

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

VPLIV INTERNETA NA PRIDOBIVANJE KADROV

Ljubljana, januar 2007

EVA JERABEK

IZJAVA

Študentka **EVA JERABEK** izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom **mag. Petra Trkmana**, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD	1
2. VLOGA IN POMEN KADROV V PODJETJU.....	2
2.1. Kadrovska strategija.....	3
2.1.1. Načela načrtovanja kadrov	3
2.1.2. Prednosti in slabosti internega in eksterne pridobivanja virov	4
2.2. Dodatne potrebe po novih zaposlitvah.....	4
2.3. Načrtovanje zaposlenih in proces zaposlovanja	5
3. TRENDI V ZAPOSLOVANJU	10
3.1. Staranje prebivalstva.....	11
3.2. Teledelo.....	11
3.3. Izobrazbena raven prebivalstva.....	14
3.4. Računalniška pismenost in uporaba interneta.....	15
3.5. Rast elektronskega poslovanja.....	16
4. INTERNET	17
4.1. Zgodovina interneta	18
5. TRADICIONALNO IN SPLETNO PRIDOBIVANJE KADROV	19
5.1. Značilnosti tradicionalnega in spletnega pridobivanja kadrov	19
5.2. Spletno pridobivanje kadrov	19
5.2.1. Prednosti pridobivanja kadrov prek interneta.....	20
5.2.2. Pomanjkljivosti pridobivanja kadrov prek interneta	22
6. PONUDBA IN POVPRASEVANJE PO DELU NA SPLETU	23
6.1. Načini, kako podjetje išče prihodnje sodelavce	23
6.2. Načini, kako delojemalec išče zaposlitev	27
7. PRIMERI IZ PRAKSE.....	32
7.1. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje	32
7.2. Moje delo, d.o.o.	36
7.3. Zaposlitev.net.....	39
7.4. Zaposlitev.delo.si	40
7.5. Primerjava zaposlitvenih portalov - povzetek.....	41
8. SKLEP.....	42
LITERATURA	43
VIRI	44
PRILOGE	

1. UVOD

Za temo svojega diplomskega dela sem si izbrala vpliv interneta na pridobivanje kadrov, ker menim, da informacijska tehnologija odločilno vpliva na področje kadrovanja. Kadri pomenijo pomemben vir v podjetju, saj sodelujejo posredno ali neposredno v skoraj vseh poslovnih procesih. Vse bolj razširjena uporaba interneta je prinesla tako odgovornim v podjetju, ki se ukvarjajo s kadri, kot tudi tistim, ki zaposlitev iščejo, nove načine uporabe informacijskih tehnologij. Klasičnim oblikam tiskanih, časopisnih oglasov so se pridružile še različice v obliki spletnih oglasov. Opravilo pregledovanja velikih količin prispelih prošenj ne ostaja izključno v pristojnosti človeka, temveč v nekaterih podjetjih že prehaja v uporabo elektronski čitalec. Tiskane prošnje in življenjepise, poslane po pošti, vse bolj nadomešča pošiljanje datotek po elektronski pošti.

Cilj diplomskega dela je ugotoviti, kakšen vpliv ima internet na pridobivanje kadrov. Zanimalo me je predvsem, v kakšni meri in na kakšen način delodajalci, ki iščejo ustrezen kader, pri aktivnostih kadrovanja uporabljajo internet, ter kako iskalci dela uporabljajo internet pri iskanju zaposlitve. Pomemben vidik je, kako delojemalci in iskalci dela ocenjujejo in uporabljajo internet ter kakšne možnosti imajo, če se odločijo kadrovati oziroma iskati zaposlitev prek interneta.

Diplomsko delo sem razdelila na osem poglavij. Prvi sklop zajema uvod, vlogo in pomen kadrov v podjetju ter trende, ki se pojavljajo v povezavi z zaposlitvami oziroma na trgu dela. V drugem poglavju sem se ukvarjala z vlogo in pomenom kadrov v podjetju, načrtovanjem kadrovske strategije ter procesom zaposlovanja. V tretjem poglavju sem opredelila novejša oblike dela in poslovanja, ki se pojavljajo, ter demografsko strukturiranost trga dela (izobrazba, staranje).

Drugi sklop poglavij se osredotoča na internet. V četrtem poglavju sta predstavljena pojem in zgodovina interneta. Sledi peto poglavje, kjer sem opisala značilnosti tradicionalnega in spletnega pridobivanja kadrov prek interneta ter prednosti in pomanjkljivosti obeh dejavnosti. V šestem poglavju sem nadaljevala z razlago načinov, ki jih podjetja uporabljajo, ko iščejo bodoče sodelavce, oziroma načinov, ki jih uporabljajo iskalci dela, ko iščejo zaposlitev. Teorija se navezuje predvsem na predstavitve raziskovalnih študij, ki so se ukvarjale z internetnim kadrovanjem.

Da bi povezala teoretični in praktični del diplomske naloge, sem v slednjem predstavila primere iz prakse, ki se nanašajo tako na delodajalce kot na iskalce dela. V praktičnem delu sem se osredotočila na nacionalnega ponudnika zaposlitev, ki pomeni vez med delodajalci in delojemalci ter spletnimi zaposlitvenimi portali. Raziskovala sem, na kakšen način se portali predstavljajo, kakšna je preglednost vsebin, oblikovnost, barvitost, slog internetnih strani. Pregledala sem, kako se iskalci dela prijavijo v bazo iskalcev, kateri podatki so lahko

predstavljeni posameznim kadrovnikom, ki zakupijo dostop do baz, in katere dodatne storitve v zvezi z zaposlitvenimi temami ponujajo spletni zaposlitveni portali.

2. VLOGA IN POMEN KADROV V PODJETJU

Kadri v podjetju so nosilci delovanja procesov. Zagotavljajo načrt in izvedbo procesov od pričetka do samega konca. Od kadrov je tudi odvisno, kako bo določen proces potekal in kakšen bo končni poslovni rezultat. Za podjetje je pomembno, da zaposluje kader, ki ustreza njegovim pričakovanjem, saj bo le tako doseglo optimalno raven poslovanja v skladu z načrti podjetja. Kadri v podjetju in v odnosu do drugih podjetij pomenijo konkurenčno prednost ter neprecenljiv vir. So pogosto največji in velikokrat edini potencial podjetja. Vendar je odvisno od vodstva podjetja, kako je usposobljeno ravnati in upravljati s svojim človeškimi viri ter prek njih vplivati na končni rezultat poslovanja podjetja. Vodstvo naj bi bilo sposobno prepoznati potrebe in želje zaposlenih, njihove sposobnosti, vlagati v razvoj svojih zaposlenih in tako razvijati njihov potencial ter tudi potencial podjetja.

Pri poslovanju se podjetje srečuje z različnimi strategijami. Za uresničitev in nadaljnji razvoj sposobnosti podjetja so bistvene funkcijske strategije, ki se osredotočajo na maksimiziranje učinkovitosti resursov podjetja. Funkcijske strategije so tiste strategije, ki omogočajo uresničitev celovitih in poslovnih strategij (Pučko, 1996, str. 213).

Ljudi lahko opredelimo kot vire ali pa kot vire opredelimo njihove zmožnosti. Sam način opredelitve se navezuje na velikost podjetja, kjer so funkcije bolj ali manj porazdeljene in je s tem določena njihova transparentnost. Menedžerji v velikih podjetjih pojmujejo kot vire ljudi, ki zasedajo določeno delovno mesto z namenom zadovoljitve potrebe lastnosti dela. Gre za višje specializirana dela. V malih podjetjih se pojavljajo kot viri človeške zmožnosti, saj bolj prevladuje potreba po ljudeh z določenimi zmožnostmi kot pa po ljudeh, opredeljenih kot viri. Z dodatnimi izobraževanji je namreč mogoče zaposlenim dodati določeno zmožnost, ki jo delo zahteva (Lipičnik, 1998, str. 29).

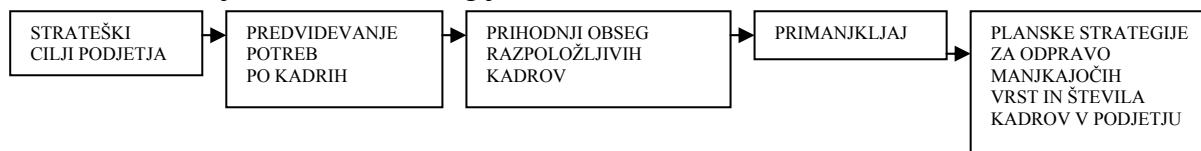
V posameznem podjetju obstaja več skupin zaposlenih. Njihova razporeditev v skupine je odvisna od narave delovnih nalog, ki jih opravljajo. Pred razvrstitvijo zaposlenih v skupine je treba analizirati delovno mesto. Na podlagi podatkov analize je moč določiti zahteve delovnega mesta.

»Proučevanja delovnega mesta se ponavadi lotimo z analizo delovnega mesta. To je tehnični postopek, s katerim znova preverjamo, iz kakšnih nalog je delo sestavljeno, ugotavljamo, s katerimi postopki je mogoče te naloge opraviti, v kakšnih fizikalnih in socialnih delovnih razmerah se bo delo opravljalo in končno nas zanima, kakšne lastnosti, znanja in spretnosti bo delo od delavca zahtevalo.« (Lipičnik, 1998, str. 65).

Ko je analiza delovnega mesta opravljena in imamo zbrane primarne podatke iz analize dela, se lahko določijo lastnosti zaposlenega, ki bi ustrezale delovnemu mestu.

2.1. Kadrovska strategija

Slika 1: Planiranje kadrovske strategije



Vir: Pučko, 1996, str. 260 ; lastna priredba.

Pri planiranju kadrovske strategije so izhodiščna točka strateški cilji podjetja. Določimo jih v procesu strateškega planiranja in opredeljujejo delovanje podjetja. Na podlagi strateških ciljev v podjetju predvidijo potrebe po kadrih. Skuša se določiti obseg povpraševanja po različnih tipih kadrov, ki bodo podjetju primanjkovala. Sledi določanje prihodnjega obsega razpoložljivih kadrov, kjer določimo, koliko kadra že imamo in koliko ga je še na razpolago. Da bi kadri lahko napredovali in zavzeli poslovodni položaj v podjetju, je treba vanje vlagati v oblikah štipendij, šolnin za študij ob delu ter drugega izobraževanja.

Temelj za predvidevanje potreb po kadru je moč določiti na podlagi (Pučko, 1996, str. 261):

- planiranega obsega prodaje oziroma proizvodnje,
- planirane stopnje rasti produktivnosti dela v podjetju,
- planiranega obsega širitve podjetja (investicije v osnovna sredstva, novi proizvodi),
- zahtevanih tipov kadrov,
- predračunov.

S tako dobljeno osnovo in normativi dela lahko ugotovimo potrebe po delovni sili:

- po kvalifikacijah, strokah in številu,
- na podlagi odsotnosti z delovnega mesta.

Primanjkljaj nastane kot razlika med prihodnjim obsegom razpoložljivega kadra in potrebami po kadru.

2.1.1. Načela načrtovanja kadrov

»Planiranje kadrov je del kadrovskega managementa. Tudi planiranje kadrov je proces, ki ima dve glavni nalogi: določanje prihodnjih potreb po kadrih glede na poslovni strateški plan organizacije ter oblikovanje korakov, da se te potrebe uresničijo.« (Merkač, 1998, str. 29).

Načela načrtovanja kadrov morajo biti upoštevana v kadrovskem planu, ki se mora skladati tako s poslovno strategijo kot tudi z operativnimi plani podjetja. Plani morajo zadostiti še kontinuiranosti, realnosti in prožnosti. Proces načrtovanja kadrov, kot navajata Bartol in

Martin, vsebinsko zajema analizo dela, v kateri sta zajeta opis zahtev in opis dela, zahteve po kadrih ter določanje trgov, s katerih se črpajo kadrovske viri. Ti trgi so lahko notranji, kjer izbiramo na določeno delovno mesto ljudi iz notranjosti podjetja, ali zunanji (Merkač, 1995, str. 29).

2.1.2. Prednosti in slabosti internega in eksternega pridobivanja virov

Podjetje skuša črpati kadre iz notranjih ali zunanjih virov. Za izbiro novega kandidata za določeno delovno mesto podjetje najprej preveri možnost izbire iz notranjih virov oziroma že zaposlenih, ki bi ustrezali razpisanim pogojem. Z omogočanjem notranjega kadrovanja se motivacija zaposlenih poveča, saj jih želja po raznolikosti, zanimivejšem delu in možnostih zamenjave delovnega mesta usmerjajo k doseganju skupnih ciljev. Če v podjetju ni primerne kadra, se podjetje usmeri v iskanje kandidatov iz zunanjih virov.

Tabela 1: Prikaz prednosti in slabosti internega in eksternega pridobivanja virov

	Interno pridobivanje	Eksterno pridobivanje
Prednosti	– povezanost s podjetjem preko možnosti napredovanja – nizki stroški usposabljanja – majhen riziko izbora – specifična znanja – realne predstave o plači – hitrejša zasedba del. mest – možnost napredovanja mladih	– nemotiviranost kot posledica neuspešnega napredovanja – visoki stroški usposabljanja – neizogibno uvajanje – predstave o višjih zaslužkih – izguba časa – onemogočanje napredovanja podmladka v podjetju – večje tveganje preizkušnje
Slabosti	– ozek izbor – ozko gledanje na podjetje – razočarani kolegi – obvezno nadaljnje usposabljanje	– velik izbor – novi vtisi preko novih ljudi – neposredne rešitve kvantitativnih in kvalitativnih potreb po delavcih

Vir: Beisheim et al., 2004, str. 33.

Podjetje določi, koliko in kakšne vrste zaposlenih bo potrebovalo za kontinuiran potek dela. Določanje zahtev po kadrih je odvisno od dejavnosti podjetja, obsega in vrste poslovanja, delitve dela ter ustreznosti kvalifikacijske strukture zaposlenih (Merkač, 1998, str. 30).

2.2. Dodatne potrebe po novih zaposlitvah

Kljub dobri integriranosti kadrovske politike v strategijo poslovanja podjetja je mogoče, da pride do novih zahtev po zaposlitvah. Čeprav je kadrovska strategija že vpeljana in ima

pozitivne učinke na delovanje podjetja, obstaja možnost, da se zgodi nekaj, kar ni zajeto v načrte podjetja.

Vsak nenačrtovan odhod iz podjetja oziroma več nenačrtovanih odhodov, neprihajanje na delovno mesto oziroma neupravičena odsotnost z delovnega mesta ali absentizem, povečanje obsega poslovanja in spreminjanje zadolžitev na delovnih mestih lahko vodijo v potrebe po novih, dodatnih kadrih ter posledično v zaposlovanje novih kadrov (Merkač, 1998, str. 38).

Pri kadrovanju so osnovne naloge iskanje novih zaposlenih, pridobivanje, izbira, nadgrajevanje znanja, ocenjevanje delovne uspešnosti in načrtovanje kariere zaposlenih. Posebno pozornost je treba posvetiti ustreznim strokovnjakom in menedžerjem. Podjetje ne najde zlahka ustreznih strokovnjakov. Stopnja izobrazbene ravni za strokovne sodelavce je vse večja. Povečuje se ponudba strokovnih sodelavcev kot tudi povpraševanje po ustrezno usposobljenem kadru. Za strokovnjake je značilno, da imajo višja pričakovanja do dela, ki ga opravljajo. Zato bodo podjetja, ki jih bodo skušala pridobiti, morala zagotoviti raznoliko delo, polno izzivov in priložnosti. Pojavil naj bi se primanjkljaj v menedžerskem kadru, ker je ponudba menedžerjev kljub intenzivnemu izobraževanju omejena. Z druge strani količina dela, ki zahteva usklajevanje, presega ponudbo menedžerskega kadra. Vzroki za opisane razmere so nastali deloma zato, ker je bilo izobraževanje menedžerjev osredotočeno bolj na črpanje znanja iz reševanja problemov kot pa na sodelovanje s sodelavci in identificiranje težav (Rozman, 1993, str. 198).

