

DOI 10.31558/2307-2318.2025.1.5

УДК 005.95/.96

JELClassification: J210, M510

Місецький А.В.,

аспірант, Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: 0009-0006-3422-2535

a.misetskyi@donnu.edu.ua**ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДІВ ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ**

У статті досліджено трансформаційні процеси в системі залучення персоналу, зумовлені глобальними викликами, цифровізацією та зростаючою конкуренцією за кваліфіковані кадри. Розглянуто основні відмінності між традиційними та інноваційними методами рекрутингу, зокрема їх ефективність, вартість та сфери доцільного застосування.

Особливу увагу приділено ролі інноваційних технологій, таких як гейміфікація, Big Data, штучний інтелект і таргетована реклама у соціальних мережах, у формуванні нових рекрутингових стратегій. Автори аргументують, що хоча новітні технології мають високий потенціал підвищення ефективності залучення персоналу, вони не позбавлені ризиків, зокрема пов'язаних із етичністю, вартістю впровадження та обмеженою готовністю ринку до повної автоматизації.

Висвітлено необхідність гібридного підходу, що передбачає поєднання інноваційних рішень із людською експертизою, для досягнення балансу між технологічною ефективністю та збереженням індивідуалізованого підходу до кандидатів. У результаті дослідження запропоновано концептуальну модель еволюції методів залучення та окреслено перспективи подальшого розвитку в контексті інтеграції ШІ в HR-практики.

Ключові слова: залучення персоналу, рекрутмент, інноваційні методи залучення, традиційні методи залучення, штучний інтелект в рекрутменті.

Рис. – 2, Літ. – 17

A. Misetskyi

PhD student, Vasyl' Stus Donetsk National University

ORCID: 0009-0006-3422-2535

a.misetskyi@donnu.edu.ua**EVOLUTION OF STAFF RECRUITMENT METHODS**

The article explores the transformation of staff recruitment processes under the influence of globalization, digitalization, and intensified competition for highly skilled professionals. It examines both traditional and innovative recruitment methods, evaluating their effectiveness, cost-efficiency, and applicability in different organizational contexts.

Special attention is given to the role of modern technologies, such as gamification, Big Data, artificial intelligence, and targeted advertising on social media, in shaping contemporary recruitment strategies. While these technologies offer considerable potential to enhance the

efficiency of hiring processes, the study highlights associated challenges—ethical concerns, high implementation costs, and market readiness for automation.

The authors emphasize the necessity of a hybrid recruitment model that combines technological solutions with human expertise to balance efficiency and personalized candidate engagement. The article presents a conceptual model of recruitment method evolution and outlines future trends related to the integration of AI into HR practices.

Keywords: *recruitment, innovative methods of recruitment, traditional methods of recruitment, artificial intelligence in recruitment.*

Fig. – 2, Ref. – 17

Постановка проблеми. Глобалізація, цифровізація та наслідки низки соціальних, економічних та геополітичних криз призвели до трансформації ринку праці. Процес трансформації ринку праці формує нові вимоги та виклики до систем залучення персоналу, а ефективність підбору кадрів набуває особливого значення. Процес залучення персоналу є одним з пріоритетних процесів у системі менеджменту персоналу сучасних компаній, адже від його ефективності напряду залежить рівень конкурентоспроможності, продуктивності та стратегічна стабільність організації.

Еволюція методів залучення персоналу зумовлює необхідність проведення глибокого аналізу переваг та недоліків як традиційних методів, що вже широко використовуються, так і інноваційних підходів, які виникають на вимогу часу, з метою подальшого визначення їх ефективності та доцільності застосування у різних ситуаціях та сферах управління персоналом.

Вибір оптимального методу залучення персоналу набуває особливого значення в контексті постійно зростаючої конкуренції за висококваліфіковані на вузькоспеціалізовані кадри. Умови функціонування, що виникли в сучасних компаніях, змушують шукати нові способи залучення персоналу, які б дозволили швидкий та якісний підбір кадрів при підтримці балансу витрат на процес. Інноваційні методи залучення демонструють потенціал для вирішення зазначених викликів шляхом підвищення результативності пошуку, скорочення витрат часу та людських ресурсів на процеси відбору та підбору кандидатів. Проте зазначені методи не позбавлені недоліків та демонструють ризики втрати індивідуального підходу, недооцінки «soft skills» кандидатів та певної дискримінації з боку алгоритмічної оцінки. Зазначені фактори обумовлюють пошук оптимального балансу між традиційними та інноваційними методами для побудови ефективної системи залучення для конкретної компанії у визначений період часу. Попри активне впровадження технологічних рішень у сферу управління персоналом, багато з них знаходяться на ранніх етапах розвитку або взагалі функціонують в експериментальному варіанті, тому залишається питання дослідження ефективності методів залучення на основі таких рішень та їх детального порівняння з традиційними методами як в плані ефективності, так і в плані вартості використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням еволюції методів залучення персоналу, вивченням їх ефективності та порівнянням займалися такі науковці як: Ед Мішель, О. Кравчук, І. Варіс, Дж Чанг, С. Бангура, А. Демешко, Д. Ульріх та інші. Водночас, постійно з'являються нові методи рекрутингу та підходи до їх використання, а також відбулися структурні зміни, пов'язані з еволюцією поглядів на місце роботи в житті людей, та нові виклики через наслідки криз, що проходить Україна та світ, що обумовлює постійну наявність потреби вивчення розвитку методів залучення та порівняння їх ефективності для формування максимально ефективної стратегії залучення персоналу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження розвитку методів залучення персоналу, аналіз ефективності як традиційних, так і інноваційних методів залучення персоналу.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах ефективний підбір кадрів вимагає не лише оперативності, а й точного розуміння того, які саме інструменти працюють найкраще для конкретної організації. Щоб оцінити поточний стан і тенденції розвитку рекрутингових стратегій, доцільно звернутись до візуалізації найпоширеніших методів, які використовуються на практиці.

