

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

Кафедра українознавства, культури та документознавства

Кваліфікаційна бакалаврська робота

РЕКРУТИНГОВІ ПЛАТФОРМИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК  
ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ПОШУКУ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ФОП  
В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ  
(НА ПРИКЛАДІ ФОП «КУЛІНІЧ С. В.»)

Студентки 4 курсу групи 401-ГД  
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

\_\_\_\_\_

Мусієнко Анастасії Віталіївни

Науковий керівник  
доктор філософських наук \_\_\_\_\_

Савонова Ганна Іванівна

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

Передерій Ірина Григорівна

Полтава 2025

Деканові факультету філології,  
психології та педагогіки  
Національного університету  
«Полтавська політехніка  
імені Юрія Кондратюка  
Анні АГЕЙЧЕВІЙ

студентки групи 401-ГД  
спеціальності 029 «Інформаційна,  
бібліотечна та архівна справа»  
Мусієнко Анастасії Віталіївни

### ЗАЯВА

Прошу затвердити тему кваліфікаційної (бакалаврської) роботи «Рекрутингові платформи та соціальні мережі як ефективні інструменти пошуку персоналу для ФОП в умовах цифровізації (на прикладі ФОП «Кулініч С. В.»)».

Науковим керівником прошу назначити Савонову Ганну Іванівну, доктора філософських наук, доцента кафедри українознавства, культури та документознавства.

\_\_\_\_\_ .2025 \_\_\_\_\_

Завідувач кафедри УКД \_\_\_\_\_

Ірина ПЕРЕДЕРІЙ

Керівник \_\_\_\_\_

Ганна САВОНОВА

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
**Факультет** філології, психології та педагогіки  
**Кафедра** українознавства, культури та документознавства  
**Спеціальність** 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

### **ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри українознавства,  
культури та документознавства

\_\_\_\_\_ Ірина ПЕРЕДЕРІЙ

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

## **ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (БАКАЛАВРСЬКУ) РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Мусієнко Анастасії Віталіївні

1. Тема роботи: Рекрутингові платформи та соціальні мережі як ефективні інструменти пошуку персоналу для ФОП в умовах цифровізації (на прикладі ФОП «Кулініч С. В.»).

Керівник роботи: доктор філософських наук, доцент кафедри українознавства, культури та документознавства Савонова Ганна Іванівна.

2. Термін подання роботи \_\_\_\_\_ .2025.

3. Мета та завдання бакалаврської роботи: проаналізувати можливості професійних платформ і соціальних мереж як інструментів пошуку персоналу та запропонувати шляхи вдосконалення рекрутингової діяльності ФОП «Кулініч С. В.». Схарактеризувати сучасні тенденції розвитку рекрутингу в умовах цифрової трансформації. Дослідити функціональні можливості професійних платформ та соціальних мереж у процесі пошуку персоналу. Проаналізувати кадрову політику та оцінити стан рекрутингової діяльності ФОП «Кулініч С. В.». Надати практичні рекомендації щодо модернізації рекрутингу ФОП шляхом впровадження цифрових технологій.

Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ .2025

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Теоретична частина	25.03.25 – 24.04.24	40 %
2	Аналітична частина	28.04.25 – 28.05.25	60 %
3	Виготовлення ілюстративного матеріалу та підготовка до захисту	02.06.25 – 16.06.25	100%
4	Захист роботи	24.06.25 – 26.06.25	

Студентка

\_\_\_\_\_

Анастасія МУСІЄНКО

Керівник роботи

\_\_\_\_\_

Ганна САВОНОВА

## АНОТАЦІЯ

**Мусієнко Анастасія Віталіївна. Рекрутингові платформи та соціальні мережі як ефективні інструменти пошуку персоналу для ФОП в умовах цифровізації (на прикладі ФОП «Кулініч С.В.»).** Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», спеціалізація «Документознавство та інформаційна діяльність». Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтава, 2025.

У кваліфікаційній роботі проаналізовано існуючі підходи до тлумачення поняття «рекрутинг персоналу» як елемента інфраструктури ринку праці, інструмента кадрового консалтингу, процесу створення технології залучення і первинного підбору персоналу. Розглянуто сучасні концепції рекрутингу, охарактеризовано еволюцію підходів до управління персоналом у цифровому середовищі, а також виокремлено функціональні можливості онлайн-платформ Work.ua, Rabota.ua, Jooble, LinkedIn та соціальних мереж Facebook, Instagram, Twitter у процесі добору кадрів.

У роботі схарактеризовано специфіку діяльності та напрями автоматизації рекрутингової діяльності фізичної особи-підприємця «Кулініч». Запропоновано практичні рекомендації щодо модернізації рекрутингу підприємства, які передбачають активне використання цифрових каналів комунікації, автоматизацію рутинних процедур та підвищення цифрової компетентності кадрового персоналу.

**Ключові слова:** підбір персоналу, цифрові технології, рекрутинг, соціальні мережі, професійні платформи

55 с., 24 рис., 6 табл., 53 джерела

## ABSTRACT

**Anastasiia Musiienko. Recruitment platforms and social networks as effective tools for finding staff for Sole Proprietors in the context of digitalization (on example of LLC «Kulinich S.V.»).** Speciality 029 «Information, Library and Archives», specialisation «Documentation and Information Activity». National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Poltava, 2025.

The qualification thesis analyzes existing approaches to the interpretation of the concept of «personnel recruitment» as an element of labor market infrastructure, a tool of HR consulting, and a process for developing technologies for attracting and initially selecting personnel. The study explores contemporary concepts of digital recruitment, outlines the evolution of approaches to human resource management in the digital environment, and highlights the functional capabilities of online platforms such as Work.ua, Rabota.ua, Jooble, and LinkedIn, as well as social networks like Facebook, Instagram, and Twitter in the recruitment process.

The paper characterizes the specifics of the activity and directions of automation of recruitment processes at the individual entrepreneur «Kulinich». Practical recommendations are proposed for modernizing the company's recruitment system, which include the active use of digital communication channels, automation of routine procedures, and enhancement of HR staff's digital competencies.

**Keywords:** personnel selection, digital technologies, recruitment, social networks, professional platforms

55 pp., 24 pics, 6 tab., 53 sources

## ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ .....	8
ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОГО РЕКРУТИНГУ ...	12
1.1. Сучасні тенденції та цифровізація у сфері рекрутингу .....	12
1.2. Рекрутингові платформи та соціальні мережі як інноваційні інструменти пошуку персоналу .....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРУТИНГОВИХ ПЛАТФОРМ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОП «КУЛІНІЧ С.В.» .....	35
2.1. Аналіз кадрової політики та потреб у персоналі ФОП «Кулініч»	35
2.2. Прикладні аспекти модернізації рекрутингу ФОП шляхом впровадження цифрових технологій .....	45
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	58

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЕДО	-	електронний документообіг
ФОП	-	фізична особа-підприємець
AI		artificial intelligence (штучний інтелект)
HR	-	human resources (людські ресурси)
HRM	-	human resources management (управління персоналом)

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** обумовлена стрімким впровадженням цифрових технологій у сферу управління персоналом, що зумовлює трансформацію традиційних підходів до рекрутингу. Зростання конкуренції на ринку праці, розширення дистанційних форматів зайнятості та активне використання інтернет-ресурсів спричиняють потребу у впровадженні інноваційних інструментів добору кадрів, зокрема професійних платформ і соціальних мереж.

Цифровізація та віртуалізації рекрутингу відкриває нові можливості для оперативного пошуку кандидатів, автоматизації процесів відбору, зменшення витрат і формування кадрового резерву. Питання розроблення алгоритмів добору персоналу в онлайн-середовищі, а також впровадження сучасних методик оцінювання ефективності рекрутингової діяльності фізичної особи-підприємця вивчені частково, що зумовлює необхідність подальшого дослідження.

**Стан розробки проблеми.** Сучасні технології управління персоналом розглянули у своїх працях Т. Балановська, М. Михайліченко, А. Троян, Г. Бей, Г. Середа, В. Голянич, І. Дашко, А. Денисов, Д. Кадраш, В. Жуковська, С. Зінькова, Т. Кушнір, І. Ілляш, Г. Баб'як, О. Кравчук, І. Варіс, А. Демешко,

Рекрутингу як інноваційному засобу управління і формування персоналу приділяли увагу вчені Н. Базалійська, О. Кошонько, О. Безпалько, Д. Панасюк, Д. Вісіцька, Т. Вонберг, А. Головка, В. Герасимова, В. Чирва, В. Калуненко, С. Бондаренко, О. Кучма, І. Поліщук, Н. Привалова, О. Хитра, А. Чаплій, С. Цимбалюк

На особливостях використання соціальних мереж у рекрутингу зосереджували свою увагу Н. Білан, А. Василик, О. Іщенко, Ю. Колбаско, І. Серняк, Я. Сиволобова, О. Ярмолюк, Ю. Фісун, А. Шаповалова. Деякі автори, зокрема О. Грідін, Б. Дерван, Г. Лопушняк, А. Оніщук, М. Шкода,

К. Скібська, В. Коновалова, А. Чумаченко, досліджували ринок рекрутингових послуг в Україні.

**Об'єктом дослідження** – рекрутингу персоналу в умовах цифровізації.

**Предмет дослідження** – рекрутингові платформи і соціальні мережі як інструменти підбору персоналу для фізичної особи-підприємця.

**Мета кваліфікаційної роботи:** проаналізувати можливості професійних платформ і соціальних мереж як інструментів пошуку персоналу та запропонувати шляхи вдосконалення рекрутингової діяльності ФОП «Кулініч».

Окреслена мета передбачає розв'язання таких **дослідницьких завдань:**

1. Схарактеризувати сучасні тенденції розвитку рекрутингу в умовах цифрової трансформації.

2. Дослідити функціональні можливості професійних платформ та соціальних мереж у процесі пошуку персоналу.

3. Проаналізувати кадрову політику та оцінити стан рекрутингової діяльності ФОП «Кулініч С.В.».

4. Надати практичні рекомендації щодо модернізації рекрутингу ФОП шляхом впровадження цифрових технологій.

**Методи дослідження.** Визначені в роботі завдання, специфіка об'єкта й предмета дослідження зумовили застосування методів *аналізу та синтезу* для дослідження основних складників рекрутингу в умовах цифровізації; *компаративного методу*, який дозволив порівняти функціональні характеристики рекрутингових платформ і соціальних мереж; *систематизації*, що уможливив визначення результатів упровадження цифрових технологій у кадрову роботу фізичної особи-підприємця; *контент-аналізу*, який став основним інструментом для вивчення інформаційного наповнення цифрових ресурсів, методів комунікації з кандидатами, характеру представлених вакансій, рівня інтерактивності й доступності сервісів; *спостереження*, який використано під час вивчення практики добору персоналу у ФОП «Кулініч»; *методу узагальнення*, що

забезпечив формулювання висновків та обґрунтування практичних рекомендацій щодо модернізації рекрутингу фізичної особи-підприємця.

**Наукова новизна кваліфікаційної роботи** полягає у тому, що в ній досліджено способи використання рекрутингових платформ та соціальних мереж для підбору персоналу з урахуванням специфіки організації управління кадрами фізичної особи-підприємця.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у можливості подальшого використання рекрутингових платформ та соціальних мереж працівниками відділу кадрів ФОП «Кулініч».

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення роботи було репрезентовано на 77-ій науковій конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Результати дослідження висвітлено в тезах доповіді «Модернізація та цифрові тенденції в галузі рекрутингу», надрукованих у збірнику матеріалів конференцій [29].

**Структура роботи.** Кваліфікаційна бакалаврська робота складається з переліку умовних скорочень, вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел з 53 позицій.

Загальний обсяг роботи – 55 сторінок.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОГО РЕКРУТИНГУ

### 1.1. Сучасні тенденції та цифровізація у сфері рекрутингу

Діяльність будь-якої організації неминуче передбачає формування та укомплектування кадрового складу. Сучасна концепція рекрутингу на підприємстві має бути орієнтована на своєчасне забезпечення організації висококваліфікованими працівниками. Процес залучення нових співробітників спрямований не лише на підтримку нормального режиму функціонування, але й формує основу для майбутніх досягнень та сталого розвитку організації.

Насамперед слід визначитися з поняттям «рекрутинг». Сучасні дослідники, зокрема Б. Дереван та Г. Лопушняк, стверджують, що «рекрутинг – це цілеспрямований процес виявлення, залучення, оцінювання та добору кандидатів для заповнення вакантних посад в організації з метою формування ефективного та конкурентоспроможного персоналу» [16, с. 107]. Рекрутинг є перманентним, методично обґрунтованим, багатоетапним та багатограним процесом реалізації етапів, які, загалом, спрямовані на наймання, відбирання, оцінку, розподіл та адаптацію кадрів.

На думку Н. Привалової рекрутинговий процес – це сукупність методів пошуку, підбору та відбору персоналу для потреб підприємства, який підходить за рівнем досвіду, спеціалізації та іншим критеріям [33, с. 101].

Для більш детального розуміння рекрутингу як процесу, розділимо його на такі складові етапи:

1. Планування відкриття вакантних посад.
2. Пошук кандидатів.
3. Первинний відбір і оцінка ділових якостей кандидатів.
4. Наймання кандидатів на вакантні посади.

Початковий етап рекрутингу включає аналіз вакансії з урахуванням функціональних обов'язків, вимог до кваліфікації та умов праці. На цьому етапі визначаються критерії добору, формуються вимоги до кандидатів і

обираються канали пошуку. Також передбачено встановлення первинного контакту з претендентами та отримання базової інформації для попередньої оцінки. На етапі пошуку кандидатів здійснюють комплексне оцінювання професійних та особистісних характеристик кандидатів з метою виявлення найбільш відповідного претендента. Первинний відбір і оцінка ділових якостей кандидатів ґрунтується на зіставленні профілю здобувача з вимогами посади та ціннісними орієнтирами організації. На завершальному етапі ухвалюють остаточне рішення, узгоджують умови працевлаштування, формують job offer (офіційну пропозицію), підписують трудовий договір та здійснюють підготовлення працівника до входження в нову посаду.

Схематично зазначені етапи відображено на рис. 1.1.



