

DOI 10.32782/city-development.2024.3-4

УДК 65.012:004.8

## РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ КОМПАНІЇ

### Драган Олена Іванівна

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри економіки праці та менеджменту  
Національний університет харчових технологій  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7606-2385>

### Пилипенко Максим Леонідович

магістр освітньо-професійної програми «Менеджмент персоналу»  
Навчально-науковий інститут економіки і управління  
Національного університету харчових технологій  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2413-0486>

**Анотація.** У статті досліджується вплив штучного інтелекту на розвиток і зміцнення бренду роботодавця компанії у системі менеджменту персоналу. Досліджені складові бренду роботодавця: корпоративна культура, умови праці, професійний розвиток, система мотивації та винагород, а також загальний імідж компанії у суспільстві. Обґрунтовано, що сучасний штучний інтелект (ШІ) розвивається завдяки поєднанню різних інноваційних технологій – хмарних сервісів, таких як AWS, Google Cloud та Microsoft Azure, забезпечуючи доступність необхідних обчислювальних потужностей для підприємств. Узагальнені HR-процеси для застосування штучного інтелекту з метою зміцнення бренду роботодавця компанії – підтримка корпоративної культури та мотивації; моніторинг та аналіз репутації компанії на підставі вивчення зворотного зв'язку; виявлення HR-трендів та прогнозування майбутніх змін. Обґрунтовані переваги, ризики та виклики для компанії при використанні ШІ з метою зміцнення бренду роботодавця. Отже, ШІ як інструмент для розвитку та зміцнення бренду роботодавця відкриває нові можливості та надає значні конкурентні переваги компанії на ринку праці.

**Ключові слова:** штучний інтелект, бренд роботодавця, HR-процеси, менеджмент персоналу, талановиті працівники, репутація, компанія.

**Актуальність проблеми.** Сучасне бізнес-середовище у цифровій економіці зазнає постійних змін під впливом швидкого розвитку технологій, серед яких важливе місце займає штучний інтелект (ШІ). Зокрема, використання ШІ в менеджменті персоналу набуває все більшої поширеності, оскільки дозволяє компаніям автоматизувати процеси, аналізувати великі обсяги даних та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Для зміцнення бренду роботодавця компанії також стає актуальним застосування штучного інтелекту в процесах залучення та утримання талановитих працівників.

Штучний інтелект надає компаніям можливість більш ефективно взаємодіяти з працівниками, створювати позитивний імідж роботодавця та вдосконалювати внутрішні процеси. Це, у свою чергу, сприяє зростанню задоволеності працівників та покращенню репутації компанії на ринку праці. Актуальність теми

дослідження полягає у визначенні ролі ШІ для зміцнення бренду роботодавця, а також виявленні переваг та викликів, пов'язаних з його використанням у цій сфері.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретико-прикладні питання впливу штучного інтелекту на менеджмент персоналу, людську працю, управлінську діяльність досліджували у своїх працях зарубіжні автори, зокрема: Д. Гілдер [1], Ч. Гупта [2], С. Хайнце [3], Ю. Харарі [4], А. Хевідж [5], М. Ратай [6], Д. Станчак [7] та інші.

Заслужують на увагу праці з цього напрямку вітчизняних авторів, таких як: Д. Дриньов, О. Войтех, Р. Тимошенко [8], М. Дученко, Ж. Попович [9], С. Кадикало [10], Г. Машлій, О. Мосій, М. Пельчер [11], О. Храпкін [12], Н. Черненко [13] та інші. Водночас розгляд штучного інтелекту як інструменту зміцнення бренду роботодавця компанії є недостатньо



дослідженим і потребує робітьш детального обґрунтування у системі менеджменту персоналу.

**Мета статті:** вивчення впливу штучного інтелекту на розвиток бренду роботодавця компанії. Аналіз використання ШІ у цій сфері дозволить виявити основні переваги та виклики, а також визначити оптимальні підходи для інтеграції ШІ в процеси управління брендом роботодавця.

**Результати дослідження.** Бренд роботодавця – це комплексна концепція, яка охоплює імідж та репутацію компанії як місця роботи, формує її привабливість для потенційних та наявних працівників [14, с. 399]. Це не лише набір характеристик, що вирізняє компанію на ринку праці, але й сукупність цінностей, принципів та досвіду власних співробітників.

