

DOI: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2025-288-2-14-23>

УДК 004.738.5

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛЬНОГО ВЕБСАЙТУ В ПОРІВНЯННІ З ТРАДИЦІЙНИМИ МЕТОДАМИ ПОШУКУ РОБОТИ

Помінчук Я.В., Грищенко С.М.

THE EFFECTIVENESS OF A PERSONAL WEBSITE COMPARED TO TRADITIONAL JOB SEARCH METHODS

Pominchuk Y.V., Hryshchenko S.M.

У статті проведено комплексне дослідження ефективності персонального вебсайту як сучасного інструменту пошуку роботи та самопрезентації у порівнянні з традиційними методами в умовах активної цифровізації ринку праці України. Розглянуто еволюцію процесу рекрутингу, де роботодавці все частіше аналізують цифровий слід кандидатів, що підвищує значущість контрольованих онлайн-ресурсів. Детально проаналізовано ефективність, переваги та недоліки традиційних каналів: резюме на спеціалізованих порталах, використання професійних соціальних мереж, особистих рекомендацій, нетворкінгу та співпраці з рекрутинговими агентствами, спираючись на актуальні статистичні дані та дослідження.

Метою дослідження, представленого в статті, є комплексний аналіз та порівняння ефективності персонального вебсайту як інструменту пошуку роботи з традиційними методами, а також надання обґрунтованих практичних рекомендацій щодо його створення, впровадження та оцінки результативності для підвищення конкурентоспроможності кандидатів. Систематизовано роль персонального вебсайту як багатофункціонального інструменту для розширеної самопрезентації, формування особистого бренду, демонстрації портфоліо та унікальних професійних компетенцій. Визначено ключові переваги сайту (гнучкість формату, контроль над контентом, можливість демонстрації практичних навичок) та основні виклики (витрати часу та ресурсів, необхідність оновлення, залежність від SEO, складність оцінки ефективності). Розглянуто галузеву специфіку застосування сайту, виявлено його особливу результативність для представників креативних індустрій, IT-спеціалістів, маркетологів та фрілансерів. Як кейс-стаді проаналізовано досвід

пошуку роботи IT-спеціалістами у 2023 році, що демонструє здатність персонального сайту підвищувати видимість кандидатів та долати ринкові бар'єри. Стаття також містить детальний опис ключових етапів практичної реалізації ефективного персонального вебсайту: від стратегічного вибору технологій, розробки структури та дизайну, створення ціннісного контенту та SEO-оптимізації до тестування, запуску та методів оцінки його ефективності за допомогою вебаналітики та зворотного зв'язку. Обґрунтовано, що системний підхід до створення, управління та аналізу персонального вебсайту дозволяє суттєво підвищити конкурентоспроможність фахівця на сучасному ринку праці.

Ключові слова: персональний вебсайт, пошук роботи, ефективність, самопрезентація, традиційні методи, IT-спеціалісти, веброзробка.

Вступ. У сучасних умовах динамічного розвитку ринку праці здобуття бажаної посади потребує від кандидатів не лише високого рівня кваліфікації, а й ефективного самопросування. Традиційні методи працевлаштування, такі як використання професійних платформ для пошуку роботи, рекомендаційні листи та особисті зв'язки, залишаються актуальними, проте їхня ефективність значною мірою залежить від наявності конкурентних переваг кандидата. В умовах зростаючої конкуренції на ринку праці одним із ефективних інструментів самопрезентації є персональний вебсайт.

Завдяки цифровізації та глобальному доступу до Інтернету процес пошуку роботи зазнав суттєвих змін: роботодавці дедалі частіше

аналізують не лише подані резюме, а й цифровий слід кандидатів. Дослідження свідчать, що значна частина роботодавців використовує соціальний рекрутинг для пошуку потенційних працівників і перевіряє кандидатів у соціальних мережах, що може суттєво вплинути на рішення про найм.

У цьому контексті персональний вебсайт стає важливим інструментом самопрезентації, що дозволяє систематизовано представити інформацію про професійний досвід, кваліфікації та досягнення. Він не лише підкреслює індивідуальні компетенції та унікальність кандидата, але й допомагає сформувати позитивний професійний імідж. Дослідження підтверджують значущість цього інструменту, вказуючи, що роботодавці вважають наявність персонального вебсайту важливим фактором під час оцінки кандидатів, особливо у галузях, де важлива візуальна демонстрація навичок (дизайн, маркетинг, IT, креативні індустрії). Персональний вебсайт дозволяє відвідувачам швидко сформувати уявлення про кандидата, його професійну діяльність та пропозицію цінності, і його активно використовують фрилансери, професіонали у сфері освіти та творчості, малий бізнес, блогери та публічні особи.

Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю систематизації знань щодо ефективності різних методів пошуку роботи в умовах цифрової трансформації ринку праці та визначення оптимальних стратегій використання персонального вебсайту для підвищення конкурентоспроможності кандидатів, а також надання практичних рекомендацій щодо його створення та оцінки.