Рисунок 1.1 – Основні етапи рекрутингового процесу

Розроблено автором за матеріалами [43, с. 231]

На думку сучасних науковців і практиків, таких як: О. Кучми, І. Поліщук, людський капітал виступає рушійною силою будь-якого підприємства, тому помилки, допущені під час підбору персоналу, мають значні негативні наслідки. Відповідно, залучення персоналу є ключовим елементом системи управління людськими ресурсами організації [26, с. 42].

Вітчизняні дослідники виокремлюють два основні підходи щодо залучення персоналу, а саме: зовнішнє і внутрішнє залучення. Єдиного та однозначного уявлення про етапи залучення персоналу нині не сформовано. Розглянемо концептуальну модель залучення персоналу (рис. 1.2), розроблену на основі аналізу різних поглядів про розуміння етапів підбору персоналу.

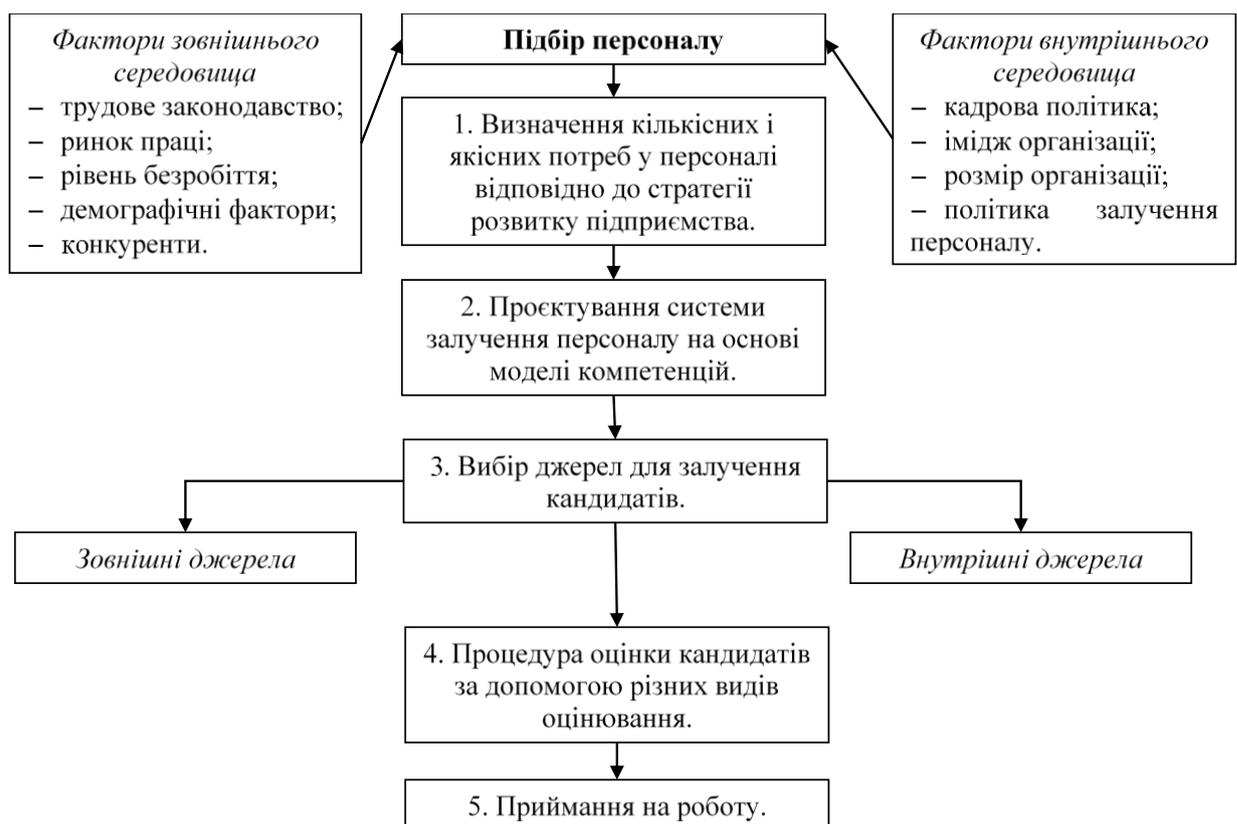


Рисунок 1.2 – Модель процесу підбору персоналу

Розроблено автором за матеріалами [26, с. 42]

Як свідчить аналіз наукової літератури, термін «рекрутинг» використовують у широкому та вузькому значеннях. У широкому значенні

рекрутинг трактують як професійну діяльність спеціалізованих агентств, яка спрямована на пошук і підбір персоналу із заданими кваліфікаційними та якісними характеристиками відповідно до запиту організації-замовника.

Зазначений тип рекрутингу визначають як зовнішній, його застосовують у таких випадках:

1. Підбір вузькопрофільного спеціаліста, адже рекрутингові агентства володіють великими базами даних кандидатів із різних галузей для оперативного пошуку спеціалістів із необхідними кваліфікаційними характеристиками. Також агентства можуть залучати до співпраці вже працевлаштованих фахівців шляхом переманювання їх з інших організацій.

2. При масовому підборі персоналу. В організаціях нерідко виникає ситуація, коли необхідно за короткий термін залучити велику кількість працівників, переважно на посади лінійного характеру. У таких випадках штатні фахівці з управління персоналом можуть не мати достатньо ресурсів та часу для забезпечення відповідного обсягу рекрутингових заходів, тому доцільним стає звернення до зовнішніх рекрутингових агентств.

3. Закриття вакансії у короткі терміни. У штаті рекрутингових агенцій працюють висококваліфіковані фахівці, які можуть знайти у потрібні терміни необхідного спеціаліста [19, с. 115].

У вузькому сенсові рекрутинг означає один з видів діяльності служби управління персоналом. Для цього у складі HR-служби створюють групу внутрішніх рекрутерів, яка займається пошуком кандидатів на вакантні місця як всередині організації, так і на ринку праці.

Зазначений бізнес-процес належить до сфери відповідальності підрозділів з управління персоналом. Паралельно з цим функції рекрутингу виконують і спеціалізовані кадрові агентства, які здійснюють пошук кандидатів на замовлення підприємств-клієнтів. Загальні принципи реалізації рекрутингових процесів представлені у табл. 1.1.

## Загальні принципи рекрутингу

Принцип	Зміст принципу
Комплектність	Всебічне оцінювання кандидата як особистості, співробітника, спеціаліста.
Об'єктивність	Незалежне оцінювання якостей одного й того ж кандидата на різних етапах окремими учасниками рекрутингу або інструментами підбору.
Безперервність	Формування кадрового резерву та постійне оновлення бази фахівців та керівників.
Науковість	Використання в процесі підготовки та наймання передових наукових досягнень та інноваційних технологій.

Розроблено автором за матеріалами [19, с. 116]

З метою підвищення результативності рекрутингової діяльності доцільним є впровадження низки стратегічних заходів. Зокрема, ефективними є: моніторинг та аналіз рекрутингових практик конкурентних організацій; систематичне вивчення ринку праці з метою прогнозування можливостей найму; ідентифікація потенційних джерел залучення висококваліфікованих фахівців; оптимізація процедур оцінювання кандидатів шляхом застосування онлайн-інструментів перевірки професійних знань і навичок для забезпечення об'єктивного добору та зниження витрат. Також важливо приймати рішення про наймання на основі комплексного аналізу професійних досягнень здобувача та забезпечувати індивідуалізацію підходів до рекрутингу.

Слід підкреслити, що рекрутинг є перспективним напрямом в управлінні персоналом і може бути ефективним при дотриманні таких умов:

- 1) об'єктивності та прозорості процедури підбору кадрів;
- 2) наявності надійних інструментів оцінки професійних знань, умінь та навичок особистісних ресурсів, потенціалу кандидата;
- 3) навчанні та розвитку експертної команди у сфері рекрутингових технологій;
- 4) побудови науково-методичної основи організації рекрутингу;

5) чіткого співвідношення необхідних характеристик портрета кандидата з посадою, обов'язками та функціями, які необхідно виконувати новому співробітнику;

6) можливості адаптації персоналу;

7) програми розвитку кадрового потенціалу організації.

Варто також зазначити, що у процесі реалізації різних видів рекрутингу використовують спеціальні методи, характеристика яких представлена на рис. 1.3.

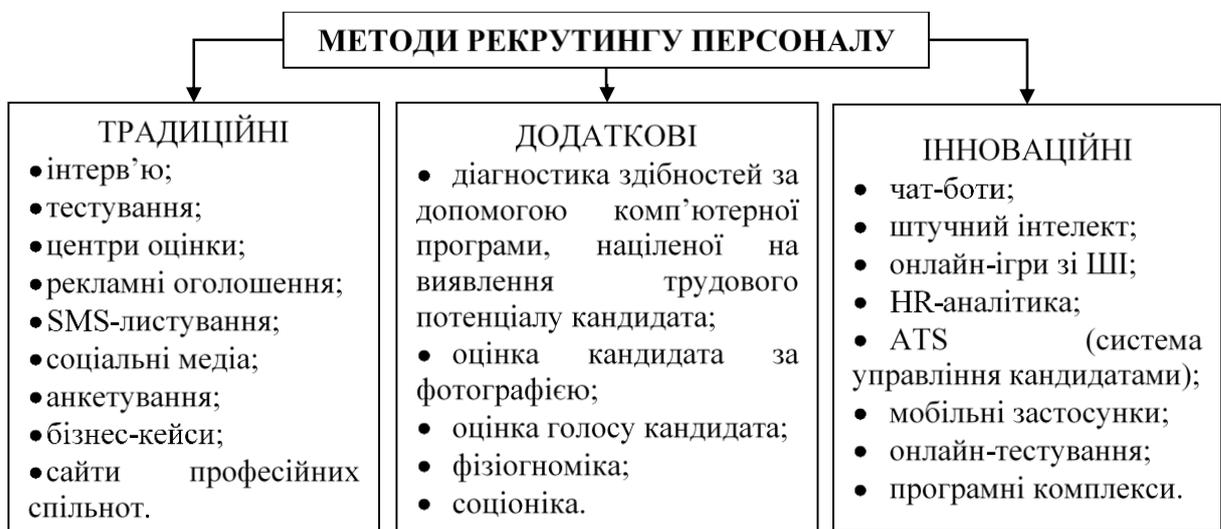


Рисунок 1.3 – Методи рекрутингу персоналу

Розроблено автором за матеріалами [16, с. 107]

Удосконалення та модифікація системи підбору та відбору персоналу тісно взаємопов'язана з постійним розвитком нових цифрових технологій та додатків. Так, вчені диференціюють розвиток системи рекрутингу на кілька етапів, названих відповідними версіями: 1.0, 2.0, 3.0 [9, с. 315].

Порівняльний аналіз версій рекрутингу представлений у табл. 1.2.

## Етапи розвитку системи рекрутингу

Рекрутинг	Версія 1.0	Версія 2.0	Версія 3.0
Вид технологій	Промислові.	Інформаційні.	Цифрові.
Способи	Телефон, друкована реклама, анкети, картотека.	Комп'ютер, електронне резюме, інтернет, бази даних.	Автоматизація процесів, профілі в соцмережах, відеоінтерв'ю, чат-боти.
Інструменти	Друковані ЗМІ.	Кар'єрні портали, сайти, рекомендації.	Соціальні та професійні мережі, кадровий резерв.
Шукачі	Активні.	Пасивні.	Талановиті.
Пул кандидатів	Локальний.	У межах країни.	Глобальний.
Сфери	Кадри.	Менеджмент.	Управління талантами.

Розроблено автором за матеріалами [9, с. 315]

Відомо, що рекрутинг версії 1.0 відбиває класичну систему підбору та відбору кандидатів на традиційному ринку праці. Основними методами залучення персоналу є розміщення реклами. Роботу зі шукачами ведуть шляхом телефонних переговорів, заповнення та оцінки анкет, проведення очних співбесід, заповнення журналів з особистими даними претендентів. Процес є більше важливою частиною, ніж результат.

Важливо зазначити і те, що рекрутинг версії 2.0 є більше розширеним типом версії 1.0, тому що вперше з'являються принципи автоматизації процесу підбору та відбору персоналу, з'являються інтернет-ресурси, електронні інструменти, оцінки претендентів та резюме. Рекрутери зосереджуються як на активних кандидатах, так і на пасивних.

Безумовно, рекрутинг версії 3.0 є вільною структурою, яка включає не тільки стандартні технології пошуку, підбору та відбору персоналу, а й формування бренду компанії. Завданням такого рекрутингу є пошук талановитих та унікальних співробітників, з яких виформовують кадровий резерв. Способами роботи рекрутингу версії 3.0 є соціальні мережі та цифрові ATS-платформи для автоматизації процесів [9, с. 316].

Поступове впровадження у бізнес-процеси передових методів та підходів управління людськими ресурсами піддається цифровій трансформації. Цифрову трансформацію розглядають як процес інтеграції цифрових технологій у всі бізнес-процеси організації, який передбачає суттєві зміни у системі управління персоналом та має відповідну структуру, яка складається з визначених підсистем (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

## Структурні елементи системи управління персоналом

Структурний елемент	Функції
Підсистема прогнозування, планування і маркетингу персоналу	– аналіз ринку праці; – планування і прогнозування потреб у різноманітних категоріях персоналу; – аналіз кадрового потенціалу;
Підсистема підбору й оцінки персоналу	– підбір і оцінка персоналу на вакантні посади (рекрутинг); – планування і прогнозування потреби в різних категоріях персоналу; – аналіз кадрового потенціалу;
Підсистема мотивації персоналу	– розроблення системи матеріальної і нематеріальної мотивації персоналу;
Підсистема навчання, перепідготовки і підвищення кваліфікації персоналу	– навчання, перепідготовка і підвищення кваліфікації персоналу; – робота з кадровим резервом;
Підсистема соціально-трудових відносин	– соціально-психологічна адаптації нових працівників; – регулювання взаємовідносин у колективі;
Підсистема умов праці	– забезпечення вимог охорони праці й техніки безпеки; – забезпечення вимог щодо естетики праці;
Підсистема юридичних взаємовідносин з персоналом	– забезпечення відповідності організаційно-розпорядчих документів з управління праці чинному законодавству; – вирішення трудових спорів;
Підсистема розроблення організаційної структури управління персоналом	– аналіз організаційної структури управління персоналом і розроблення рекомендацій щодо удосконалення її.

