

Monika Wawer, Piotr Muryjas

E-rekrutacja w realizacji strategii e-biznesu w Polsce

Ekonomiczne Problemy Usług nr 68, 112-118

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MONIKA WAWER

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie

PIOTR MURYJAS

Politechnika Lubelska

E-REKRUTACJA W REALIZACJI STRATEGII E-BIZNESU W POLSCE

Wprowadzenie

Profesjonalne pozyskiwanie pracowników to więcej niż zaopatrywanie firmy w personel. To także – a może przede wszystkim – marketingowe oddziaływanie na rynek pracy, to oferowanie własnej firmy jako swoistego produktu, który umożliwia ludziom zaspokajanie ich różnorodnych potrzeb¹. Działanie to oparte jest na zasadach marketingu, polega na przedstawieniu swojego produktu w najlepszy możliwy sposób, aby firma stała się atrakcyjna dla potencjalnych klientów. By pozyskać najkompetentniejszą kadrę, należy wyróżniać się na rynku i przedstawić ofertę, która przyciągnie do firmy najzdolniejszych kandydatów.

Ideę tę można doskonale zrealizować, wykorzystując najnowsze technologie informatyczne w powiązaniu z nowoczesnymi koncepcjami zarządzania przedsiębiorstwem. Przykładem takiego połączenia jest prowadzenie e-biznesu, który należy rozumieć jako: *wykorzystanie nowoczesnych technologii programowych, sprzętowych i komunikacyjnych do prowadzenia działalności gospodarczej na skalę globalną². Każda organizacja poszukuje najlepszych kandydatów do pracy. Globalizacja gospodarki umożliwia dotarcie do osób, które nigdy wcześniej nie znalazłyby się w obszarze wpływów przedsiębiorstwa. Realizacja e-biznesu w tym kontekście*

¹ A. Pocztownski: *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Zarys problematyki i metod*, Antykwa, Kraków 1998, s. 15.

² M. Nowakowski: *E-biznes w przedsiębiorstwie*, w: A. Szewczyk, *Podstawy e-biznesu*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006, s. 34.

to wykorzystanie strategii e-rekrutacji, umożliwiającej nawiązanie nowych relacji z kandydatami do zatrudnienia, formowanie współpracy pracowników w organizacjach wirtualnych oraz budowanie pożądanego wizerunku i marki firmy na rynku pracy.

1. E-rekrutacja jako nowoczesna metoda poszukiwania pracowników

E-rekrutacja opiera się na powszechnym dostępie do sieci nieograniczonej liczby kandydatów znajdujących się na globalnym rynku pracy. *Internet umożliwia zamieszczanie ogłoszeń o wolnych stanowiskach pracy, przekazywanie informacji o tych stanowiskach oraz o pracodawcy, a także wymianę korespondencji między pracodawcami a kandydatami*³. Ta metoda daje szansę na przekazanie większej ilości informacji o stanowisku pracy i firmach, dopasowanie życiorysów do wymagań organizacji. Na stronach firm można znaleźć formularz zastępujący CV i list motywacyjny, który usprawnia proces rekrutacji i selekcji kandydatów. Dla kandydatów jest to udogodnienie, dzięki któremu wysłanie swojego podania o pracę jest proste.

Na stronach internetowych firm, oprócz możliwości zapoznania się z ogłoszeniem o wolnym stanowisku pracy, kandydat ma możliwość bliższego przyjrzenia się działalności prowadzonej przez organizację. Internet ma tę przewagę nad ogłoszeniem prasowym, że na stronie firmy można opisać obszernie zarówno jej kulturę organizacyjną, jak i politykę kadrową⁴.

Inną formą e-rekrutacji jest wykorzystanie portali rekrutacyjnych, na których można znaleźć między innymi informacje na temat stanowiska pracy i firmy, a także formularz zgłoszeniowy *on-line*. To jednak tylko niewielka część usług oferowanych przez te serwisy⁵. Portale rekrutacyjne oferują różnorodne usługi w wielu obszarach. Są to między innymi:

- selekcja aplikacji – usługa pozwalająca pracodawcom przenieść ciężar selekcji na konsultantów wybranego portalu rekrutacyjnego;
- preselekcja aplikacji – na życzenie pracodawca, po wcześniejszym ustaleniu kryteriów i zakończonym procesie rekrutacji, może otrzymać posegregowane zgłoszenia kandydatów;
- baza życiorysów – pozwala przeglądać pracodawcom umieszczone aplikacje osób, które wypełniły życiorys na portalu rekrutacyjnym. Jest to usługa, która umożliwi przyspieszenie procesu rekrutacji, ponieważ zaintereso-

³ M. Armstrong: *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, wyd. 4, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2007, s. 370.