Питання ефективності інструментів пошуку роботи та самопрезентації кандидатів в умовах цифровізації є предметом численних досліджень та публікацій. Аналізуються тенденції онлайн-рекрутингу, практика використання соціальних мереж роботодавцями для оцінки кандидатів, а також ефективність різних каналів залучення талантів, що відображено у звітах міжнародних компаній та аналітиці українських кар'єрних порталів і галузевих ресурсів. Окремий напрям досліджень присвячений важливості особистого брендингу та самомаркетингу для підвищення конкурентоспроможності фахівців на ринку праці, що знаходить підтвердження у відповідних академічних працях. Також існує значний масив технічної літератури щодо практичних аспектів веброзробки. Однак,

комплексне дослідження, яке б системно поєднувало порівняльний аналіз ефективності персонального вебсайту і традиційних методів пошуку роботи з детальним описом практичних кроків його створення та оцінки саме в українському контексті, потребує подальшого висвітлення, що й зумовлює актуальність даної роботи.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі та порівнянні ефективності персонального вебсайту як інструменту пошуку роботи з традиційними методами в умовах сучасного цифрового ринку праці, а також у наданні обґрунтованих практичних рекомендацій щодо його створення, впровадження та оцінки результативності для підвищення конкурентоспроможності кандидатів.

Виклад основного матеріалу. Для досягнення поставленої мети було проаналізовано сучасні тенденції ринку праці та ефективність традиційних методів пошуку роботи (резюме на порталах, соціальні мережі, нетворкінг, рекрутингові агентства), визначені роль, функції, переваги, недоліки та галузеву специфіку використання персонального вебсайту для самопрезентації та кар'єрного розвитку, досліджено досвід використання різних каналів пошуку роботи IT-спеціалістами та оцінено потенціал персонального сайту для подолання ринкових викликів на їхньому прикладі, було систематизовано та детально описано ключові етапи практичної реалізації персонального вебсайту: вибір технологій, розробку структури та дизайну, створення контенту, SEO-оптимізацію, тестування та запуск, обґрунтовано методику оцінки ефективності персонального вебсайту за допомогою вебаналітики та якісного зворотного зв'язку.

Розміщення резюме на спеціалізованих порталах з пошуку роботи залишається одним із найпопулярніших методів серед українців. Згідно з онлайн-опитуванням Factum Group Ukraine та OLX Робота, проведеним у 2020 році, 88% респондентів використовують спеціалізовані сайти для пошуку вакансій [5]. Важливо відзначити, що ефективність розміщення резюме значною мірою залежить від якості його оформлення та структури. Дослідження кар'єрного порталу The Ladders у 2021 році показало, що рекрутери витрачають у середньому лише 7,4 секунди на перегляд одного резюме. Враховуючи таку короткотривалу увагу рекрутерів, експерти

рекомендують розмішувати ключову інформацію у найбільш помітних місцях — на початку та в кінці документа. Саме ці секції отримують найбільше уваги, тому доцільно виділити в них найважливіші факти про професійний досвід і навички, щоб максимізувати шанси на проходження до наступного етапу відбору [6].

Професійні соціальні мережі, такі як LinkedIn, стали важливим інструментом пошуку роботи. За даними дослідження EvoTalents (2022), 96,5% рекрутерів використовують цю платформу для пошуку кандидатів [7]. Соціальні мережі виконують подвійну функцію: з одного боку, вони слугують платформою для професійної самопрезентації, а з іншого — інструментом перевірки кандидатів. Згідно з опитуванням Harris Poll, понад 55% рекрутерів знаходили причини відмовити кандидатам через інформацію у їх соцмережах [8]. Професійні соціальні мережі дозволяють продемонструвати не лише досвід роботи, але й залученість до професійної спільноти, розвинену мережу контактів та рекомендації від колег. Так за дослідженням CareerBuilder, 34% рекрутерів мали досвід, коли вони приймали рішення на користь фахівців, які мали креативний підхід до власних соціальних мереж [9]. Цей факт доводить, що грамотно сформований професійний онлайн-профіль може стати вирішальним чинником у прийнятті позитивного рішення про працевлаштування.

Особисті рекомендації та нетворкінг залишаються одним із найефективніших методів пошуку роботи на сучасному ринку праці. Цей метод базується на використанні професійних зв'язків та соціального капіталу для отримання доступу до вакансій, часто ще до їхньої публічної появи. За даними опитування DOU, 26,5% фахівців IT-сфери знаходять роботу завдяки рекомендаціям знайомих, що робить цей метод найпопулярнішим серед пошукачів. Реферальні програми вигідні як для компаній, так і для співробітників. Роботодавці використовують їх для закриття складних вакансій, покращення атмосфери в колективі та зміцнення бренду. Працівники, в свою чергу, отримують не лише можливість працевлаштувати знайомих, а й фінансову винагороду чи інші бонуси, сприяючи формуванню сильної команди з односторонців [10].