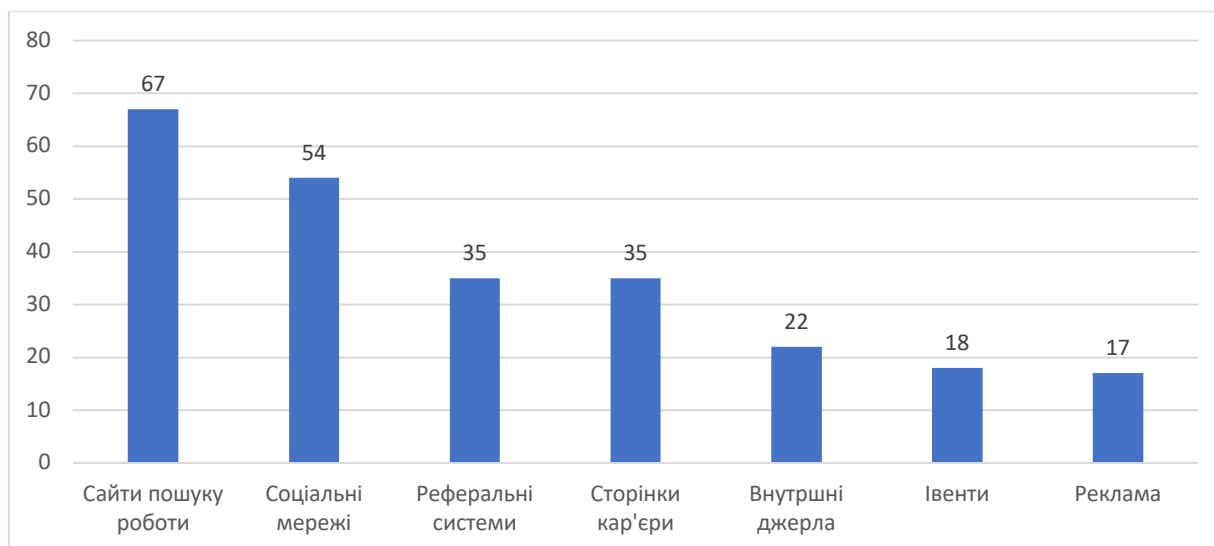


Рисунок 1 – Популярність методів залучення персоналу за 2024 рік (у %)

Джерело: [1]

Як видно з рисунка 1, найбільш поширеним каналом залучення персоналу залишаються сайти пошуку роботи (67 %), що свідчить про їх високу доступність і зручність використання як для роботодавців, так і для кандидатів. Водночас соціальні мережі (54 %) демонструють зростаючу роль персоналізованих і соціально орієнтованих каналів. Варто також звернути увагу на низьку популярність внутрішніх джерел (22 %) і реклами (17 %), що може свідчити про обмежену ефективність традиційних методів в умовах сучасного ринку праці. На основі цього спостереження виникає потреба в класифікації методів залучення персоналу, що дозволить краще зрозуміти їхню ефективність і доцільність застосування в різних умовах.

Існує низка підходів, за допомогою яких можна класифікувати методи залучення персоналу. Наприклад, можна класифікувати за каналами комунікації, активністю чи технологічною частиною методу. Обрана нами схема поділу на традиційні та інноваційні дозволяє не лише систематизувати наявний спектр підходів за низкою ознак, а й підкреслює еволюційні стадії розвитку окремих практик залучення. Така класифікація сприятиме глибшому аналізу кожної групи, допоможе визначити місце та актуальність окремих методів у загальній системі, стане основою для демонстрації переваги сучасних технологій в порівнянні з традиційними рішеннями, дозволить розкрити потенціал інноваційних підходів.