Розроблено автором за матеріалами [2, с. 49]

Необхідно знати, що на етапі переходу до цифрової економіки у традиційну модель управління вводять технології ІІІ, HR- та прогнозної

аналітики, інструменти роботи з великими масивами даних, машинне навчання; роботизують та автоматизують процеси управління персоналом, що, своєю чергою, вимагає від фахівців освоєння нових ключових навичок.

Насамперед слід розуміти, що в рекрутингу існує ряд рутинних процесів, автоматизація яких приносить суттєві економічні вигоди. Розглянемо більш детально основні операції підбору, які підлягають частковій або повній автоматизації:

1. Перенесення резюме з пошти / спеціалізованих сайтів / соціальних мереж у свою базу. Використання онлайн-сервісів полегшує роботу спеціаліста та забезпечує імпорт резюме з різних джерел у єдину базу, унеможливаючи створення дублікатів. Інформація щодо кандидатів сортується за ключовими критеріями, а саме: освіта, досвід роботи, ключові навички тощо.

2. Пошук кандидата з бази. Швидкий пошук резюме відповідно до заданих параметрів і гнучка система фільтрів.

3. Запрошення на співбесіду. При масовому підборі значно скоротити час рекрутера дозволяє використання шаблону, в який вводиться ключова інформація: ім'я кандидата, дата та місце зустрічі. Система вже сама доповнює лист і відправляє його претенденту на адресу, знайдену за базою.

4. Формування календаря подій. Вся інформація про призначені зустрічі та нагадуваннях автоматично заноситься до календаря. За бажання можна синхронізувати календар зі смартфоном для того, щоб оповіщення про події приходили на телефон або пошту.

5. Отримання зворотного зв'язку щодо кандидатів. Під кожним резюме рекрутери та менеджери можуть залишати коментарі щодо конкретного кандидата. Такий швидкий зворотний зв'язок дозволить уникнути ризику помилок у листах, файлах.

6. Повідомлення про відмову або пропозиція роботи. Для того, щоб HR-бренд компанії на ринку залишався на високому рівні, компаніям слід пропонувати зворотний зв'язок кандидатам навіть у разі відмови..

7. Складання звітів. Для керівництва потрібні звіти про виконану роботу для того, щоб переконатися у результативності роботи HR-відділу. Сервіс для автоматизації рекрутингу допоможе скласти відповідні звіти у вигляді графіків та діаграм.

Як вже було зазначено раніше, управління людськими ресурсами поступово трансформується в нову модель – 3.0, яка забезпечує підвищення ефективності та оперативності процесів найму, утримання і розвитку персоналу. Така модель ґрунтується на інтеграції сучасних цифрових технологій, зокрема мобільних рішень, інструментів пошуку кандидатів через соціальні мережі, аналітики великих даних, хмарних сервісів, а також цифрових форматів психометричних методик для оцінювання персоналу.

Процес підбору та найняття персоналу найсуттєвіше впливає на бізнес-результати компанії. На зміну класичною формі процесу підбору кадрів приходять цифровий рекрутинг (рис. 1.4).

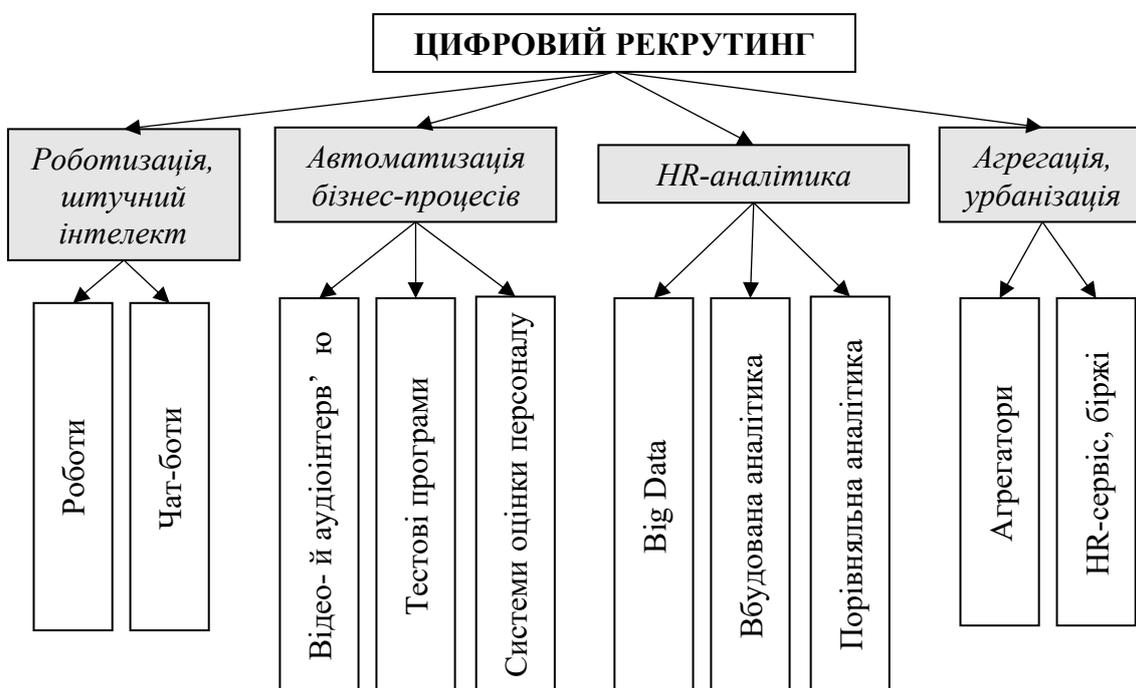


Рисунок 1.4 – Напрями цифрового рекрутингу

Розроблено автором за матеріалами [15, с. 28]

Підкреслимо, що класична реалізація процесу рекрутингу містить велику кількість рутинних операцій та повторюваних завдань, які доцільно автоматизувати, тобто перетворити класичний підбір кадрів у цифрову форму. На рис. 1.5 представлено функціональні можливості використання цифрових технологій у процесі рекрутингу персоналу.

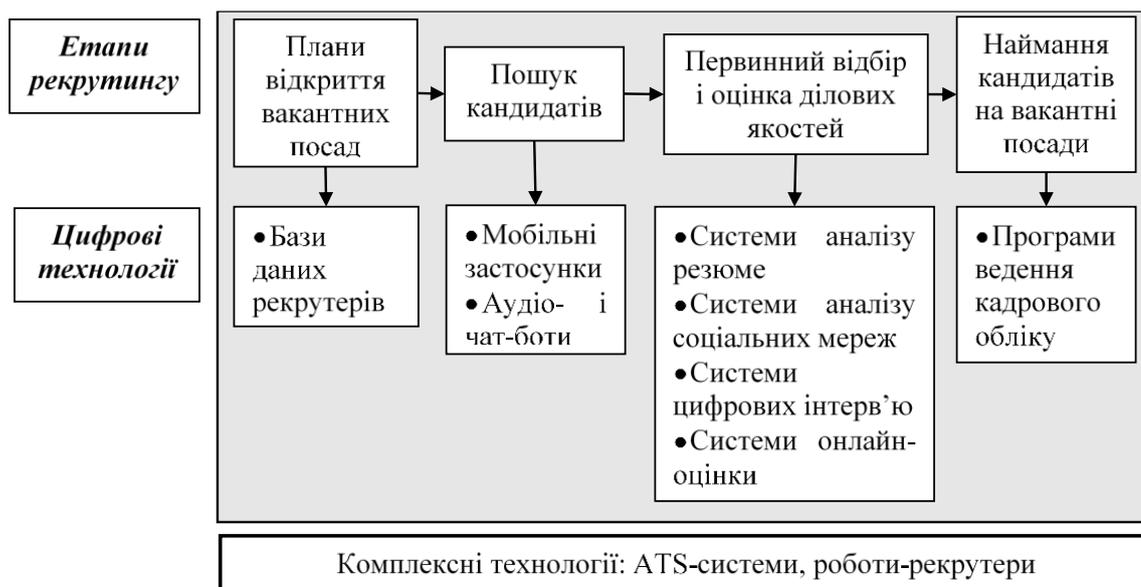


Рисунок 1.5 – Використання цифрових технологій в основних етапах рекрутингу персоналу

Розроблено автором за матеріалами [22, с. 58]

Варто зазначити, що застосування компаніями цифрових технологій дозволяє: зменшити тимчасові та фінансові витрати на рекрутинг; збільшити базу претендентів; зменшити витрати на рекрутерів.

Аналіз ефективності впровадження цифрових технологій у процес управління людськими ресурсами виявив напрями, у яких автоматизація повністю виправдала очікування фахівців. Такими напрямками стали: відправлення повідомлень кандидатам, аналітика з добору кадрів, ранжування резюме та пошук кандидатів.

Відповідно до даних сучасних досліджень, цифровий рекрутинг – це сукупність функцій суб'єктів (HR-спеціаліст, кандидат на посаду) та

об'єктів (HR-портал, інтернет-ресурси, чат-бот) системи підбору персоналу, які дозволяють у короткі терміни, з найменшими зусиллями та витратами закрити вакансію (знаходити робоче місце) [32, с. 55].

Слід підкреслити, що в умовах цифрової трансформації сучасних організацій рекрутинг персоналу зазнав суттєвих змін, які обумовлені застосуванням цифрових інструментів як інноваційного методу підбору персоналу. До основних факторів, які слід враховувати під час розгляду питання, пов'язаного з цифровізацією підбору та відбору персоналу в організації, належать: чисельність персоналу, плинність кадрів, імплементація технологій рекрутингу персоналу, термін закриття вакансій, витрати на придбання та використання цифрових інструментів. При цьому для оцінки ефективності рекрутингу персоналу можуть бути використані такі метрики: якість і вартість наймання, рекрутингові метрики результативності, час заповнення вакансії, показники прийнятих пропозицій тощо.

Отже, рекрутинг – це сукупність дій, спрямованих на пошук та визначення осіб, які за своїми професійними, психологічними, фізіологічними характеристиками відповідають посаді (вимогам замовника). Цифровий рекрутинг, який об'єднує хмарні технології, мобільні програми, соціальні мережі та аналітичні програми, є спеціалізованою платформою для покращення роботи співробітників компаній.

## **1.2. Рекрутингові платформи та соціальні мережі як інноваційні інструменти пошуку персоналу**

Наслідком масового поширення інтернету стали організаційні інновації у кадровій політиці компаній, які дозволили їм значно підвищити продуктивність відповідних підрозділів, скоротивши витрати, пов'язані з розміщенням інформації про вакансії, використання спеціалізованого програмного забезпечення, збором резюме кандидатів, спілкуванням з ними та інтерв'юванням. Підсумком стали розширення кола кандидатів, їх

ефективний первинний відбір (скринінг), зниження адміністративних та оперативних витрат на пошук та наймання персоналу, що означає організаційні інновації. Двома основними напрямками використання інтернету компаніями для рекрутингу, а працівниками – для працевлаштування є: розміщення чи пошук інформації про вакансії та комунікація.

Для розміщення оголошень про вакансії та професійні резюме існує безліч онлайн-сервісів та платформ:

- 1) спеціалізовані сайти, зокрема: Work.ua, Rabota.ua, Jooble;
- 2) корпоративні сайти з оголошеннями про приймання на роботу;
- 3) сайт державної служби зайнятості;
- 4) сайти приватних рекрутингових агенцій;
- 5) сайти ЗМІ з вакансіями;
- 6) реклама в інтернеті;

7) соціальні мережі, як спеціалізовані (LinkedIn), так і загального профілю (Facebook) [35, с. 212].

Передусім зазначимо, що інтернет-технології істотно сприяють оптимізації процесів працевлаштування та підбору персоналу, забезпечують підвищення ефективності відповідності кандидатів наявним вакансіям, а також розширення потенційної бази як шукачів, так і роботодавців. Рекрутингові онлайн-платформи відіграють важливу роль в автоматизації процесу первинного відбору (скринінгу), зокрема через алгоритми фільтрації резюме та вакансій. Такий підхід дозволяє суттєво знизити часові та фінансові витрати як для претендентів, так і для роботодавців.

У комунікаційному аспекті інтернет значно спрощує та здешевлює взаємодію між працівниками, роботодавцями та рекрутинговими посередниками, а також створює гнучке середовище для обміну інформацією та оперативного налагодження контактів.

До сучасних каналів зв'язку у процесі наймання відносять:

- 1) електронну пошту;

- 2) відеозв'язок для проведення співбесід;
- 3) сервіси обміну миттєвими повідомленнями (месенджери) для оперативного спілкування здобувача з роботодавцем чи рекрутером;
- 4) сайти зі спеціалізованими формами подання резюме;
- 5) електронні портфоліо.

Загалом для підбору та відбору персоналу використовують такі мобільні додатки:

1. ResumeMatchin – застосунок, який уможлиблює знаходження у базах резюме найбільше релевантних кандидатів.

2. Job Standardization – інструментальна програма, що забезпечує оцінку відповідності заявленої вакансії ключовим характеристикам посади, зокрема посадовим обов'язкам, рівню оплати праці та установленим правилам найму.

3. Employee Flight Risk Prediction – сучасне програмне забезпечення, яке призначене для прогнозування ймовірності звільнення ключових співробітників. Його функціональні модулі дозволяють автоматизувати процеси, пов'язані з оцінюванням ризиків, а саме: клонування процедур оцінки, інформування залучених учасників, автоматизоване заповнення форм для оцінювання, оброблення отриманих результатів та створення аналітичних звітів для прийняття управлінських рішень.