Співпраця з професійними рекрутинговими агентствами залишається важливим методом пошуку роботи, особливо для висококваліфікованих спеціалістів та керівних

посад. Основними перевагами цього методу є доступ до прихованого ринку вакансій, який не публікується у відкритих джерелах, та професійний супровід на всіх етапах пошуку роботи. Рекрутингові агентства часто мають налагоджені зв'язки з роботодавцями та доступ до вакансій, які не оприлюднюються на загальнодоступних порталах з пошуку роботи. Однак, цей метод має певні обмеження. По-перше, він найбільш ефективний для досвідчених фахівців з унікальною експертизою. По-друге, процес пошуку роботи через агентства може тривати довше, ніж через інші канали. Розгорнутий процес пошуку кандидатів, проведення співбесід та узгодження умов працевлаштування через посередника вимагає додаткового часу. Варто зазначити, що ефективність співпраці з рекрутинговими агентствами також залежить від рівня спеціалізації агентства та його репутації на ринку. Спеціалізовані рекрутингові агентства, які фокусуються на конкретних галузях або професійних сферах, часто демонструють вищу ефективність у закритті вакансій у порівнянні з універсальними агентствами завдяки глибшому розумінню потреб ринку та вимог роботодавців.

Персональний вебсайт є багатофункціональним інструментом професійної самопрезентації, що дозволяє кандидатам розкрити свій потенціал у розширеному форматі. На відміну від традиційного резюме, вебсайт не обмежений обсягом та форматом, що дозволяє представити додаткову інформацію про професійний досвід та навички.

Персональний вебсайт забезпечує розширену самопрезентацію, представляючи не лише базову інформацію про освіту та досвід роботи, але й демонструючи особистісні якості, цінності та професійні інтереси. Важливою перевагою вебсайту є можливість представити портфоліо робіт у зручному форматі з детальним описом кожного проєкту, що особливо важливо для креативних професій.

Вебсайт дозволяє сформувати цілісний професійний образ, що відображає унікальні конкурентні переваги фахівця на ринку праці. У своєму комплексному дослідженні С. Домінік-Феррейра, Руї Брага та Марія до Сеу Дуарте демонструють, що розвиток персонального бренду значно підвищує конкурентоспроможність кандидатів на ринку праці. За допомогою комбінованих кількісних та якісних методологій науковці встановили, що ефективний самомаркетинг позитивно впливає

на сприйняття кандидатів потенційними роботодавцями, які розглядають їх як цінний людський капітал для своїх організацій [11].

Незважаючи на значні переваги, персональний вебсайт має певні обмеження як інструмент пошуку роботи. Створення та підтримка якісного вебсайту вимагає значних зусиль, часу та часто фінансових ресурсів. Для підтримки актуальної інформації вебсайт потрібно регулярно оновлювати, що вимагає додаткових часових ресурсів. Без спеціальних інструментів аналітики складно оцінити ефективність вебсайту та відслідковувати конверсію відвідувань у пропозиції про роботу. Крім того, без належної SEO-оптимізації персональний вебсайт може мати низьку видимість у пошукових системах та не досягати цільової аудиторії.

Ефективність персонального вебсайту як інструменту пошуку роботи значно варіюється залежно від галузі та професії. Серед професійних категорій, де цей інструмент демонструє найвищу результативність, відзначаються:

- Фахівці креативних індустрій, зокрема дизайнери, фотографи та архітектори, розглядають персональний вебсайт як невід'ємний елемент професійної ідентичності та основний канал представлення портфоліо робіт.
- Спеціалісти у сфері інформаційних технологій використовують персональні вебсайти не лише для демонстрації завершених проєктів, але й як практичне підтвердження власної технічної компетентності та навичок розробки.
- Професіонали у сфері маркетингу та комунікацій застосовують персональні вебсайти для демонстрації навичок створення контенту, стратегічного мислення та формування брендів, що є ключовими компетенціями для їхніх професійних ролей.
- Незалежні консультанти та фрілансери розглядають персональний вебсайт як центральний елемент бізнес-стратегії, що забезпечує залучення потенційних клієнтів та утвердження професійної експертизи на ринку.

Варто зазначити, що для фахівців у традиційних галузях економіки або кандидатів на посади початкового рівня персональний вебсайт може демонструвати нижчу ефективність порівняно з усталеними методами пошуку роботи та професійної самопрезентації.