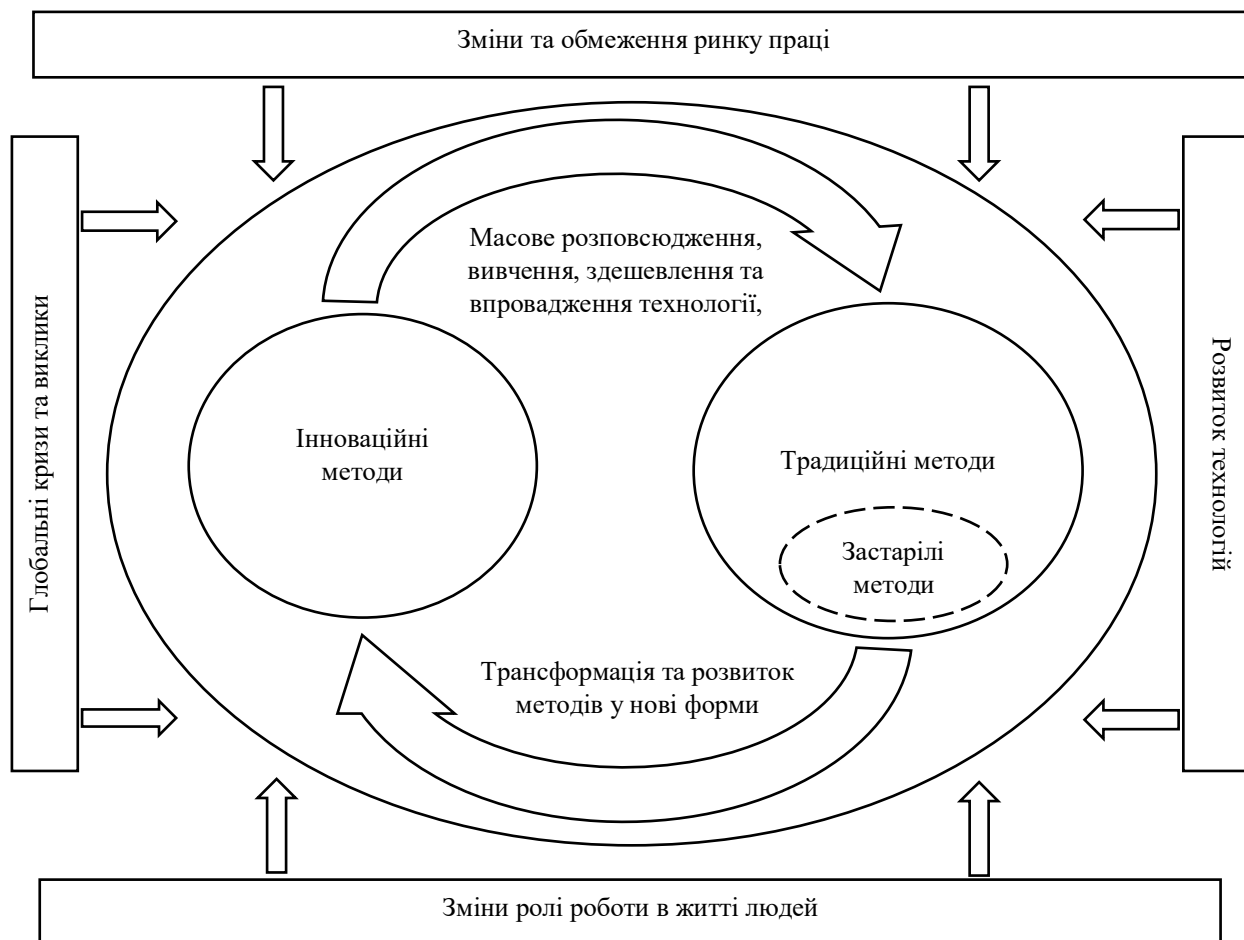


Рисунок 2 – Комплексна модель переходу інноваційних методів залучення персоналу у традиційні і навпаки

Джерело: створено автором

При виникненні нового методу залучення персоналу він потрапляє в розріз інноваційних. Такий метод зазвичай формується на вимогу часу з використанням останніх організаційних та технологічних можливостей. В процесі впровадження, використання та розповсюдження, залежно від вартості використання, ефективності в різних ситуаціях, можливостях масштабування та довготривалої актуальності метод може перейти в категорію традиційних.

Традиційні методи залучення персоналу, хоч і можуть не мати максимальної ефективності в конкретній ситуації, однак є добре випробуваними та значно простішими в імплементації через наявність багаторічного досвіду використання та впровадження. Вартість їх впровадження зазвичай порівняно нижче, порівняно з інноваційними методами, а ефективність в окремих випадках може залишатися на задовільному рівні, особливо, зважаючи на доступність на ринку праці компетентностей HR-спеціалістів щодо їх правильного використання.