Основні складові бренду роботодавця включають корпоративну культуру, умови праці, можливості для професійного розвитку, систему мотивації та винагород, а також загальний імідж компанії у суспільстві. Формування сильного бренду роботодавця сприяє залученню талановитих працівників, підвищенню їхньої лояльності та продуктивності, а також зменшенню плинності кадрів. Сильний бренд роботодавця сприяє залученню кваліфікованих спеціалістів, що знижує витрати на рекрутинг та навчання нових працівників. Крім того, бренд роботодавця впливає на рівень задоволеності та лояльності нинішніх працівників, що, в свою чергу, сприяє підвищенню продуктивності праці та зменшенню плинності кадрів [15, с. 90]. Успішне управління брендом роботодавця допомагає створити творче середовище, яке сприяє професійному та особистісному розвитку працівників.

На зовнішньому рівні, бренд роботодавця впливає на імідж компанії у суспільстві та на ринку праці. Компанії з високим рейтингом як роботодавця легше налагоджувати відносини з клієнтами, партнерами та інвесторами, що сприяє загальному успіху та конкурентоспроможності організації [14, с. 401].

Бренд роботодавця також допомагає компанії витримувати виклики сучасного ринку праці, такі як глобалізація та цифровізація, забезпечуючи їй стабільність та розвиток у довгостроковій перспективі. Бренд роботодавця складається з декількох ключових елементів, які в сукупності створюють його унікальний образ на ринку праці [14–16]:

**1. Корпоративна культура:** набір цінностей, норм і поведінкових стандартів, які визначають, як працівники взаємодіють між собою та з керівництвом. Корпоративна культура формує внутрішнє середовище компанії та впливає на задоволеність працівників.

**2. Репутація:** відгуки працівників, кандидати, клієнти та інші зацікавлені сторони фор-

мують зовнішній імідж компанії як роботодавця. Висока репутація сприяє залученню найкращих талантів та зміцнює лояльність наявних працівників.

**3. Пропозиція цінності для працівника (EVP – Employee Value Proposition):** сукупність переваг, які компанія пропонує своїм працівникам, включаючи компенсацію, соціальні пакети, можливості для розвитку та кар'єрного зростання, а також баланс між роботою та особистим життям.

**4. Брендуння робочого місця:** візуальні та концептуальні елементи, які компанія використовує для створення привабливого образу роботодавця, такі як логотип, корпоративні кольори, дизайн офісу, рекламні матеріали та соціальні медіа.

**5. Комунікації:** ефективна внутрішня та зовнішня комунікація, яка включає регулярне спілкування з працівниками, використання соціальних мереж, блогів, прес-релізів та інших каналів для підвищення обізнаності про компанію як роботодавця.

**6. Відношення керівництва:** стиль управління та відношення керівників до підлеглих відіграють важливу роль у формуванні позитивного бренду роботодавця. Відкрите та підтримуюче керівництво сприяє підвищенню задоволеності та мотивації працівників.

**7. Зворотній зв'язок та оцінка:** регулярний зворотний зв'язок від працівників та оцінка їхньої роботи дозволяє компанії оперативно реагувати на зміни та покращувати внутрішні процеси для підтримки позитивного бренду роботодавця.

Ці елементи в сукупності допомагають компанії створити привабливий та конкурентоспроможний образ на ринку праці, залучати та утримувати талановитих працівників, а також підвищувати їхню лояльність та задоволеність.

Сучасний штучний інтелект (ШІ) розвивається завдяки поєднанню різних інноваційних технологій. Хмарні сервіси, такі як AWS, Google Cloud та Microsoft Azure, роблять ці технології доступними для підприємств, забезпечуючи необхідні обчислювальні потужності. Інтернет речей (IoT) з'єднує розумні пристрої, дозволяючи їм збирати та аналізувати дані в реальному часі [8]. Отже, штучний інтелект (ШІ) може стати невід'ємною частиною розвитку бренду роботодавця. Зокрема, процесу підбору та адаптації персоналу, допомагаючи компаніям його оптимізувати. Наприклад, автоматизація первинного аналізу резюме на відповідність кандидатів профілю вакансії, значно зменшує час і підвищує точність вибору. Також ШІ може використовуватися для проведення відеоінтерв'ю, під час яких аналізується мова тіла, тон голосу та

інші невербальні сигнали для оцінювання кандидата. У процесі адаптації новачків ШІ може надавати персоналізовані навчальні матеріали та інструкції, сприяючи швидшій інтеграції працівників у команду та підвищенню їхньої ефективності.

Застосування штучного інтелекту в HR-процесах для зміцнення бренду роботодавця компанії (рис. 1).