Досвід пошуку роботи IT-спеціалістами у 2023 році [12] демонструє потенціал сайту в конкурентному середовищі. Згідно з опитуванням, основними каналами працевлаштування IT-фахівців у 2023 році є Djinni.co (32% серед тих, хто знайшов роботу), рекомендації (20%), LinkedIn (11%) та прямі контакти від компаній (16%). В умовах, коли 66% респондентів відчують труднощі з пошуком роботи, персональний вебсайт може стати ключовим інструментом для підвищення ефективності саме цих каналів. Наприклад, маючи професійний вебсайт з портфоліо проєктів, IT-спеціаліст може значно виділитися на Djinni.co чи LinkedIn, де стандартні профілі можуть бути менш інформативними. Посилання на вебсайт у розділі контактів або в описі досвіду дає рекрутерам та потенційним роботодавцям можливість отримати більш глибоке уявлення про навички та досягнення кандидата. При використанні рекомендацій, наявність власного вебсайту полегшує знайомим можливість якісно презентувати кандидата. Навіть при прямому зверненні до компаній, добре оформлений сайт підвищує шанси на позитивну відповідь [12].

Опитування виявило ряд якісних труднощів, з якими стикаються IT-спеціалісти: мала кількість вакансій та висока конкуренція (45%), відсутність зворотного зв'язку від компаній (41%), тривалий процес співбесіди (37%) та високі вимоги до кандидатів (31%) [12]. Персональний вебсайт може стати ефективним засобом для подолання цих перешкод. Якісно розроблений сайт з унікальним контентом та портфоліо може привернути увагу роботодавців. Він може створити сильне перше враження та продемонструвати серйозність намірів кандидата, зменшуючи проблему відсутності зворотного зв'язку. Відповідність високим вимогам може бути підтверджена детальним портфоліо проєктів. Ведення блогу на власному сайті може продемонструвати експертність та зацікавленість кандидата [12].

Згідно з опитуванням, активність рекрутерів на LinkedIn у 2023 році значно знизилася (з 80% до 51%). У такій ситуації IT-фахівцям необхідно шукати альтернативні способи привернути увагу потенційних роботодавців [12]. Персональний вебсайт стає цінною інвестицією, яка може принести довгострокові результати. Він працює як цілодобова візитна картка та портфоліо. Регулярне оновлення сайту демонструє професійний розвиток. Розміщення посилань на

сайту-портфоліо це може бути надмірним ускладненням.

- Back-end Мови (PHP, Python, Node.js, Ruby): Зазвичай не потрібні для простого персонального сайту. Вони використовуються, якщо потрібна серверна логіка, робота з базами даних, реєстрація користувачів тощо (наприклад, для складного блогу з коментарями чи інтерактивних вебдодатків). WordPress працює на PHP.

3. Вибір хостингу та доменного імені.

- Доменне ім'я: При виборі доменного імені доцільно керуватися легкістю читання, написання та запам'ятовування. Найкращі варіанти: ім'япрізвище.com (або .net, .me), ім'яфах.com (наприклад, ivanpetrenkodev.com). Бажано уникати дефісів (якщо можливо) та цифр. Перевірити доступність та зареєструвати домен можна у реєстраторів (наприклад, GoDaddy, Namecheap, українські Hostiq, Mirohost). Реєстрація зазвичай річна.

- Хостинг: Це "дім" для сайту. Shared (Віртуальний) хостинг: Найдоступніший варіант, де ресурси сервера діляться між багатьма сайтами. Підходить для більшості персональних сайтів. VPS (Віртуальний приватний сервер): Надає гарантовані ресурси та більше контролю, але потребує технічних знань для адміністрування. Cloud хостинг: Гнучкий варіант з оплатою за використані ресурси. Dedicated (Виділений) сервер: Оренда цілого сервера, надлишково для персонального сайту. При виборі хостингу слід звертати увагу на швидкість (SSD диски), надійність (uptime), розташування серверів (ближче до цільової аудиторії), наявність SSL-сертифікату (для HTTPS – безпечного з'єднання, що є обов'язковим сьогодні) та якість техпідтримки.

Продумана структура та естетичний дизайн не лише справляють гарне перше враження, але й допомагають користувачеві (рекрутеру) швидко знайти потрібну інформацію.

1. Створення макетів та прототипів (Wireframing & Prototyping).

- Wireframe: Це схематичне зображення сторінки, що показує розташування основних блоків (хедер, футер, контентна область, сайдбар), навігаційних елементів та ключових компонентів (кнопки, форми). Допомагає сфокусуватися на структурі та функціональності, не відволікаючись на візуальні деталі.

- Prototype: Більш деталізований макет, часто інтерактивний, що імітує реальну взаємодію з сайтом (наприклад, переходи між

сторінками при кліку на кнопки меню). Дозволяє протестувати користувацький досвід (User Experience - UX) на ранньому етапі.

- Інструменти: Figma (найпопулярніший, безкоштовний), Sketch (macOS), Adobe XD, Balsamiq (для швидких wireframes), або навіть папір та олівець.

- Ключові сторінки: Зазвичай персональний сайт включає: Головна (Home), Про мене (About), Портфоліо/Проекти (Portfolio/Projects), Резюме/CV (Resume), Контакти (Contact). Опційно – Блог (Blog), Послуги (Services).