В межах традиційних методів можна також виділити й застарілі форми методів. Методи постійно трансформуються та розвиваються, як сталося, наприклад, з публікацією вакансій у журналах та газетах, що трансформувалося в публікацію вакансій на сайтах пошуку роботи. Проте минула форма все ще існує та може бути використана, а в певних ситуаціях (наприклад в окремих регіонах з обмеженим інтернетом чи для

певних спеціальностей) навіть бути ефективною та незамінною. Проте огляд таких методів не є доцільним в межах поточного дослідження.

Для кращої демонстрації процесу розвитку огляд методів за класифікацією доцільно розпочати з традиційних методів залучення. В сучасних дослідженнях представлені різні погляди на те, які методи доцільно відносити до категорії традиційних. Значна кількість досліджень відносить до традиційних методів такі методи, що виникли до широкого впровадження та розповсюдження інтернет-технологій [2]. За таким підходом до порівняння необхідно включити залучення через кадрові агенції, ярмарки вакансій, звернення до державних центрів зайнятості, внутрішні джерела, рекомендації співробітників та публікації у друкованих ЗМІ. Всупереч розповсюдженості такого розподілу, останні дослідження починають відносити до традиційних методів і частину методів цифрової епохи [3]. Наприклад, публікація вакансій на сайтах пошуку роботи чи створення сторінок кар'єри з пропозиціями роботи на власному сайті компаній стали золотим стандартом та тривалий час застосовуються в широких масштабах, в тому числі в Україні, що дає змогу також віднести їх до традиційних методів. Водночас, публікації у друкованих ЗМІ можна змістити в категорію застарілих через різке падіння як розповсюдження методу, так і його ефективності в останнє десятиліття.

Проаналізуємо кожен із зазначених традиційних методів та їх місце у сучасній системі залучення більш детально. Публікація вакансій на сайтах пошуку роботи є основним методом пошуку кандидатів для значної кількості підприємств в Україні. Протягом останніх років можна побачити, що навіть державні підприємства почали активно використовувати даний метод залучення персоналу. Останні дані найбільшого сайту пошуку роботи Work.ua, демонструють найбільшу кількість опублікованих вакансій за весь період війни. [4] При цьому, ефективність цього методу має тенденцію до зменшення, адже все більше провідних компаній звертаються до альтернативних методів. Основними недоліками, які обмежують поточну ефективність даного підходу, полягає в першу чергу в пасивності даного методу. У комплексі з тенденцією до зростання пасивності кандидатів, понад 70% кандидатів за даним LinkedIn є пасивними, його використання як основного, враховуючи ціну, стає все менш актуальним, особливо при пошуку окремих, унікальних спеціальностей. [5]

Більш актуальною альтернативою із традиційних методів в поточній ситуації є підтримка сторінки кар'єри з вакансіями на корпоративному сайті. Це також пасивний метод залучення персоналу, який при правильному оформленні та проведенні оптимізації позицій сайту в пошукових запитах забезпечує присутність в інформаційному просторі при прямому пошуку конкретної вакантної посади. Такий метод, за статистичними даними, потребує менших постійних витрат в порівнянні з оплатою за підтримку кожної вакансії, при цьому приваблюючи значно якісніших кандидатів, які частіше перевищують очікування вимог за вакансією та, що більш важливо, частіше залишаються у компанії через рік роботи, в порівнянні з кандидатами залученими через сайти пошуку. [6] Однак, зауважимо, що даний метод залучення також потребує сильного HR-бренду компанії.

Наступним методом є пошук за рекомендаціями співробітників, популярність якого зменшилась за останні роки. Хоча за звітом LinkedIn 2015 року цей метод посідав перше місце за кількістю закритих вакансій [7], його ефективність і розповсюдженість серед традиційних методів зменшилась до 3 місця (див. рис. 1). Значною перевагою методу є його проактивність, високий рівень довіри та доступність інформації, як з боку роботодавця до кандидата, так і навпаки. Необхідно також зазначити, що метод

продовжує трансформуватись та набувати нові форми під впливом інновацій. Так, дедалі частіше роботодавці впроваджують реферальні системи у свої політики залучення персоналу, однією з останніх інноваційних форм якої є *networking* через мережу співробітників.

Використання послуг агенцій з найму також є елементом традиційних методів. Загалом роль та популярність послуг рекрутингових агенцій зростає через цілий комплекс причин.[8] По-перше, значне посилення конкуренції за кандидатів, особливо в окремих галузях. По-друге, еволюція методів і підходів до залучення як такого, наявність значної кількості можливостей ускладнює оптимізацію і організацію власного процесу найму, особливо для підприємств з великою кількістю посад, які потребують спеціального підходу. Початок активного використання ІІІ лише посилить запит на рекрутингові послуги, оскільки спеціалізовані компанії (особливо середнього та великого розміру) зможуть витрати значно більше ресурсів на купівлю та налаштування власного ІІІ, матимуть значні інформаційні бази та кейси, на основі яких можна навчати чи точно налаштовувати ІІІ-інструменти під потреби. Як наслідок, зростання витрат коштів та часу на пошук працівників робить використання послуг рекрутингових агенцій все більш привабливим для компаній, як мінімум коштом економії на простій та зменшенням ризику помилкового найму, що веде до значних додаткових втрат, які можуть дорівнювати витратам на пошук, адаптацію від 30% річної зарплати вакантної посади. [9]