Штучний інтелект активно використовується для покращення внутрішніх комунікацій та навчання працівників. ШІ допомагає створювати та підтримувати платформи для спільної роботи (корпоративні соціальні мережі та чат-боти), що відповідають на запитання працівників у режимі реального часу та покращують взаємодію між працівниками та керівництвом. У навчанні працівників ШІ використовується для створення персоналізованих навчальних програм, адаптованих до індивідуальних потреб та рівня знань кожного працівника. Крім того, інтелектуальні системи навчання можуть аналізувати прогрес працівників та надавати рекомендації щодо подальшого розвитку, що сприяє підвищенню кваліфікації та продуктивності.

Штучний інтелект можна застосовувати у підтримці корпоративної культури та мотивації працівників. Зокрема, для аналізу даних про задоволеність працівників, їхню мотивацію та залученість дозволяє керівництву швидко виявляти проблеми та вживати відповідні заходи.

Наприклад, за допомогою ШІ можна проводити регулярні опитування та надавати зворотний зв'язок для створення позитивного ділового середовища.

ШІ також може використовуватися для проведення HR-аналітики корпоративної культури, виявлення трендів та прогнозування майбутніх змін для проактивності стратегій управління персоналом компанії.

Штучний інтелект відіграє важливу роль у моніторингу та аналізі репутації компанії. Сучасні системи на основі ШІ можуть автоматично відстежувати відгуки про компанію в соціальних мережах, на спеціалізованих платформах та у ЗМІ для оперативного реагування на негативні відгуки та уникнення репутаційних ризиків. Використання ШІ для моніторингу репутації дозволяє отримати об'єктивну картину про сприйняття компанії, що є важливим для планування стратегії управління брендом роботодавця.

ШІ застосовується у HR маркетингу та просуванні бренду роботодавця. Використання інтелектуальних алгоритмів дозволяє аналізувати дані про кандидатів та створювати цільові рекламні кампанії, спрямовані на залучення талановитих фахівців. Крім того, ШІ може аналізувати ефективність рекламних кампаній та надавати рекомендації щодо їхньої оптимізації, що дозволяє компаніям ефективніше використовувати свої маркетингові ресурси.



**Рисунок 1 – Схема застосування штучного інтелекту для зміцнення бренду роботодавця компанії**

Джерело: складено авторами

Переваги та виклики використання ШІ у розвитку та зміцненні бренду роботодавця представлено на рис. 2.

Для подолання викликів та ризиків, пов'язаних з впровадженням ШІ для зміцнення бренду роботодавця компанії рекомендується: інвестувати у навчання персоналу для підтримки використання нових цифрових технологій; впроваджувати політику та процедури для мінімізації ризиків упередженості та дискримінації, а також посилення захисту персональ-

них даних; моніторити та оцінювати ефективність ШІ-систем для своєчасного виявлення та виправлення проблем; інтеграція новітніх програм, що використовують ШІ для управління і підтримки талановитих працівників.

**Висновки.** Підсумовуючи вищевикладене вважаємо, що штучний інтелект має суттєвий вплив на зміцнення бренду роботодавця компанії. ШІ автоматизує процеси підбору та адаптації персоналу, покращує внутрішні комунікації, персоналізує навчання і підтримує корпоративну культуру та



**Рисунок 2 – Переваги та виклики використання ШІ у розвитку бренду роботодавця компанії**

Джерело: складено авторами на підставі [1; 13; 17; 18]

мотивацію працівників. Загалом, ШІ як інструмент для розвитку та зміцнення бренду роботодавця компанії відкриває нові можливості та надає значні конкурентні переваги на ринку праці.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення додаткових аспектів викорис-

тання ШІ для зміцнення бренду роботодавця на прикладі конкретних компаній. Також важливо досліджувати етичні аспекти застосування ШІ із розробленням механізмів для забезпечення, справедливості та рівноправності в автоматизованих процесах.