Зауважимо, що саме рекрутингові платформи відіграють ключову роль у сучасному HR-менеджменті, однак їх ефективність залежить від стратегічного підходу до використання. Наприклад, для масового рекрутингу (лінійний персонал, адміністратори, продавці тощо) найкраще підходять платформи Work.ua та Rabota.ua. Пошук вузькопрофільного та управлінського персоналу, зокрема у сфері інформаційних технологій та інших креативних галузях, забезпечують потужності платформи LinkedIn. LinkedIn також забезпечує найвищий рівень формування іміджу роботодавця і можливість довгострокової побудови відносин із фахівцями. Необхідно врахувати, що Jooble є доцільним доповненням до стратегії

пошуку, яка дозволяє швидко розповсюдити вакансію багатьма каналами, однак не виконує функцій повноцінної рекрутингової системи [3].

Порівняльний аналіз популярних рекрутингових платформ подано в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Порівняльна таблиця ефективності рекрутингових платформ

Платформа	Тип охоплення	Платформа	Аудиторія	Переваги	Обмеження
Work.ua	Україна.	Сайт з пошуку роботи.	Масова, локальна.	Простота, велика база резюме.	Обмежена фахова сегментація.
Rabota.ua	Україна.	Ресурс з розміщення вакансій.	Масова, локальна.	Аналітика, фільтри, UX.	Конкуренція з Work.ua.
Jooble	Світ.	Агрегатор.	Глобальна.	Швидкий доступ до вакансій.	Низька взаємодія рекрутера з кандидатом.
LinkedIn	Світ.	Соціальна мережа, CRM-система.	Професійна.	Потенціал для бренду, якісний пошук.	Ціна, обмежений функціонал в Україні.

Розроблено автором за матеріалами [3]

Результати порівняльного аналізу свідчать про те, що ефективність рекрутингових платформ залежить від таких чинників: типу вакансій, професійної сфери, цільової аудиторії, бюджету на підбір персоналу та рівня взаємодії з кандидатами.

Ефективне використання платформ вимагає не лише технічного володіння інструментами, а й розуміння цільової аудиторії, гнучкого планування та постійної аналітики результатів, а це, своєю чергою, робить рекрутинг не просто адміністративною процедурою, а стратегічною функцією розвитку організації.

До того ж упровадження технології онлайн-рекрутингу в систему управління персоналом є ефективним інструментом у пошуку та залученні співробітників. Онлайн-платформи для пошуку роботи пропонують

широкий вибір вакансій, зручність, а також здатність фільтрації та пошуку за критеріями кандидата. Крім того, вони дозволяють претендентам розповісти про себе та поспілкуватися з роботодавцями. Упровадження онлайн-рекрутингу може допомогти компанії залучити кандидатів із потрібними їм навичками та досвідом роботи, а також дозволить прискорити процес підбору персоналу.

Як було зазначено раніше, онлайн-рекрутинг – метод пошуку співробітників з використанням інтернет-ресурсів, який застосовують для пошуку та наймання працівників всіх рівнів та у всіх галузях економіки. Завдяки розширеній базі на онлайн-платформах він допомагає компанії заощадити час та ресурси, покращити якість підбору персоналу [19, с. 116]. Онлайн-рекрутинг може виражатися у різних формах (рис. 1.6).



Рисунок 1.6 – Форми онлайн-рекрутингу

Розроблено автором за матеріалами [41, с. 79]

Найпоширенішою формою онлайн-рекрутингу є платформи та сервіси підбору персоналу, які зменшують час на пошук кандидата та збільшують ефективність найму. Корисний формою рекрутингу є тестування співробітників, яка дозволяє швидко та якісно оцінити навички кандидатів. Усі результати обробляються автоматично і не доводиться витратити на підрахунок результатів.

Для залучення співробітників онлайн-рекрутинг є ефективним інструментом. Є певні причини, чому компаніям необхідний онлайн-рекрутинг. Одна з них – це економія часу. Так, наприклад, онлайн-рекрутинг допомагає спростити процес пошуку персоналу внаслідок автоматизації деяких завдань.

Багато рекрутингові платформи містять додаткові функції, які допомагають роботодавцю контролювати розклад співбесід, аналізувати пройдені співробітниками тести тощо. Онлайн-платформи уможливають відстеження успішності та ефективності роботи різних каналів підбору.

Також рекрутинг в інтернеті дає можливість компаніям продемонструвати свої цінності претендентам. За допомогою соціальних мереж та інтернет-сайтів організації можуть розповісти про переваги роботи, корпоративну культуру та атмосферу в команді. Так у майбутніх працівників складається уявлення про компанію, формується спонукання до підтримки чинних норм.

Однак впровадження онлайн-рекрутингу може мати і деякі недоліки. По-перше, пропадає індивідуальний підхід до відбору співробітників. Через відсутність особистого спілкування з кандидатами на етапі перегляду резюме, роботодавець не зможе сформулювати повне уявлення про навички та компетенції. По-друге, через велику конкуренцію серед претендентів, менеджерам з підбору персоналу складніше проводити пошук потенційних працівників. Також HR-менеджери повинні бути готові до того, що доведеться проаналізувати великий масив інформації про кандидатів. По-третє, на онлайн-платформах можуть виникати технічні ускладнення. Через

цю проблему може порушитись процес сортування відгуків, проходження відповідного тестування або зірватися онлайн-співбесіда.

Зауважимо, що впровадження онлайн-рекрутингу з системою управління персоналом є ефективним інструментом для пошуку роботи. Завдяки онлайн-платформам компанії можуть бути більше конкурентоспроможними ринку праці.

Одним з найпопулярніших напрямів підбору персоналу є соціальний рекрутинг. Цей спосіб також називають онлайн-овим або цифровим підбором персоналу, основними методами якого є різні соцмережі, сайти, додатки тощо. Соцмережі стали одним з найбільш активних інструментів закриття вакансій. Фахівці шукають пропозиції, компанії шукають потрібних фахівців, і все це відбувається в інтерактивному просторі соціальних мереж [7, с. 55].

Відповідно до сучасних досліджень соціальний рекрутинг – це пошук персоналу у соціальних мережах. Також соціальний рекрутинг визначають як процес використання платформ соціальних мереж для різних цілей, наприклад, набору персоналу в компанії та різні організації [49, с. 63]. Це постійний процес, який включає пошук відповідного кандидата для зазначеного профілю та зведення даного кандидата із зацікавленою компанією.

Серед основних переваг рекрутингу у соціальних мережах можна визначити:

- велика аудиторія потенційних кандидатів;
- інформативність, наявність особистої інформації про кандидата та можливість знайти професіоналів;
- простота комунікацій (легкий та швидкий спосіб зв'язатися із кандидатом);
- мобільність доступу до мереж;

- спрощений спосіб розміщення вакансії (не потрібно проходити етапи реєстрації, можна викласти вакансію з особистої сторінки або створити групу, реалізувати розсилання для цільової аудиторії);

- вибудовування відносин (спілкування у соціальних мережах більше, ніж поштою або формальному варіанту резюме-вакансія);

- створення образу компанії, яка активно впроваджує інформаційні технології;

- розвиток системи віддаленої роботи.

Дуже важливою перевагою будь-якої популярної соціальної мережі, яку вже оцінили багато компанії, – можливість залучати людей та просувати бренд роботодавця шляхом адресного звернення до цільової аудиторії. Шукати та приводити в компанію потрібних людей через мережі простіше, швидше та дешевше. Через соціальні мережі можна реалізувати чотири основні технології сучасного рекрутингу: класичний рекрутинг (recruiting); прямий пошук (executive search); масовий рекрутинг (mass recruiting); персоніфікований рекрутинг висококваліфікованих спеціалістів (headhunting) – переманювання конкретного спеціаліста, який працює на іншу компанію.

Рекрутери також активно використовують відразу кілька відомих мереж (глобальних та місцевих) одночасно: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram. Рекрутинг у соціальних мережах – це не єдиний зі шляхів залучення співробітників. Але це напрямок допомагає підтримувати імідж компанії як привабливого роботодавця [38, с. 110].

Деяких фахівців HR-сфери цікавить не лише добре складене резюме та здібності кандидата до самопрезентації, але які особистісні якості здобувача, його захоплення, інтереси, шкідливі звички. Тому практика вивчення профілю кандидата в соціальних мережах стає все популярнішим.

Соціальні мережі є інструментом, який дозволяє отримати більше особистої інформації про користувача, зокрема ознайомитися з його способом життя, колом спілкування, колом інтересів, а також з його

поглядами та емоційними реакціями у неформальному середовищі. Цей канал комунікації активно використовується фахівцями з підбору персоналу великих компаній з метою виявлення та залучення висококваліфікованих спеціалістів, які не розміщують свої резюме на спеціалізованих платформах для пошуку роботи та вже зайняті в інших організаціях.

Соціальні мережі, як засоби комунікації, виконують безліч функцій (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

### Функції соціальних мереж

Назва	Характеристика
Комунікативна	Спілкування та взаєморозуміння.
Інформаційна або пізнавальна	Новинний та пізнавальний контент, як засіб відображення об'єктивний реальності, що вже складає конкуренцію традиційним ЗМІ.
Інтегративна	Згуртування членів суспільства та соціальних груп у єдине ціле.
Інструментальна	Участь в організації виробництва та управління.
Комерційна	Просування товарів та послуг (таргетована реклама).
Іміджева	Підтримка позитивного іміджу компаній, брендів, а також актуальний сьогодні персональний брендинг.
Рекрутинг	Комунікація між роботодавцем та здобувачем.

Розроблено автором за матеріалами [36, с. 63]

Користувачі соціальних мереж добровільно публікують інформацію про свою освіту, професійний досвід, особисті фотографії та інші дані, які можуть бути цінними для рекрутера. Соціальні мережі створюють можливість перегляду релевантної інформації про потенційного кандидата та встановлення контакту в неформальному контексті. З огляду на ці фактори, дедалі більше користувачів починають розглядати соціальні мережі як додатковий інструмент для пошуку роботи, що сприяє їх реєстрації та активній участі в мережах професійних контактів.

Поки що в Україні профіль у соцмережах в основному використовують для неформального спілкування та розваг, не багато з них спеціалізуються

на пошуку роботи. Але в найближчому майбутньому все може змінитися, і соціальні майданчики можуть витіснити сайти для пошуку роботи, але для цього їм необхідно модифікувати пошук, створювати спеціальні програми.

І останній напрям цифрового підбору персоналу – агрегація даних, яка включає агрегатори, біржі та HR-простір. Наприклад, вже багато компаній повідомляють про наймання співробітників через соціальні мережі, а саме: LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram та Facebook. Рекрутинг у соціальних мережах уможлиблює швидкий пошук релевантних працівників без значних фінансових вкладень.

Соціальні мережі створюють новий простір для взаємодії суб'єктів. Користувачі можуть обмінюватися не тільки текстовими повідомленнями, а також фото-, відео- та аудіофайлами [24, с. 211].

У різних соціальних мережах користувачі демонструють відмінні моделі комунікативної поведінки. Такий стан зумовлено як особливостями цільової аудиторії, так і функціональними можливостями конкретної платформи. Розробники соціальних мереж постійно удосконалюють свої сервіси, впроваджують нові формати взаємодії, адаптують інтерфейс та функціонал відповідно до актуальних потреб користувачів. Вибір та розвиток певних функцій зазвичай зорієнтовано на конкурентну боротьбу за увагу аудиторії, а це передбачає врахування інтересів користувачів. Унаслідок цього соціальні мережі вирізняються значним ступенем функціонального, структурного та комунікативного розмаїття.

Варто зазначити, що користувачі соціальних мереж не лише споживають інформацію, але й активно створюють та поширюють контент, обговорюють його, об'єднуються в спільноти за професійними ознаками чи інтересами. Такий підхід створює потужний комунікативний простір, у якому особи не лише демонструють свою активність, але й опосередковано сигналізують про професійну залученість, лідерські якості або рівень обізнаності у певній сфері. Обираючи конкретну соціальну мережу (наприклад, для написання відгуків, демонстрації портфоліо, участі у

дискусіях або підписки на корпоративні сторінки), користувачі формують власний цифровий слід, який може бути цінним для фахівців з підбору персоналу.

Особливістю такої взаємодії є можливість для стороннього спостерігача, зокрема рекрутера чи HR-фахівця, не лише ознайомитися з опублікованою інформацією, але й взаємодіяти з потенційним кандидатом у неформальному середовищі: реагувати на публікації, коментувати, вступати в діалог або спонукати до взаємодії для більш гнучкого оцінювання не лише професійних, але й комунікативних та поведінкових характеристик кандидатів.

Рекрутингові агентства та HR-відділи активно використовують функціональні можливості соціальних мереж для залучення фахівців, особливо пасивних кандидатів – тих, хто наразі не шукає роботу активно, але відкритий до нових пропозицій.

Кожна соціальна мережа має свої особливості, які варто враховувати під час розроблення рекрутингової стратегії:

1. LinkedIn – найпопулярніша платформа для професійного спілкування, яка уможлиблює не лише пошук та залучення спеціалістів, але й формування репутації компанії як роботодавця. Користувачі цієї платформи зазвичай мають вищу освіту, значний професійний досвід і належать до вікової групи 30–64 років [37, с. 121].

2. Facebook дозволяє створювати кар'єрні сторінки компаній, запускати таргетовані вакансії та залучати аудиторію через неформальний контент. Зазначена платформа особливо ефективна для залучення кандидатів старших вікових груп та для зміцнення бренду роботодавця на рівні спільнот.

3. Twitter забезпечує оперативну взаємодію з аудиторією, реалізує швидке поширення інформації про відкриті вакансії, а також дозволяє реагувати на запити кандидатів та вибудовувати довірливу комунікацію. Аудиторія Twitter, як правило, молода (до 50 років) і висококваліфікована.

4. Instagram ефективно передає візуальний складник корпоративної культури, який сприяє залученню молодшої аудиторії (до 30 років) через привабливі візуальні образи, відео з команди, подій компанії тощо. Відповідний алгоритм сприяє емоційному залученню та формує позитивне враження про роботодавця.

Безумовно різноманіття соціальних платформ дозволяє організаціям адаптувати свої комунікаційні підходи до специфіки цільової аудиторії. Завдяки цьому можливо одночасно залучати фахівців різних професійних рівнів, з варіативними інтересами та мотивацією.