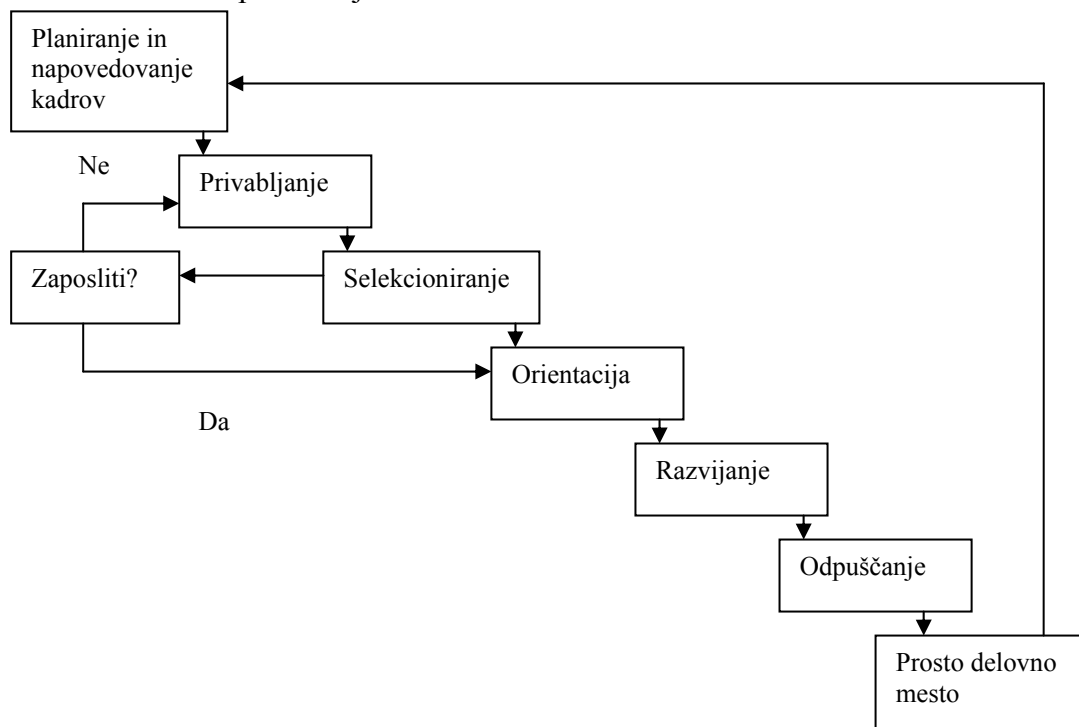
2.3. Načrtovanje zaposlenih in proces zaposlovanja

Načrtovanje zaposlenih je sistematičen proces, ki organizaciji zagotavlja razpolaganje z ustrežajočim številom ljudi s primernimi sposobnostmi, ki zadostijo potrebam poslovanja. Pomembno je upoštevati še notranje in zunanje spremembe ter integrirati kadrovski načrt s poslovnim načrtom podjetja.

Možen način oblikovanja programa zaposlenih je sestavljen iz opisa delovnega mesta, definiranja veččin trenutno zaposlenih, predvidevanja preobratov, upoštevanja poslovnih trendov (Solutions for Human Resource Managers, 2000, str. 63).

Na sliki 2 je prikazan proces zaposlovanja, ki je sestavljen iz sledečih si faz (Lipičnik, 1998, str. 92):

Slika 2: Proces zaposlovanja



Vir: Lipičnik, 1998, str. 91.

1. Planiranje in napovedovanje kadra

V podjetju se v fazi planiranja in napovedovanja ukvarjajo s kvantiteto in kvaliteto ljudi, ki jih bodo potrebovali v določenem časovnem obdobju. »Podjetje določa število kadrov na podlagi normativov ter na načinu dela, ne pa na številu delovnih mest, ki lahko zahtevajo tudi večje število izvajalcev. Podjetje določi število potrebnih delavcev v normativih (koliko čistilk bomo imeli, je odvisno od površine, ki jo je potrebno očistiti), v načinu dela (delo v treh izmenah zahteva tri delavce).« (Lipičnik, 1998, str. 95).

Nekateri avtorji v fazo planiranja kadrov vključujejo opis dela, analizo dela, izbiro vedenjskih dimenzij in določitev oblik intervjuja.

»Opis dela je opis namena, nalog in obveznosti ter odgovornosti za določeno delo. Delovna specifikacija pa je natančen opis psihičnih in fizičnih zahtev posameznika za izvajanje tega dela -znanja, sposobnosti in spretnosti.« (Merkač, 1998, str. 39).

Za določitev zahtev, katere mora izpolnjevati potencialni kandidat za delovno mesto, mora podjetje dobro poznati značilnosti dela. Kandidata naj bi seznanilo z njegovimi obveznostmi in odgovornostmi ter cilji, ki jih podjetje želi doseči. Opisi dela so lahko zelo podrobni ali pa -ravno nasprotno - preveč ohlapni. Ker dinamičnost poslovanja postaja vse pomembnejša komponenta, se zahteve po prožnosti večajo. S preveč podrobnim opisom dela lahko podjetje postavi zelo toge zahteve. Tako z željo po čim večji učinkovitosti doseže nasproten učinek, saj se zaposlenemu ne uspe prilagoditi zahtevam, delo postane neprožno, zmanjša se

učinkovitost. Po drugi strani preveč ohlapni opisi del lahko privedejo do zmanjšanja odgovornosti do dela in s tem odlaganja ali prelaganja delovnih nalog na druge zaposlene. Podjetje mora torej skrbno preučiti opis dela.

Analiza dela ob pomoči podatkov o namenu določenega tipa dela opredeljuje pogoje za opravljanje delovnih nalog in določi pričakovanja, ki naj bi jih imel delavec. Gre za pričakovanja glede značajskih značilnosti, stopnje izobrazbene ravni, znanja, veščin in izkušenj. Vedenjska dimenzija pa zajema in določa želene vzorce vedenja zaposlenega (Merkač, 1998, str. 41).

»Z opisom dela in opisom delavca dobimo sistematizacijo delovnega mesta.« (Lipičnik, 1999, str. 85).

2.) Privabljanje

Privabljanje je sklop ukrepov, katere lahko vodi in izvaja podjetje, ali pa njihovo izvajanje prepusti specializirani organizaciji. Namen privabljanja je pridobiti nove zaposlene.

3.) Izbiranje/selekcioniranje in najemanje

Med prijavljenimi potencialnimi kandidati, mora podjetje izbrati tiste kandidate, ki bodo najbolj ustrezali specifikacijam delovnega mesta. Podjetje tako na podlagi enega ali več izborov, ki zajemajo različne intervjuje, testiranja, reševanja poslovnih dogodkov (ang. Case studies), izbere in zaposli najprimernejše.

4.) Uvajanje v delo in orientacija

Kandidat, ki se zaposli, postane delavec. Podjetje v fazi uvajanja seznani novega delavca z njegovimi pravicami, obveznostmi, odgovornostjo. Pove mu tudi, kakšna pričakovanja naj bi novi delavec izpolnil.

5.) Obdobje razvijanja (napredovanje, premeščanje, uresničevanje kariere)

V tej fazi pride pri zaposlenih do izraza možnost razvoja karierne poti.

6.) Odpuščanje oziroma odhod delavca

Ko delavec odide, se delovno mesto sprostí; nastane prosto delovno mesto. Postopek zaposlovanja se torej ponovi.

Uporaba informacijske tehnologije pride najbolj v poštev predvsem v prvih treh in v peti fazi. To so: planiranje in napovedovanje človeških zmožnosti, privabljanje ter izbiranje oziroma selekcioniranje. Prva faza, planiranje in napovedovanje človeških zmožnosti, vsebuje analizo

in opis dela, ki je dobrodošel, ko razpisujemo delovno mesto in želimo kandidatu, ki na spletni strani išče delo, ponuditi čimbolj nazoren prikaz dela. Iskalec tako lahko na podlagi opisa dela na spletni strani podjetja ali zaposlitvenega portala dobi podatke o nazivu dela, aktivnostih in nalogah ter pristojnosti in odgovornosti. K razpisanemu delu sodijo še podatki o zahtevanih spretnostih, opredelitev nalog z želenim rezultatom, stopnja odgovornosti in podobno.

V drugi fazi, privabljanju kandidatov za novo zaposlitev, ne igrajo ključne vloge pri pritegnitvi pozornosti samo tiskani oglasi in ustno povpraševanje delodajalcev. V ospredje vse bolj prihajajo elektronski mediji. Časopisna hiša Delo je že pred leti ponudila spletni portal zaposlitev.delo.si, kjer si lahko bralci oziroma obiskovalci preberejo enak oglas, kot je izdan določenega dne v tiskani obliki časopisa. Delodajalci, ki objavijo oglas, so tako bolj opaženi, saj nastopajo v več medijih hkrati. Enako lahko iskalci zaposlitve spremljajo objavo prostih delovnih mest Zavoda za zaposlovanje tudi na internetu in ne samo v časopisju ali na oglasnih deskah. Nekatera podjetja imajo na svojih spletnih straneh objavljene stalne ali trenutne zaposlitvene oglase, druga oglašujejo na zaposlitvenih portalih, kot sta Zaposlitev.net in MojeDelo.com. Tretja vrsta podjetij prepusti privabljanje kandidatov specializiranim kadrovskim agencijam.

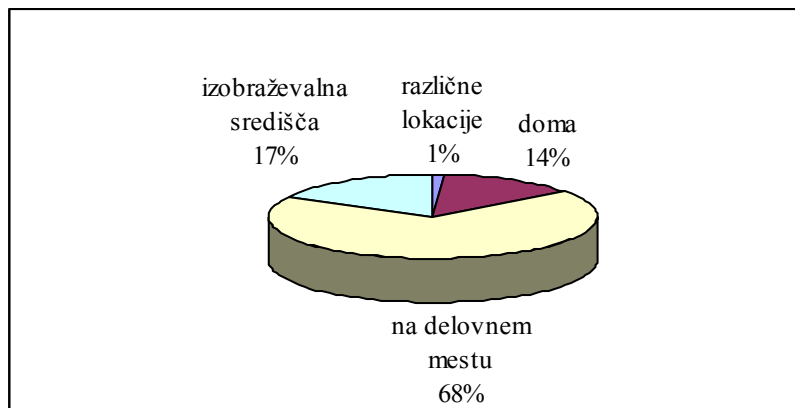
V tretji fazi, fazi izbiranja oziroma selekcioniranja, se izbor kandidatov deloma lahko opravi že s prijavo prek elektronske pošte - s pošiljanjem življenjepis in vlog na delovno mesto. Kandidat je dolžan priložiti vso dokumentacijo, če jo delodajalec v razpisu zahteva. Če na primer delodajalec zahteva tako vlogo kot tudi življenjepis, kandidat pa življenjepisa ne pošlje ali priloži, lahko izpade že na samem začetku procesa selekcije. Vendar obstajajo bolj poglobljene metode izbora, kot so na primer testi. Nekateri zaposlitveni portali selekcioniranja kandidatov ne omogočajo, saj samo podajajo ponudbe iskalcev dela in delodajalcev. Nasprotno pa nekatera podjetja, na primer P & G, na svojih spletnih straneh že deloma ob pomoči vprašalnikov določijo psihološki profil posameznika oziroma značajske, delovne lastnosti iskalca. Če podjetju vpisani profil iskalca na internetu za določeno delo ustreza in ga potrebuje, ga povabijo še na preskus numeričnih sposobnosti ali preskus sposobnosti razumevanja pisnih besedil, pač odvisno od tega, kaj iščejo. Izvedljivo je tudi pregledovanje različnih baz iskalcev zaposlitve. Kot primer navajam Center za svetovanje in razvoj študentov (CERŠ) na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani, ki delodajalcem ponuja bazo prijavljenih študentov, ki se zanimajo za delo. Delodajalec ima možnost iskanja primernih bodočih sodelavcev po različnih merilih.

Deloma v četrti, izraziteje pa v peti fazi, fazi razvijanja, lahko internet nastopi kot pomoč pri usposabljanju in razvoju delavca. E-učenje (ang. e-learning) lahko poteka povsod, kjer ima tisti, ki se uči, omogočen dostop do računalnika in interneta.

Za boljše razumevanje e-učenja bom predstavila ugotovitve raziskave avtorja Baldwin-Ewansa, ki je vodja raziskovalnih projektov pri Skill Softu v Veliki Britaniji. V raziskovalnem projektu, ki je zajel prek 200 zaposlenih v 16 podjetjih (AT & T, Deloitte,

FedEx, Hilton Group, Nestle, Xerox, Simens, PricewaterhouseCoopers ...), ki uporabljajo e-učenje kot sestavni del izobraževanja svojih zaposlenih, so ugotavljali, kako zaposleni ocenjujejo e-učenje. Na sliki 3 so predstavljeni kraji, od koder poteka e-učenje zaposlenih. V največ primerih so zaposleni navajali, da opravljajo e-učenje na delovnem mestu.

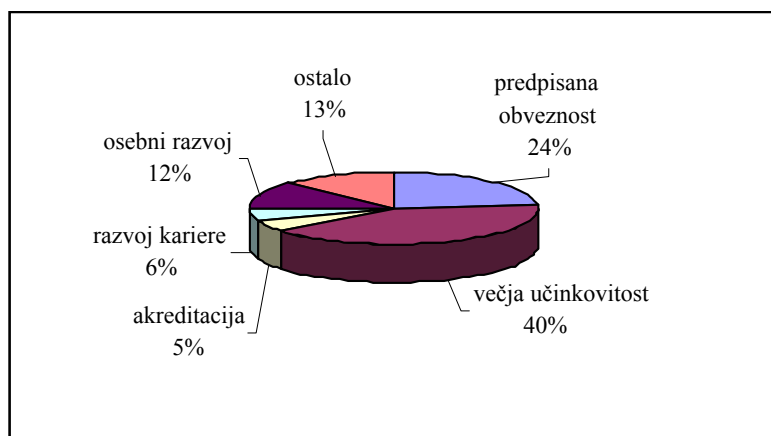
Slika 3: Kraji, kjer poteka e-učenje



Vir: Baldwin-Ewans, 2004, str. 270.

Slika 4 prikazuje razloge, ki zaposlene motivirajo za e-učenje. Največkrat so zaposleni navedli, da jih k uporabi e-učenja motivira večja učinkovitost. Drugi razlogi, ki so nastopali kot motivatorji, so: predpisana obveznost, osebni razvoj, razvoj kariere in akreditacija oziroma točkovanje, ki prinaša večjo uspešnost na delovnem mestu.

Slika 4: Zakaj se zaposleni odločajo za e-učenje



Vir: Baldwin-Ewans, 2004, str. 270.

V splošnem so bili anketiranci zelo zadovoljni z e-učenjem, saj jih je 87% dejalo, da so znanja, pridobljena ob pomoči e-učenja, dejansko uporabili. Za rezultate pridobljenega znanja so najpogosteje navajali povečan obseg prodaje, zadovoljnejše kupce, izboljšane procese pri projektnem menedžmentu in poročanju, izboljšanje komunikacije, razvoj veščin ter boljšo informacijsko in računalniško pismenost. V povprečju je 52% anketirancev pridobljeno znanje preneslo na sodelavce in kar 93,5% anketirancev je menilo, da e-učenje ni samo poučno, temveč tudi zabavno in ga radi opravljajo (Baldwin-Ewans, 2004, str. 271-272).

Primer uporabe e-učenja je denimo podjetje Xerox, kjer prodajnemu osebju omogočajo virtualno učenje z več kot 1.000 moduli, ki pokrivajo širok spekter področij, od trženjskih strategij do proizvodnih kvalifikacij. Trening učenja udeležencem omogoča, da aktivno upravljajo s svojim kariernim razvojem. Na poti neprestanega učenja zaposleni nadgrajujejo svoje veščine in znanje (Pollitt, 2004, str. 35).

3. TRENDI V ZAPOSLOVANJU

Oblike zaposlitve so se skozi čas spreminjale. Čim bolj se je družba iz agrarne prek proizvodne razvijala v storitveno, tem bolj so se spreminjale delovne zadolžitve.

Velik vpliv na spremembo dela ima tudi razvoj tehnologije, ki postaja odločilen dejavnik pri poteku dela. Da je družba lahko doživela razvoj iz agrarne v proizvodno, je morala napredovati tehnologija. Družbe, ki so visoko storitvene, naj bi bile tudi tehnološko razvitejše. Ker napreduje tehnologija, se večajo tudi zahteve po obvladanju le-te. Na delovnih mestih se delavci vse bolj soočajo z uporabo tehnologije, ki se neprenehoma razvija.

Trg dela v Sloveniji se je po podatkih Zavoda Republike Slovenije od začetka 90. let 20. stoletja močno spremenil. V prvi fazi prestrukturiranj podjetij so v največji meri propadala podjetja iz predelovalnih dejavnosti, kovinska, tekstilna, usnjarska in železarska industrija. Druga faza, ki je sledila po letu 2000, je povzročila selitev delovno intenzivne dejavnosti, predvsem tekstilne in usnjarske industrije, v dežele, kjer je delovna sila cenejša. Opaziti je mogoče povečanje deleža storitvenih dejavnosti in zmanjšanje kmetijskega ter industrijskega sektorja. Na spletnih straneh Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje objavljajo, da je bilo januarju 2006 v Sloveniji po podatkih ankete o delovni sili (ang. Labour Force Survey) največ delovno aktivnih v storitvenem sektorju - 57,3%, 38% v nekmetijskem sektorju in 4,7% v kmetijskem sektorju. Za leto 2005 je bilo po podatkih ankete o delovni sili (ang. Labour Force Survey) 53,9% delovno aktivnih v storitvenem, 36,5% v nekmetijskem in 9,3% v kmetijskem sektorju. Storitvene dejavnosti torej pridobivajo vse večjo vlogo v povezavi z delom (Slovenija - Trg dela, nacionalna raven, 2006).