Динамічні зміни ринку, усвідомлення ролі та важливості талантів, посилення конкуренції за кандидатів призвели до швидкого розвитку інноваційних методів залучення та їх форм. На заміну традиційним підходам все частіше починають застосовувати різноманітні інструменти на основі штучного інтелекту, гейміфікацію, пошук через соціальні мережі, таргетовану рекламу та *Big-data*. Ці методи мають значну кількість переваг в порівнянні з традиційними підходами, що стануть основою для демонстрації еволюції підходів залучення персоналу як таких.

Проте потрібно зазначити, що впровадження та розповсюдження будь-якої технології є складним процесом з великою кількістю викликів та можливих негативних ефектів, тому навіть найбільш ефективні технології потребують значних часових і грошових ресурсів, серйозної підготовки з боку тих, хто її впроваджує. Це обмежує швидкий доступ до нових технологій, впливає на їх ефективність під час використання. Тому адаптація інноваційних технологій залучення персоналу може бути недоцільною в окремих випадках навіть при всіх перевагах в порівнянні з іншими методами. [10]

Окремо перед аналізом конкретних інноваційних методів необхідно зазначити, що попри факт, що методи, які можна віднести до категорії інноваційних, мали різний час на розвиток та знаходяться на різних етапах життєвого циклу.

Першим розглянемо методи таргетованої реклами та пошуку через соціальні мережі. Ці методи передбачають ведення корпоративних сторінок на різних платформах соціальних мереж, як загальних, так і спеціалізованих, наприклад Facebook, LinkedIn, використання алгоритмованої реклами для пошуку кандидатів, прямий пошук через соціальні мережі. Ведення власних сторінок — це відносно нова альтернатива пасивному залученню персоналу. Такий метод має низку плюсів в порівнянні з сайтами пошуку роботи та іншими пасивними методами. Найбільшою його перевагою є значна аудиторія. Всі популярні соціальні мережі надають можливість представлення власної компанії на багатомільйонну аудиторію та дозволяють виходити у глобальний простір без додаткових обмежень. Статистично такий метод демонструє достатньо високу ефективність, яка має тенденцію до зростання через популяризацію методу. Понад 50%

активних кандидатів на ринку праці використовують соціальні мережі для пошуку та аналізу потенційних роботодавців. Така кількість потенційних кандидатів призвела до того, що понад 80% компаній мають власні сторінки в соціальних мережах та використовують їх як частину власних стратегій залучення персоналу. [11] Значною перевагою є можливість демонстрації корпоративної культури компанії та гнучкість формату соціальних мереж, також залучення через соціальні мережі є значно дешевшим в порівнянні з традиційними підходами.

Серед недоліків варто відзначити необхідність ведення кількох сторінок у різних соціальних мережах із унікальним контентом для кожної платформи, щоб досягти максимальної ефективності цього методу, оскільки різні покоління віддають перевагу різним соцмережам для щоденного використання. [12]

Водночас, пошук через соціальні мережі, на відміну від традиційних альтернатив, не обмежується пасивним представленням компанії і надає можливості налаштування таргетованої реклами. Таргетована реклама дозволяє пропонувати контент на основі обраних параметрів, що може бути як просто постом зі сторінки, так і конкретною вакансією. Персональною інформацією, на якій базується таргетована реклама, користувачі самостійно діляться з соціальними мережами, що дозволяє провести певний відбір кандидатів ще до початку активного процесу оцінки та відбору. Ефективність таргетованої реклами значною мірою залежить від кількості та якості даних, що збирає конкретна соціальна мережа, та вміннями користуватися цими даними, що робить спеціалізовані соціальні мережі, такі як LinkedIn, більш ефективними. При цьому такий вид реклами показує кращі показники конверсії та вдвічі нижчі показники вартості в порівнянні з традиційними підходами. [13]

Наступним інноваційним методом є гейміфікація процесу залучення. Загальна концепція полягає у переведенні елементів процесу найму у гру. Гейміфікація приймає різні форми, від повноцінних симуляцій робочого дня до ситуаційних завдань, які дозволяють оцінити окремі навички. Цей метод демонструє високі показники ефективності у пошуку талантів, спрощує подальший процес відбору кандидатів або усуває його, посилює взаємодію та зацікавленість кандидатів. Водночас він має численні виклики, які обмежують його масове впровадження в компаніях, в першу чергу це складність та вартість розробки окремих форм, захист особистих даних, потреба в постійному розвитку та підтримки платформи. [14] Найбільш розповсюдженою гейміфікацією є в IT-секторі, де компанії створюють платформи для змагань у розв'язанні практичних задач, проте існують успішні приклади і в інших сферах. Наприклад, M-Technology запровадили систему гейміфікації для пошуку клерків та зазначили, що відвідуваність сторінки кар'єри збільшилась на 68%, з яких 93% відвідувачів сторінки брали участь в гейміфікованих завданнях, а витрати на найм вдалося скоротити на 35%. [15]