Стратегічне використання соціальних мереж у сфері рекрутингу сприяє розширенню резерву кандидатів, активізації взаємодії з потенційними співробітниками, а також підвищенню ефективності пошуку персоналу. Для досягнення позитивного результату необхідне ретельне планування комунікаційної стратегії з урахуванням особливостей цільової аудиторії, характеру вакансій та загального позиціювання компанії на ринку праці.

Отже, рекрутингові платформи забезпечують оперативний доступ до бази кандидатів, автоматизацію процесу професійного скринінгу та значне зниження витрат часу й ресурсів на пошук персоналу. Їхнє використання сприяє підвищенню ефективності добору, забезпечує гнучку взаємодію між роботодавцями та здобувачами через аналітичні функції. Цифрові платформи також уможливають реалізацію елементів персоналізованого підходу, який зорієнтовано на специфіку вакансій і потреб компаній.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРУТИНГОВИХ ПЛАТФОРМ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОП «КУЛІНІЧ»

### 2.1. Аналіз кадрової політики та потреб у персоналі ФОП «Кулініч»

В умовах сучасних соціально-економічних відносин ключову роль у діяльності фірми відіграє підприємець. Правовий статус підприємця особа набуває після державної реєстрації як фізична особа-підприємець (ФОП).

Суб'єктом нашого дослідження є ФОП «Кулініч С. В.» (далі – ФОП «Кулініч»), який працює у сфері комплексного обслуговування об'єктів та надає послуги з обслуговування, оренди та технічного супроводу об'єктів нерухомості. Підприємство зареєстроване 3 квітня 2017 року у місті Лубни, Полтавської області. Директор та власником підприємства – Кулініч Сергій Васильович [42].

Визначимо основні напрями діяльності фізичної особи-підприємця:

- комплексне обслуговування об'єктів нерухомості, зокрема робота з підтримання технічного стану будівель та споруд, забезпечення комунальних послуг, обслуговування системи з постачання електрики, води та газу, а також надання захисту зазначених об'єктів;

- монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування для забезпечення комфортного мікроклімату в приміщеннях;

- покрівельні роботи, а саме: захист будівель від негативного впливу зовнішніх факторів і технічно-профілактичне обслуговування покрівель;

- надання в оренду й експлуатацію власного нерухомого майна різного призначення (офісів, складських приміщень, комерційної нерухомості), а також укладання договорів оренди та надання консалтингових послуг для клієнтів;

- надання інших допоміжних комерційних послуг [42].

На підприємстві переважає ієрархічний принцип побудови організаційної структури (рис. 2.1), яка забезпечує чіткий розподіл функцій та обов'язків між основними відділами, а саме: адміністративного,

фінансово-економічного, служби безпеки і підрозділу з технічного обслуговування об'єктів. Відповідно директор контролює фінансово-господарську діяльність, представляє інтереси підприємства під час комунікації з органами державної влади та місцевого самоврядування, постачальниками, клієнтами, стейкхолдерами, колегами, а також приймає рішення зі стратегічних та організаційних питань.

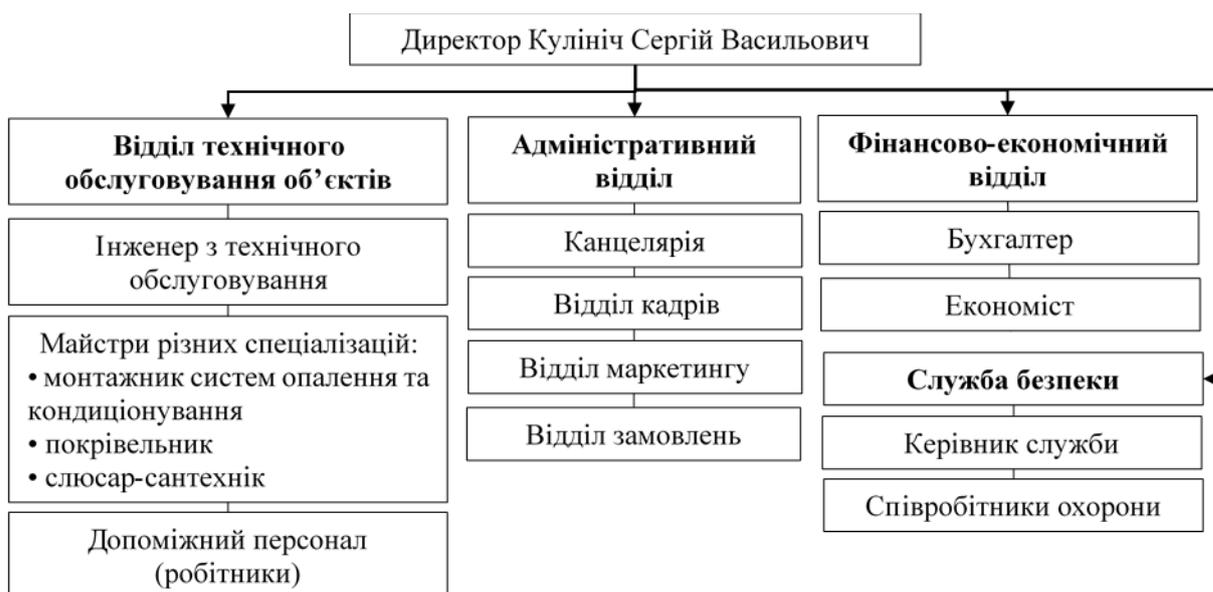


Рисунок 2.1 – Організаційна структура управління ФОП «Кулініч»

Розроблено автором

Варто зауважити, що крім функціонального розподілу персоналу за відділами на підприємстві також присутні елементи матричної структури управління. За такої моделі працівники одночасно входять до структурних підрозділів і підпорядковуються відповідним керівникам, але також можуть взаємодіяти з менеджерами різних рівнів і відділів. Тобто сформована система подвійного або множинного підпорядкування, яка створює умови для внутрішньої взаємодії персоналу та справляє безпосередній вплив на формування корпоративної культури.

Корпоративна культура підприємства, яка функціонує за адхократичним типом у поєднанні з демократичним стилем управління,

забезпечує високий рівень свободи та гнучкості в організації управлінських процесів і виконанні виробничих завдань. Такий підхід характеризує відсутність надмірного формалізму та бюрократії, а також вільна, горизонтальна взаємодія між працівниками. Водночас до персоналу висувають підвищені очікування щодо ініціативності, креативності, залученості до спільних проєктів і високої продуктивності праці. Такий тип організаційної культури сприяє динамічному розвитку, швидкому реагуванню на зміни та підтримання інноваційного потенціалу колективу.

Підприємство успішно реалізує кадрову політику, яка складається з багатьох аспектів, з-поміж яких основними є: наймання й оцінювання персоналу, адаптація, навчання та підвищення кваліфікації, розв'язання соціальних питань персоналу, мотивація, стимулювання, збереження і розвиток (професійне зростання) персоналу. На базі ФОП розробляють програми оптимізації кадрової політики, підвищують контроль за порушення трудової дисципліни, оцінюють рівень кваліфікації працівників.

Керівництво ФОП «Кулініч» визначає такі пріоритети в роботі з персоналом: збільшення кадрового складу; удосконалення системи відбору і підготовки працівників; покращення рівня знань і навичок співробітників; зменшення витрат на зовнішнє навчання персоналу.

Стратегія управління персоналом зорієнтована на застосування уніфікованих процесів і правил під час професійного відбирання кандидатів. Основний акцент зроблено на спеціалізованому відборі, тобто на роботу залучають лише вузькопрофільних фахівців, які вже володіють навичками для виконання посадових обов'язків і відповідають поточним потребам підприємства.

Відділ кадрів у ФОП «Кулініч» – це адміністративно-управлінський підрозділ, працівники якого здійснюють комплексне управління персоналом, забезпечують ведення діловодства та виконують функції:

– визначають потреби підприємства в кадрах і здійснюють підбір персоналу разом з керівниками підрозділів;

- аналізують показники плинності кадрів;
- працюють над упровадження та вдосконалення мотивації праці;
- оформлюють і ведуть особові справи, а також створюють довідки та копій особових документів за вимогами працівників;
- створюють графіки, ведуть облік й оформлюють відпустки відповідно до чинного трудового законодавства;
- організовують атестацію та розробляють стратегії розвитку співробітників.

У межах обмеженого штату та ресурсу характерного для малого підприємства, відділ кадрів виконує також окремі функції з первинного рекрутингу та адаптації нових працівників.

Для забезпечення належного рівня ведення електронного документообігу та подання звітності до органів контролю відділ кадрів послуговується програмою М.Е.Дос, зокрема його хмарною альтернативою СОТА.ЕДО (рис. 2.2). Програмне забезпечення є відносно бюджетним (вартість обслуговування 200 грн/місяць або 3302 грн/рік) і сумісним з основними прикладними програмами підприємства [39].

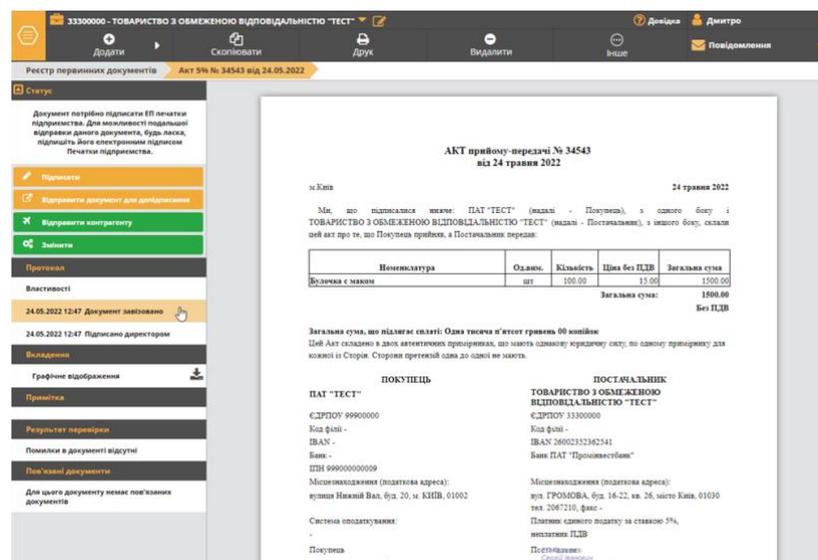


Рисунок 2.2 – Створення документації в онлайн-сервісі СОТА.ЕДО

Облік особового складу, ведення штатного розпису, підготовки наказів щодо приймання, переведення, звільнення, надання відпусток, а

також облік стажу працівників на ФОП «Кулініч» здійснюють за допомогою локального програмного продукту Кадри Плюс Україна (рис. 2.3), який уможлиблює уніфікацію та систематизацію основних елементів кадрового діловодства [20].

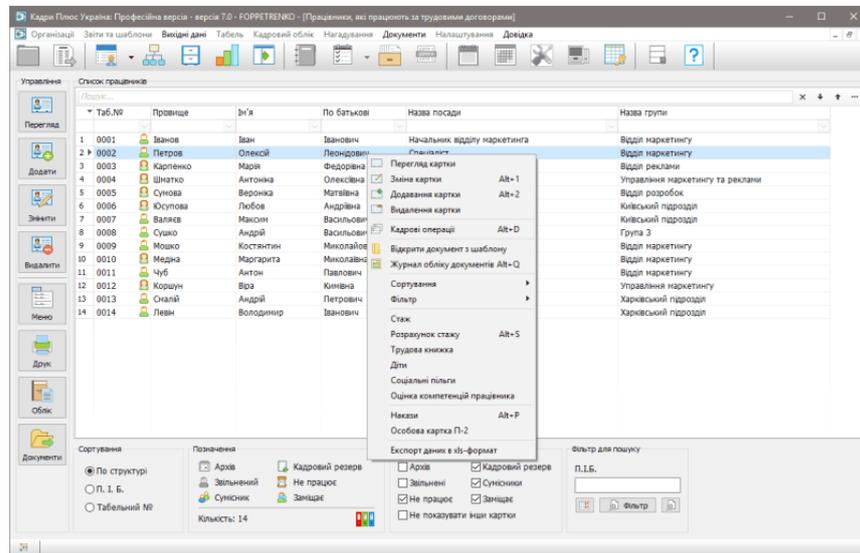


Рисунок 2.3 – Робота у програмі Кадри Плюс Україна [20]

Для організації внутрішньої документації, зберігання типових форм, анкет, посадових інструкцій та положень, а також для забезпечення спільної роботи над ними, на підприємстві активно використовують безплатні сервіси середовища Google Workspace (рис. 2.4). Онлайн-платформа надає віддалений доступ до ресурсів підприємства та організовує базовий рівень взаємодії всередині відділу за допомогою таких застосунків: Google Документи, Таблиці, Форми, Диск, Календар, G-mail [50].

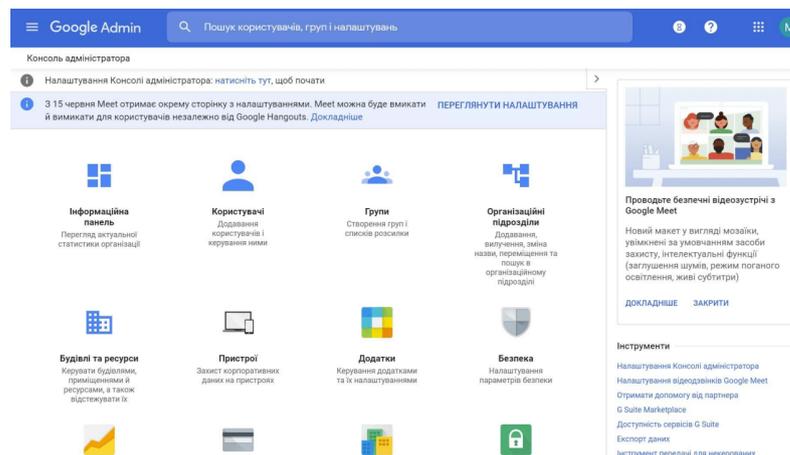


Рисунок 2.4 – Налаштування додатків на платформі Google Workspace

За допомогою Google Workspace працівники відділу кадрів:

- створюють шаблони анкет, заяв, інструкції, наказів, довідок тощо;
- зберігають особові документи у хмарному середовищі Google Діску;
- оформлюють графіки, плани роботи та реєстри у таблицях Google;
- формують опитування для збору інформації від працівників або кандидатів на посади за допомогою модуля Google Форми;
- спілкуються зі співробітниками через електронну пошту Gmail [50].