Razlikujemo dve metodi meritve brezposelnosti, to sta registrska in anketna, slednja je tudi mednarodno primerljiva. Treba je poudariti, da Mednarodna organizacija za delo (ang. ILO) pri anketah o delovni sili deli aktivno prebivalstvo na zaposlene, katere v slovenski statistiki pojmujejo kot delovno aktivne, in nezaposlene. Metodološke razlike so precejšne, saj je anketna brezposelnost za tretjino nižja od brezposelnosti, merjene na registrski način (Malačič, 2001, str. 28).

Na trgu dela se pojavljajo tako presežki kot tudi primanjkljaji zaposlenih. Zavod za zaposlovanje Republike Slovenije za leto 2005 in 2006 za presežke navaja: frizerje in kozmetike, upravljavce strojev v predelovalni dejavnosti in proizvodni industriji ter različne vrste uradnikov. V zaposeljivo delovno silo, po kateri delodajalci povprašujejo, a je na

slovenskem trgu primanjkuje, spadajo: informatiki, inženirji elektrotehnike, elektronike, strojništva, zdravniki, medicinske sestre, gostinsko osebje in različni profili delavcev v gradbeni dejavnosti.

Opaznejši trendi, ki po moji presoji vplivajo na zaposlitev :

- večja formalna izobraženost prebivalstva,
- večja računalniška pismenost in uporaba interneta,
- staranje prebivalstva,
- nove oblike dela, kot je npr. teledelo,
- naraščanje elektronskega poslovanja.

3.1. Staranje prebivalstva

Število prebivalcev na svetu hitro raste, v povprečju se njihovo število na leto poveča za skoraj 100 milijonov. Treba je poudariti, da se demografska ekspanzija pojavlja predvsem v manj razvitih državah. Za razvite države je značilno počasno naraščanje, stagnacija ali celo zmanjševanje števila ljudi.

Naravni prirastek, ki je opredeljen kot razlika med rodnostjo in smrtnostjo na 1.000 prebivalcev v obdobju enega leta, je najvišji v manj razvitih državah Afrike, Južne Azije in Latinske Amerike, najnižji pa na območju Evrope, Severne Amerike ter Japonske (Kunaver et al., 1995, str. 139).

S staranjem prebivalstva pride do povečanega števila ljudi v določenih zgornjih oziroma višjih starostnih razredih, kar posledično pomeni spreminjanje zaposlitvene politike in s tem podaljševanje delovne dobe.

Projekcije prebivalstva Slovenije napovedujejo staranje prebivalcev v Sloveniji, kar je značilno tudi za večino evropskih držav. Pričakovati je v povprečju starejše prebivalstvo oziroma povečano število starejših prebivalcem proti mlajšim. To pomeni, da bo na trgu dela prišlo do presežka določene starostne skupine. Zmanjšanje števila delovno sposobnega prebivalstva, to je prebivalstvo v starosti 15-64 let, pomeni zmanjšanje števila delovno aktivnega prebivalstva. Le-to bo treba nadomestiti z višjo produktivnostjo, večjimi naložbami, višjo izobrazbo, odkrivanjem novih prodajnih trgov. »Delež prebivalstva v starosti 65 let in več se bo od sedanjih 14,3% leta 2020 povečal na petino, do leta 2030 na okrog četrtno in v najslabšem primeru okrog 2050 dosegel eno tretjino prebivalstva. Nasprotno pa se bo delež delovno sposobnega prebivalstva krčil, od sedanjih 70% na okrog 60% leta 2030 in v najslabšem primeru na okrog polovico leta 2050.« (Kraigher, 2003, str. 203).

3.2. Teledelo

Na trgu dela se je z uvedbo novih tehnologij pojavila tudi nova oblika dela, teledelo, ki zaposlenim omogoča veliko fleksibilnost. Obstaja več definicij teledela. Statistični urad

Republike Slovenije, v nadaljevanju SURS, za definicijo teledela navaja: »Teledelo je delo, ki ga delavec (teledelavec) opravlja doma, v stanovanju, pri čemer uporablja osebni računalnik in mobilni ali fiksni telefon ali telefaks.« (Teledelo definicija, 2006). Skupne definicije opredeljujejo pojem teledela kot aktivnost, ki je vezana na izvajanje dela zunaj podjetja, torej doma ali na terenu, in na uporabo vrhunske informacijske ter komunikacijske tehnologije za namene dela, še posebej za prenos rezultatov.

Poudariti je treba, da so mobilne tako naprave kot tudi teledelavec sam. Teledelo omogoča podjetju ohranitev zaposlenih oseb, ki bi sicer zapustile podjetje zaradi selitve v drug kraj. Teledelavcem njihov način dela omogoča boljši izkoristek delovnega časa, več možnosti pri določanju načina poteka njihovega dela in prihranke časa ter denarja, ker se jim ni treba voziti do delovnega mesta.

Teledelo ponuja zaposlenim in delodajalcem prednosti pred tradicionalnim izvajanjem dela. Teledelavec lahko opravlja delo v kraju, ki ga izbere, ter času, ki mu ustreza. Upoštevati mora le določene roke za izvedbo in dokončanje del. Ker si sam časovno usklajuje delovne aktivnosti, ima tudi več izbire pri oblikovanju svojega prostega časa oziroma časa, ki ga nameni družini. Delodajalec lahko pozitivne učinke teledela opazi predvsem pri zmanjšanih stroških obratovanja pisarn, pisarniškega materiala, prevozov delavcev v službo. Če je informacijski sistem učinkovito vzpostavljen, je mogoče zmanjšanje števila zaposlenih in s tem zmanjšanje stroškov dela, predvsem z administrativnega področja. Obstajajo tudi slabosti, kot so odtujenost delavca in slab pretok informacij med zaposlenimi. Teledela ni mogoče izvajati v vseh panogah. Začetni strošek naložbe v primeren informacijski sistem je visok, zaposleni se težko privajajo na spremembe, obvezno je uvajanje. Končna izvedba in samo delovanje nove oblike dela nista zagotovljena. Poleg že navedenega se pojavljajo zapleti na zakonskem področju, ki ni docela definirano (Amon, 2006).

Obseg teledela v Sloveniji je po podatkih SURS-a za leto 2002 znašal od okrog 13 do 40 tisoč delavcev, odvisno od metode merjenja, ki še ni popolnoma dorečena. Zaradi slednjega tudi prihaja do odstopanj v zbranih podatkih. Vsekakor teledelo obstaja in se širi. Po podatkih za izobrazbeno strukturo ima 40% teledelavcev visoko izobrazbo, 30% jih je končalo srednjo šolo, ostali imajo višješolsko izobrazbo, magisterij, specializacijo ali doktorat (Svetin, 2003, str. 301).

Decembra leta 2002 je RIS izvedel anketo med vzorcem 1.200 podjetij, iz katerega so bili izvzeti samostojni podjetniki. Ugotovitve (Vehovar, 2003, str. 1) so naslednje:

- če primerjamo leto 2002 z letom 2000, ostaja delež podjetij s tehničnimi možnostmi za izvedbo teledela približno enak. Vzrok je najbrž v tem, da je teledelo ožje definiran pojem kot v preteklosti, ko je bila njegova definicija precej ohlapna;
- opazimo lahko rahlo zvišanje deleža velikih in majhnih podjetij, ki teledelo že uporabljajo, medtem ko za majhna in srednja podjetja ta delež ostaja približno enak kot za leto 2000.

Ocena je, da okoli 18% podjetij že uporablja teledelo kot metodo dela. Leta 2000 je ta delež znašal 12%.

Tabela 2: Populacijsko število teledelavcev po tipu teledelavca in deležu v 2002

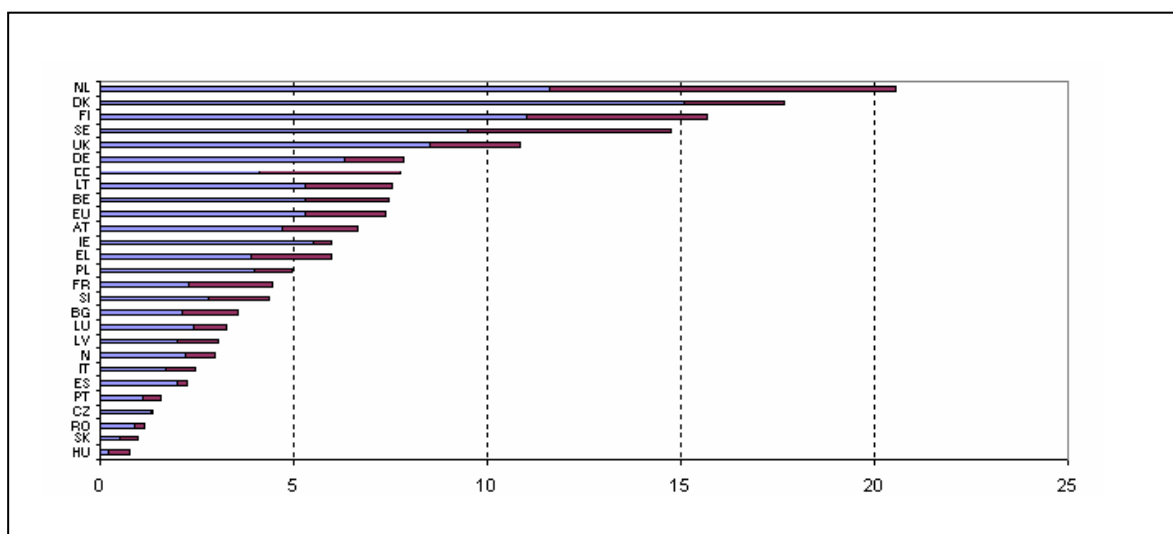
		relativni			vseh delavcev
		populacijski total	populacijski delež	populacijski delež	
tip teledelavca: zunanji	glavnino				128.000
	časa	2.594	24%	2,03%	
	vsaj en dan	7.734	70%	6,04%	
	občasni	10.978	100%	8,58%	
tip teledelavca: notranji - zaposleni	glavnino				600.000
	časa	1.767	12%	0,29%	
	vsaj en dan	6.990	46%	1,17%	
	občasni	15.168	100%	2,53%	

Vir: Vehovar, 2003, str. 38.

V tabeli 2 so prikazani populacijski totali teledelavcev, ki jih sestavljajo vsi teledelavci. Populacijski delež se po navedbah avtorja računa v razmerju do populacije bodisi zaposlenih, bodisi zunanjih sodelavcev glede na vse delavce. Relativni populacijski delež pa prikazuje delež posamezne intenzitete teledela glede na vsaj občasno teledelo (Vehovar, 2003, str. 38).

- v Sloveniji je okoli 2,5% oziroma 15.000 teledelavcev, ki opravljajo teledelo vsaj občasno. V letu 2000 je odstotek teledelavcev znašal 2%, torej se je povečal za 0,5 odstotne točke. Največje povečanje števila teledelavcev je bilo opaziti v sektorju velikih podjetij. Teledelavec je v tem primeru mišljen kot oseba, ki dela vsaj nekaj ur tedensko od doma, rezultati njegovega dela so posredovani prek informacijskega sistema;
- od celotne populacije zunanjih sodelavcev jih je 8,5% občnih zunanjih teledelavcev oziroma okrog 11.000, torej je teledelo v večji meri zastopano med zunanjimi sodelavci;
- zunanji teledelavci se delijo na redne teledelavce, katerih je okoli 7.700 oziroma 75%, in na 2.600 oziroma 25% pretežnih zunanjih teledelavcev. Med zunanjimi sodelavci je 7.700 rednih teledelavcev (6% populacije zunanjih sodelavcev; 75% zunanjih teledelavcev) ter 2.600 pretežnih teledelavcev (2% populacije zunanjih sodelavcev; 25% zunanjih teledelavcev);
- teledelo, ki nastane na podlagi osebnega dogovora med delojemalcem in delodajalcem, znaša 54% vseh zaposlenih teledelavcev. Tistih, ki se samoiniciativno odločijo, da bodo delali doma, je 40% izmed vseh zaposlenih teledelavcev, tistih, ki jih podjetje določi za izvajanje teledela na podlagi organizirane in formalizirane sheme, pa je 6% izmed vseh teledelavcev;
- podjetja, ki so tehnično že usposobljena, so kot ovire za nezmožnost izvajanja teledela v največji meri navedla naravo dela - 20%, premalo finančnih sredstev (velja za majhna in srednja podjetja) - 8% ter primanjkljaj ustreznega kadra - 7%;
- v vseh kategorijah, razen pri srednjih podjetjih, ki načrtujejo uporabo teledela, znaša delež teledela manj kot 10%, za srednja podjetja pa ta delež znaša 14%.

Slika 5: Prikaz teledela, ki poteka od doma (% zaposlene populacije)



Vir: Quality in work and employment, povzeto po SIBIS, 2005, str. 10.

V evropskem merilu po podatkih evropske fundacije za izboljšanje življenjskih in delovnih razmer (ang. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions) za leto 2003 največ teledela opravijo na Nizozemskem - okoli 21% glede na vse zaposlene, sledi Danska z okoli 16,5%. Skandinavske države se uvrščajo v sam vrh z zaposlitvijo teledelavcev. Finska ima okoli 16% teledelavcev glede na vse zaposlene, Švedska 14,5%, sledita pa Velika Britanija z 11% in Nemčija s 7,5%. V Sloveniji obstaja glede na vse zaposlene 4,5% teledelavcev. Na zadnjem mestu je Madžarska, ki ima 1% teledelavcev glede na vse zaposlene (Quality in work and employment, 2005, str. 10).

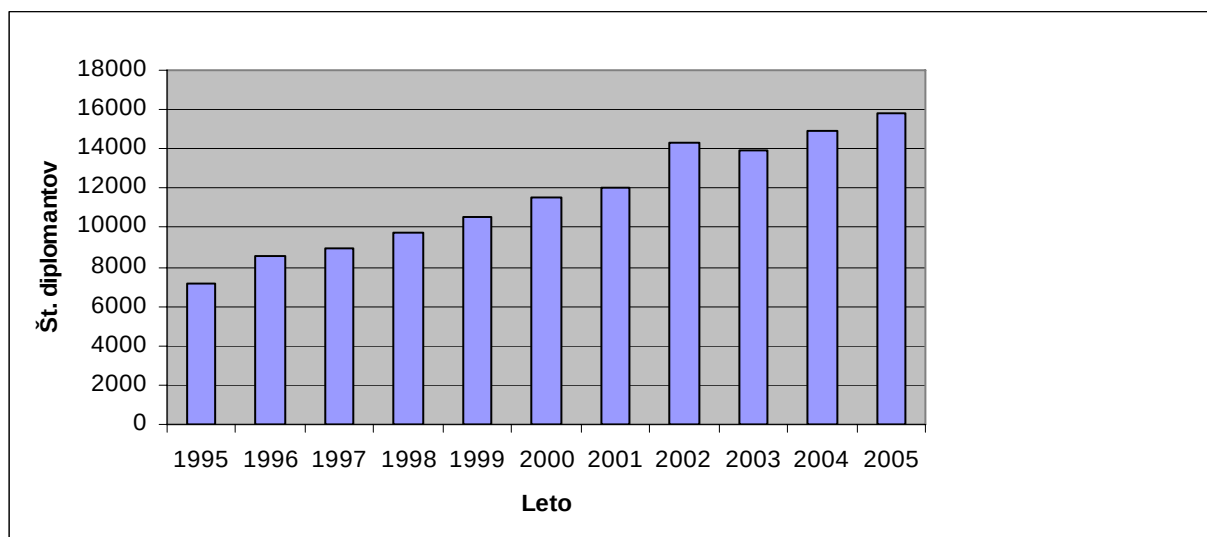
Glede na zbrane podatke lahko rečemo, da se v Sloveniji odstotek teledelavcev glede na vse zaposlene giblje med 2,5% in 5%. Vzrok v odstopanjih so različne interpretacije definicij teledelavca.

3.3. Izobrazbena raven prebivalstva

Stopnja registrirane brezposelnosti je bila v Sloveniji pred začetkom devetdesetih let 20. stoletja vedno pod okoli 15.000, ko pa so se začele vrstiti spremembe gospodarskega sistema in propad industrije, je le-ta močno narasla. Leta 1993 je registrirana brezposelnost narasla na okoli 137.000 oseb in s tem dosegla najvišjo raven do zdaj (Slovenija - Trg dela, nacionalna raven, 2006).

