує швидкість надання зворотного зв'язку кандидатам, що позитивно впливає на репутацію компанії. Також позитивний імідж компанії значно підвищує зацікавленість кандидатів, сприяє їхньому залученню та підвищує рівень довіри до підприємства [9]. Потенційні кандидати звертають увагу на те, як компанія представлена на ринку праці, її корпоративну культуру, кар'єрні можливості та соціальні ініціативи. Для компанії з добре розвиненим брендом роботодавця значно легше залучити висококваліфікованих фахівців, оскільки вона сприймається як привабливе місце для роботи.

Ефективне формування бренду роботодавця має не лише соціальні, а й економічні переваги. Підсилення репутації компанії прямо впливає на скорочення витрат на рекрутинг. Зниження вартості закриття вакансії відбувається за рахунок збільшення кількості цільових відгуків, зменшення плинності кадрів та скорочення часу наймання, оскільки кандидати швидше приймають рішення на користь роботодавця із позитивною репутацією. Таким чином, позитивний бренд роботодавця має довгостроковий економічний ефект, що успішно впливає на загальну ефективність діяльності організації.

Інтеграція комунікаційної, іміджевої та рекрутингової функцій соціального рекрутингу створює комплексний механізм підвищення результативності процесів підбору персоналу та досягнення організаційних цілей.

Таким чином, можна виділити три основні функції соціального рекрутингу (*табл. 2*).

Інтеграція цих функцій є ключовим фактором успішного впровадження рекрутингових стратегій у цифровому середовищі. Загалом, сучасні методи залучення персоналу через соцмережі поєднують комплексний аналіз кадрових потреб, активне впровадження цифрових інструментів та стратегічне формування бренду роботодавця, що значно підвищує ефективність рекрутингу та зміцнює конкурентні позиції компанії на ринку.

## Імплементация ШІ в процес рекрутингу

Варіанти імплементации ШІ	
Створення описів вакансій	ШІ може полегшити створення привабливих і оптимізованих текстів вакансій, що враховують специфіку вимог для кожної платформи, включно зі стилем і ключовими словами, які сприятимуть збільшенню видимості вакансії та кращому залученню кандидатів
Аналіз даних	ШІ можна застосовувати для аналізу великих масивів даних про кандидатів. Таким чином, компанія буде мати можливість швидше та точніше обробляти резюме, фільтрувати за критеріями релевантності, а також надавати рекрутеру рекомендації щодо кандидатів, які найбільше відповідають вимогам. Отже, спрощується управління великим потоком заявок та економиться час рекрутера, що дозволяє йому зосередитися на більш стратегічних етапах процесу
Інтеграція ШІ та аналітичних інструментів для моніторингу ефективності рекрутингових каналів	Використання ШІ в поєднанні з аналітичними інструментами дозволяє відстежувати продуктивність кожного каналу залучення кандидатів. Такі системи можуть автоматично збирати та обробляти дані щодо витрат на кожен канал, відстежувати кількість і якість отриманих заявок, а також їхній відсоток проходження кожного етапу відбору. Завдяки цьому компанія отримує можливість оптимізувати бюджет і зосередитися на каналах, які приносять найбільше якісних кандидатів

Джерело: виконано на основі авторських досліджень.

На основі проведеного аналізу було встановлено, що основні інновації спрямовані на створення зручних і продуктивних інструментів для скорочення часу найму та підвищення його якості. Соціальний рекрутинг, автоматизація процесів, використання ефективних цифрових інструментів сприяють більш детальному аналізу кандидатів, мінімізуючи суб'єктивні помилки під час відбору, допомагають ефективно залучати фахівців, покращують процес комунікації та забезпечують більшу прозорість для кандидатів, позитивно впливають на репутацію та бренд компанії. Такі інструменти стали основою сучасного рекрутингу, забезпечуючи зручний інтерфейс для рекрутерів і позитивний досвід для кандидатів.

З урахуванням трансформаційних змін на ринку праці та розвитку процесів цифровізації компанії мають постійно адаптувати свої стратегії. Прогнозується, що в майбутньому використання штучного інтелекту та великих даних у рекрутингу дозволить точніше аналізувати відповідність кандидатів позиціям, прогнозувати їх кар'єрний розвиток і контролювати процес адаптації в команді. Таким чином, це надасть доступ до більшого обсягу даних для ухвалення рішень і дозволить уникнути невдалих наймів, які впливають на продуктивність команди та ресурси компанії [10].

Отже, дослідження підтвердило, що впровадження сучасних технологій у рекрутинговий процес кваліфікованих фахівців є ефективним рішенням для компаній, що прагнуть до високої конкурентоспроможності та швидкого залучення

талантів. Результати проведеної роботи дозволяють зробити висновок про доцільність і практичну користь запропонованих заходів, які позитивно впливають як на економічні показники компанії, так і на її репутацію як роботодавця. Побудова сильного бренду роботодавця в соціальних мережах є одним із найперспективніших і найважливіших напрямів підвищення ефективності залучення персоналу. Його стратегічна цінність полягає у здатності створювати позитивний образ компанії та приваблювати висококваліфікованих кандидатів, зменшувати витрати на рекрутинг, підвищувати рівень задоволеності персоналу та забезпечувати стійке зростання організації.