Зазначене програмне забезпечення адаптовано до потреб ФОП «Кулініч», а також забезпечує стабільну без потреб в складній інфраструктурі та значних фінансових вкладень. Водночас попри використання зазначених програм у роботі підприємства, більшість функцій, зокрема рекрутинг, побудову систем адаптації та навчання, формування кадрового резерву, аналітику, моніторинг плинності, працівники кадрового відділу здійснюють вручну або за допомогою стандартних офісних інструментів. Такий підхід організації праці призводить до втрати часу, дублювання типових операцій і підвищеного навантаження на співробітників.

Аналіз кадрової документації засвідчив, що на базі ФОП «Кулініч» розроблено та реалізовано правила внутрішнього трудового розпорядку, положення про організацію електронного кадрового документообігу, а також створено корпоративну базу знань, у якій розміщують внутрішні стандарти та регламенти щодо окремих управлінських процесів. Водночас не створено положення про оплату праці, преміювання, навчання, адаптацію персоналу, а також посадові інструкції. Відсутність таких документів призводить до неструктурованості процесів з управління персоналу, знижує рівень організації роботи та створює інформаційну невизначеність для працівників щодо їхніх прав, обов'язків і взаємодії в межах організації.

Слід зазначити, що система рекрутингу та наймання працівників на ФОП «Кулініч» складається з методів, інструментів і процедур, які

спрямовані на виявлення, залучення, оцінку та прийняття на роботу кандидатів відповідно до вимог підприємства. Процес має багатоступеневу структуру з чітко визначеними критеріями відбору та використанням елементів корпоративної моделі компетенцій.

Систему рекрутингу та наймання працівників фізичної особи-підприємця структуровано і схематично представлено на рис. 2.5.



Рисунок 2.5 – Система рекрутингу персоналу на ФОП «Кулініч»

Розроблено автором за матеріалами [1, с. 25]

Співробітники відділу кадрів ФОП «Кулініч» використовують стандартизовані процеси щодо відбору кандидатів на вакантні посади. Алгоритм добору передбачає поетапний скринінг кандидатів, який включає: попередній аналіз резюме, проведення первинного інтерв'ю, професійне тестування, співбесіду з керівником, перевірку службою безпеки.

Початковий етап передбачає попередній скринінг, який здійснюють рекрутери на основі аналізу резюме та анкетних даних. На цьому етапі проводять відхилення претендентів, які не відповідають встановленим

вимогам до конкретної посади за професійними та кваліфікаційними характеристиками.

Далі проводять первинну співбесіду з кандидатом, під час якої уточнюють інформацію з резюме, оцінюють рівень мотивації, комунікативні якості, рівень професійної підготовки, а також визначають відповідність вимогам посади та корпоративній культурі підприємства.

Відповідно до корпоративної моделі компетенцій ФОП «Кулініч» співробітники зобов'язані дотримуватись таких принципів у своїй професійній діяльності: орієнтація на робочий процес, командна взаємодія, якісне обслуговування, клієнтоорієнтованість та професійна компетентність.

Після проходження інтерв'ю за компетенціями кандидат переходить до етапу професійного тестування, за результатами якого відбувається співбесіда з експертом. Якщо кандидат повністю відповідає встановленим вимогам, то його анкету передають для перевірки до служби безпеки.

У разі успішного проходження всіх етапів відбору кандидат отримує офіційну пропозицію щодо працевлаштування. Після укладання трудового договору встановлюється випробувальний термін, тривалість якого варіюється від трьох до шести місяців залежно від посади.

Визначимо сильні сторони системи рекрутингу ФОП «Кулініч»:

1. Своєчасний рекрутинг персоналу відповідно до потреби бізнесу.
2. Багатоетапний механізм відбирання персоналу.
3. Розуміння працівниками відділу кадрів реального ринку праці та можливість коригування процесу пошуку кандидатів.

До слабких сторін системи рекрутингу підприємства відносимо:

1. Пошук кандидатів без чіткого розуміння посадового профілю, який реалізують на інтуїтивних уявленнях і загальних корпоративних компетенціях. Відсутність конкретизованого опису вимог до вакансій призводить до невідповідності між очікуваннями підприємства і можливостями нового працівника.

2. Середня якість первинної експертної оцінки кандидатів через обмеженість технічної обізнаності працівника відділу кадрів щодо професійного потенціалу претендента на посаду. Також представник відділу кадрів не завжди достатньо розуміє особливості функціонального навантаження, обсяг завдань і специфіку діяльності на вакантній посаді.

3. Обмежене використання сучасних цифрових платформ для взаємодії з кандидатами, адже у процесі підбору переважають традиційні методи. Такий підхід обмежує використання потенціалу автоматизованих HRM-систем, чат-ботів, соціальних мереж для підвищення об'єктивності, точності та швидкості рекрутингу.

4. Відсутність системної стратегії з формування позитивного іміджу ФОП на ринку праці істотно знижує рівень залучення професійних кандидатів та ускладнює конкуренцію.

Варто підкреслити, що наявна система рекрутингу недосконала, адже частину завдання вирішують не якісно, що, своєю чергою, спричиняє набір персоналу, який не здатний виконувати свої функціональні обов'язки. Водночас підприємство має високий рівень плинності кадрів через неякісний підбір потрібного персоналу, який реалізують за трьома напрямками: рекрутинг студентів та випускників закладів вищої освіти, професійний відбір досвідчених спеціалістів, масовий рекрутинг.

Безумовно оптимізацію роботи відділу кадрів необхідно реалізувати шляхом впровадження HRM-сервісів, які автоматизують загальні процеси рекрутингу та значно скорочують час опрацювання резюме чи первинної комунікації з кандидатами. Також вони уможливають оперативне та ефективно закриття необхідних вакансій. Застосування автоматизованих рекрутингових сервісів мінімізує ризик втрати важливих відомостей ФОП «Кулініч» для подальшого використання у поточному чи майбутньому професійному відборі. За допомогою таких систем підприємство зможе сформувати кадровий резерв кандидатів, які тимчасово не відповідають

вимогам (через відсутність досвіду або інші фактори), проте у перспективі можуть бути релевантними для інших вакансій.

У табл. 2.1 наведено порівняльний аналіз рекрутингу ФОП «Кулініч» без автоматизації основних процесів та у разі впровадження сервісів автоматизованого пошуку і відбору персоналу.

Таблиця 2.1

## Порівняльний аналіз традиційного та автоматизованого рекрутингу

Критерій	Традиційний рекрутинг	Автоматизований рекрутинг
Перенесення резюме з пошти, сайту чи соцмережі	Резюме завантажують вручну, зберігають в папці на комп'ютері або частково в табличному редакторі.	За допомогою онлайн-сервісу можна миттєво переносити та сортувати резюме за встановленими критеріям.
Внесення відомостей про кандидата	Інформацію з резюме працівники відділу кадрів вводять до бази даних вручну.	Зберігання відомостей та швидкий пошук резюме реалізовано в єдиній базі.
Пошук кандидата в базі	Пошук інформації працівники здійснюють вручну.	Можна запускати автоматизований пошук за визначеними параметрами.
Запрошення претендента на співбесіду	Формують та відправляють листи співробітники відділу кадрів ФОП вручну.	Основну роботу з формування запрошення реалізує автоматизована система.
Внесення змін до календаря подій	Дані про заплановані зустрічі працівники заносять до календаря вручну.	Інформація про час та статус підбору автоматично дублюється в календар системи.
Зворотний зв'язок з кандидатами	Працівники ФОП спілкуються з кандидатами поштою. При такій формі комунікації існує високий ризик втрати файлів, зв'язку чи інших даних.	У системі під резюме з'являється вікно для обговорення кандидата між рекрутерами та менеджерами з наймання.
Повідомлення про відмову	Сповіднення претендента про відмову працівники ФОП не здійснюють.	Сервіс формує та відправляє лист автоматично. Всі претенденти отримують зворотній зв'язок.
Складання звітів про виконану роботу	Трудомісткий процес, звіти складають працівники вручну.	Сервіс самостійно формує звіти з наочними графіками та діаграмами.
Аналіз причин відмов	Не приділяють належну увагу на підприємстві цьому питанню.	Збирання причин відмов на всіх етапах відбору як компанією, так і самими кандидатами.
Одночасний доступ користувачів до інформації	Обмежений (право на редагування надається одному користувачеві, а інші мають доступ у режимі перегляду).	Необмежений, адже всі працівники відділу кадрів можуть переглядати та редагувати інформацію у базі одночасно.

Розроблено автором за матеріалами [9]

Отже, комплексний аналіз слабких сторін наявної системи рекрутингу ФОП «Кулініч» дозволив визначити етапи, які потребують автоматизації або структурної оптимізації. На основі отриманих результатів необхідно визначити перелік цифрових програм, які модернізують роботу відділу кадрів та підвищують загальну ефективність добору персоналу. Важливо, щоб обране рішення було адаптоване до масштабу та специфіки малого бізнесу, а також мало практичну цінність для кадрового супроводу на етапах добору, оцінювання та наймання персоналу.

Стратегія цифровізації кадрових процесів для ФОП «Кулініч» має ґрунтуватися на чіткому розумінні внутрішніх потреб підприємства й організаційної специфіки для уникнення типових помилок та побудови продуктивної моделі управління персоналом.

## **2.2. Прикладні аспекти модернізації рекрутингу ФОП шляхом впровадження цифрових технологій**

У період інтенсивної цифрової трансформації кадрової сфери інтернет-технології є основним ресурсом для роботодавців, шукачів, рекрутерів під час підбору персоналу чи формування кадрового складу. Подібна практика уможливорює підбір кандидатів для вакантних посад усіх рівнів і в різних секторах бізнесу за допомогою інтернет-платформ.

З метою удосконалення рекрутингу працівники кадрового відділу можуть застосовувати такі методи онлайн-рекрутингу: корпоративний сайт компанії з розділом для шукачів роботи; професійні соціальні мережі для пошуку кандидатів; публікація вакансій на спеціалізованих сайтах працевлаштування; участь у професійних форумах та тематичних сайтах; прямий пошук конкретних кандидатів та контакт з ними електронною поштою. Цей перелік можна доповнювати іншими технологіями онлайн-рекрутингу, які дозволяють не лише швидше знаходити потенційних

співробітників, але й розширювати географічні межі пошуку. З-поміж інноваційних програмних продуктів варто назвати: системи відстеження кандидатів; технології штучного інтелекту (AI) для попереднього скринінгу, автоматизованого інтерв'ю та прогнозування ризику звільнення; кадрові CRM-системи; чат-боти та голосові помічники.

Аналіз практики управління персоналом у ФОП «Кулініч» засвідчив, що на поточному етапі підприємство не використовує можливості цифрових каналів пошуку кадрів, а саме: не розміщує вакансії на спеціалізованих онлайн-платформах; відсутній корпоративний сайт і сторінки у соціальних мережах для репрезентації діяльності й пошуку кандидатів у мережевому середовищі. Відділ кадрів шукає персонал переважно через внутрішні контакти або неструктуровані оголошення в офлайн-середовищі.

Реалізацію рекомендацій щодо цифровізації рекрутингової діяльності ФОП «Кулініч» раціонально розпочати з розміщення вакансій на спеціалізованих інтернет-ресурсах. Один із найбільш зручних для малого бізнесу варіантів – українська платформа Work.ua, яка зорієнтована на різні категорії роботодавців [53].

Початковим етапом роботи з платформою Work.ua є реєстрація облікового запису (рис. 2.6), яка передбачає внесення контактних даних (прізвища, імені та по батькові, номеру телефону, назви ФОП), а також підтвердження електронної пошти.

Рисунок 2.6 – Реєстрація ФОП «Кулініч» на платформі Work.ua



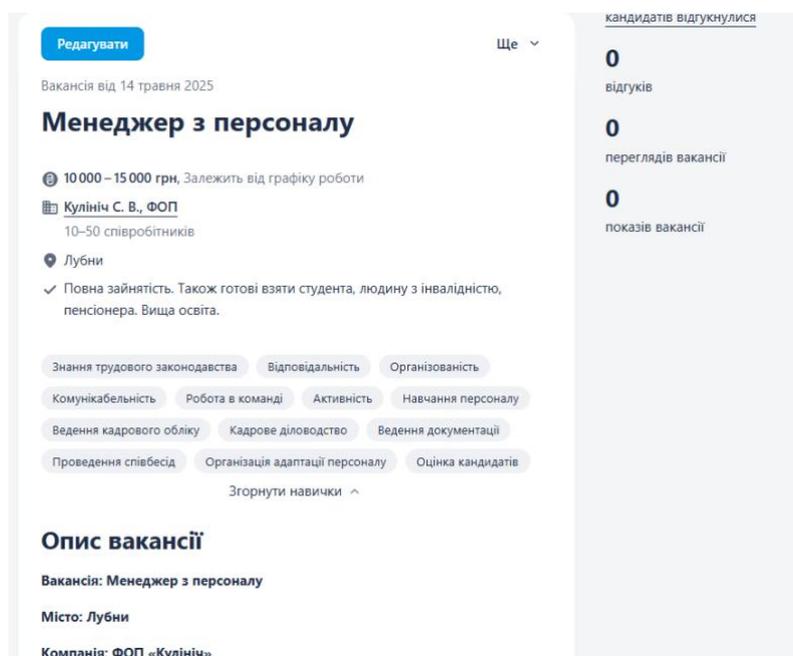


Рисунок 2.9 – Вакансія ФОП «Кулініч» на Work.ua

Після розміщення вакансії на платформі Work.ua з'явився перелік рекомендованих кандидатів (рис. 2.10), які відповідають заявленим критеріям. На цьому етапі здійснено первинний скринінг кандидатур і сформовано перелік потенційно придатних претендентів. Платформа Work.ua дозволяє переглядати, аналізувати та сортувати резюме [53].