Zaradi propada industrije in s tem manjših zaposlitvenih možnosti se vedno več mladih odloča za nadaljevanje izobraževanja. Ker po končani srednji šoli ni toliko možnosti za zaposlitev, se za nadaljevanje šolanja odločajo v veliko večji meri, kot so se mladi 10 let nazaj. Spreminja se struktura panog, v ospredje prihajajo storitvene dejavnosti, ki ponujajo možnosti sklenitve delovnega razmerja.

Slika 6: Število diplomantov v Sloveniji v obdobju 1995-2005



Vir: Diplomanti terciarnega izobraževanja, 2006.

Formalna izobraženost prebivalstva se je do zdaj iz leto v leto večala. Slovenija je pridobivala vsako leto več diplomantov. Iz slike 6 je razvidno, da je v obdobju od leta 1995 do leta 2005 izobrazbena raven narasla za več kot 100%. Leta 1995 je bilo 7.166, leta 2005 pa 15.787 diplomantov, kar pomeni 120,3% povečanje (Diplomanti terciarnega izobraževanja, 2006).

3.4. Računalniška pismenost in uporaba interneta

S prodorom vedno več tehnologije na trg in z informatizacijo na splošno so se cene računalniške opreme v primerjavi s cenami pred 10 leti ali več močno znižale. Obvladanje določenih programskih orodij, še posebej najbolj razširjenega programskega paketa MS Office, je pri večini delodajalcev postalo obvezno računalniško znanje. Da bi zaposleni lahko komunicirali in iskali informacije, ki jih potrebujejo za opravljanje svojega dela, izobraževanje in podobno, pa morajo znati uporabljati internet.

V statistični publikaciji SIBIS (ang. Statistical Indicators Benchmarking the Information Society), ki navaja primerljive statistične kazalce v informacijski družbi, je prikazano, kako večše so celotne populacije na nacionalnih nivojih pri digitalnem komuniciranju (uporaba elektronske pošte, izdelava domačih spletnih strani, uporaba spletnih klepetalnic). Populacijo so razdelili v dve skupini, v zrelo in mlajšo skupino. V slednji je bila starost anketirancev od 16 do 24 let. Za tako razdelitev so se odločili, ker so mlajši, šolajoči se ljudje bolj v stiku z novimi tehnologijami in se hitreje učijo. Ugotovili so, da je v južnih evropskih državah manj kot 30% prebivalcev večjih uporabe elektronske komunikacije. Te države so Portugalska, Španija, Grčija, Italija, Belgija in Francija. V ZDA in severnih evropskih državah, kot so Velika Britanija, Avstrija, Švica, Švedska, Finska, Norveška ter Danska, je uporabe elektronskih komunikacij večjih od 40% do 50% prebivalcev. V državah EU15, ki so se zadnje priključile k Evropski uniji, kamor sodi tudi Slovenija, je uporabe elektronskih komunikacij večjih 20% prebivalcev. V skupini mlajših je stopnja uporabe veliko višja. Še

posebej izstopa Španija, kjer je 84% prebivalcev v skupini mlajših večjih uporabe elektronskih komunikacij (SIBIS, 2003, str. 32).

Pri uporabi interneta kot vira informacij ni pomembno samo najti informacije, temveč tudi preveriti njihovo verodostojnost in relevantnost. Iskalec mora biti kritičen do najdenih informacij oziroma njihovega izvora in avtorja, ki navaja informacije. V Franciji kritično oceni vir informacije, najdene na internetu, 5% prebivalcev, v ZDA okoli 30% prebivalcev, v državah EU 15 13% prebivalcev. Ti podatki bi lahko kazali na dejstvo, da nekateri uporabniki ne ločijo med informacijami, ki so vredne zaupanja, in tistimi, ki jim ne gre zaupati (SIBIS, 2003, str. 36).

Raziskovalce je zanimalo tudi, če znajo anketiranci poiskati informacije o določeni temi na internetu. Z uporabo brskalnika lahko uporabniki učinkovito uporabljajo internet, seveda pod pogojem, da zmorejo na internetu iskati in najti želene oziroma zahtevane podatke. Raziskava je pokazala, da je stopnja večjih uporabe brskalnikov z namenom najti informacijo dokaj nizka; najnižja je v Franciji in znaša 9,6% prebivalcev, v državah EU 15 znaša 20,8% prebivalcev, najvišja stopnja pa je v ZDA in zajema 44,3% prebivalcev (SIBIS, 2003, str. 37).

Če pogledamo stanje v Sloveniji, lahko rečemo, da so uporabniki interneta bolj izobraženi in mlajši ljudje. RIS je pri osebah, ki so jih anketirali, ugotovil, da v starostnem razredu do 19 let internet uporablja 82,3% prebivalcev, v starostnem razredu od 20 do 29 let pa 81,7% prebivalcev. Izmed anketirancev, ki imajo višjo in visoko šolo, jih 85,9% uporablja internet, med šolajočimi pa je 86,9% uporabnikov interneta (Demografske značilnosti (ne)uporabnikov interneta, 2004).

3.5. Rast elektronskega poslovanja

Razvoj komunikacijsko-informacijske tehnologije je omogočil poslovanje na daljavo v obliki elektronskega poslovanja. Pospešeno elektronsko poslovanje pa je posledica vpeljave interneta. Elektronsko poslovanje (ang. e-business) je širok pojem in zajema tudi elektronsko trgovanje (ang. e-commerce). Z uvedbo elektronskega poslovanja so akterji v poslovnem svetu marsikaj pridobili. Razlogi za uvedbo elektronskega poslovanja so pri nekaterih podjetjih: manjši stroški zalog, neodvisnost od lokacije in hitrejše odvijanje poslovnih procesov, poleg tega so lahko stiki s poslovnimi partnerji pristnejši. Na strani strank oziroma kupcev se povečajo aktivnosti za storitve kupcev, nastanejo nove tržne poti in razumevanje želja kupcev se izboljša (Kovačič, 2005, str. 57).

Elektronsko poslovanje lahko pripomore v boju s konkurenco, vendar so za vpeljavo le-tega spremembe na organizacijskem in kadrovskem področju neizogibne. Da bi elektronsko poslovanje brezhibno delovalo, je nujno treba povezati in prenoviti poslovne procese z informacijskim sistemom podjetja. Veliko podjetij ali organizacij ima svojo spletno stran, a to še ne pomeni, da tudi elektronsko posluje. Pred uvedbo elektronskega poslovanja morajo biti usklajeni cilji informacijskega oddelka, srednjega in top menedžmenta ter ostalih zaposlenih,

ki so v stiku s poslovanjem. Podjetje mora zagotoviti varno in pravno urejeno poslovanje. Pred začetkom poslovanja se pojavijo visoki stroški investicije v strojno in programsko opremo, ki mora biti prirejena potrebam podjetja. Nujno pa je tudi dodatno izobraževanje in usposabljanje zaposlenih (Elektronsko poslovanje, 2001).

Kadrovski informacijski sistem v podjetju je načrtno in metodološko zbiranje, urejanje, hranjenje in posredovanje informacij o kadrih. Cilj kadrovskega informacijskega sistema je kakovostno zbiranje, obdelava in posredovanje informacij na ustreznih mestih odločanja. Pri gradnji informacijskega sistema v kadrovske namene morajo sodelovati tako informatiki kot tudi kadrovniki, sistemski inženirji, pravniki, ekonomisti, psihologi (Florjančič, 2004, str. 279).

Da bi podjetja lahko opravljala kadrovsko funkcijo prek interneta, morajo imeti dostop do interneta in ga tudi uporabljati. V Sloveniji ima dostop do interneta 93% vseh podjetij, ki imajo deset ali več zaposlenih. Lastno spletno stran jih je imelo 58%, v 42% podjetij pa so zaposleni uporabljali internet. Do odstopanja v podatkih o dostopu do interneta in o njegovi dejanski uporabi prihaja, ker samo dostop do interneta še ne pomeni njegove dejanske uporabe pri zaposlenih (Podjetja in internet v EU, 2004).

Celostna raziskava na nacionalni ravni, ki bi pokazala, na kakšen način in v kolikšni meri podjetja v Sloveniji uporabljajo elektronsko kadrovanje, še ni bila izvedena. Lahko domnevamo, da bodo podjetja, ki elektronsko že poslujejo, vse bolj dovzetna za internetno kadrovanje. Ne samo da bodo objavljala internetne oglase za zaposlitev, temveč bodo ob pomoči informacijske tehnologije izvajala tudi cel spekter rekrutacijskih procesov. V Sloveniji nekatera podjetja komunicirajo z organi državne uprave tako, da uporabljajo internet. Za popolno vodenje elektronskega postopka, kot je na primer vračanje izpolnjenih obrazcev z elektronskim plačilom, jih internet uporablja 34%. Za prenos obrazcev uporablja internet 43% podjetij, za pošiljanje obrazcev pa 36% podjetij. Največ, to je 46% podjetij, jih pri poslovanju in komuniciranju z organi državne uprave uporablja internet le kot sredstvo za pridobivanje informacij (Podjetja in internet v EU, 2004).

4. INTERNET

»Internet je omrežje omrežij, kjer so med seboj povezani računalniki. Delovanje omrežij je določeno s strani usmerjevalnika, naprave, ki skrbi za prenašanje prometa na manjša omrežja ter za izbiro najustreznejše poti. Je svetovno razširjena informacijska infrastruktura, ki omogoča komunikacijo med posamezniki in njihovimi računalniki ne glede na lokacijo.« (Hoffman, 1996, str. 11). Zgodovina interneta je kompleksna in vsebuje tehnološke, organizacijske ter socialno-družbene elemente. Njegov vpliv se prek tehničnih področij računalniškega komuniciranja in družbe širi na področje elektronskega poslovanja, spletnih poizvedb ter aktivnosti skupnosti. Nove tehnologije se uporabljajo vse bolj množično.

Internet je postal sredstvo sodobnih komunikacij. Na svetovnem spletu se vrši mnogo aktivnosti. Namen interneta je bil sprva omogočiti komunikacijo na daljavo, tudi v kriznih časih - v primeru vojn, zdaj pa je prerasel svoj prvotni namen. Prek interneta poteka komunikacija v pisani, slikovni in zvočni obliki. Dejansko lahko premestimo večino poslovanja na svetovni splet. Aktivnosti se odvijajo mnogo hitreje. Tako so elektronsko poslovanje (ang. e-bussiness), elektronska vlada (ang. e-goverment), elektronska prodaja (ang. e-commerce) že uveljavljeni pojmi. Gospodarstvo postaja vse bolj digitalizirano, saj se različna gospodarstva med seboj povezujejo prek računalniških omrežij. Ljudje lahko hitreje pridejo do podatkov, če imajo dostop do interneta, saj lahko poljubne podatke iščejo ob pomoči brskalnikov. V poplavi informacij pa morajo razlikovati med viri, ki so verodostojni, in tistimi, ki niso. Vsak, ki zna postaviti spletno stran, ima namreč možnost objaviti poljubne vsebine. Internet je podjetjem omogočil, da so vidna 24 ur na dan. Stranke si prek spletnih strani podjetja lahko o njem ustvarijo prvi vtis, pridobijo pomembne podatke ali stopijo z njim v stik. Tudi iskanci zaposlitve lahko najdejo informacije o podjetju, ki jih zanimajo in katere je podjetje samo izbralo za objavo. Nekatera podjetja imajo objavljene razpise za delovna mesta, opise delovnih mest in obrazce, s katerimi imajo zainteresirani kandidati možnost prijave. Internet ponuja torej veliko možnosti - od informiranja, učenja, poslovanja ter še do vrste drugih aktivnosti.

4.1. Zgodovina interneta

Na področju računalniških omrežij in komunikacij je internet ustvaril revolucijo. Razvil se je kot pomemben sestavni del načrtnih vlaganj in sodelovanj med vlado, industrijo in akademijo. S tehnološkega vidika gre zametke interneta iskati v paketnem preklopu in ARPANETU, ki je njegov predhodnik. Prve zapisane oblike, kako naj bi interaktivne komunikacije potekale prek računalniškega omrežja, so bile objavljene leta 1962. Njihov avtor je bil vodilni za raziskave računalniških omrežij v DARPA. Leto poprej je bil objavljen članek o teoretični možnosti prenosa podatkov v paketih in ne v krogotoku (ang. circuits), kar je bil velik miselni premik ter približevanje računalniškemu medmrežju.

Tri skupine znanstvenikov v okviru RAND, NPL in MIT so v približno časovno enakem obdobju, torej hkrati razvijale paketno medmrežje. RAND je prvi objavil raziskavo o paketnem preklopu omrežij za komuniciranje (ang. paket switching networks for secure voice) v vojski leta 1964. Kleinrock, ki je sodeloval z MIT in UCLA, je s slednjo ustvaril mrežni meritveni sistem (ang. network measurement system), ki je bil izbran za podlago za ARPANET. Leta 1969 so bili štirje gostujoči računalniki povezani v prvotni ARPANET. Vzpostavljene so bile možnosti za razvoj interneta. ARPANET je začel rasti v internet. Po paketno preklopnem omrežju so sledila satelitska in druga omrežja. Vendar je internet zaživel šele, ko je imel razvito odprto - arhitektno omrežje. Tako omrežje namreč omogoča individualnim omrežnim tehnologijam, da se povežejo z drugimi omrežji. Individualna omrežja so lahko posamično oblikovana in razvita ter vsako od njih ima lahko svojo edinstveno povezavo (ang. interface), ki jo lahko ponudi uporabniku. Za potrebe odprtega arhitektnega omrežja je bil v sedemdesetih letih 20. stoletja razvit protokol TCP/IP (ang.

Transmission Control Protocol/Internet Protocol), ki deluje kot komunikacijski protokol. TCP/IP je bil leta 1980 prevzet za obrambni standard. To je Ministrstvu za obrambo omogočilo, da je začelo uporabljati internetno tehnologijo DARPA. Posledično je začelo v uporabi sodelovati vse več vojaških in civilnih skupnosti. Leta 1983 je ARPANET uporabljalo veliko število obrambnih razvojnih oddelkov in operacijskih organizacij. Nato je bil do leta 1985 internet že dobro uveljavljena tehnologija, ki je imela uporabnike v širši skupini raziskovalcev in razvijalcev, kateri so ga uporabljali dnevno za računalniško komuniciranje (Leiner et al., 2003).

5. TRADICIONALNO IN SPLETNO PRIDOBIVANJE KADROV

5.1. Značilnosti tradicionalnega in spletnega pridobivanja kadrov

Pred vpeljavo interneta v kadrovsko funkcijo podjetij je izbor potekal mnogo počasneje. Podjetje je potem, ko je ugotovilo, da potrebuje novega delavca zaradi širitve, zamenjave delovnega mesta, prenehanja delovnega razmerja ali kateregakoli drugega razloga, objavilo oglas v časopisu ali sodelovalo na sejmih, kjer so delodajalci iskali bodoče sodelavce. V nasprotju s tiskanimi oglasi, pri katerih objava v časopisu doživi odziv v roku enega tedna, doživi internetni oglas odziv že po enem dnevu. Njegova prednost je v delovanju, ki poteka štiriindvajset ur na dan in sedem dni v tednu (Kumar, 2003, str. 228).

Razvoj interneta prinaša na področje kadrovanja velike spremembe. Podjetja, zaposlovalne agencije in iskalci dela se morajo prilagajati toku sprememb, če hočejo na trgu delovne sile ostati konkurenčni. Podjetja lahko z uvedbo interneta pridobijo veliko večje število prijav, tip prijavljenih iskalcev pa je pogosto bolj kakovosten, saj so le-ti višje izobraženi ter računalniško pismeni.

Iskalec zaposlitve ima možnost prek spleta pregledati velike baze prostih delovnih mest, sam lahko objavi svoj življenjepis, se elektronsko prijavi za službo ali pregleda delovanje delodajalcev. Življenjepis je mogoče objaviti v spletnih izdajah časopisa, kot je na primer časopis Delo, v kadrovskih agencijah in na straneh podjetja. Nekateri časopisi ponujajo možnost objave življenjepisa ali prošnje na svojih internetnih straneh.

5.2. Spletno pridobivanje kadrov

V nadaljevanju diplomske naloge so opisane prednosti in pomanjkljivosti, ki se pojavljajo pri spletnem pridobivanju kadrov.

5.2.1. Prednosti pridobivanja kadrov prek interneta

Glavne prednosti tovrstnega pridobivanja kadra za podjetja so:

a) Nižji stroški

Oglaševanje na internetu je cenejše, saj podjetjem ni treba plačevati oglasnega prostora v tiskanih medijih. Stroški so nižji, ker lahko podjetje na spletnih straneh samo določi velikost, obliko in pogostost objavljanja oglasov. Pri podjetju Nike imajo tako za okoli 54% nižje stroške rekrutacije (Pollitt, 2005, str. 34).

Celotni stroški za iskanje in pridobitev delavca so znašali tudi nekaj tisoč dolarjev. Leta 1995 in 1998 so ocenjevali, da znašajo stroški za zamenjavo delavca 1,5 do 2,5-kratnik letne plače (Bemus, 1998, str. 150).