#### Бібліографічний список:

1. Gilder, G. (2020). *Gaming AI*. Seattle: Discovery Institute Press. 64 p.
2. Gupta, C. The Advantages of AI in HR: Impact and Examples – Plum Blog. Employee Healthcare and Medical Benefits – Buy Online. 2023. URL: <https://www.plumhq.com/blog/ai-in-hr>
3. Harari, Y. N. (2017). *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*. New York: Harper Collins Publishers. 448 p.
4. Heinze, C. 5 advantages and disadvantages of using AI in HR. TechTarget. 2023. HR Software. URL: <https://www.techtarget.com/searchhrsoftware/feature/Advantages-and-disadvantages-of-using-AI-in-HR>
5. Hewage, A. (2023). Exploring the Applicability of Artificial Intelligence in Recruitment and Selection Processes: A Focus on the Recruitment Phase. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 11(03), 603–634. DOI: <https://doi.org/10.4236/jhrss.2023.11303>
6. Rataj, M. (2023, 29 травня). Unlocking the benefits of AI in human resources – Sloneek. URL: <https://www.sloneek.com/blog/benefits-of-ai-in-human-resources/>
7. Stanchak, Jesse the Impact of AI on Talent Acquisition and Recruitment. URL: <https://www.shrm.org/executive-network/insights/the-impact-of-ai-on-talent-acquisition-and-recruitment>
8. Дриньов Д. М., Войтех К.Р., Тимошенко Р. Р. Штучний інтелект в процесі прийняття та реалізації управлінських рішень. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. Вип. 18. С. 74–79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.7>
9. Дученко М. М., Попович Ж. В. Використання штучного інтелекту в управлінні персоналом. Моделювання та прогнозування економічних процесів: Матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 7 грудня 2023. URL: <http://mprep.fmm.kpi.ua/proc/index>
10. Машлій Г., Мосій О., Пельчер М. Дослідження управлінських аспектів використання штучного інтелекту. *Галицький економічний вісник*. 2019. Т. 57. № 2. С. 80–89.
11. Кадикало С. Штучний інтелект і майбутнє людської праці (Огляд монографії Джорджа Гілдера "Gaming IA". Seattle: Discovery Institute Press, 2020) *Humanitarian vision*. 2021. Vol. 7, Num. 2. С. 57–60. DOI: <https://doi.org/10.23939/shv2021.02.057>
12. Храпкін О.М. Використання систем штучного інтелекту для прийняття управлінських рішень. *Бізнес, освіта і наука: вектори співпраці: матеріали III Міжнар. наук.-практ. форуму*, 8–10 квітня 2021 р. Київ, 2021. С. 28–29.
13. Черненко Н. Штучний інтелект в управлінні персоналом. *Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка*. 2022. Вип. 12. С. 76–83. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.12.11>
14. Krummel, D., Siegfried, P., Michel, A. (2020). Millennials' Employer Brand Perception in a German Retail Context. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 8, 396–418. DOI: <https://doi.org/10.4236/jhrss.2020.84023>
15. Dzhulai, M., Fedulova, I., Bolotina, I. (2022). Analysis of employer brand for young people. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 1(13(115)), 80–91. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.252549>
16. Драган О. І., Соломка О. М., Мазник Л. В. Бренд роботодавця підприємств харчової промисловості. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 67. С. 111–115. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct67-20>
17. 4 ways artificial intelligence can boost your employer brand. URL: <https://eightfold.ai/blog/ai-employer-brand/>
18. The Impact of AI on Employer Branding and Recruitment. October 23, 2024. URL: <https://blog.aspiration.marketing/en/ai-impact-on-employer-branding-and-recruitment>

#### References:

1. Gilder, G. (2020). *Gaming AI*. Seattle: Discovery Institute Press. 64 p.
2. Gupta, C. The Advantages of AI in HR: Impact and Examples – Plum Blog. Employee Healthcare and Medical Benefits – Buy Online. 2023. Available at: <https://www.plumhq.com/blog/ai-in-hr>
3. Heinze, C. (2023). 5 advantages and disadvantages of using AI in HR | TechTarget. HR Software. Available at: <https://www.techtarget.com/searchhrsoftware/feature/Advantages-and-disadvantages-of-using-AI-in-HR>
4. Hewage, A. (2023). Exploring the Applicability of Artificial Intelligence in Recruitment and Selection Processes: A Focus on the Recruitment Phase. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 11(03), 603–634. DOI <https://doi.org/10.4236/jhrss.2023.11303>
5. Rataj, M. (2023). Unlocking the benefits of AI in human resources – Sloneek. Available at: <https://www.sloneek.com/blog/benefits-of-ai-in-human-resources/>