2. Розробка дизайну (UI - User Interface).

- Персональний бренд: Дизайн має відображати індивідуальність та професійну сферу кандидата. Доцільно використовувати консистентну кольорову палітру (2-3 основних кольори), читабельні шрифти (один для заголовків, інший для основного тексту), якісний логотип (якщо є).

- Цільова аудиторія: Важливо враховувати, що сайт призначений в першу чергу для рекрутерів та роботодавців. Дизайн має бути професійним, чистим, не перевантаженим.

- Візуальна ієрархія: Важливі елементи (ім'я, спеціалізація, заклик до дії – СТА) мають привертати увагу в першу чергу. Для керування увагою використовуються розмір шрифту, колір, відступи.

- Адаптивність (Responsive Design): Обов'язковий елемент. Сайт має автоматично підлаштовуватися під розмір екрану будь-якого пристрою. Необхідно перевіряти відображення на різних роздільних здатностях.

- Доступність (Accessibility): Дотримання базових принципів WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) робить сайт зручним для людей з обмеженими можливостями та покращує SEO. Це включає достатній контраст тексту та фону, використання alt-атрибутів для зображень, логічну структуру заголовків.

3. Оптимізація для пошукових систем (SEO).

- On-Page SEO: Оптимізація елементів на самому сайті. Ключові слова: Необхідно дослідити, за якими запитами можуть шукати кандидата (наприклад, за допомогою Google Keyword Planner або Ahrefs Free Keyword Generator) – "Java developer Kyiv", "UX designer portfolio", "копірайтер віддалено". Ключові слова інтегруються природно в заголовки сторінок (<title>), мета-описи (<meta name="description">), заголовки на сторінці (<h1>, <h2>), тексти та атрибути alt для

зображень. Контент: Важливо створювати унікальний, корисний та релевантний контент.

- Технічне SEO: Зрозуміла структура URL (наприклад, /portfolio/project-name), правильне використання заголовків H1-H6, створення XML-карти сайту (sitemap.xml) для пошукових роботів, наявність файлу robots.txt, швидкість завантаження, мобільна оптимізація, використання HTTPS.

- Off-Page SEO: Фактори поза сайтом, головним чином – якісні зворотні посилання (backlinks) з інших авторитетних ресурсів (наприклад, з LinkedIn, GitHub, гостьових статей). Для персонального сайту це менш критично, ніж для комерційного, але посилання з професійних профілів є важливими.

Якісний та релевантний контент – це те, заради чого відвідувачі приходять на сайт.

1. Створення якісного контенту.

- Сторінка "Про мене": Має представляти професійну історію, а не просто перелік фактів. Хто кандидат? Чим займається? Які його сильні сторони та цінності? Яких кар'єрних цілей прагне? Доцільно додати професійне фото.

- Резюме/CV: Можна представити як окрему сторінку з текстом, так і вбудувати інтерактивне резюме, або просто надати можливість завантажити актуальну версію у PDF-форматі. Важливо забезпечити синхронізацію з профілем на LinkedIn.

- Портфоліо: Найважливіший розділ. Відбір робіт: Слід обирати найкращі та найрелевантніші проекти (якість важливіша за кількість). Опис проектів: Для кожного проекту необхідно надати контекст: яка була задача (проблема), який внесок та роль кандидата, які технології/інструменти використовувалися, який результат було досягнуто (якщо можливо, з кількісними показниками). Доцільно додати візуальні матеріали (скріншоти, макети, фото, відео демо). Якщо проект під NDA, його слід описати узагальнено, фокусуючись на навичках. Структура: Проекти можна групувати за категоріями, якщо їх багато.

- Блог та статті (опціонально): Чудовий спосіб продемонструвати експертність, ділитися знаннями (туторіали, кейс-стаді, огляди інструментів, аналітичні статті), покращити SEO (залучення трафіку за інформаційними запитамі) та показати пристрасть до професії.

- Контактна інформація: Необхідно надати зручні способи зв'язку: email (бажано професійний, наприклад, contact@yourdomain.com), посилання на LinkedIn, GitHub (для розробників),

Behance/Dribbble (для дизайнерів). Можна додати просту контактну форму.

2. Використання мультимедійних матеріалів.

- Зображення: Рекомендується використовувати якісні, унікальні (не стокові, якщо можливо) зображення. Обов'язковою є їх оптимізація для вебу (стиснення без втрати якості, правильний формат – JPG для фото, PNG для графіки з прозорістю, WebP для кращого стиснення). Слід використовувати описові імена файлів та alt-тексти.

- Відео: Можна вбудовувати відео з YouTube або Vimeo (краще для швидкості сайту) для демонстрації проектів, процесів або навіть короткої відео-презентації себе.

- Аудіо: Можливе використання аудіо-елементів (наприклад, уривки подкастів, аудіо-відгуки, музичні демо для відповідних професій), оптимізованих для веб.