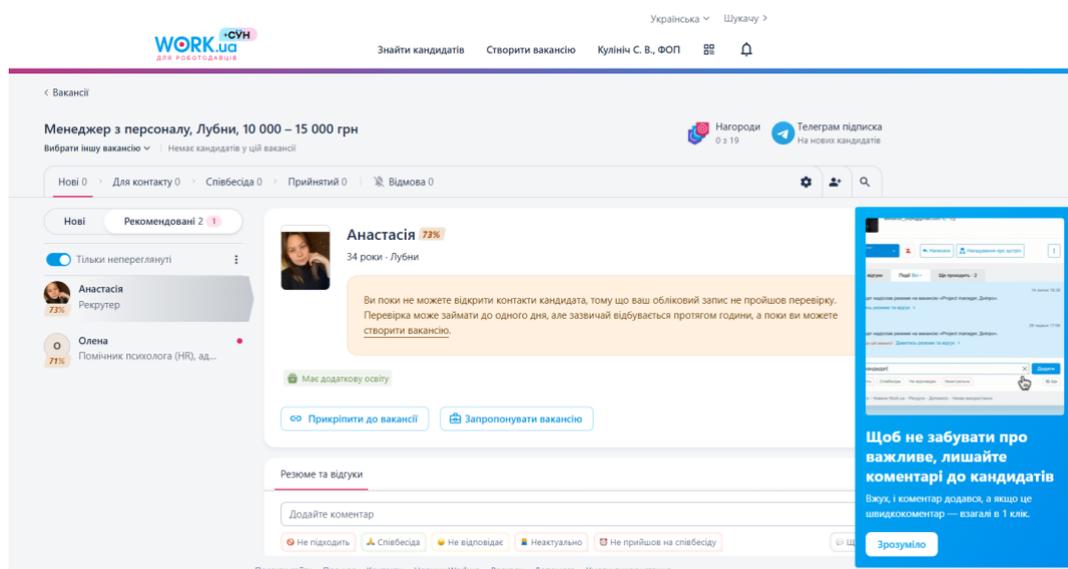


Рисунок 2.10 – Перелік рекомендованих кандидатів на Work.ua

На платформі Work.ua надає також зручно здійснювати таргетований пошук кандидатів (рис. 2.10, 2.11) за професійними категоріями (наприклад: «торгівля», «виробництво», «адміністрація») та географічною ознакою

(місто, область або радіус від заданого населеного пункту). Вказаний метод дозволяє ФОП «Кулініч» фільтрувати резюме у базі шукачів, обирати аудиторію відповідно до місця розташування підприємства та специфіки вакансії [53].

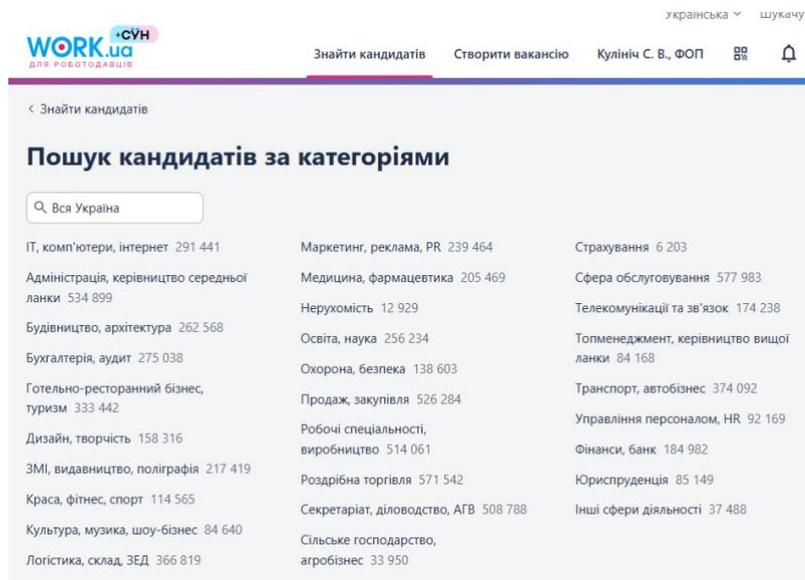


Рисунок 2.10 – Пошук кандидатів за категоріями на Work.ua



Рисунок 2.11 – Пошук кандидатів за містами на Work.ua

Варто зазначити, що реєстрація облікового запису ФОП «Кулініч» та регулярне розміщення вакансій на платформі Work.ua автоматизує пошук персоналу і оптимізує роботу працівників відділу кадрів.

З метою розширення каналів пошуку кандидатів для ФОП «Кулініч» використано функціональні можливості сервісу Rabota.ua. Початковим

етапом було створення облікового запису роботодавця, його верифікації через електронну пошту та активації загальних функцій кабінету (рис. 2.12).

Рисунок 2.12 – Створення профілю ФОП «Кулініч» на Rabota.ua

Далі сформовано вакансію (рис. 2.13, 2.14) відповідно до потреб підприємства із зазначенням назви посади, основних обов'язків, вимог до кандидата, умов праці та контактної інформації. Зручний інтерфейс уможливив публікацію вакансії впродовж декількох хвилин [52].

Рисунок 2.13 – Створення вакансії ФОП «Кулініч» на Rabota.ua

## Менеджер по роботі з персоналом

10 000 — 15 000 ₴

◆ Кулініч С.В., ФОП ◆ Лубни

Кулініч С.В., ФОП є успішною компанією, що спеціалізується на сфері гастрономії в місті Лубни. Зараз у зв'язку з розширенням штату, ми шукаємо в команду професіонала на посаду "Менеджер по роботі з персоналом". Обов'язки:

- Проведення рекрутингу та відбору персоналу;
- Здійснення оцінки потреб у персоналі та планування його найму;
- Організація процесу навчання та розвитку персоналу;
- Ведення кадрової документації та контроль за її своєчасним оновленням.

Вимоги:

- Досвід роботи на аналогічній посаді від 2 років;
- Знання законодавства у сфері трудових відносин;
- Вміння працювати в команді та вести діалог з різними категоріями персоналу;
- Висока відповідальність та організованість.

Рисунок 2.14 – Розміщення вакансії ФОП «Кулініч» на Rabota.ua

Після публікації оголошення було здійснено пошук кандидатів у базі резюме Rabota.ua (рис. 2.15) з використанням вбудованих фільтрів, зокрема: за категорією, за містом і областю, за досвідом роботи та рівнем освіти.

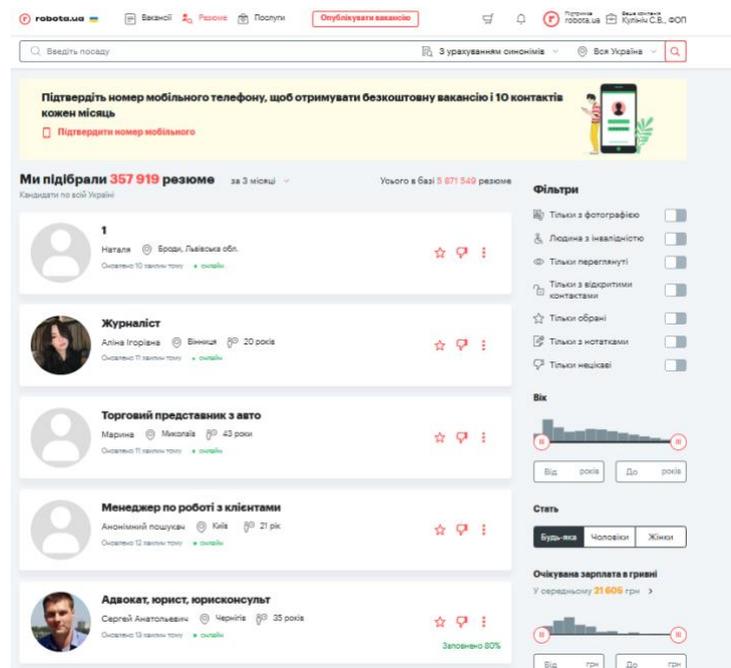


Рисунок 2.15 – Пошук кандидатів на Rabota.ua

Платформа Rabota.ua дозволила оптимізувати й автоматизувати частину рекрутингових процесів, а саме: розширити аудиторію кандидатів, підвищити впізнаваність підприємства як роботодавця у мережевому середовищі, закрити кілька вакансій одночасно на різних рівнях [52].

Створення та ведення сторінок у соціальних мережах є ще одним засобом комунікації та просування бренду, а також ефективним інструментом для рекрутингу. Просування сторінок у соціальних медіа значно розширює канали пошуку персоналу, підвищує впізнаваність та формує позитивний бренд роботодавця. Найпопулярнішими соціальними платформами, які доцільно використати для автоматизації рекрутингових процесів на підприємстві, є Facebook, Instagram та LinkedIn.

Слід зазначити, що створення офіційної сторінки в соціальній мережі Facebook забезпечить найбільшу результативність для пошуку персоналу. Facebook має широку аудиторію, зручну платформу для комунікації, можливість публікації вакансій у відкритому доступі та інтеграцію з локальними спільнотами [34].

Рекомендовано створити офіційну бізнес-сторінку підприємства у Facebook із назвою «ФОП Кулініч | Робота | Обслуговування об'єктів», на якій обов'язково розмістити: логотип, фото об'єктів нерухомості, опис напрямів діяльності, адреси, контакти та графік роботи (рис. 2.16).



Рисунок 2.16 – Макет сторінки ФОП «Кулініч» у Facebook

На сторінці ФОП необхідно регулярно публікувати таку інформацію:

1) оголошення про відкриті вакансії із зазначенням назви посади, графіка роботи, обов'язків, заробітної плати, місця роботи тощо;

- 2) фото- чи відеоматеріали з робочого процесу;
- 3) історії успішного працевлаштування та відгуки працівників для підвищення довіри серед зовнішньої аудиторії.

Для розширення охоплення доцільно запуснути таргетовану рекламу на оголошення про вакансії, а також активно додавати оголошення до локальних груп у Facebook. Також необхідно підтримувати постійну комунікацію шляхом відповідей на повідомлення кандидатів у часі, налаштування автоматичних відповідей на типові питання, розміщення онлайн-анкети, відстеження кількості переглядів та реакцій на публікації. Доречним буде також поширення посилань на платформи з пошуку роботи: Rabota.ua та Work.ua.

Варто зауважити, що використання Facebook як додаткового рекрутингового каналу дозволить ФОП «Кулініч» залучати працівників з локального ринку праці, сформувати кадровий резерв серед підписників, підвищити імідж підприємства, а також підвищити кількість відгуків на вакансії без суттєвих витрат на розміщення [34].

Для ФОП «Кулініч», яка надає послуги з технічного обслуговування об'єктів нерухомості, монтажу систем, покрівельних робіт та оренди приміщень, використання Instagram є важливим складником непрямого рекрутингу та підвищення довіри до роботодавця.

Основна цінність використання Instagram у цьому контексті полягає у демонстрації реального виробничого середовища, надання уявлення про умови праці, специфіку робочих процесів і колективну культуру. Публікація візуального контенту, зокрема фото- та відеоматеріалів подій внутрішнього життя підприємства, дозволить підвищити прозорість рекрутингового процесу, сформувати довіру серед потенційних кандидатів і покращити репутаційний складник.

Також треба використати функціонал історій та закріплених розділів для фіксації актуальних вакансій, інформації про команду, прикладів об'єктів, а також відгуків працівників [34].

Створення сторінки ФОП «Кулініч» в Instagram не потребує значних ресурсів (рис. 2.17). У назві профілю доцільно вказати повну або скорочену назву підприємства (наприклад @for\_kulinich). У полі «Опис» необхідно зазначити напрями діяльності, форми працевлаштування, а також контактні дані й посилання на онлайн-анкету для кандидатів. У публікаціях обов'язково необхідно вказувати інформацію про посаду, вимоги, умови праці та форму зв'язку.

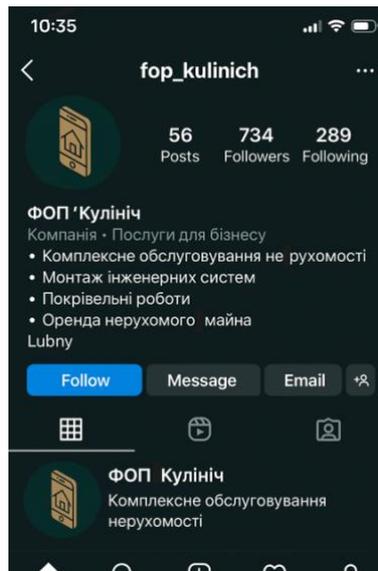


Рисунок 2.17 – Макет сторінки ФОП «Кулініч» в Instagram

На основі дослідження можемо стверджувати, що сторінку Instagram підприємство може використовувати як іміджевий інструмент створення позитивного образу підприємства, а також ефективний канал поширення інформації щодо відбору персоналу та платформу для розміщення вакансій через фото- чи відеоконтент [34].

Платформа LinkedIn уможливорює створення офіційної бізнес-сторінки підприємства, де зазначають напрями діяльності, послуги, контактну інформацію та дані щодо відкритих вакансій. Водночас платформа сприяє цифровій присутності ФОП «Кулініч» у професійному середовищі для підвищення його впізнаваності у мережевій спільноті (рис. 2.18).

Також LinkedIn забезпечує формування внутрішньої бази талантів шляхом збереження профілів перспективних фахівців, що у перспективі

може бути корисним під час відкриття нових напрямів діяльності чи масштабування проєктів [34].