S širitvijo kadrovske funkcije na internet imajo delodajalci možnost privabljanja iskalcev dela, ne da bi imeli visoke stroške. Način iskanja novih zaposlenih je primeren in inovativen.

b) Večja informiranost

Ker imajo tiskani oglasi v časopisih in revijah omejen prostor, je internet boljša različica, saj omogoča neomejeno število znakov. Podjetje lahko uporabi internet kot sredstvo oglaševanja. Namesto da samo išče po različnih bazah z raznovrstnimi življenjepisi iskalcev dela, se lahko osredotoči na oglaševanje z namenom privabljanja iskalcev dela. Iskalec, ki išče delo prek interneta, lahko na domačih straneh podjetja, straneh kadrovskih agencij ali straneh za zaposlovanje pridobi večjo količino podatkov o zaposlitvi sami. Tisti, ki ponujajo zaposlitev, lahko opišejo podjetje in njegovo delovanje. Delodajalec lahko na svoji spletni strani ponudi ključne podatke o zgodovini podjetja, o ciljih, viziji in poslanstvu ter kulturi podjetja, o poslovnih dosežkih, lokacijah delovanja, pomembnih kontaktih ter še druge temeljne informacije.

c) Povečan doseg

Da bi delodajalci in delojemalci prišli do skupnega cilja, to je zaposlitve, morata njihovo povpraševanje in ponudba imeti dovolj velik doseg.

Mediji, kot so tisk, radio in televizija, so delno omejeni na določeno geografsko področje. Časopisi ponavadi izhajajo v posamezni regiji ali pokrivajo celotno državo oziroma del določenega ozemlja, v nasprotju z njimi pa je internet dostopen na vseh koncih sveta, kjer je razvito telekomunikacijsko omrežje. Radio in televizija dosežeta le del populacije, ki v nekem trenutku na nekem mestu gleda neki kanal oziroma posluša neko frekvenco. Internet se ne omejuje na segment iskalcev dela, ki bi bil starostno, geografsko ali dohodkovno določen. Demografske spremenljivke pri uporabi interneta torej izgubijo pomen. Razsežnosti svetovnega spleta so mnogo večje kot pri ostalih medijih.

d) Krajši čas rekrutacije

Pridobivanje iskalcev dela poteka ob pomoči interneta mnogo hitreje kot pri klasičnih metodah. Delodajalec, ki zazna potrebo po novi delovni sili, lahko še isti dan objavi oglas na spletni strani podjetja oziroma pri kadrovske agenciji ali na straneh za zaposlovanje. Teoretično je odziv iskalca možen še v istem dnevu, kar pri klasičnih načinih s pisemskimi pošiljkami ni mogoče. Prihranki časa so zato veliki. Pridobivanje kadrov prek interneta naj bi sprostilo od 25% do 30% delovnega časa kadrovnika (Galanaki, 2002, str. 244).

S tem pa se ne sprostijo samo delovni čas kadrovnika, temveč se skrajša tudi povprečni čas, potreben, da novi delavec nastopi službo. Pri podjetju Nike ugotavljajo, da se je povprečna doba za zapolnitev delovnega mesta po vpeljavi internetnega kadrovanja znižala z 62 na 42 dni (Politt, 2005, str. 34).

e) Boljša kakovost odzivov

Med iskanci dela so lahko tisti, ki iščejo zaposlitev prek interneta, bolj računalniško pismeni kot tisti, ki uporabljajo klasične načine prijavljanja na delovno mesto. Da bi se iskalec prijavil na razpis, ki je objavljen na domači strani podjetja, mora najprej zbrati informacije, poiskati stran in biti sposoben oblikovati ter poslati elektronsko prijavo. Razpolagati mora torej z določenimi znanji in veščinami, ki kažejo na dejstvo, da je seznanjen z novimi tehnologijami in jih zna uporabljati.

f) Boljša podoba podjetja

Dejstvo, da ima podjetje svojo spletno stran in na njej oglašuje prosta delovna mesta, pomeni, da gre v korak s časom. Podoba podjetja je prepričljivejša.

g) Opredeljena tržna niša

Podjetje, ki je zanimivo za iskalce dela s posebnimi znanji, bo s spletno ponudbo prostih delovnih mest pritegnilo želeno tržno nišo. Iskalci dela, ki se zanimajo za delovna mesta v določenem podjetju, imajo na spletnih straneh podjetij možnost spremljanja potreb po delovnih mestih. Tako lahko na primer specializirana oglaševalska agencija objavi oglas izključno na svojih spletnih straneh. Pričakuje lahko prijave oblikovalcev, medijskih načrtovalcev, kreativnih direktorjev, torej ljudi, ki poznajo delovanje oglaševalskega trga in posedujejo svojevrstna znanja. Delojemalci, ki iščejo posamezno podjetje, in delodajalci, ki iščejo delojemalce, imajo prek interneta hitrejši dostop do konkretnih ponudb.

h) Dobra baza podatkov

Ko delojemalec kot odziv na zaposlitveni oglas prejme prošnje in življenjepis, lahko sestavi dobro bazo podatkov, kjer ima shranjene informacije o naslovu kandidata, rojstne podatke, delovne izkušnje in posebna znanja. Baza je uporabna, ko se potreba po novem delovnem kandidatu pojavi nepričakovano, kar je lahko posledica vpliva sezone komponente, odpovedi ali kake druge okoliščine. Nekatera podjetja, kot je pri multinacionalki Procter & Gamble, ponujajo svojim prijavljenim članom možnost dostopa do svojih osebnih podatkov, s čimer jim je omogočeno lastno ažuriranje podatkov. Če hoče iskalec zaposlitve ostati zanimiv

za podjetje, bo bazo podatkov dopolnil z novimi dosežki, ki ga naredijo konkurenčnejšega v primerjavi z drugimi iskalci zaposlitve.

Prednosti internetnih baz podatkov so: lažja dostopnost in možnost hitrega ažuriranja ter odpravljanja napak, če se le-te pojavijo. Pri podjetju Xerox so zadovoljni, ker z neprestanim spreminjanjem in poročanjem ugotavljajo zmanjšano število napak (Pollitt, 2004, str. 34).

5.2.2. Pomanjkljivosti pridobivanja kadrov prek interneta

a) Vpeljava sistema kot del integriranega procesa rekrutacije

Sistem mora biti celostno vpeljan v proces pridobivanja kandidatov. Podjetje ima nalogo pridobiti primerne iskalnike, sestaviti ustrezne baze podatkov in zagotoviti ustrezno pregledovanje življenjepisov ter prošnji.

b) Različna sprejemljivost pri starostnih skupinah

Internet ni enako sprejet pri različnih starostnih skupinah. Mlajši, izobraženi, ki so bolj naklonjeni tehnološkim spremembam, ga več uporabljajo. Delež uporabnikov interneta je v decembru 2004 v starostnem razredu do 19 let znašal 82,3%, v razredu od 20 do 29 let 81,7% ter v razredu nad 49 let 16,7% (Demografske značilnosti (ne)uporabnikov interneta, 2004).

c) Bolj uporabno za znana podjetja, agencije

Nekatera manjša podjetja nimajo izdelanih svojih spletnih strani, zato oglašujejo delovna mesta prek agencij ali pa strani z zaposlitvenimi vsebinami. Druga podjetja se poslužujejo časopisnih oglasov. Multinacionalke in znana podjetja pa imajo skoraj zagotovo svojo spletno stran. Iskalci dela, ki poznajo ime podjetja, bodo prej obiskali strani znanih, uveljavljenih podjetij kot pa tistih podjetij, za katere ne vedo, da sploh obstajajo.

d) Možnost prevelike količine podatkov

Ker internet omogoča hitrejši prenos podatkov z vsega sveta, se kadrovnikom lahko zgodi, da naenkrat ali v zelo kratkem obdobju prejmejo veliko količino življenjepisov in prošnji. Pomembno je, kako je sistem vpeljan v proces rekrutacije. Če obstaja možnost že določenega selekcioniranja prek interneta, kot so na primer testi osebnosti, s katerimi se preverja značajska ustreznost kandidata glede na zahteve delovnega mesta, se problem prevelike količine podatkov zmanjša. Večje nevšečnosti nastopijo pri podjetjih, kjer sprejemajo prijave neposredno po elektronski pošti. V izogib nevšečnostim uporabljajo podjetja elektronske čitalce, ki elektronsko pregledajo prošnje in življenjepise. Kot primerni so izbrani tisti, ki vsebujejo vnaprej določene ključne besede. Na podlagi ključnih besed v življenjepisju je določen kandidat označen kot primeren za nadaljnjo obravnavo oziroma za zavrnitev.

e) Dodaten čas in napor za implementacijo

Vpeljava sistema zahteva svoj čas. Najprej je treba zagotoviti izobraževanje zaposlenim in nato postopoma začeti vpeljevati sistem. Privajanje na novosti pri delavcih zahteva določen čas in ob tem tudi napor.

f) Možnost diskriminacije

Do diskriminacije lahko pride, ko se za namene rekrutacije uporablja tehnologija, na primer internet, ki ni v povezavi z delovnim mestom, na katerem bi bili iskalci dela s to tehnologijo seznanjeni. Kot primer lahko navedem čistilke, varilce, vodovodarje in ostale fizične delavce. Čeprav je internetno omrežje razvito in dostopno veliki večini ljudi, obstajajo posamezne skupine, ki z internetom nimajo kaj dosti opravka.

Obstajajo skupine, ki nimajo dostopa do interneta ali pa ga ne znajo uporabljati, in prav te skupine so lahko diskriminirane. Zaradi nerazvite infrastrukture v zelo odmaknjenih krajih in ponekod na podeželju imajo tamkajšnji prebivalci slabše možnosti dostopa do interneta. Tudi nekatere skupine, kot so starejši ljudje, ali v Združenih državah Amerike rasne manjšine in ljudje iz geta, ki so v povprečju manj izobraženi ter nimajo kupne moči, so lahko diskriminirani. Delodajalec, ki ne želi zaposliti delavcev iz geta, manj izobraženih, starejših, lahko oglas za delo objavi na internetu. Torej prav tam, kjer ve, da ga določen, z njegove strani nezaželen del populacije ne bo dosegel. Internet je najprimernejši in najbolj upravičen pri iskanju zaposlenih, kot so menedžerji in sodelavci s kadrovskega področja, marketinga, računovodstva in financ (Bemus, 1998, str. 155).

6. PONUDBA IN POVPRASEVANJE PO DELU NA SPLETU

6.1. Načini, kako podjetje išče prihodnje sodelavce

Internet ponuja mnogo možnosti za preselitev kadrovske aktivnosti iz tradicionalnih na elektronske oblike. S sodobnimi orodji internetne tehnologije lahko delodajalec odda oglas za delo ali poišče perspektivne iskalce dela. Delodajalcem so zanimiva preprosta, učinkovita in hitra orodja za iskanje potencialnih novih sodelavcev.

Izbira pravih kadrov je pomembna, saj se morebitne napake pri kadrovanju pokažejo na večjem številu področij. Neustrezen izbor kadra lahko pomeni izgubo časa pri uvajanju v delo in mentorstvu ter povečanje stroškov, ki nastanejo pri ponovnem iskanju delavca. Danes se lahko odgovorni za kadrovanje izognejo zapletom, ki lahko nastanejo pri kadrovanju prek internetnega informacijskega sistema, kateri omogoča oglaševanje delovnih mest na internetu, dostopanje, vpogled in shranjevanje objavljenih življenjepisov, zbiranje prijav na delovna mesta ter pregled kandidatov. Pri iskanju kadrov prek spleta ima podjetje možnost:

- samostojno iskati kadre in rekrutirati na spletni strani podjetja,
- prenesti izvajanje aktivnosti na zunanje sodelavce v obliki kadrovske agencije ali zaposlitvenega portala.

Če podjetje oglašuje prosta delovna mesta prek svojih spletnih strani, mora informacijski sistem dajati ustrezno podporo kadrovski funkciji. Spletne strani morajo biti lahko dostopne, prijetnega videza, vsebovati morajo temeljne informacije o delovnem mestu in o zadolžitvah. S svojimi spletnimi stranmi si lahko podjetje ustvari svojo bazo kandidatov, iskalcev dela.

Prednost lastnih spletnih strani pred prenašanjem aktivnosti spletnega kadrovanja na zunanje sodelavce je predvsem v stroških, saj so baze agencij plačljive. Podjetje ima z lastnimi spletnimi stranmi tudi možnost takojšnjega posodobljanja podatkov. Če podjetje nima razvitega informacijskega sistema, ki bi bil kompatibilen s kadrovskim sistemom, se lahko odloči za sodelovanje z zunanjimi sodelavci. Sodelovanje lahko poteka z zaposlitvenimi portali ali pa s kadrovskimi agencijami, ki so prisotne na spletu. Zaposlitveni portali in kadrovske agencije na internetu pomenijo trg, kjer se srečujeta ponudba in povpraševanje po delovnih mestih. Iskalci zaposlitve in naročniki se lahko medsebojno hitro in učinkovito povežejo. Ena izmed razlik med zaposlitvenimi portali in kadrovskimi agencijami, ki objavljajo delovna mesta na internetu, je v objavi naročnika. Tako bodo imeli zaposlitveni portali, kot sta v Sloveniji MojeDelo.com in Zaposlitev.net ali tuja Monster.com in Careerbuilder.com, objavljena imena podjetij, ki iščejo delavce. V nasprotnem primeru kadrovske agencije ime naročnika razkrijejo šele na zaposlitvenem intervjuju. Dogaja se, da kadrovske agencije iščejo potencialne kandidate prek zaposlitvenih portalov. V tem primeru, ker gre za kadrovske agencije kot posrednega naročnika, zaposlitveni portal ne objavi imena podjetja, temveč ime kadrovske agencije. Iskalec zaposlitve torej ne bo vedel, katero podjetje v resnici ponuja zaposlitev, če se ne bo udeležil zaposlitvenega intervjuja. Da bi se udeležil zaposlitvenega intervjuja, pa mora biti izbran v prvi fazi izbora.

Iskalci dela imajo na spletnih zaposlitvenih portalih edinstveno možnost, da neprenehoma iščejo nove zaposlitvene priložnosti v objavljenih obširnih bazah delovnih mest. Večinoma so podjetja, ki se povežejo z zunanjimi izvajalci, dolžna plačati storitve pridobivanja in selekcije kadrov. Iskalci dela pa imajo pretežno prost dostop do vpogleda zaposlitvenih oglasov delojemalcev in brezplačno objavo svojega življenjepisa. Storitve pridobivanja in izbiranja potencialnih kandidatov za zaposlitev so osnovna dejavnost zunanjih izvajalcev, zato jo naročnikom tudi zaračunavajo (Tong et al., 2005, str. 2).

Zaposlitveni portali in kadrovske agencije večinoma objavljajočasne internetne oglase za delo. Oglas objavijo, ko se pojavi potreba po novem delavcu. Nekatera podjetja pa nimajo samo začasnih oglasov, ki so aktualni, temveč tudi stalne. Organizacija, ki objavi oglas za delo, lahko glede na svoj informacijski sistem iskalcem dela omogoči različne odzive.

Oblike internetnih zaposlitvenih oglasov glede na možnost odziva:

- obrazec in e-poštni kontakt (npr. Droga Kolinska, d.d.),
- oglas ter obrazec za zaposlitev (npr. Henkel KGaA, DM, d.o.o.),
- oglas, obrazec za zaposlitev, testiranje na podlagi vprašalnikov (npr. P&G).

Internetna tehnologija torej ni uporabna zgolj za privabljanje potencialnih delojemalcev, temveč tudi za izvajanje poglobljenih izbirnih metod.

Ena izmed izbirnih metod so testi, ki so narejeni v obliki vprašalnika. Testi so standardizirani inštrumenti za preverjanje iskrenosti ali kakih drugih lastnosti posameznika in jih je mogoče preprosto prirediti v elektronsko administracijo (Bemus, 1998, str. 152). Vecchio navaja, da

ko kadrovniki določijo kazalce, s katerimi se ocenjuje in meri odnos do dela, povezanost z organizacijo in delovne navade, lahko organizacija uvrsti elektronsko testiranje kot del selekcijskega procesa (Bemus, 1996, str. 152). Postopek ponavadi poteka prek registracije iskalca zaposlitve v bazo podatkov. Ko je iskalec dela registriran, sledijo nazorni napotki za izpolnjevanje vprašalnikov. Tako je lahko del izbora, pri katerem kadrovník pridobi ključne informacije, opravljen preko interneta. Kadrovník prihrani svoj čas, ki bi ga porabil za zaposlitveni intervju. Ker ima odgovore zapisane v elektronski obliki, je nevarnost napak, ki nastanejo pri nepozornem poslušanju ali pri motnjah v komunikaciji, manjša. Rezultate vprašalnikov lahko organizacija ovrednoti sama ali pa prepusti ovrednotenje in oceno testiranj zunanjim izvajalcem. Ob pomoči testov lahko nekatere kandidate izločijo že v prvem koraku, primerne kandidate, ki ustrezajo profilu podjetja, pa uvrstijo v ožji selekcijski krog.