- Інтерактивні елементи: Для розробників – вбудовані приклади коду (code snippets) або посилання на CodePen/JSFiddle. Для дизайнерів – інтерактивні прототипи (наприклад, з Figma).

3. Інтеграція з соціальними мережами.

Доцільно розмістити іконки з посиланнями на активні професійні профілі (LinkedIn – обов'язково, інші – за релевантністю: GitHub, Behance, Twitter тощо) у хедері або футері сайту. Якщо ведеться блог, слід додати кнопки "Поділитися" (Share). Рекомендується уникати вбудовування стрічок соцмереж, якщо вони не є частиною контенту, бо це може сповільнювати сайт.

Ретельне тестування перед запуском допоможе уникнути неприємних сюрпризів та гарантує позитивний досвід для відвідувачів.

1. Тестування функціональності та зручності використання (Usability).

- Кросбраузерність: Необхідно перевірити, як сайт виглядає та працює в останніх версіях популярних браузерів (Chrome, Firefox, Safari, Edge).

- Кросплатформеність: Важливо протестувати на різних пристроях (десктоп з різною роздільною здатністю, ноутбук, планшет, смартфон – як Android, так і iOS) та операційних системах. Для емуляції різних пристроїв можна використовувати інструменти розробника в браузері.

- Функціонал: Слід перевірити всі посилання (чи ведуть вони куди потрібно, чи немає "битих" посилань), кнопки, форми (чи відправляються дані, чи приходять сповіщення), інтерактивні елементи.

- Юзабіліті: Потрібно оцінити, наскільки легко знайти потрібну інформацію, наскільки зрозуміла навігація. Корисним є залучення друзів або колег для тестування та надання зворотного зв'язку щодо виконання певних завдань (наприклад, знайти контакти, завантажити резюме).

2. Оптимізація швидкості завантаження.

- Інструменти: Для аналізу швидкості та отримання рекомендацій використовуються Google PageSpeed Insights, GTmetrix, WebPageTest.

- Методи: Оптимізація зображень (розмір, формат, стиснення), увімкнення кешування браузера, мініфікація CSS, JavaScript та HTML файлів (видалення зайвих пробілів, коментарів), зменшення кількості HTTP-запитів (наприклад, об'єднання файлів CSS/JS), використання CDN (Content Delivery Network) для швидкої доставки контенту по світу (актуально при орієнтації на міжнародний ринок), вибір швидкого хостингу. Швидкий сайт важливий як для користувачів, так і для SEO.

3. Запуск та просування.

- Перед запуском: Рекомендується фінальна вичитка всіх текстів на помилки, перевірка налаштувань SEO (заголовки, описи), налаштування Google Analytics та Google Search Console (для відстеження трафіку та індексації). Необхідно створити резервну копію сайту.

- Запуск: Зробити сайт доступним для всіх (якщо він був у режимі розробки).

- Просування: Додати URL сайту до резюме, профілів на LinkedIn, Djinni, GitHub та інших професійних платформах. Вказати посилання в підписі електронної пошти. Поділитися посиланням у соціальних мережах (з коротким описом). Повідомити контактам та колегам про запуск сайту. При веденні блогу – регулярно публікувати новий контент та ділитися ним.

Створення сайту – це лише перший крок. Щоб зрозуміти його реальну цінність та вдосконалювати його, необхідно систематично аналізувати його ефективність у контексті кар'єрних цілей.

Оцінка має базуватися на об'єктивних даних та якісному зворотному зв'язку.

1. Аналіз статистики відвідувань та конверсії.

- Використання Google Analytics: Цей безкоштовний інструмент надає вичерпну інформацію. Ключові метрики для аналізу: Аудиторія (кількість унікальних відвідувачів, нові та повторні візити, географія, типи пристроїв). Джерела трафіку (Organic Search,

Direct, Referral, Social). Поведінка (найпопулярніші сторінки, середній час на сторінці/сесії, показник відмов (Bounce Rate)). Конверсії (Goals): Необхідно налаштувати відстеження цільових дій (завантаження резюме, клік на email, відправка форми, перехід на LinkedIn). Це прямі індикатори зацікавленості.

- Використання Google Search Console: Ще один безкоштовний інструмент від Google. Показує, за якими пошуковими запитами сайт з'являється в результатах пошуку, його позиції, CTR (Click-Through Rate), а також повідомляє про технічні проблеми з індексацією сайту.

- Інтерпретація даних: Регулярний (наприклад, щомісячний) аналіз цих даних допоможе зрозуміти, чи досягає сайт цільової аудиторії, який контент є найефективнішим, які канали просування працюють, і де є точки росту.

2. Опитування потенційних роботодавців та рекрутерів.

- Як отримати: Найпростіший спосіб – запитати під час або після співбесіди, чи переглядали вони сайт і яке їхнє враження. Можна також попросити про фідбек колег або менторів, які працюють у сфері рекрутингу.