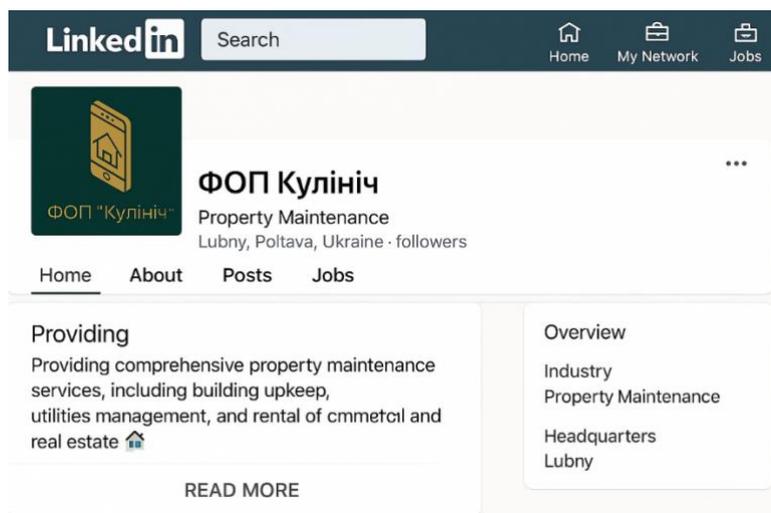


Рисунок 2.18 – Макет сторінки ФОП «Кулініч» на платформі LinkedIn

Слід наголосити, що платформа LinkedIn менш ефективна для пошуку робітничих спеціальностей аніж Instagram чи Facebook, проте вона є ефективною для підбору персоналу на адміністративні, технічні та керівні посади, а також для формування HR-бренду ФОП «Кулініч».

Отже, оцінювання ефективності використання рекрутингових платформ та соціальних мереж у ФОП «Кулініч» засвідчила наявність позитивної динаміки в автоматизації процесів пошуку персоналу. Використання Work.ua і Rabota.ua істотно скорочують час на розміщення вакансій, покращують таргетинг аудиторії та формують якісну вибірку кандидатів. Додатково, активність у соціальних мережах (Facebook, Instagram, LinkedIn) формує позитивний імідж компанії як роботодавця та розширює коло потенційних претендентів. Наприклад, Facebook є корисним для пошуку технічного персоналу в локальних спільнотах, Instagram – для формування візуального бренду роботодавця, а LinkedIn – для пошуку кваліфікованих фахівців та управлінського персоналу.

Поєднання соціальних мереж і рекрутингових платформ дозволяє формувати сучасну, доступну та результативну систему добору персоналу у ФОП «Кулініч».

## ВИСНОВКИ

Результати розв'язання визначених дослідницьких завдань дають підстави стверджувати про реалізацію мети та уможливають формулювання таких висновків:

1. Схарактеризовано сучасні тенденції розвитку рекрутингу в умовах цифрової трансформації, які свідчать про те, що рекрутинг поступово переходить від традиційних офлайн-методів до інтегрованих підходів автоматизації, аналітики великих даних, використання соціальних медіа та спеціалізованих платформ. З'ясовано, що розвиток рекрутингу поділяють на такі етапи: традиційний, електронний, цифровий. Сучасний рекрутинг базується на принципах оперативності, інтерактивності, таргетованої взаємодії та передбачає використання штучного інтелекту, чат-ботів, онлайн-тестування та інструментів бренду роботодавця.

2. Проаналізовано функціональні можливості професійних платформ та соціальних мереж у процесі пошуку персоналу, які є потужними засобами для ефективного пошуку, скринінгу та залучення кандидатів. Зокрема, платформи Work.ua та Rabota.ua ефективні для пошуку лінійного персоналу завдяки широкому охопленню та фільтраційним можливостям. Сервіс Jooble дозволяє оперативно поширювати вакансії через агрегування різних джерел, а професійна мережа LinkedIn має особливе значення для пошуку висококваліфікованих фахівців і побудови бренду роботодавця.

Крім того, з'ясовано, що соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter окрім безпосередньої функції пошуку персоналу, дозволяють формувати позитивний імідж роботодавця, проводити таргетовані кампанії, налагоджувати неформальну комунікацію з потенційними кандидатами, а також формувати лояльність до компанії через контент і комунікацію.

3. Аналіз кадрової політики ФОП «Кулініч» показав, що підприємство має чітко структуровану систему управління персоналом з функціональним розподілом завдань, однак рекрутинг здійснює переважно традиційними засобами.

Встановлено, що підбір персоналу не має чіткої стратегії, обмежено використовують онлайн-платформи, а соціальні мережі практично не застосовують як канал добору кандидатів. Водночас підприємство вже має досвід упровадження електронних сервісів у сфері діловодства, зокрема СОТА.ЕДО, «Кадри Плюс Україна», що створює потенційні можливості для поширення цифрової трансформації на інші кадрові підсистеми.

У процесі дослідження виявлено потребу в оптимізації рекрутингу, розширенні каналів комунікації з кандидатами, формуванні бази резюме, автоматизації рутинних завдань рекрутера, а також підвищенні цифрових компетентностей працівників, які відповідають за добір персоналу.

4. Запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення рекрутингової діяльності ФОП «Кулініч» шляхом інтеграції цифрових інструментів. Зокрема, доцільним є:

- 1) активне використання платформ Work.ua та Jooble для масового підбору персоналу;
- 2) впровадження елементів соціального рекрутингу через LinkedIn і Facebook з метою формування кадрового резерву та бренду роботодавця;
- 3) автоматизація ключових етапів добору персоналу за допомогою онлайн-анкетування, попереднього скринінгу за алгоритмами відповідності, використання шаблонізованих комунікацій з кандидатами;
- 4) створення бази резюме та електронного архіву для аналітики ефективності рекрутингових каналів;
- 5) проведення навчальних заходів для співробітників відділу кадрів щодо ефективного використання інноваційних інструментів у рекрутингу.

Отже, запропоновані рекомендації забезпечать поетапне впровадження цифрових технологій у рекрутингову практику підприємства з метою оптимізації часових і фінансових витрат, а також розширення комунікаційних можливостей у взаємодії з потенційними кандидатами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базалійська Н. П., Кошонько О. В. Рекрутинг як інноваційна технологія формування персоналу на промисловому підприємстві за сучасних умов господарювання. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Т. 1. С. 22–30.
2. Балановська Т. І., Михайліченко М. В., Троян А. В. Сучасні технології управління персоналом: навч. посіб. Київ: ФОП Ямчинський О. В., 2020. 466 с.
3. Безкоштовні сайти для пошуку співробітників. *CleverStaff*. URL: <https://cleverstaff.net/blog/uk/rekrutynhovi-sayty/> (дата звернення: 25.01.2025).
4. Безпалько О., Панасюк Д. Сутність рекрутингу та характеристика основних його інструментів. *Scientific Collection «InterConf+»*. 2024. № 43 (193). С. 61–66.
5. Бей Г., Середа Г. Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів. *Економіка і організація управління*, 2019. Вип. 2. С. 93–101.
6. Білан Н.І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві: теорія, еволюція, моделі та прикладні аспекти: дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій: 27.00.01. Київ, 2016. 427 с.
7. Василик А. В., Іщенко О. В. Використання соціальних мереж у сучасному рекрутингу України. *Економічний простір*. 2018. № 131. С. 53–63.
8. Вісіцька Д. О. Сучасні підходи оцінки ефективності процесу рекрутингу в організації. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2020. № 12. С. 291–295.
9. Вонберг Т. В., Головка А. А. Рекрутинг персоналу в епоху діджиталізації. *БізнесІнформ*. 2020. № 6. С. 313–318.

10. Вонберг Т. В., Головка А. А. Тенденції розвитку рекрутингу персоналу через призму диджитал-інновацій. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 45. С. 79–82.

11. Герасимова В. О., Чирва В. С. Інноваційні методи рекрутингу в сучасних умовах. *Економічний науково-практичний журнал*. 2018. № 27. С. 82–86.

12. Голянич В. М. Інноваційні технології в кадровому менеджменті. *Управлінське консультування*. 2017. № 2. С. 5–16.

13. Грідін О. В. Ринок рекрутингових послуг в Україні: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2023. Вип. 79. С. 93–101.

14. Дашко І. М., Михайліченко Л. В. Особливості використання інноваційних технологій в системі управління персоналом. *Економічний форум*. 2023. № 2. С. 3–10

15. Денисов А. Ф., Кардаш Д. С. Аналіз практики цифрових технологій в підборі персоналу. *Економіка і управління*. 2018. № 6. С. 26–37.

16. Дерван Б., Лопушняк Г. Поняття рекрутинг, ефективність рекрутингу та показники ефективності процесу рекрутингу. *Молодий вчений*. 2023. № 3 (115). С. 106–109.

17. Жуковська В. М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 2. С. 13–17.

18. Зінькова С. В., Кушнір Т. М. Сучасні тенденції та тренди HR-менеджменту. *Теоретичні та практичні аспекти стійкого розвитку економіки України: матеріали Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Чортків, 14–15 листопада 2019 р.* Чортків: ТНЕУ, 2019. С. 273–274.

19. Ілляш І., Баб'як Г. Сучасні технології у сфері рекрутингу персоналу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2023. Вип. 28. С. 112–123.

20. Кадри Плюс Україна. *AnDeeSoft*. URL: <https://andeesoft.com/ua/kpu/> дата звернення: 05.05.2025).

21. Каплуненко В. О., Бондаренко С. В. Основні підходи до визначення поняття соціальні медіа (огляд зарубіжних та вітчизняних досліджень). *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ ім. Василя Стуса*. 2020. Т. 2. № 12. С. 236–240.

22. Кравчук О. І., Варіс І. О., Демешко А. С. Інноваційні технології віддаленого добору персоналу в цифровому середовищі. *Modern Economics*. 2021. № 27. С. 56–59.

23. Козак В. С., Тодоріко І. М. Важливі аспекти стратегії та тактики управління персоналом. *Економіка та держава*. 2020. № 6. С. 165–168.

24. Колбаско Ю. О. Соціальні мережі: технологія поширення інформації. *Науковий журнал «Науковий огляд»*. 2014. № 1. Т. 2. С. 209–216.

25. Кустрич Л. О. Кустрич В. І. Інновації в системі управління персоналом. *Економіка та держава*. 2022. № 4. С. 34–38.

26. Кучма О., Поліщук І. Інноваційні методи рекрутингу в сучасних умовах. *Управління розвитком*. 2021. №2. С. 41–46.

27. Лобза А. В., Комарова С. К. Організація процесу найму персоналу на сучасному українському підприємстві. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С.144–149.

28. Махсма М. Б. Сучасні зовнішні технології підбору кадрів. *Формування ринкової економіки*. 2010. Спецвипуск. Т. 3. С. 204–211.

29. Мусієнко А. Модернізація та цифрові тенденції в галузі рекрутингу. *Тези 77-ї наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»* (Полтава, 16 травня – 22 травня 2025 року). Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. Т. 2. С. 383–386.

30. Мутерко Г. М. Інноваційний метод пошуку персоналу. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 30. С. 48–52.

31. Оніщук А. С., Шкода М. С. Маркетингові дослідження ринку рекрутингових послуг. *Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»*: матеріали III Всеукраїнської наукової інтернет-конференції, 6 грудня 2018 р., м. Київ. Київ : КНУТД, 2018. С. 229–235.
32. Писаревська Г. І. Тенденції розвитку використання цифрових технологій в управлінні персоналом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 41. С. 54–60.
33. Привалова Н. В. Рекрутинг на SMART-принципах. *Економічний вісник університету*. 2020. Вип. 45. С. 100–104.
34. Рекрутинг в соціальних мережах: гайд для HR спеціалістів. *AboutHR*. URL: <https://abouthr.co/uk/riekrutingh-v-sotsial-nikh-mieriezhakh-gaid-dlia-hr-spietsialistiv/> (дата звернення: 25.01.2025).
35. Сватюк О. Р., Захарец А. О., Ситник Й. С. Цифровізація управлінської праці HR-менеджера. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. № 2 (8). С. 210–222.
36. Серняк І. Соціальні мережі як засіб підвищення ефективності соціального інструментарію управління персоналом на підприємстві. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2. С. 60–65.
37. Сиволобова Я. А. Використання соціальної мережі LinkedIn в відборі персоналу. *Матеріали IV Всеукраїнської конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості: теорія та практика»*. 2016. С. 120–122.
38. Скібська К., Коновалова В. Цифровізація віддаленого рекрутингу персоналу. *Галицький економічний вісник*. 2024. Т. 86. № 1. С. 107–114.
39. СОТА звітність і документообіг. URL: <https://sota-buh.com.ua/> (дата звернення: 05.05.2025).
40. Столярук Х. С., Харенко М. О. Аналіз проблем пошуку та залучення персоналу організації. *БізнесІнформ*. 2020. № 6. С. 319–328.

41. Фединець Н. І., Нагорна П. М. Застосування інформаційних технологій організації набору персоналу як передумова формування позитивного іміджу підприємства. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2022. № 68. С. 77–84.

42. ФОП Кулініч Сергій Васильович. *YouControl*. URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/fop\\_details/27438781/](https://youcontrol.com.ua/catalog/fop_details/27438781/) (дата звернення: 10.05.2025).

43. Хитра О. В., Чаплій А. В. Особливості застосування рекрутингу в системі управління персоналом підприємства. *Класичний приватний університет*. 2019. № 4 (15). С. 230–238.

44. Цимбалюк С. О. Рекрутинг персоналу: навч. посіб. Київ. КНЕУ. 2019, 355 с.

45. Челядінова Н. Г., Куделя В. І. HR-менеджмент і цифровізація у сучасній організації. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 69. С.125–129.

46. Чумаченко А. С. Теоретичні основи рекрутменту в сучасних умовах господарювання. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. № 8 (2). С. 32–35.

47. Ягодзінський С. М., Козинець А. О. Стратегія удосконалення системи управління персоналом підприємства. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 36. С. 44–50.

48. Як побудувати стратегію найму в соціальних мережах: керівництво з відповідями на поширені запитання. *Mike Pritula Talent Academy*. URL: <https://ukr.pritula.academy/tpost/a29ek1uly1-yak-pobuduvati-strategyu-naimu-v-sotsaln> (дата звернення: 25.01.2025).

49. Ярмолюк О., Фісун Ю., Шаповалова А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11 (2). С. 62–65.

50. Google Workspace. URL: <https://workspace.google.com/intl/uk/> (дата звернення: 10.04.2025).

51. HR та рекрутингові системи. *Shelfy*. URL: <https://shelfy.com.ua/categories/hrm-systems/> (дата звернення: 25.01.2025).
52. Rabota.ua. URL: <https://roboata.ua/my> (дата звернення: 10.04.2025).
53. Work.ua. Сайт пошуку роботи № 1 в Україні. URL: <https://www.work.ua/employer/> (дата звернення: 10.04.2025).