Одним з найновіших інноваційних методів, що швидко набуває популярності, став штучний інтелект. Хоча активне розповсюдження і застосування ШІ в залученні персоналу розпочалося всього декілька років тому, експерти вже оцінили його значний вплив та відзначають можливість скорочувати час найму майже вдвічі, значну економію бюджету на залучення та вивільнення часу. Більшість HR-ів також позитивно сприймають розповсюдження методів на основі ШІ і відзначають, що ШІ повністю змінить підхід і процеси залучення персоналу. Проте навіть в високотехнологічних країнах із розвинутою економікою відсоток впровадження методів на основі ШІ серед усіх компаній залишається на відносно низькому та становить близько 30%, хоча і

спостерігається значна динаміку до зростання у порівнянні з минулим роком (10% зростання).[16]

Варіативність можливостей застосування штучного інтелекту дозволяє як підвищувати ефективність вже існуючих методів залучення, в тому числі традиційних, так і створювати абсолютно нові. Проте правильне використання штучного інтелекту може бути дорого-вартісним, потребує спеціальних компетенцій від працівників та великої кількості даних. В той час, як більшість компаній все ще намагаються впоратись із викликами, що стоять на шляху впровадження ШІ в процеси залучення, майже всі компанії-лідери ринку вже впровадили ШІ як мінімум в окремі процеси і продовжують комплексну автоматизацію процесу залучення персоналу.[17]

Існує декілька основних напрямків застосування ШІ в процесах залучення персоналу на цей момент. По-перше, за рахунок штучного інтелекту можна автоматизувати низку традиційних та інноваційних підходів, як то ведення соціальних мереж, публікація вакансій, пошук кандидатів серед працівників компаній тощо. Це дозволяє більш ефективно використовувати час працівників HR-служб для виконання інших завдань та отримати новий погляд на вже існуючі дані.

Наступним варіантом застосування є використання ШІ для аналізу Big-data. Обробка, систематизація, аналіз та ефективне використання великих обсягів даних є складним та дороговартісним процесом, а ШІ дозволяє зменшити витрати часу та кількість людських помилок при аналізі, залишаючи для спеціалістів роль експертів в оцінці якості аналізу даних та подальших кроків їх використання.

Останній з напрямків є створення окремих інструментів виключно на основі ШІ, наприклад чат-ботів, що можуть вести діалоги з потенційними кандидатами, займатися розсиланням інформації про вакансії, аналізувати резюме та навіть проводити першочергові етапи інтерв'ю, надсилаючи HR-ам звіти про потенціал тих чи інших кандидатів.

Останні зміни, які були пов'язані із вимушеною реакцією на пандемію COVID-19 та її наслідки, значне технологічне відкриття у вигляді ШІ та загальні зміни балансу ринку праці призвели до значної перебудови процесу залучення персоналу, як такого. Нові методи, що виникли під впливом цих процесів, демонструють вищі показники ефективності, економію часу, коштів та поглиблений аналіз навичок і вмінь кандидатів в порівнянні із традиційними методами, що напряду демонструє еволюційні процеси у залучення персоналу. Наразі процес залучення персоналу знаходиться в перехідному етапі до нової форми, оскільки більшість компаній все ще шукає можливості застосування нових методів у рекрутинговій стратегії своєї компанії, а компанії, що вже розпочали використовувати інноваційні методи, активно експериментують з формами та підходами.

Наступні періоди будуть характеризуватися поступовим вивченням можливостей вже відкритих інноваційних методів і вирішенням основних викликів на шляху до масового застосування. Для більш всеосяжного впровадження ШІ, компаніям необхідно вирішити проблеми персоналізації спілкування з генеративними системами, пересвідчитись в надійності та якості оцінок, які надають інструменти на основі ШІ, перебороти етичні дилеми, які виникають в процесі впровадження, та підготувати працівників до сприйняття нової політики управління персоналом як такої.

Хоча динаміка вказує на неминучу масову інтеграцію ШІ в залучення персоналу через домінування серед усіх ключових показників ефективності, це є лише початком трансформації. Вчені та практики активно вивчають можливості гібридного процесу залучення персоналу, що буде поєднувати високу ефективність від використання ШІ та

гуманізацію від наявності реальної людської оцінки та діалогу. Інші компанії мають плани повної роботизації процесу залучення персоналу, коли пошук, відбір та навіть усні інтерв'ю з кандидатами будуть проводитись лише ШІ, вже до кінця поточного року. Існують напрацювання для створення імерсивних кар'єрних ігор на основі технології мета всесвіту та використання блокчейну для конфіденційності та надійності передачі інформації від кандидата до ШІ роботодавця.