Geografsko gledano ima lahko internet velik doseg in posledično dobijo kadrovníki veliko število prijav na razpisana delovna mesta. Velik odziv je odvisen predvsem od stopnje zanimivosti delovnega mesta. Da bi delodajalci med številnimi prijavljenimi kandidati pridobili koristne informacije o perspektivnih kandidatih, potrebujejo učinkovite metode. Delodajalci imajo možnost iskanja potencialnih kandidatov tudi v obsežnih bazah z življenjepisí. Delni izbor kandidatov se lahko opravi že med obdelavo elektronskih testov, ki so jih kandidati rešili. Internet torej omogoča hitro eliminacijo. Problem, ki se lahko pojavi, ko kandidati navajajo dejstva oziroma izpolnjujejo vprašalnike, je vprašanje točnosti podatkov. Vendar je resničnost navedenih podatkov dvomljiva tudi pri tradicionalnem kadrovanju. Za učinkovito iskanje in obdelavo podatkov o primernosti kandidatov, ki imajo objavljene spletne življenjepise ali so poslali elektronsko prijavo na delovno mesto, so bile razvite različne metode.

Znani sta še metodi, pri katerih podjetje samostojno išče potencialne kandidate, to sta metoda pajkove mreže (ang. spider search) in metoda ključne besede (ang. KWS), ko gre za pregled velikega števila življenjepisov.

Podjetje, ki išče nove sodelavce, uporablja dve strategiji. Pri prvi je podjetje proaktivno in ne čaka samo na odziv. Zaposleni v podjetju sami prevzamejo pobudo in začnejo iskati nove sodelavce. Najdejo jih s posebno programsko opremo, imenovano pajkovo iskanje (ang. spider search). »Termin pajek oziroma pajkov/-a je generično ime za tip programske opreme, ki išče določene karakteristike v objavljenih življenjepisih na internetu ali osebnih spletnih straneh.« (Mohamed, 2002, str. 517). Oprema te vrste išče določene izraze, ki jih želimo zaznati, in preišče celotni splet. Iščoče podjetje ima možnost omejitve iskanja po spletnih straneh, ki imajo objavljene življenjepise iskalcev dela. Gre za bolj opredeljen segment, saj iskalci dela trenutno iščejo zaposlitev. Pri pajkovem iskanju je na voljo celoten splet, zato lahko iskalec naleti na domačo stran, kjer ni razvidno, ali oseba samo opisuje svoje delovne izkušnje ali tudi dejansko išče novo službo.

Druga metoda je odzivna, saj podjetje z oglasi za zaposlitev sproži odziv potencialnih kandidatov. Iskalci zaposlitve so tisti, ki iščejo informacije. Dobijo jih na domačih straneh

podjetja ali straneh, specializiranih za oglaševanje ponudbe delovnih mest. Podjetja, ki samostojno oglašujejo svoja delovna mesta, so ponavadi že dodobra uveljavljena, znana in lahko dostopna. Na tak način izgubijo tisti del iskalcev, ki se niso prvotno osredotočili na njihovo podjetje, hkrati pa pridobijo iskalce, ki kažejo večje zanimanje. Po podatkih Recruitsofta, ki dela raziskave v Združenih državah Amerike, je v letu 2001 že 88% Fortune's Global 500 Companies uporabljalo svoje strani podjetja za pridobivanje kadrov (Deeprise, 2002, str. 26). Domače strani podjetij večinoma vključujejo osnovno predstavitev dejavnosti delovanja, opise delovnih mest, cilje in kontaktne osebe. Na podlagi navedenih podatkov ima iskalec zaposlitve možnost presoje, do katere mere mu oglas za zaposlitev v podjetju ustreza.

Nekatere specializirane strani, ki oglašujejo ponudbe delovnih mest, ponujajo tudi povezavo do domače strani podjetja. Ker je konkurenca med spletnimi kadrovskimi agencijami in ostalimi zunanjimi izvajalci za oglaševanje delovnih mest vse večja, se trudijo pridobiti svoje stranke s širšo ponudbo storitev. Agencije ponujajo osebne teste, ki se rešujejo na internetu. Za podjetje, ki jih najame, skušajo čim hitreje najti ustreznega delavca.

Pri pomanjkljivostih internetnega pridobivanja kadrov sem omenila možnost prevelike količine podatkov v obliki prošelj in življenjepisov. Če je zanimanje za delovno mesto veliko, si podjetje skuša olajšati pregledovanje prispelih dokumentov z nadurami kadrovnikov, zaposlitvijo dodatne delovne sile, vse bolj pa prihajajo v uporabo elektronski čitalci. Pri tradicionalnem kadrovanju so morali ob velikih količinah po pošti prispelih življenjepisov in prošelj v kadrovskem oddelku najprej pregledati vloge. Tiste, ki niso bile ustrezne, so izločili. Vzroki za izločitev vlog so lahko bili pomanjkljivi osebni podatki (ime, priimek, naslov) ali pa prenizka stopnja izobrazbe. Sledil je ožji krog izbora.

V grobem se elektronski čitalci delijo v skupino, ki zazna določeno besedo, bolj sofisticirani pa celo ovrednotijo prošnjo ali življenjepis glede na določena merila. Talbot je opisal praktičnost uporabe elektronskega čitalca, ki se je pokazala v Veliki Britaniji, kjer je bilo pregledanih več tisoč življenjepisov v časovno omejenem obdobju. Leta 1995 je izšel razpis za civilne inženirje, ki bi pomagali mirovnikom na ozemlju Bosne. Prijavilo se je na tisoče kandidatov. Z elektronskimi čitalci, ki so izbirali odgovarjajoče življenjepise na podlagi ustreznih ključnih besed, so v štirih urah sestavili listo kandidatov (Mohamed, 1996, str. 518).

Pri pridobivanju kadrov se lahko pojavi problem, če podjetje nima dovolj kadrovskega osebja. Mogoče je namreč, da se prijavi veliko število kandidatov. »Ena od glavnih prednosti internetne rekrutacije je velika količina prijav, ki jih internet sproži.« (Mohamed, povzeto po Heneman et al., 2002, str. 518). Prednost postane torej pomanjkljivost. Če bi še naprej uporabljali tradicionalno osebno pregledovanje vlog, bi bil postopek zamuden, drag in nepraktičen. Elektronski sistem omogoča hitrejšo obdelavo podatkov glede na postavljena merila.

Problemi z veljavnostjo se pojavijo, ker merila niso vedno objektivno izdelana (Mohamed, 2002, str. 518):

- a) ključne besede so izbrane po subjektivnem sklepanju kadrovnika in ne na podlagi ključnih besed, ki opisujejo delovno mesto,
- b) nekonsistenca ključnih besed pri vrednotenju enakih delovnih mest v različnih obdobjih,
- c) slabše pisne sposobnosti iskalca zaposlitve, posebno tistih, ki ne poznajo metode ključne besede in jih ne poudarijo dovolj v svoji prošnji ali življenjepis.

V izogib napačnemu izboru ključnih besed za elektronske čitalce je za kadrovnika pomembno, da analizira delovno mesto. Na podlagi analize delovnega mesta in natančne opredelitve delovnih nalog lahko pridobi besede, ki so v povezavi z delovnim mestom. Besede, ki jih kadrovník določi za ključne, ne smejo biti presplošne in subjektivne, temveč mora določiti ustrezne izraze oziroma termine. Zato je zaželeno, da ima tudi dobro tehnično podlago za razumevanje zadolžitve. Ko so ključne besede za določeno delovno mesto izbrane, pa je ob določanju ključnih besed za zaposlitveni oglas treba upoštevati konsistentnost. Konsistentnost se lahko zagotovi tudi z determinacijo specifičnega procesa za izbor ključnih besed in vse skupaj se dokumentira. Torej, če podjetje predpiše določen potek za izbor ključnih besed in vse skupaj dokumentira za uporabo v prihodnje, se v določeni meri izogne odstopanjem ter zagotovi konsistentnost (Mohamed, 2002, str. 521).

6.2. Načini, kako delojemalec išče zaposlitev

V zvezi z literaturo in opravljenimi raziskavami na področju pridobivanja kadrov prek interneta je opravljenih mnogo raziskav na temo, kako podjetja iščejo zaposlene, ne pa toliko, kako iskalci dela iščejo prosta delovna mesta, koliko poizvedb naredijo in katere termine pri svojem iskanju največkrat uporabijo. Če je delodajalcu znano, kako delojemalec išče zaposlitev, lahko ubere pravi pristop, s katerim bo pritegnil kandidate, ki jih išče in potrebuje. Za iskalca dela je bistvenega pomena, kako uspešno je njegovo iskanje. Le ustrezen oglas za delovno mesto pomeni pravo poizvedbo.

Dejavniki, ki so pri tradicionalnem iskanju dela odločilni za izbiro in prijavo na oglas določenega podjetja, ki ponuja zaposlitev, so lahko: delovne razmere, višina plače, stopnja prevzemanja odgovornosti, možnost napredovanja, možnost uporabe znanj in veščin, bonitete in podobno. Pri internetnem kadrovanju za iskalca dela lahko pri izbiri zaposlitve igra odločilno vlogo tudi splošni vtis o spletni strani podjetja, ki ponuja zaposlitev. Vsebina in videz spletnih strani bosta na iskalca zaposlitve imela največji vpliv v prvi fazi seznanjanja s podjetjem, ko iskalec dela še ne razpolaga z zadostno količino informacij o delodajalcu. Prvi stik pomeni izkušnjo, ki informira in lahko vpliva na kasnejšo podobo o podjetju. Tako lahko vtis, ki je bil ustvarjen, vpliva na nadaljnjo odločitev iskalca dela o tem, ali se bo še naprej zanimal za delovno mesto oziroma ali bo kandidiral na določeno pozicijo (Zusman, 2002, str. 287).

Spletna stran podjetja, ki oglašuje prosta delovna mesta, je pomemben izhodiščni stik za iskalca dela. Oglaševalci zaposlitve na internetu, še posebej podjetja, bi morali posvetiti zadosten del finančnih sredstev in časa oblikovanju stranem, ki so namenjena poklicni poti. Oblikovalci strani bi morali imeti čim več in čim ustrežnejše informacije o razpisnem delovnem mestu, da bi lahko zagotovili obiskovalcem njihovih spletnih strani točne informacije. Iskalci dela so lahko bolj naklonjeni podjetjem, ki imajo privlačne spletne strani. Informacije, ki so podane, naj bodo berljive, v primernem formatu črk, sama spletna stran pa barvita in zanimiva.

Pozitivna podoba spletne strani lahko deluje spodbudno, daje vtis sodobnosti, zadrži pozornost in aktivira obiskovalca k ukrepanju. Spodbujanje pozornosti je mogoče sprožiti z različnimi učinki, kot so: vizualne podobe, glasba, barvitost, ustrezni naslovi in nadaljnje povezave. Delojemalci, ki iščejo potencialne sodelavce, imajo lahko konkurenco pri ostalih ponudnikih dela. Znati morajo oceniti, kateri dejavniki so za potencialne kandidate odločilnega pomena, da se prijavijo na njihovo razpisano delovno mesto. Internetnim stranem naj bi posvetila posebno pozornost tista podjetja, ki želijo ohraniti svežo podobo in jim primanjkuje ustreznega kadra oziroma želijo biti vodilni v skupini konkurenčnih podjetij. Če večje število podjetij ponujajo primerljiva delovna mesta, sta lahko videz in vsebina internetnih strani odločilen dejavnik, ki spodbudi kandidata k prijavi na zaposlitev. Ko pa zbudijo njegovo pozornost, jo morajo znati tudi zadržati, to pa je mogoče doseči z zanimivim opisom podjetja in delovnih mest. Na podlagi spodbujene in razvite pozornosti si kandidat ustvari mnenje. Oglas mu je torej vlil zaupanje in kandidat se lahko poistoveti z delovnim mestom. Če je njegov vtis o podjetju pozitiven in izpolnjuje razpisane pogoje za zaposlitev, lahko sledi ukrepanje v obliki prijave na delovno mesto. Spletna stran, ki ponuja zaposlitev, bi morala pritegniti iskalčevo pozornost. Veliko vlogo pri ocenjevanju, ali so strani všečne ali nezanimive, imajo dejavniki, ki sestavljajo spletno stran: pisava, velikost črk, barve, grafika in uporaba strani (Zusman, 2002, str. 288).

V nadaljevanju diplomskega dela bom predstavila dve raziskavi, ki po mojem mnenju uspešno prikazujeta, kako delojemalec išče zaposlitev. Menim, da delodajalci na podlagi izsledkov raziskav pridobijo iztočnice, ki jim omogočajo učinkovito privabljanje in izbiro novih kadrov. Privabljanje iskalcev dela je namreč ključnega pomena tako za delojemalce kot tudi za kadrovske agencije in spletne zaposlitvene portale. Ti morajo razpolagati z dovolj veliko in kakovostno bazo iskalcev zaposlitve, ki bodo privabili več podjetij, pestrejša izbira delovnih mest s strani podjetij pa bo pritegnila še več iskalcev zaposlitve. Le-ti so potencialni kandidati za vpis in s tem razširitev baze podatkov. Prvi primer raziskave se osredotoča na oblikovni vidik spletne strani. Izsledki raziskave povedo, kako vidni dražljaji in podobe vplivajo na zaznavanje ter oceno določenega oglasa. Od percepcije posameznega oglasa je namreč odvisno, ali se bo potencialni kandidat odločil prijaviti se na zaposlitveni oglas.

Rebecca Zusman je opravila raziskavo o iskalcih dela in njihovih preferencah glede zaposlitvenih oglasov ter všečnosti internetnih strani. Raziskava je zajemala 92 študentov. Prva hipoteza H1 je bila, da bodo iskalci dela dali prednost tistim oglasom, ki jih bodo našli

na spletnih straneh pred klasičnimi tiskanimi oglasi. Druga hipoteza H2 je bila, da bodo podjetja, ki imajo atraktivnejše (odebeljeni naslovi, kreativna izbira pisave) spletne strani višje ocenjena kot podjetja z manj atraktivnimi stranmi (besedilo izključno v odstavkih, malo barv, enostavne črke, pomanjkanje vizualnih podob).

Raziskava

Udeležence raziskave so testirali v zaznavanju časopisnih ter spletnih zaposlitvenih oglasov. Okoli polovica udeležencev je reševala naloge v povezavi s časopisnim zaposlitvenim oglasom, medtem ko je druga polovica imela opravka z internetnim oglasom za delo. Časopisni oglasi, ki so obstajali v treh različicah, so si bili med seboj podobni. Imeli so podobno velikost črk in odebelitve besedila na primerljivih mestih. Internetni zaposlitveni oglasi pa so bili vsebinsko primerljivi, a so se močno razlikovali v barvitosti straneh, uporabi slik, različnih vrstah pisave, odebeljenih naslovih in drugih oblikovnih značilnostih. Ena od spletnih strani, na kateri je bil objavljen oglas za delo, je imela besedilo izključno v črni barvi, oblikovano pa je bilo v odstavkih. Druga spletna stran z zaposlitvenim oglasom je imela videz običajne spletne strani. Bila je bolj barvita kot prva, imela je oblikovane črke, odstavke, robove strani. Del besedila je bil odebeljen, tako da so se udeleženci ankete lahko osredotočili na ključne dele oglasa. Tretja interneta stran pa je bila v primerjavi s predhodnima stranema izpopolnjena. Barve na strani so bile privlačne, besedilo je bralca navduševalo, uporabljene so bile slike. Samo besedilno sporočilo oglasa je bilo ponekod odebeljeno, uporabljene so bile enostavne in nazorne besede.

Raziskovalce je zanimalo, ali bi anketiranci sprejeli delo v kateri od predstavljenih organizacij in kako ocenjujejo kakovost spletne strani. Anketiranci so odgovarjali na vprašanja in ovrednotili različne organizacije ter ponujena delovna mesta s petstopenjsko Likartovo lestvico.

Cilj raziskave je bil potrditi ali ovreči hipotezi, ki ju je avtorica raziskave testirala. Prva hipoteza H1 je domnevala, da bodo iskalci dela dajali prednost zaposlitvenim oglasom na internetu pred zaposlitvenimi oglasi v tiskanem mediju, časopisu. Vendar se je izkazalo ravno nasprotno. Udeleženci raziskave so dajali rahlo prednost tiskanim oglasom pred internetnim oglasom. Tako so oglasi, ki so bili objavljeni v tisku, na lestvici od ena do pet v povprečju dobili oceno 3,76, internetni oglasi pa v povprečju oceno 3,30.