З огляду на стрімкий розвиток цифрових технологій та зростаюче значення соціальних мереж у житті суспільства, можна передбачити, що значення цього напрямку лише посилюватиметься. Тому компаніям необхідно розробляти комплексні стратегії формування бренду роботодавця, активно впроваджувати міжнародний досвід, використовувати інструменти аналітики та підтримувати довгострокові комунікації з потенційними кандидатами, що дозволить зміцнити конкурентні позиції на ринку праці та сприяти сталому розвитку в перспективі.

Можна зробити висновок, що ефективний рекрутинг сьогодні будується на принципах гнучкості, технологічної підготовленості та адаптації до нових вимог ринку. І здатність компаній застосовувати сучасні технології для вирішення ключових

## Основні функції соціального рекрутингу

Назва	Дія
Комунікаційна	<p><b>Забезпечує оперативний зв'язок між рекрутером і кандидатом:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– є важливим індикатором дотримання принципів професійної етики та поваги до кандидатів;</li> <li>– формує позитивний імідж компанії, підвищує рівень довіри до роботодавця та зміцнює його репутаційні позиції на ринку праці;</li> <li>– сприяє лояльності кандидатів незалежно від результатів відбору;</li> <li>– підвищує ймовірність збереження лояльного ставлення до роботодавця;</li> <li>– сприяє поширенню позитивної інформації в професійному середовищі;</li> <li>– забезпечує рекомендації організації як відповідального та надійного суб'єкта ринку праці;</li> <li>– підвищує шанси компанії перемогти в конкретній боротьбі з іншими підприємствами</li> </ul>
Іміджева	<p><b>Формує та підтримує бренд роботодавця, демонструючи корпоративну культуру, цінності та досягнення:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– розширює охоплення потенційних кандидатів;</li> <li>– залучає пасивних кандидатів;</li> <li>– приваблює більш мотивованих та ціннісно релевантних кандидатів;</li> <li>– скорочує терміни закриття вакансій;</li> <li>– знижує витрати на рекрутинг;</li> <li>– посилює конкурентоспроможність компанії;</li> <li>– формує довгостроковий кадровий резерв;</li> <li>– підтримує репутаційну стійкість компанії у кризових умовах</li> </ul>
Рекрутингова	<p><b>Дозволяє цілеспрямовано шукати кандидатів за професійним досвідом, освітою та навичками:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– підвищує точність пошуку кандидатів;</li> <li>– надає оперативний доступ до широкого кола фахівців;</li> <li>– створює прямий контакт із цільовою аудиторією;</li> <li>– проводить попередній аналіз професійної активності кандидата;</li> <li>– налагоджує системну взаємодію з потенційними кандидатами;</li> <li>– надає доступ до більшої кількості кандидатів, які відповідають вимогам компанії;</li> <li>– масштабує процеси пошуку;</li> <li>– створює персоналізоване звернення до кандидатів;</li> <li>– підтримує гнучкість комунікації;</li> <li>– оптимізує рекрутингові стратегії завдяки оцінці ефективності каналів залучення</li> </ul>

Джерело: розроблено автором на основі [9–11].

завдань рекрутингу стає необхідністю, яка забезпечує їм конкурентні переваги на динамічному ринку та сприяє стійкому розвитку, навіть в умовах невизначеності. Соціальний рекрутинг створює широкі можливості для вдосконалення процесу пошуку та відбору персоналу, розвитку бренду роботодавця, створення ефективної комунікації з кандидатами. Проте їх використання буде результативним лише за умови системного підходу, що охоплює поєднання брендингу, таргетингу, аналітики та персоналізації комунікацій. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Кравчук О. І., Варіс І. О., Заривних К. В. Цифрові технології менеджменту персоналу: тенденції та виклики в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-73>

2. Данилевич Н., Рудакова С., Щетініна Л. Діджиталізація HR процесів в умовах цифрової економіки. *V Міжнародна науково-практична конференція «Прикладні системи та технології в інформаційному суспільстві»*. 2021. С. 69–75.
3. Скібська К. Використання інструментів штучного інтелекту в рекрутингу. *Галицький економічний вісник*. 2023. Т. 83. № 4. С. 114–121. DOI: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu\\_2023.04.114](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu_2023.04.114)
4. Василик А. В., Іщенко О. В. Використання соціальних мереж у сучасному рекрутингу України. *Економічний простір*. 2018. № 131. С. 53–63. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/205/197>
5. Thakur A., Hinge P., Adhegaonkar V. Use of Artificial Intelligence (AI) in Recruitment and Selection. *Proceedings of the International Conference on Applications of Machine Intelligence and Data Analytics*. 2023. P. 632–640. DOI: [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-136-4\\_54](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-136-4_54)