⁴ B. Lundén: *Rekrutacja pracowników. Poradnik dla pracodawcy*, BL Info Polska, Gdynia 2003.

⁵ M. Norris, S. West: *E-biznes*, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 2001.

wany pracodawca sam poszukuje kandydata, nie tracąc czasu przy tym na tworzenie ogłoszenia i oczekiwanie na zgłoszenia aplikacyjne;

- usługi wizerunkowe – polegają na wzbogaceniu oferty o elementy graficzne pracodawcy oraz pozwalają przy jednoczesnym procesie rekrutacji utrwalać wizerunek klienta, jak również budować markę wśród potencjalnych kandydatów;
- mailing – istnieje możliwość wytypowania grupy kandydatów według ściśle określonych kryteriów i rozesłania do nich maili z ofertą pracy.

W wirtualnym świecie chętni do pracy mogą również wziąć udział w targach pracy. Analogicznie jak na targach tradycyjnych kandydaci mogą otrzymać informacje o wybranej organizacji, wypełnić aplikację lub złożyć CV, poznać przykłady karier możliwych do zrealizowania w danej firmie, porozmawiać z pracodawcą „na żywo” albo podyskutować w jednym z tematycznych forum dyskusyjnych.

W celu wykorzystania zalet e-rekrutacji można zastosować także dostępne na rynku pracy systemy zarządzające rekrutacją. Wśród wielu korzyści oferowanych przez nie pracodawcy wymienić można kilka kluczowych:

- Bardziej profesjonalna komunikacja z kandydatami. Można przesłać spersonalizowaną wiadomość e-mailową do nieograniczonej liczby kandydatów jednocześnie. Niezwłoczne przesyłanie kandydatom komentarzy i informacji o postępie procesów rekrutacyjnych przyczynia się do budowy bardziej profesjonalnego wizerunku przedsiębiorstwa.
- Ograniczenie kosztów zamieszczania ogłoszeń. Ogłoszenia o ofertach pracy można w prosty sposób zamieścić na własnej stronie internetowej firmy oraz na portalach rekrutacyjnych. System do rekrutacji często zawiera funkcję edytora, który umożliwia tworzenie lub zmienianie ogłoszeń.
- Ograniczenie liczby publikowanych ofert pracy. Systemy tworzą dynamiczną bazę danych kandydatów z zaawansowanymi mechanizmami wyszukiwania, które umożliwiają wykorzystywanie wszystkich wcześniej otrzymanych aplikacji.
- Ułatwienie wymiany informacji. Wszystkie informacje o kandydatach, życiorysy i notatki są przechowywane w jednym miejscu i są dostępne dla wszystkich osób zaangażowanych w rekrutację. Takie rozwiązanie ułatwia współpracę z wieloma pracownikami odpowiedzialnymi za ocenę kandydatów. Osoby zarządzające zasobami ludzkimi mają kompleksowy przegląd projektów rekrutacyjnych prowadzonych w różnych lokalizacjach geograficznych. Ułatwia to znacząco proces zarządzania wiedzą w organizacji⁶.
- Zredukowanie czasu poświęcanego na zadania administracyjne. Dzięki systemom do zarządzania rekrutacją można szybciej wyszukać najlepiej wy-

⁶ G. Probst, S. Raub, K. Romhardt: *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.

kwalifikowanych kandydatów i szybko przejść do etapu rozmów kwalifikacyjnych i sprawdzania referencji poprzez automatyzację wielu zadań.

Podsumowując, można stwierdzić, że własne strony internetowe firm oraz portale internetowe odgrywają coraz istotniejszą rolę w procesie rekrutacji. Coraz większe znaczenie mają także systemy do rekrutacji oraz portale społecznościowe.

2. Rozwój e-biznesu w obszarze e-rekrutacji na polskim rynku pracy

Na polskim rynku pracy funkcjonuje ogromna liczba portali wspierających e-rekrutację. Celem ich istnienia jest wsparcie merytoryczne i techniczne pracodawców poszukujących pracowników w oparciu nie o tradycyjne źródła pozyskiwania chętnych (do jakich należy prasa), ale o nowoczesne rozwiązania i narzędzia.