Druga hipoteza H2 se je navezovala na internetno področje in s tem na internetne oglase. H2 je domnevala, da bodo podjetja z bolj atraktivnimi stranmi (žive barve, kreativne pisave, različne velikosti črk, zanimive slikovne podobe, odebeljeno besedilo) višje ocenjene kot manj atraktivne. Hipoteza H2 se je izkazala za točno. Udeleženci testiranja so razvrstili svoje preference do podjetij, ki so imela objavljen spletni oglas za delo. Najvišje je bilo uvrščeno podjetje, ki je imelo odebeljeno besedilo, različne velikosti črk, uporabljalo je slike. Nižje je bilo uvrščeno podjetje z manj poudarjenim besedilom, najnižje pa podjetje, ki je uporabljalo izključno besedilo brez barv, brez odebelitev delov besedila in brez vizualnih podob.

Udeleženci ankete so odgovarjali tudi na vprašanje, če bi na podlagi videza oglasa skušali pridobiti razgovor za delo in ali bi sprejeli potencialno ponujeno zaposlitev. Spet se je izkazalo, da je bila najučinkovitejša spletna stran podjetja, ki je v svojem zaposlitvenem oglasu uporabilo barve, slike, različne odebelitve besedila in različne velikosti črk.

Razlaga izsledkov študije

Izsledki študije so pokazali, da urejenost spletne strani lahko vpliva na preferenco do potencialnega delovnega mesta. Iskalcu dela torej ni vseeno, kakšna sta spletna stran podjetja in spletni oglas za delo; njun videz ima lahko posledično vpliv na iskalca zaposlitve, ko se odloča, ali se bo na razpisano delovno mesto prijavil ali ne. Podjetja bi morala oblikovati svoje spletne strani tako, da bi delovala sodobno in bi pri iskalcu zaposlitve zbudila željo po oddaji prijave na objavljeno delovno mesto.

Glede na hipotezo H1 ni bilo pričakovati, da bodo udeleženci v povprečju dajali višjo oceno tiskanemu oglasu kot spletnemu. Vendar je raziskava pokazala nasprotno. Hipoteza H1 je bila ovržena. V primerjavi tiskanega z internetnim oglasom je tiskani oglas v povprečju dobil višjo oceno. Vzroke gre iskati v zbranosti udeležencev, saj je sporočilnost tiskanega oglasa delovala preprosto, neposredno. Udeleženci so se lažje osredotočili na sporočilo oglasa. Drugi vzrok je lahko zaznava večje verodostojnosti in kredibilnosti pri tiskanem oglasu.

Možne omejitve raziskave:

- anketiranci so izključno študentje,
- anketiranci so izkušeni v uporabi računalnikov in interneta,
- 84% anketirancev uporablja računalnik vsak dan,
- 99% anketirancev uporablja računalnik vsaj enkrat na teden.

Omejitve raziskave izhajajo iz dejstva, da gre za študentsko populacijo, ki dobro obvlada znanje računalništva in uporabo interneta. Za celotno populacijo pa ni nujno, da obvlada računalništvo in internet tako dobro kot študentje.

Druga raziskava, ki sem jo opisala, predstavlja realne poizvedbe uporabnikov interneta. Za namene raziskave namreč niso bile ustvarjene umetne razmere. Jansen je s sodelavci v Združenih državah Amerike naredil longitudinalno raziskavo na internetu v obdobju petih let od 1997 do 2001, ki je zajemala velik vzorec, zajet na treh spletnih brskalnikih, in je temeljila na resničnih oziroma dejanskih podatkih.

Cilji raziskave so bili:

- ugotoviti, kako ljudje na spletu iščejo informacije, ki so v povezavi z delom,
- ugotoviti, kako uspešne so poizvedbe,
- ugotoviti, koliko možnosti imajo iskalci dela, da najdejo primeren oglas ali razpis.

Podatke za raziskavo so zbirali prek iskalnika, ki je spremljal število posameznih sej (ang. session), uporabljenih poizvedb (ang. queries) in terminov (ang. terms). Shranil je tudi podatek o pričetku in trajanju določene seje ter identifikacijsko kodo uporabnika, ki jo je dodelil strežnik. Na določen dan v letih 1997, 1999 ter 2001 so pregledali rezultate, ki so bili zbrani na brskalniku. Ugotovili so, da je od leta 1997 do 2001 obisk iskalcev na točno določen dan v letu znašal v povprečju od 200.000 do okoli 300.000 sej, okoli 1.500 sej na določen dan v letih 1997, 1999 in 2001 pa se je nanašalo na zaposlitev. Vsaka seja je štela določeno število poizvedb in vsaka poizvedba določeno število uporabljenih terminov. Ugotovili so, da iskalci pri iskanju uporabljajo ozko besedišče, ki pa se postopoma širi. V letu 1997 so bile največkrat uporabljene besedne zveze (Jansen, 2005, str. 55-57):

1. employment & job (zaposlitev in služba),
2. employment & opportunities (zaposlitev in možnosti),
3. job & opportunities (služba in možnosti).

V letu 1999 se je stanje delno spremenilo:

1. employment & opportunities (zaposlitev in možnosti),
2. human & resources (človeški viri),
3. job & bank (služba in banka).

Leta 2001 pa so bili največkrat uporabljeni naslednji termini:

1. resume & example (prošnja in primer),
2. resume & experience (prošnja in izkušnja),
3. resume & education (prošnja in izobrazba).

Tako v letu 1997 25 največkrat uporabljenih terminov sestavlja kar 63% vseh terminov v poizvedbah v zvezi s službo, v letu 2001 pa 25 največkrat uporabljenih terminov sestavlja 50% vseh terminov v zvezi s službo.

Od 25 najpogostejše uporabljenih besed v letu 1997 se jih v letu 2001 ponovi 17. Iskalci uporabljajo poizvedbe, ki trajajo kratek čas. 60% vseh iskalcev v povprečju izvede le eno poizvedbo. Število terminov v poizvedbi pa je razmeroma visoko in znaša tri ali več terminov.

Podjetja bi morala bolje zastaviti spletne strani in jih vpisati v brskalnik, da bi jih iskalci služb lahko našli. Ujemanje med iskanimi in najdenimi besedami, ki jih uporabljajo iskalci, ter termini, ki so na spletnih straneh podjetja, znaša 52%. To pomeni, da ima iskalec v povprečju okoli 50% možnosti, da z besedo, ki jo vpiše v iskalnik, dobi povezavo s spletno stranjo podjetja, ki bo vsebovala točno to besedo. Iskalci so torej med svojimi poizvedbami prišli do različnih povezav. Nekatere so vsebovale oglase, torej tisto, kar so iskali. Dejansko ujemanje med vpisanim terminom iskalca in povezavo, ki je vsebovala dejanski oglas, je znašala 23%. Pri iskanju razpisov na internetu so bili uspešnejši tisti iskalci, ki so pri iskanju delovnih mest

uporabljali specializirane termine, torej natančneje določene poizvedbe. Njihovo ujemanje med iskanim ter najdenim je znašalo 40% (Jansen, 2005, str. 63).

V Sloveniji največji spletni iskalnik Najdi.si vsako leto objavi najpogostejše iskane besede. V letu 2004 je bil na 13. mestu med najbolj iskanimi besedami Zavod za zaposlovanje s 302.065 poizvedbami, v skupini podjetja pa je zasedel drugo mesto. Na prvem mestu med iskanimi podjetij je bil Mobitel s 317.598 poizvedbami. Spletna stran Zavoda za zaposlovanje ponuja objavo prostih delovnih mest po vseh regijah v Sloveniji, zato je moč sklepati, da so obiskovalci njihovih spletnih strani iskali informacije o zaposlitvi oziroma so hoteli objaviti zaposlitev, če so nastopali kot delodajalci. Za Mobitelovo spletno stran težje trdimo, da so njihovi obiskovalci iskali pretežno informacije o morebitnih zaposlitvah, saj je namen njihovih spletnih strani dajati informacije o novih prodajnih izdelkih in storitvah v zvezi z mobilno telefonijo (Najdi.si je razglasil najbolj iskane osebnosti in organizacije leta 2004 na internetu, 2005).

7. PRIMERI IZ PRAKSE

V nadaljevanju diplomskega dela bom predstavila praktične primere podjetij oziroma organizacij, ki delujejo na internetu kot posredniki med delodajalci in delojemalci ali so samostojni ponudniki delovnih mest. Nekatere organizacije le deloma izvajajo svoje poslovne aktivnosti prek interneta, zato bom za boljši pregled predstavila tudi nekatere dele poslovanja, ki še ne delujejo na podlagi spletne tehnologije. V praktičnem delu bom zajela Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje ter spletne zaposlitvene portale.

Pregled ponudbe spletne strani in storitev bo zajemal ovrednotenje:

- videza strani,
- funkcionalnosti (kontakti, možnost iskalnika, berljivost, neposrednost sporočila),
- kakšen del aktivnosti je mogoče opraviti prek interneta (prijava, odjava, elektronsko testiranje, pregled delovnih mest, elektronska prijava na delovno mesto).

7.1. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje

Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje (v nadaljevanju Zavod) je ustanova, ki deluje od leta 1992 dalje, pred tem pa so delovale različne oblike posrednikov med delodajalci in delojemalci. Začetki delovanja javne službe za zaposlovanje imajo dolgo tradicijo in segajo v obdobje ob koncu 19. oziroma na začetku 20. stoletja. Primarna funkcija Zavoda je pomoč brezposelnim osebam.

V njihovi poslovni stavbi strankam, prijavljenim v evidenci brezposelnih oseb in tudi drugim iskalcem zaposlitve, pomagajo z informacijami, ki se nahajajo v različnih zloženkah, brošurah, ali katalogih in zajemajo nasvete o:

- prijavi v evidenco brezposelnih oseb,
- možnostih zaposlovanja, izobraževanja, usposabljanja, pravicah iz zavarovanja brezposelnih,
- storitvah in organizaciji dela Zavoda,
- programih aktivne politike zaposlovanja,
- poklicih in
- delovnih mestih.

Za uveljavitev pravic iz zavarovanja ob brezposelnosti in vključitev v programe aktivne politike zaposlovanja ter zaposlitvenega svetovanja je obvezna prijava v evidenco brezposelnih oseb. Nekateri brezposelni osebe, prijavljene v evidenco Zavoda, imajo možnost uveljavitve pravic, kot so denarno nadomestilo, zdravstveno zavarovanje in pokojninsko zavarovanje.

Iskalec zaposlitve, ki se prijavi na Zavod, ima določene obveznosti, če hoče zadržati svoje bonitete. Aktivno mora iskati zaposlitev in na dogovorjen način o svojih dejavnostih obveščati svojega svetovalca. Če je napoten na prosto delovno mesto oziroma na začasno ali občasno delo, se je vabilu dolžan odzvati.

Če posameznik ne upošteva vseh določil Zavoda, ga lahko le-ta izbriše iz evidence o brezposelnih osebah. Seveda se ob tem takoj postavi vprašanje, kako natančen je prikaz evidence brezposelnih, če niso zajeti tudi tisti, ki so bili izključeni iz Zavoda.

Razvidno je, da veljajo za stranke Zavoda strožja pravila kot za uporabnike spletnih zaposlitvenih portalov. Vendar Zavod poleg posredništva med delodajalci in delojemalci ponuja tudi druge oblike finančnih nadomestil, ki jih regulira.

Dejavnosti Zavoda na internetu

Zavod ima tudi svojo spletno stran, na kateri je mogoče najti informacije o njegovih dejavnostih, pregledati ponudbe za delo ali brskati po bazah iskalcev dela.

Izhodiščna stran Zavoda vsebuje na zgornji strani logo Zavoda in vizualne podobe. Na pogled deluje stran prijetno, uporabljene so nevsiljive barve, ki zaznamujejo posamezno temo. Pisava, ki je uporabljena, je razločna in berljiva. V levi zgornji polovici spletne strani je na voljo tudi iskalnik, ki omogoča obiskovalcu strani hiter dostop do zelenih vsebin. Naj poudarim, da si je strani mogoče ogledovati tudi v angleškem jeziku. Z izhodiščne spletne strani obstajajo povezave do naslednjih vsebin:

- predstavitev,
- dejavnost,
- iskanje dela,
- NCIPS (Nacionalni center za informiranje in poklicno svetovanje),

- EURES (ang. European Employment Services): je omrežje javnih služb za zaposlovanje, katerega cilj je zagotavljanje storitev iskalcem zaposlitve, delodajalcem in tudi drugim, ESS (Evropski socialni sklad),
- novo,
- e-storitve,
- aktualno.

Predstavitev

V podrubriki predstavitev se nahajajo nagovor direktorice Zavoda, opis zgodovine Zavoda in ključne informacije, kot so poslanstvo, organiziranost, zakonodaja, uradne ure, letna ter poslovna poročila.

Dejavnost

V tej rubriki seznanjajo obiskovalca spletne strani s posameznimi dejavnostmi za brezposelne, za zaposlovanje in delo tujcev, za zaposlovanje in delo delavcev iz EU ter za delodajalce, tu pa je mogoče najti tudi razne obrazce, statistične podatke, pogosta vprašanja in odgovore, analize ter zanimivosti.

Iskanje dela

Zavod je omogočil iskalcem dela iskanje dela in delodajalcem pridobivanje kadra tudi prek interneta.

Možnost brezplačnega pregledovanja prostih delovnih mest imajo tudi tisti iskalci, ki niso prijavljeni v evidenco brezposelnih oseb. Iskalec dela v rubriki aktualna prosta delovna mesta lahko pregleduje prosta delovna mesta po kriteriju regije oziroma območne enote, stopnje izobrazbe, po opisu delovnega mesta ter vrsti zaposlitve glede na delovni čas: polni, polovični, katerikoli. Prednost iskalnika je v tem, da lahko iskalec istočasno označi več stopenj izobrazbe. Glede na postavljene kriterije se izpišejo delovna mesta (Priloga 1). Iskalec dela lahko iz oglasa dobi informacijo, kdaj je bilo delovno mesto razpisano, katero podjetje ga objavlja, kakšni so pogoji za zasedbo ter rok prijave. Izpis poteka preprosto, hitro, tako da je mogoče opraviti več poizvedb. Elektronska povezava objavljenega prostega delovnega mesta s kontaktnim elektronskim naslovom ali stranjo podjetja ne obstaja, zato neposredna prijava ni mogoča.

Zavod v vprašalniku, ki ga izpolnijo podjetja, katera objavljajo oglas za prosto delovno mesto, lahko razbere, ali podjetje išče njegovo pomoč pri pridobivanju kadrov. Tista podjetja, ki navedejo, da želijo pomoč Zavoda, so uvrščena v spletno bazo prostih delovnih mest. Ker je objava prostega delovnega mesta zakonsko določena, je vprašljivo, koliko delovnih mest je dejansko prostih.

Prijava za iskanje zaposlitve

Pri prijavi za iskanje zaposlitve uporabnik izpolni vprašalnik, ki zajame podatke o izobrazbi, delovnih izkušnjah, kontaktnih podatkih. Določi lahko, koliko časa ostane aktiven v bazi in ali so njegovi kontaktni podatki na voljo delodajalcem.

Iskalci dela se imajo možnost prijaviti za obveščanje o aktualnih prostih delovnih mestih in kadarkoli tudi odjaviti. Obvestila o prostih delovnih mestih prejmejo prek elektronske pošte. Storitve je Zavod razširil še na SMS sporočila.

Internetne storitve za delodajalce

Možnosti iskanja in uporabe storitev Zavoda nimajo izključno iskalci dela, prijavljeni v evidenco brezposelnih, temveč tudi delodajalci. Ponudniki dela dobijo po opravljeni prijavi z izpolnjenim vprašalnikom geslo in številko. Potencialne sodelavce lahko iščejo po kriteriju izobrazbe in posebnih znanj ter tako dobijo podatke o aktivnih iskalcih, ki so dovolili objavo svojih podatkov. Od iskalca dela je odvisno, ali je ob internetni prijavi kot iskalec zaposlitve označil svoje kontaktne podatke kot anonimne ali ne. Če so podatki anonimni, delodajalec ne bo mogel osebno navezati stika z iskalcem zaposlitve, izpisali se mu bodo le podatki o znanjih, izkušnjah in pričakovanjih, ki jih je navedel. Anonimnemu iskalcu dela pa delodajalec lahko pusti elektronsko pošto. Delodajalci imajo torej možnost samostojno poiskati kandidata za zaposlitev in z njim navezati stik.