6. Wolford M. The AI Recruiter: Revolutionising Hiring with Advanced GPT-Powered Prompts. Amazon Digital Services, 2023. 390 p.
7. Ходиряєва О. О. Напрямки вдосконалення ефективності процесу рекрутингу з використанням цифрових технологій для українського IT-бізнесу в умовах воєнного стану. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Серія «Економічні науки»*. 2023. № 2. С. 63–66.  
DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.2.63>
8. Ведерніков М. Д., Волянська-Савчук Л. В., Чернушкіна О. О. та ін. Трансформація управління рекрутинговими проєктами на основі гнучких і технологічно інноваційних підходів HR-фахівців. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2025. No. 4. P. 224–237.  
DOI: <http://doi.org/10.32750/2025-0419>
9. Драган О. І., Пилипенко М. Л. Роль штучного інтелекту для зміцнення бренду роботодавця компанії. *Розвиток міста*. 2024. Вип. 3. С. 23–29.  
DOI: <https://doi.org/10.32782/city-development.2024.3-4>
10. Черненко Н. І. Штучний інтелект в управлінні персоналом. *Таврійський науковий вісник. Серія «Економіка»*. 2022. Вип. 12. С. 76–83.  
DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.12.11>
11. Хитра О. В., Чаплій А. В. Особливості застосування рекрутингу в системі управління персоналом підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 4. С. 230–238.  
DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-4-38>

## REFERENCES

- Chernenko N. I. (2022). Shtuchnyi intelekt v upravlinni personalom [Artificial intelligence in personnel management]. *Tavriiskiyi naukovyi visnyk. Seriya «Ekononika»*, 12, 76–83.  
<https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.12.11>
- Danylevych N., Rudakova S. & Shchetinina L. (2021). Didzhytalizatsiia HR protsesiv v umovakh tsyfrovoy ekonomiky [Digitalization of HR processes in the conditions of the digital economy]. *V Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Prykladni systemy ta tekhnologii v informatsiinomu suspilstvi»* [V International Scientific and Practical Conference "Applied Systems and Technologies in the Information Society"] (p. 69–75).
- Drahan O. I. & Pylypenko M. L. (2024). Rol shtuchnoho intelektu dlia zmitsnennia brendu robotodavtsia kompanii [The role of artificial intelligence for strengthening the company's employer brand]. *Rozvytok mista*, 3, 23–29.  
<https://doi.org/10.32782/city-development.2024.3-4>
- Khodyriaeva O. O. (2023). Napriamky vdoskonalennia efektyvnosti protsesu rekrutynhu z vykorystanniam

- tsyfrovoykh tekhnolohii dlia ukrainskoho IT-biznesu v umovakh voiennoho stanu [Directions for improving the efficiency of the recruitment process using digital technologies for Ukrainian IT business under martial law]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiyi politekhnichnyi instytut»*. Seriya «Ekononichni nauky», 2, 63–66.  
<https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.2.63>
- Khytra O. V. & Chaplii A. V. (2019). Osoblyvosti zastosuvannia rekrutynhu v systemi upravlinnia personalom pidpriemstva [Features of recruiting application in the personnel management system of the enterprise]. *Pryazovskiyi ekonomichnyi visnyk*, 4, 230–238.  
<https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-4-38>
- Kravchuk O. I., Varis I. O. & Zaryvnykh K. V. (2021). Tsyfrovii tekhnolohii menedzhmentu personalu: tendentsii ta vyklyky v umovakh pandemii COVID-19 [Digital technologies of personnel management: trends and challenges in the context of the COVID-19 pandemic]. *Ekononika ta suspilstvo*, 26.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-73>
- Skibska K. (2023). Vykorystannia instrumentiv shtuchnoho intelektu v rekrutynhu [Use of artificial intelligence tools in recruiting]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, 4(83), 114–121.  
[https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2023.04.114](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04.114)
- Thakur A., Hinge P. & Adhegaonkar V. (2023). Use of Artificial Intelligence (AI) in Recruitment and Selection. *Proceedings of the International Conference on Applications of Machine Intelligence and Data Analytics* (p. 632–640).  
[https://doi.org/10.2991/978-94-6463-136-4\\_54](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-136-4_54)
- Vasylyk A. V. & Ishchenko O. V. (2018). Vykorystannia sotsialnykh merezh u suchasnomu rekrutynhu Ukrainy [Use of social networks in modern recruiting in Ukraine]. *Ekononichnyi prostir*, 131, 53–63. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/205/197>
- Vedernikov M. D., Volianska-Savchuk L. V. & Chernushkina O. O. (2025). Transformatsiia upravlinnia rekrutynhovymy proiektamy na osnovi hnuchkykh i tekhnolohichno innovatsiinykh pidkhodiv HR-fakhivtsiv [Transformation of recruitment project management based on agile and technologically innovative approaches of HR specialists]. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*, 4, 224–237.  
<https://doi.org/10.32750/2025-0419>
- Wolford M. (2023). *The AI Recruiter: Revolutionising Hiring with Advanced GPT-Powered Prompts*. Amazon Digital Services.

Стаття надійшла до редакції / Received: 16.01.2026  
Статтю прийнято до публікації / Accepted: 30.01.2026  
Оприлюднено / Published: 31.03.2026