Висновки. Залучення персоналу є складним і динамічним процесом, який постійно адаптується до змінних умов ринку праці та технологічного середовища. З початком цифрової епохи цей процес зазнав суттєвих трансформацій, особливо в останнє десятиліття. Інноваційні методи, що виникли у відповідь на ці зміни, демонструють вищу ефективність порівняно з традиційними підходами, що підтверджує їхню еволюцію та значення для сучасного ринку праці.

Водночас запровадження новітніх технологій у сфері залучення персоналу супроводжується певними викликами, серед яких – необхідність адаптації бізнес-процесів, забезпечення етичності використання даних та інтеграція технологічних рішень у вже існуючі HR-системи.

Останні тенденції свідчать про активне впровадження інноваційних методів, зокрема тих, що використовують штучний інтелект. Це спричинило черговий етап змін у процесах залучення персоналу, відкриваючи нові можливості для підвищення точності відбору кандидатів, автоматизації рутинних завдань та оптимізації рекрутингових стратегій.

Перспективи подальшого розвитку передбачають масове застосування ШІ-орієнтованих підходів, розробку гібридних моделей, що поєднують алгоритмічні рішення з людською експертизою, а також інтеграцію цих інструментів із сучасними експериментальними HR-технологіями. Це сприятиме формуванню гнучких та ефективних стратегій залучення персоналу, здатних відповідати викликам майбутнього.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Employ recruiter nation report 2024. *Employ*. URL: [2024-Employ-Recruiter-Nation-Report-Empowering-People-First-Recruiting.pdf](#)
2. D Jogish. E-Recruitment Vs. Traditional Recruitment: The Impact of Social Media". *Journal of Informatics Education and Research*. 2024. URL: <https://doi.org/10.52783/jier.v4i3.1393>
3. Bangura S. Evaluating the Effectiveness of Traditional Recruitment and Selection Practices in a Technologically Dominated Economy. *International Journal of Social Science Research and Review*. 2024. вид. 7, № 11. С. 40–48. URL: <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v7i11.2310>
4. Новий рекорд – українцям пропонують приголомшливу кількість вакансій. Кого шукають роботодавці?. *Work.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні*. URL: <https://www.work.ua/en/articles/analytics/3349/>
5. Ajit S. 100 Recruitment Statistics and Trends for 2025 and Beyond. *AI Talent Assessment Platform - WeCP*. URL: <https://www.wecreateproblems.com/blog/recruitment-statistics#:~:text=According%20to%20LinkedIn's%20Global%20Talent%20Trends,%2073%%20of,a%20different%20approach%20than%20recruiting%20active%20job%20seekers.>
6. Arman M. The Advantages of Online Recruitment and Selection: A Systematic Review of Cost and Time Efficiency. *Business Management and Strategy*. 2023. вид 14, № 2. С. 220. URL: <https://doi.org/10.5296/bms.v14i2.21479>
7. Ultimate hiring statistics 2015. *Business Solutions on LinkedIn. LinkedIn Business*. URL: <https://shorturl.at/iYz4E>
8. Chang J. 101 Hiring Statistics You Must Read: 2024 Data Analysis & Market Share - *Financesonline.com*. URL: <https://financesonline.com/hiring-statistics/>

9. Predictions on How Recruitment Will be Different in 2025. *Atkins Search*. URL: <https://www.atkinssearch.co.uk/insights/predictions-on-how-recruitment-will-be-different/>
10. Laurano M. The True Cost of a Bad Hire. *Glassdoor* 2015. C. 1–21 URL: <https://www.bdo.com/getmedia/fc989309-6824-4ad6-9f8d-9ef1138e3d42/the-true-cost-of-a-bad-hire.pdf>
11. Yuwono M., Ellitan L. Technological Development and Resource Constraints: A Critical Analysis. *International Journal of Research*. 2024. №11. C.81-86. URL: [10.5281/ZENODO.13267940](https://doi.org/10.5281/ZENODO.13267940).
12. 15+ Social Media Recruitment Statistics You Have to Know for 2025 - Hiring Guide. *Qureos Hiring Guide*. URL: <https://www.qureos.com/hiring-guide/social-media-recruitment-statistics>
13. Öze Nuran. Social Media Usage Patterns and Differences Among Generations *Proceedings of the 6th European Conference on Social Media ECSM*. 2019 C. 238-246
14. Haerting R., Gerst M., Zerrer J. Potentials and Challenges of Gamification in Recruiting. *18th Conference on Computer Science and Intelligence Systems*, 17–20 верес. 2023
15. Abuladze L., Hasimi L. The Effectiveness and Attractiveness of Employer Branding: The Effects and Role of Gamification in Recruitment Activities. *2023 IEEE European Technology and Engineering Management Summit (E-TEMS)*, м. Kaunas, Lithuania, 20–22 квіт. 2023 р. 2023. URL: <https://doi.org/10.1109/e-tems57541.2023.10424678>
16. The Future of Recruiting 2025 LinkedIn. *Business Solutions on LinkedIn*. LinkedIn Business. URL: <https://business.linkedin.com/talent-solutions/resources/future-of-recruiting?trk=for-pdf-summary-fy25>
17. Purcell K. 2024 Applicant Tracking System (ATS) Usage Report. *Jobscan*. URL: [2024 Applicant Tracking System \(ATS\) Usage Report](https://www.jobscan.co/2024-applicant-tracking-system-ats-usage-report)