Obecnie 56% pracodawców zawsze umieszcza ogłoszenia na własnej stronie internetowej, a 49% na portalach rekrutacyjnych, podczas gdy na wykorzystanie do tego celu prasy decyduje się obecnie tylko 24% pracodawców. Trend ten się stale pogłębia i e-rekrutacja zdobywa coraz więcej zwolenników zarówno po stronie pracodawcy, jak i pracobiorcy, ponieważ rekrutacja przez Internet to brak biurokracji, dostępność przez 24 godziny na dobę, a także oszczędność czasu i duża skuteczność.

Warto w tym miejscu zastanowić się, kim jest przeciętny internauta korzystający z oferty e-rekrutacji. Badania przeprowadzone na polskim rynku pracy wskazują, że typowa osoba poszukująca pracy w Internecie ma od 20 do 40 lat, ma wyższe wykształcenie i pracuje na stanowisku specjalisty⁷. Jej staż pracy wynosi od 2 do 10 lat. Najczęściej pracuje w sektorze usług finansowych, sprzedaży oraz IT i telekomunikacji. W 68% przypadków jest mężczyzną. Aż 73% osób szukających pracy w Internecie deklaruje znajomość języka obcego: 63% badanych zna język angielski, 25% – rosyjski, a 15% – niemiecki. Ponad 25% kandydatów potwierdza znajomość dwóch języków. Poziom wykształcenia osób poszukujących pracy przez Internet jest zdecydowanie wyższy niż przeciętna krajowa. Najwięcej kandydatów ma wykształcenie uniwersyteckie (prawie 40%). Wiele osób przysyłających swoje aplikacje deklaruje ukończenie więcej niż jednej szkoły wyższej, a nawet kilku kierunków studiów podyplomowych.

Jeśli oferta pracy jest ogólnopolska, najwięcej chętnych zgłasza się z województwa mazowieckiego. Większość użytkowników serwisów internetowych to mieszkańcy dużych miast. Oprócz pracy w kraju wielu użytkowników poszukuje jej także za granicą. Zdecydowanie największą popularnością cieszy się Wielka Bryta-

⁷ Raport ekspercki: Rekrutacja w polskim Internecie, Zespół „GazetaPraca” 2010, www.press.gazetapracapl

nia, do której chciałoby pojechać aż 43% osób⁸. Za nią w kolejności pojawiają się takie kraje, jak: Niemcy (21%), USA (10%) i Francja (5%).

Korzystając z przykładu popularnego portalu www.jobpilot.pl, można wskazać cechy charakteryzujące kandydatów: ponad 80% użytkowników serwisu jest w wieku poniżej 35 lat, 38% z nich to osoby z przedziału wiekowego 18-25 lat. Liczną grupę użytkowników serwisu stanowią studenci i absolwenci oraz osoby aktywnie poszukujące pracy, co przy obecnej stopie bezrobocia nie jest zaskoczeniem.

Podsumowując, należy zauważyć, że e-rekrutacja nie jest dostępna dla każdego kandydata. Podstawowym warunkiem sukcesu jest jego umiejętność poruszania się w środowisku internetowym. Dla osób, które mają w tym zakresie lukę kompetencyjną, ta droga znalezienia zatrudnienia jest bardzo ograniczona lub nawet całkowicie zamknięta.

3. E-rekrutacja w praktyce – wyniki badań empirycznych

Celem badań przeprowadzonych przez autorów była analiza zachowań i preferencji pracodawców Lubelszczyzny w kontekście wykorzystania Internetu do procesu rekrutacji. Przeprowadzone analizy miały za zadanie określić stopień wykorzystania własnych stron internetowych, portali rekrutacyjnych, jak również serwisów społecznościowych i blogów względem tradycyjnych metod rekrutacji. Badania zostały przeprowadzone w okresie od maja do października 2010 roku. Kwestionariusz ankiety zawierał 17 pytań skierowanych do 105 właścicieli oraz pracowników działów personalnych firm zlokalizowanych na terenie Lubelszczyzny. Do zaprezentowania wybrano jedynie rezultaty będące analizą kluczowych obszarów.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, na własnej stronie internetowej ogłoszenia o wakacie umieszcza standardowo 56% respondentów, a na portalach rekrutacyjnych 49% firm. Portale społecznościowe nie budzą jeszcze wśród pracodawców takiego zainteresowania (27%). Ogłoszenia w prasie branżowej, z uwagi na swoją specyfikę, są najrzadziej używane przez pracodawców. Aż 29% respondentów zadeklarowało się, że nigdy nie używa prasy branżowej. Natomiast, mimo malejącego zainteresowania prasą ogólną, ogłoszenia w niej umieszcza zawsze 24% firm.