- Питання для зворотного зв'язку: Чи був сайт корисним? Яке враження від дизайну/структури? Чи легко знайти інформацію? Чи достатньо деталей у портфоліо? Що сподобалося/що покращити?

- Цінність зворотного зв'язку: Цей якісний фідбек надає інсайти, які неможливо отримати з аналітики, і допомагає побачити сайт очима роботодавця.

3. Аналіз успішних кейсів використання персональних вебсайтів.

- Де шукати приклади: Доцільно шукати сайти лідерів думок, успішних фрілансерів або фахівців у відповідній галузі (можна знайти через LinkedIn, професійні спільноти, рейтинги).

- Що аналізувати: Слід звертати увагу на: структуру та навігацію; спосіб презентації портфоліо; якість контенту "Про мене" та блогу; дизайн; унікальні "фішки".

- Цінність аналізу: Аналіз конкурентів та успішних прикладів дає натхнення, ідеї для покращення власного сайту та розуміння стандартів у відповідній індустрії.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує зростаючу роль персонального вебсайту як ефективного інструменту самопрезентації та пошуку роботи, що доповнює традиційні методи в умовах

цифрового ринку праці. Аналіз показав його переваги у формуванні особистого бренду, гнучкості представлення портфоліо та демонстрації унікальних компетенцій, особливо для ІТ, креативних та маркетингових спеціальностей, що підтверджується досвідом 2023 року. Водночас успішна реалізація вимагає значних зусиль на створення якісного контенту, дизайну, технічну оптимізацію та подальшу оцінку ефективності.

Для максимізації впливу персонального вебсайту рекомендується застосовувати системний підхід. Важливо проводити регулярний аналіз його роботи за допомогою вебаналітики та збирати зворотний зв'язок для виявлення слабких місць та можливостей для розвитку. Необхідно систематично оновлювати контент (особливо портфоліо та резюме) та, за потреби, дизайн, адаптуючи їх до актуальних кар'єрних цілей та трендів. Також слід активно займатися просуванням сайту, використовуючи SEO-оптимізацію, інтеграцію з професійними соціальними мережами та іншими релевантними каналами для залучення цільової аудиторії.

Л і т е р а т у р а

1. Держстат. URL: <https://stat.gov.ua/uk> (дата звернення: 20.03.2024)
2. 70% of Employers Use Social Networking Sites to Research Candidates During Hiring Process. URL: <https://surl.li/ackoco> (date of application: 20.03.2024)
3. 5 Personal Branding Tips for Your Job Search. URL: <https://themanifest.com/digital-marketing/5-personal-branding-tips-job-search> (date of application: 20.03.2024)
4. Досліджуємо ринок, аналізуємо тренди та ділимося досвідом. URL: <https://gl.ua/blog/shcho-take-sayt-vizytka-ta-komu-vin-potribnyy> (дата звернення: 20.03.2024)
5. Тренди ринку праці: 53% пошукачів шукають вакансії, не розміщуючи резюме. URL: <https://blog.olx.ua/24498/trendi-rinku-praci-53-poshukachiv-shukayut-vakansii-ne-rozmishhuyuchi-rezyume/> (дата звернення: 20.03.2024)
6. We showed 3 resume designs to recruiters and they ALL picked the same one. URL: <https://www.theladders.com/career-advice/we-showed-3-resume-designs-to-recruiters-and-they-all-picked-the-same-one> (date of application: 20.03.2024)
7. Портрет українського ІТ-рекрутера у 2022 році. URL: <https://evotalents.com/uk/blog/79> (дата звернення: 20.03.2024)
8. 71% of Hiring Decision-Makers Agree Social Media is Effective for Screening Applicants. URL: <https://www.prweb.com/releases/71-of-hiring-decision-makers-agree-social-media-is-effective-for-screening-applicants-815808007.html> (date of application: 20.03.2024)
9. More Than Half of Employers Have Found Content on Social Media That Caused Them NOT to Hire a Candidate, According to Recent CareerBuilder¹ Survey. URL: <https://surl.li/bosunb> (date of application: 20.03.2024)
10. \$2000 за рекомендацію та робота в оточенні друзів. Як працюють реферальні програми в ІТ. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/referral-programs/> (дата звернення: 20.03.2024)
11. The role of Self Marketing and Personal Branding in job search. URL: https://www.researchgate.net/publication/334290449_The_role_of_Self_Marketing_and_Personal_Branding_in_job_search (date of application: 20.03.2024)
12. Як ІТ-спеціалісти шукають роботу у 2023-му. Для 66% це важко - результати опитування. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/job-survey-results-2023/> (дата звернення: 20.03.2024)