REFERENCES

1. Employ. (2024). *Employ recruiter nation report 2024: Empowering people-first recruiting*. <https://2024-Employ-Recruiter-Nation-Report-Empowering-People-First-Recruiting.pdf>
2. D Jogish (2024). E-recruitment vs. traditional recruitment: The impact of social media. *Journal of Informatics Education and Research*, 4(3). <https://doi.org/10.52783/jier.v4i3.1393>
3. Bangura, S. (2024). Evaluating the effectiveness of traditional recruitment and selection practices in a technologically dominated economy. *International Journal of Social Science Research and Review*, 7(11), 40–48. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v7i11.2310>
4. Work.ua. (2024). Novyi rekord – ukraintsiam proponuiut pryholomshlyvu kilkist vakansii. Koho shukaiut robotodavtsi? [A new record – Ukrainians are offered a stunning number of vacancies. Who are employers looking for?]. *Work.ua – sait poshuku roboty №1 v Ukraini* [Work.ua – job search site №1 in Ukraine]. Retrieved from <https://www.work.ua/en/articles/analytics/3349/>
5. Ajit, S. (2025). *100 recruitment statistics and trends for 2025 and beyond*. AI Talent Assessment Platform – WeCP. <https://www.wecreateproblems.com/blog/recruitment-statistics#:~:text=According%20to%20LinkedIn's%20Global%20Talent%20Trends,%2073%%20of,a%20different%20approach%20than%20recruiting%20active%20job%20seekers>
6. Arman, M. (2023). The advantages of online recruitment and selection: A systematic review of cost and time efficiency. *Business Management and Strategy*, 14(2), 220. <https://doi.org/10.5296/bms.v14i2.21479>
7. LinkedIn Business. (2015). *Ultimate hiring statistics 2015*. Business Solutions on LinkedIn. <https://shorturl.at/iYz4E>
8. Chang, J. (2024). *101 hiring statistics you must read: 2024 data analysis & market share*. FinancesOnline. <https://financesonline.com/hiring-statistics/>
9. Atkins Search. (2025). *Predictions on how recruitment will be different in 2025*. <https://www.atkinssearch.co.uk/insights/predictions-on-how-recruitment-will-be-different/>
10. Laurano, M. (2015). *The true cost of a bad hire* (pp. 1–21). *Glassdoor*. <https://www.bdo.com/getmedia/fc989309-6824-4ad6-9f8d-9ef1138e3d42/the-true-cost-of-a-bad-hire.pdf>

11. Yuwono, M., & Ellitan, L. (2024). Technological development and resource constraints: A critical analysis. *International Journal of Research*, (11), 81–86. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13267940>
12. Qureos. (2025). *15+ social media recruitment statistics you have to know for 2025 – Hiring guide*. Qureos Hiring Guide. <https://www.qureos.com/hiring-guide/social-media-recruitment-statistics>
13. Öze, N. (2019). Social media usage patterns and differences among generations. In *Proceedings of the 6th European Conference on Social Media (ECSM)* (pp. 238–246).
14. Haerting, R., Gerst, M., & Zerrer, J. (2023, September 17–20). *Potentials and challenges of gamification in recruiting*. 18th Conference on Computer Science and Intelligence Systems.
15. Abuladze, L., & Hasimi, L. (2023, April 20–22). *The effectiveness and attractiveness of employer branding: The effects and role of gamification in recruitment activities*. 2023 IEEE European Technology and Engineering Management Summit (E-TEMS), Kaunas, Lithuania. <https://doi.org/10.1109/e-tems57541.2023.10424678>
16. LinkedIn Business. (2025). *The future of recruiting 2025*. Business Solutions on LinkedIn. <https://business.linkedin.com/talent-solutions/resources/future-of-recruiting?trk=for-pdf-summary-fy25>
17. Purcell, K. (2024). *2024 applicant tracking system (ATS) usage report*. Jobscan. [2024 Applicant Tracking System \(ATS\) Usage Report](#)