Pracodawcy mają możliwość umieszczania ogłoszeń na dowolnej liczbie portali. W prezentowanych badaniach wskazano na trzy najważniejsze portale: www.pracuj.pl (44%), www.gazetapraca.pl (32%), www.jobpilot.pl (27%). Najmniej respondentów korzysta z portalu stepstone.pl (5%). Przyczyną takiego stanu

⁸ www.jobpilot.pl

jest prawdopodobnie jego charakter; jest to portal dla specjalistów oraz menedżerów średniego i wyższego szczebla.

Kluczowym kryterium wyboru określonego portalu okazała się cena korzystania z portalu oraz jego zasięg (po 51% wskazań). Firmy zwracają mniejszą uwagę na markę i dostępne narzędzia rekrutacyjne. Wnioskować więc można, że w mniejszym stopniu liczy się, gdzie umieści się ogłoszenie i jakie dodatkowe usługi oferuje dany portal rekrutacyjny. Najważniejsze są koszty i zasięg ogłoszenia.

Nowością na rynku pracy są systemy do zarządzania rekrutacją (*Applicant Tracking System* – ATS), które dają pracodawcom możliwość efektywnego zorganizowania i przeprowadzenia procesu rekrutacji w Internecie. Z przeprowadzonych badań wynika, że tylko 24% respondentów używa systemu do zarządzania rekrutacją.

Pracodawcy za najważniejszą cechę uznali możliwość stworzenia jednolitego formularza aplikacyjnego oraz możliwość jednorazowej odpowiedzi na liczne aplikacje kandydatów (76% wskazań). Możliwość szybkiego przeglądania aplikacji według różnych kryteriów, stały kontakt z kandydatami oraz *scoring*, czyli sprawdzanie dopasowania profilu kandydata do opisanych wymagań – to korzyści podkreślane przez ponad 60% pracodawców.

Pracodawcy korzystający z systemów zarządzania rekrutacją cenią sobie ich możliwości. Są to systemy na miarę dzisiejszych czasów i na pewno w przyszłości będą zdobywały coraz większą rzeszę zwolenników w wielu organizacjach, niezależnie od ich wielkości.

Podsumowanie

E-rekrutacja to zjawisko, które będzie się dynamicznie rozwijać, wypierając tradycyjne metody rekrutacji. Warto ją wykorzystywać ze względu na wieloaspektowe korzyści, jakie z sobą niesie. Rozwój e-biznesu będzie wpływał na poszerzenie zastosowań i możliwości e-rekrutacji. Na globalnym rynku pracy jest to właściwa strategia dla firm pragnących odnosić sukcesy.

Literatura

1. Armstrong M.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, wyd. 4, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2007.
2. Lundén B.: *Rekrutacja pracowników. Poradnik dla pracodawcy*, BL Info Polska, Gdynia 2003.
3. Norris M., West S.: *E-biznes*, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 2001.
4. Nowakowski M.: *E-biznes w przedsiębiorstwie*, w: *Podstawy e-biznesu*, A. Szewczyk (red.): Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.
5. Pochtowski A.: *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Zarys problematyki i metod*, Antykwa, Kraków 1998.
6. Probst G., Raub S., Romhardt K.: *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
7. *Raport ekspercki: Rekrutacja w polskim Internecie*, Zespół „GazetaPraca” 2010, www.press.gazetaprac.pl
8. Suchar M.: *Rekrutacja i selekcja personelu*, C.H. Beck, Warszawa 2009.

**E-RECRUITMENT IN IMPLEMENTING OF E-BUSINESS STRATEGY
IN POLAND****Summary**

In times of universal globalization, more and more companies implement e-business strategies. One of the key areas where it is worth using such solutions, is the personnel area and in particular the process of looking for candidates for the job. The way of implementation of this concept is to conduct e-recruitment. The article discusses the nature of e-recruitment and the possibilities of using websites as well as recruitment portals. The e-business strategy in e-recruitment has been discussed in the area of the Polish labor market. The final section presents the results of studies regarding the conduct of e-recruitment by companies located in the Lublin region.

Translated by Piotr Muryjas