6. Stanchak, Jesse. The Impact of AI on Talent Acquisition and Recruitment. Available at: <https://www.shrm.org/executive-network/insights/the-impact-of-ai-on-talent-acquisition-and-recruitment>
7. Drynyov, D. M., Voytech, K.R., Tymoshenko, R. R. (2023). Artificial intelligence in the process of making and implementing managerial decisions. *Taurian Scientific Bulletin. Series: Economy*. Issue 18. S. 74–79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.7>
8. Duchenko, M. M., Popovych, Zh. V. (2023). Use of artificial intelligence in personnel management. *Modeling and forecasting of economic processes: Materials of the XVII International Scientific and Practical Conference*. Kyiv, December 7, 2023. Available at: <http://mpep.fmm.kpi.ua/proc/index>
9. Mashlii G., Mosiy, O., Pelcher, M. (2019). Study of managerial aspects of using artificial intelligence. *Galician Economic Bulletin*. Vol. 57. No. 2. P. 80–89.
10. Kadikalo, S. (2021). Artificial Intelligence and the Future of Human Work (Review of George Gilder's monograph "Gaming IA". Seattle: Discovery Institute Press, 2020) *Humanitarian vision*. 2021.Vol. 7, Num. 2. C. 57–60. DOI: <https://doi.org/10.23939/shv2021.02.057>
11. Hrapkin, O. M. (2021). Use of artificial intelligence systems for management decision-making. *Business, education and science: cooperation vectors: materials of the III International. science and practice of the forum*, April 8–10, 2021. Kyiv, 2021. P. 28–29.
12. Chernenko, N. (2022). Artificial intelligence in personnel management. *Tavriysk Scientific Bulletin. Series: Economy*. Issue 12. S. 76–83. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.12.11>
13. Krummel Daniel, Siegfried Patrick, Michel Alex (2020). Millennials' Employer Brand Perception in a German Retail Context. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 8, 396–418. DOI: <https://doi.org/10.4236/jhrss.2020.84023>
14. Dzhulai, M., Fedulova, I., Bolotina, I. Analysis of employer brand for young people. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 1(13(115)), 80–91. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.252549>
15. Dragan, O., Solomka, O., Maznyk, L. (2022). Employer brand of food industry enterprises. *Market Infrastructure*, (67), 111–115. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure67-20>
16. 4 ways artificial intelligence can boost your employer brand. Available at: <https://eightfold.ai/blog/ai-employer-brand/>
17. The Impact of AI on Employer Branding and Recruitment. October 23, 2024. Available at: <https://blog.aspiration.marketing/en/ai-impact-on-employer-branding-and-recruitment>

## THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR STRENGTHENING THE COMPANY'S EMPLOYER BRAND

### Olena Dragan

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Professor of Department of Labor Economics and Management  
*National University of Food Technology*  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7606-2385>

### Maksim Pylypenko

Master of Educational and Professional Program "Personnel Management"  
*Educational and Scientific Institute of Economics and Management*  
*National University of Food Technology*  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2413-0486>

**Summary.** The article examines the impact of artificial intelligence on the development and strengthening of the company's employer brand in the personnel management system. The review of scientific works in this direction shows the relevance and demand of this topic in the research of foreign and domestic authors. The essence of the employer brand and its main components - corporate culture, working conditions, opportunities for professional development, the system of motivation and rewards, as well as the general image of the company in society - were studied. It is well-founded that modern artificial intelligence (AI) develops thanks to the combination of various innovative technologies - cloud services such as AWS, Google Cloud and Microsoft Azure, ensuring the availability of the necessary computing power for enterprises. Generalized HR processes for the use of artificial intelligence in order to strengthen the company's employer brand - creation and processing of large data sets; recruitment and adaptation of personnel; internal communications and employee training; support of corporate culture and motivation; monitoring and analysis of the company's reputation based on feedback; identifying HR trends and predicting future changes.

The advantages of using AI in the development and strengthening of the employer brand of companies have been studied: automation of routine tasks; reduction of recruitment costs and time to search for candidates; improvement of the management decision-making process based on the analysis of large volumes of information; quick access to the necessary information to make changes to the corporate culture and employer brand. The risks and challenges of using AI in the development and strengthening of the employer's brand have been studied: significant financial investments and time for staff training; the risk of misinterpretation of data or biased algorithms, which could lead to discrimination or inequality; lack of a human element in HR processes with a negative impact on employee job satisfaction; the need for data protection and privacy. Therefore, AI as a tool for developing and strengthening the company's employer brand opens up new opportunities and provides significant competitive advantages in the labor market.

**Keywords:** artificial intelligence, employer brand, HR processes, personnel management, talented employees, reputation, company.

*Стаття надійшла до редакції 18.09.2024*