References

1. Derzhstat. URL: <https://stat.gov.ua/uk> (data zvernennja: 20.03.2024).
2. 70% of Employers Use Social Networking Sites to Research Candidates During Hiring Process. URL: <https://surl.li/ackoco> (date of application: 20.03.2024).
3. 5 Personal Branding Tips for Your Job Search. URL: <https://themanifest.com/digital-marketing/5-personal-branding-tips-job-search> (date of application: 20.03.2024).
4. Doslidzhujemo rynek, analizujemo trendy ta dilymosja dosvidom. URL: <https://gl.ua/blog/shcho-take-sayt-vizytka-ta-komu-vin-potribnyy> (data zvernennja: 20.03.2024).
5. Trendy rynku praci: 53% poshukachiv shukajutj vakansiji, ne rozmishhujuchy rezjume. URL: <https://blog.olx.ua/24498/trendi-rinku-praci-53-poshukachiv-shukayut-vakansii-ne-rozmishhuyuchi-rezyume/> (data zvernennja: 20.03.2024).
6. We showed 3 resume designs to recruiters and they ALL picked the same one. URL: <https://www.theladders.com/career-advice/we-showed-3-resume-designs-to-recruiters-and-they-all-picked-the-same-one> (date of application: 20.03.2024)
7. Portret ukraïnskoho IT-rekrutera u 2022 rotsi. URL: <https://evotalents.com/uk/blog/79> (data zvernennia: 20.03.2024).
8. 71% of Hiring Decision-Makers Agree Social Media is Effective for Screening Applicants. URL: <https://www.prweb.com/releases/71-of-hiring-decision-makers-agree-social-media-is-effective-for-screening-applicants-815808007.html>

- [for-screening-applicants-815808007.html](#) (date of application: 20.03.2024).
9. More Than Half of Employers Have Found Content on Social Media That Caused Them NOT to Hire a Candidate, According to Recent CareerBuilder¹ Survey. URL: <https://surl.li/bosunb> (date of application: 20.03.2024)
 10. \$2000 za rekomendatsiiu ta robota v otochenni druživ. Yak pratsiuiut referalni prohramy v IT. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/referral-programs/> (date of application: 20.03.2024).
 11. The role of Self Marketing and Personal Branding in job search. URL: https://www.researchgate.net/publication/334290449_The_role_of_Self_Marketing_and_Personal_Branding_in_job_search (date of application: 20.03.2024).
 12. Yak IT-spetsialisty shukaiut robotu u 2023-mu. Dlia 66% tse vazhko - rezultaty opytuvannia. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/job-survey-results-2023/> (data zvernennia: 20.03.2024).

Pominchuk Y.V., Hryshchenko S.M. The effectiveness of a personal website compared to traditional job search methods

The article conducts a comprehensive study of the effectiveness of a personal website as a modern tool for job search and self-presentation in comparison with traditional methods in the context of active digitalisation of the Ukrainian labour market. The evolution of the recruitment process is considered, where employers are increasingly analysing the digital footprint of candidates, which increases the importance of controlled online resources. The article analyses in detail the effectiveness, advantages and disadvantages of traditional channels: resumes on specialised portals, use of professional social networks, personal recommendations, networking and cooperation with recruitment agencies, based on current statistics and research.

The purpose of the study presented in the article is to comprehensively analyse and compare the effectiveness of a personal website as a job search tool with traditional methods, and to provide sound practical recommendations on its creation, implementation and

evaluation of its effectiveness to increase the competitiveness of candidates. The author systematises the role of a personal website as a multifunctional tool for enhanced self-presentation, personal branding, demonstration of a portfolio and unique professional competences. The key advantages of the website (flexibility of format, control over content, the ability to demonstrate practical skills) and the main challenges (time and resource costs, the need for updates, dependence on SEO, difficulty in evaluating effectiveness) are identified. The article considers the industry specifics of the site's use and reveals its particular effectiveness for representatives of creative industries, IT specialists, marketers and freelancers. The article analyses the experience of job search by IT specialists in 2023 as a case study, which demonstrates the ability of a personal website to increase the visibility of candidates and overcome market barriers. The article also provides a detailed description of the key stages of practical implementation of an effective personal website: from strategic choice of technologies, development of structure and design, creation of value-added content and SEO optimisation to testing, launch and methods of evaluating its effectiveness using web analytics and feedback. It is substantiated that a systematic approach to the creation, management and analysis of a personal website can significantly increase the competitiveness of a specialist in the modern labour market.

Keywords: personal website, job search, efficiency, self-presentation, traditional methods, IT specialists, web development.

Помінчук Яна Віталіївна – студентка групи ЦДБ-21-1, факультет фінансів та цифрових технологій, Державний податковий університет, м. Ірпінь, email: yanapominchuk2004@gmail.com

Грищенко Світлана Миколаївна - к.пед.н., доцент кафедри комп'ютерних та інформаційних технологій і систем, Державний податковий університет, м. Ірпінь, s-grischenko@ukr.net

Стаття подана 15.03.2025.