Zavod ima v svoji evidenci veliko število brezposelnih ljudi. Če ima delodajalec željo po kadrih, ki so obetavni, a še nimajo delovnih izkušenj, lahko uporabijo bazo Zoisovih štipendistov. Po kadrih brez delovnih izkušenj povprašujejo predvsem podjetja, ki hočejo svoje kadre vzgojiti v skladu s strategijo poslovanja podjetja in želijo, da bi na novo zaposleni čimprej ponotranjili poslovanje in zastavljene cilje podjetja. V tem primeru so lahko predhodne izkušnje namreč pomanjkljivost, saj pomenijo ustaljen in naučen način delovanja. Zavod razpolaga s svojo bazo dijakov in štipendistov, ki prejemajo Zoisovo štipendijo za nadarjene. Do Zoisovih štipendistov lahko delodajalec dostopa prek interneta in si ogleda njihove podatke.

Internetne storitve za iskalce zaposlitve:

- vsak, ki želi novo zaposlitev,
- redno/honorarno,
- polni delovni čas/skrajšani,
- elektronski poštni naslov za obvestila,
- iskalec določi, koliko časa je aktiven in ali je anonimen,
- hitra aktivacija.

E-storitve Zavoda na internetu

Zavod ponuja e-storitve pravnim osebam, fizičnim osebam, ki so stranke zavoda, in ostalim fizičnim osebam. Tisti, ki hočejo uporabiti njihove e-storitve, se morajo pred prvo uporabo registrirati. Pravne osebe lahko prek interneta opravijo prijavo, ponovitev, spremembo ali

odjavo prostih delovnih mest. Oddajo lahko obvestila o avtorskih pogodbah ali pa izmenjajo dokumentacijo z izvajalci javnih del ali z izvajalci usposabljanj in izobraževanj zaposlenih. Stranke Zavoda imajo možnost naročiti potrdilo iz evidence brezposelnih oziroma prejemnikov denarnih nadomestil, denarne pomoči in štipendistov. Ostale fizične osebe pa lahko naročijo potrdilo, da niso v evidencah Zavoda.

7.2. Moje delo, d.o.o.

MojeDelo.com je spletni ponudnik kariernih storitev. Iskalcem zaposlitve ponuja informacije in produkte za razvoj poklicne poti in izobraževanja ter možnost iskanja zaposlitve, delodajalcem pa prek učinkovitega kanala za komuniciranje s trgom dela omogočajo dostop do kandidatov za zaposlitev. Po podatkih projekta Merjenja obiskanosti spletnih strani, ki ga vodi Slovenska oglaševalska zbornica, je spletna stran MojeDelo.com v mesecu aprilu 2006 pristala na 18. mestu po obiskanosti spletnih strani. Prvo mesto je zasedel portal Najdi.si, zaposlitveni portal Zaposlitev.net pa se je uvrstil na 38. mesto (MOSS - Merjenje obiskanosti spletnih strani, 2006). MojeDelo.com je tako postal vodilni slovenski zaposlitveni portal, ki omogoča neposreden stik med delojemalci in delodajalci. Spletne strani vsebujejo tudi izobraževalni portal z imenom PortalZnanja.com. Poskrbljeno je za prve iskalce zaposlitve oziroma za tiste, ki so na začetku svoje poklicne poti. Na portalu MojePrvoDelo.com se nahajajo vsebine in ustrezni zaposlitveni oglasi, ki jim olajšajo vstop v poklicni svet.

Izhodiščna stran portala MojeDelo.com ponuja vsebine, ki so namenjene iskalcem dela. V zgornji levi strani je moč najti razpoznaven logo in različne povezave do vsebin, ki se nanašajo na iskalce zaposlitve. Na sredini spletne strani se nahaja hitri iskalnik, ki lahko poišče oglas, katerega podjetje je naročilo objavo. V spodnjem delu spletne strani so navedene karijerne skupnosti, v katerih si je moč ogledati dela po delovnih področjih, nasveti v zvezi z delom in zaposlitvijo ter karijerne storitve. Na dnu strani pa so nanizane povezave za pogosta vprašanja in odgovore, pogoji uporabe, opis podjetja Moje delo.com ter brezplačni telefonski kontakt za podporo uporabnikom. Na prvi pogled ponuja izhodiščna spletna stran veliko količino informacij, ki jih lahko najdemo v vsebinah, ki se nahajajo v nadaljnjih povezavah. Glavna storitev za iskalce zaposlitve, iskanje prostih delovnih mest, se nahaja na sredini spletne strani in je dobro vidna ter pregledna. Menim, da manjka splošni iskalnik, ki bi prikazal vsebine zadetkov vseh zahtevanih poizvedb. Vendar obstaja možnost, da dva iskalnika povzročita pri nekaterih iskalcih dela zmedo in nepreglednost. Iskalnik, namenjen aktualnim zaposlitvam, namreč vsebuje (Priloga 2) možnost tipkanja ter iskanja po ključni besedi, tako kot tudi splošni iskalnik.

Iskalci zaposlitve

Portal MojeDelo.com na svojih spletnih straneh navaja, da imajo v bazah okoli 15.000 življenjepisov, o prostih delih pa obveščajo v povprečju 34.000 iskalcev zaposlitve.

Iskalcem zaposlitve so na spletni strani namenjene naslednje vsebine:

- moje strani,
- aktualna dela,
- vpiši življenjepis,
- nasveti/storitve,
- top delodajalci,
- izobraževanje.

Moje strani

Iskalec zaposlitve ima možnost prijave na podlagi vpisa elektronskega poštnege naslova in izbranega gesla. Novi uporabniki se morajo za prijavo in uporabo nekaterih storitev zaposlitvenega portala registrirati. Če iskalec dela pozabi geslo, lahko zahteva pozabljeno geslo po elektronski pošti. Zavod za zaposlovanje na primer nima te funkcije, kar pomeni ponovno izpolnjevanje registrskih podatkov. Tisti uporabniki, ki niso registrirani, imajo možnost pregledovanja oglasov za delovna mesta, nimajo pa možnosti oddati elektronske prijave ali prejemati obvestila o prostih delovnih mestih.

Registracija novega uporabnika poteka v treh korakih. V prvem vnese osebne, kontaktne in registracijske podatke. Hkrati lahko določi, koliko časa naj podatki obstajajo v bazi. V naslednjih korakih določi izobrazbeno raven, pridobljena znanja in področja zanimanja. Ker je podjetje tržno naravnano, ponuja tudi plačljive storitve, kot je izdelava strokovnega življenjepisa.

Pohvalno je, da iskalec dela ob registraciji izbere prikaz podatkov, namenjenih delodajalcu, ki pregleduje bazo življenjepisov. Iskalec dela lahko nastavi stopnjo zasebnosti s profilom »zaprt« in delodajalec ga ne more najti. V tem primeru delodajalec ne vidi niti življenjepisa niti kontaktnih podatkov, iskalec dela pa obdrži pravico do elektronske prijave na delovno mesto. Če izbere profil »odprt«, delodajalec vidi njegove podatke in njegove kontaktne podatke, telefon in elektronski naslov. Iskalec lahko določi objavo izključno elektronskega naslova, telefona, kontaktnih podatkov ali kombinacijo dveh oziroma vseh treh kontaktov. Na tak način imajo možnost iskanja dela tudi tisti iskalci, ki so trenutno zaposleni, a si želijo zamenjati službo in hkrati ostati anonimni. Tisti iskalci, ki so izbrali, da so njihovi podatki vidni, tudi vidijo, koliko kadrovnikov je bralo njihov življenjepis.

Aktualna dela

V rubriki aktualna dela lahko tako registrirani kot tudi neregistrirani uporabniki pregledujejo aktualna prosta delovna mesta. Iščejo po kriteriju ključne besede, področja ter regije opravljanja dela. Portal ponuja iskanje z določitvijo filtra, ki se nanaša na podjetje, zaslužek ali izobrazbo. Menim, da ima iskalec pestro izbiro kriterijev, po katerih lahko poljubno oblikuje svoje iskanje.

Oglas, ki se izpiše glede na določen kriterij, vsebuje navedbo poklica, imena podjetja, kraja, datuma objave, opisa delovnega mesta in zaslужka. Ime podjetja se izpiše, če je dotično podjetje naročnik oglasa. Če objavo oglasa naroči kadrovska agencija, se ime podjetja, ki objavlja prosto delovno mesto, ne bo izpisalo. Izpiše se ime kadrovske agencije, kot so na primer Moja kariera, Adecco, Alenka Maher, s.p., Manpower. Iskalci dela torej izvejo, za katero podjetje kandidirajo, šele na zaposlitvenem razgovoru. Registrirani uporabniki se na večino delovnih mest na podlagi svojih vpisanih podatkov in življenjepisa elektronsko prijavijo. Ob poslani elektronski prijavi dobijo na svoj elektronski naslov pošto o opravljeni prijavi. Tudi v tej rubriki se pojavlja tržna naravnost portala, saj ponuja plačljive storitve, kot so premium članstvo za iskanje zaposlitve.

Nasveti/storitve

V rubriki nasveti/storitve se nahajajo vsebine, povezane z življenjepisi, zaposlitvenim razgovorom, razvojem poklicne poti ter vprašanja in odgovori strokovnjakov. Obstaja tudi karierni forum, kjer obiskovalci portala opišejo svoje izkušnje, povezane z zaposlitvijo, postavijo vprašanja in razpravljajo o objavljenih temah z drugimi obiskovalci portala.

Top delodajalec

Spletne strani portala omogočajo vpogled v nekatera podjetja, ki so priznana in imajo povečane potrebe po delavcih. Informacije se nanašajo na kontaktne podatke v podjetju, naslove, opis dejavnosti podjetja, produkte in storitve.

Delodajalec

Storitve MojeDelo.com naj bi uporabljalo okoli 3.000 podjetij. Njihove storitve so primerne za podjetja, ki nimajo razvitega kadrovskega oddelka, ali za podjetja, ki uporabljajo kombinacijo storitev svoje kadrovske službe in storitev portala. MojeDelo.com oblikuje zaposlitvene oglase in objavlja delovna mesta na portalu. Razsežnosti objave so velike, saj uporablja več tržno-komunikacijskih orodij hkrati. Portal ponuja objavo tako na svojem portalu kot tudi še na 30 drugih portalih ter objavo v 14 tiskanih medijih. Gre predvsem za možnost regijskega pokrivanja z določenimi dnevnimi časopisi.

Delodajalci se morajo za uporabo portala registrirati. Storitve, kot so vpogled v bazo življenjepisov, oblikovanje oglasa, oglaševanje prostega delovnega mesta in dodatne storitve, so plačljive. Registrirani delodajalci imajo dostop do življenjepisov, ki jih samostojno pregledujejo, pri čemer so omejeni na enega ali dva tedna oziroma na enega ali tri mesece. Ko se vpiše v bazo za podjetja primeren kandidat, so o tem obveščeni.

Dodatna prednost, ki olajša in skrajša rekrutacijo za podjetja, je možnost elektronskega testiranja kandidatov. MojeDelo.com omogoča izvedbo testa kariernih možnosti med

prijavljenimi kandidati. Rezultati testa ponujajo podjetjem vpogled v psihološki profil prijavljenega iskalca zaposlitve.

HR center

Center, namenjen predvsem kadrovníkom, omogoča sodelovanje na forumu, članke, raziskave in pravne nasvete v zvezi s kadrovskim področjem.

7.3. Zaposlitev.net

Portal Zaposlitev.net na spletni strani www.zaposlitev.net je bil med prvimi ponudniki internetnega zaposlovanja v Sloveniji in deluje že pet let. Njegovi začetki segajo v spletne strani Svetla kariera.

Izhodiščna stran portala Zaposlitev.net ima v levem zgornjem kotu logo in splošni iskalnik, ki preišče celoten sistem. Iskalci dela, ki prvič uporabljajo spletne strani Zaposlitev.net, lahko hitro najdejo poljubne vsebine.

Videz portala je zelo pregleden; pisava ni uporabljena v preveč različnih velikostih, uporabljeni so poudarki z ustreznimi odebelitvami ali poševnim tekstom. Tržna naravnost portala ni vsiljiva in ne zbuja pozornosti.

Storitve za iskalce dela

Na sredini spletne strani je mogoče najti zadnje objave delovnih mest. Navedena so delovna mesta, podjetja, kraj in datum objave (Priloga 3).

Rubrike, ki si sledijo:

- delovna mesta,
- forum,
- življenjepis,
- karierni center.

V rubriki delovna mesta je objavljena aktualna ponudba del. Delovna mesta se nanašajo na redna delovna razmerja, študentsko delo, delo v Evropski uniji ali dela, objavljena v tiskanih medijih, kjer gre za izdaje regijskih časopisov, kot so Večer, Primorske novice, Dolenjski list, Gorenjski glas ter ostalo dnevno časopisje. Naročniki lahko po elektronski pošti prejemajo oglase, ki so objavljeni v tiskanih medijih.

Nekateri oglasi z delovnimi mesti imajo tudi logo podjetja, ki iskalca zaposlitve opozori na svojo prisotnost. Če kliknemo na podrobnejši prikaz oglasa za delovno mesto, se pokaže tudi možnost elektronske prijave. Prijavo lahko opravimo z vnaprej sestavljenim življenjepisom.

V forumu so obravnavane teme, ki zadevajo poklicno pot, napredovanje in menjavo delovnih mest. Uporabniki sami odpirajo teme in nanje odgovarjajo.

Če se hočejo uporabniki vpisati v bazo iskalcev, lahko to naredijo v rubriki življenjepis, kjer na hiter in enostaven način izpolnijo registrske podatke. Po prijavi imajo možnost vpisa v baze podjetij, kjer želijo biti vidni, ali pa izberejo podjetja, kjer ne želijo biti vidni. Prijavljeni uporabniki lahko shranijo različne življenjepise, ki ustrezajo posameznim delovnim področjem. Portal omogoča obveščanje o prostih delovnih mestih prek elektronske pošte. Pomemben je status prijavljenih uporabnikov portala. Iskalci zaposlitve imajo možnost izbrati aktiven status, kjer so vsi njihovi podatki vidni. Pasiven status omogoča iskalcem dela izvedbo elektronske prijave na delovno mesto, vendar jih podjetja ob pregledovanju baze iskalcev zaposlitve ne morejo najti. Anonimen status pomeni, da so vsi podatki in življenjepis vidni, razen imena, priimka, naslova, telefona in elektronskega poštne naslova.

Storitve za podjetja

Zaposlitev.net ponuja podjetjem bazo okoli 41.000 iskalcev zaposlitve. Dnevno naj bi njihove spletne strani obiskalo prek 5.000 iskalcev dela. Med storitve spletnega portala sodijo najem portala in ogled baze kandidatov ter objava spletnega zaposlitvenega oglasa. Podjetja lahko izberejo tudi hkratno časopisno objavo. Izbor med kandidati je mogoče opraviti po kriteriju ključnih besed, izobrazbe, delovnih izkušnjah, znanju tujih jezikov ter ostalih kriterijih.

Med dodatno ponudbo je moč najti sodelovanje kadrovske agencije s spletnim portalom, ki po dogovoru izvede analizo delovnega mesta, psihološko profiliranje kandidatov, selekcijo prijavljenih kandidatov in možnost poskusnega psihološkega testa. Če se podjetje odloči, je možna izvedba kadrovsko-tehničnih administrativnih nalog, kot so obračuni plač, vnos podatkov in druga opravila.

Spletni portal Zaposlitev.net je povezan s spletnimi stranmi, kot so www.finance-on.net ali www.racunovodja.com, zato je njihov oglas viden tudi na drugih spletnih straneh.

7.4. Zaposlitev.delo.si

Na spletni portal zaposlitev.delo.si lahko dostopamo prek naslovne strani spletnega mesta delo.si. Objava oglasa na tem portalu je brezplačna, saj gre za iste oglase, kot so objavljeni v tiskani izdaji časopisa Delo ali Slovenske novice. Viden je logo vseh podjetij, ki se odločijo za objavo. Spletne strani so pregledne in preproste za uporabo.

Na levi strani spletne strani se v stolpcu nahajajo naslednje kategorije: splošno iskanje, iskanje po ključni besedi, iskanje po podjetjih, zadnje ponudbe, najbolj vroče ponudbe (Priloga 4).

Storitve

Storitve zaposlitvenega portala Zaposlitev.delo.si se ne razlikujejo bistveno od spletnih strani predhodno opisanih portalov. Možna je elektronska registracija, ogled delovnih mest in ponekod tudi elektronska prijava na delovno mesto. Iskalec zaposlitve, ki se registrira v sistem Zaposlitev.delo.si, ima tudi možnost določanja stopnje zasebnosti

Portal Zaposlitev.delo.si se od drugih portalov razlikuje predvsem v dveh značilnostih. Iskalec dela lahko za določeno podjetje preveri, kakšne oglase in kdaj je v preteklosti že objavilo. Tako lahko oceni, ali je fluktuacija visoka, ali se podjetje širi in podobno. Vidi tudi, kakšen kader je podjetje iskalo in kakšne so bile zahteve v predhodnih oglasih. Zanimiv je tudi števec najpogostejše ogledanih oglasov v rubriki najbolj vroče ponudbe, kjer je razvidno, katera dela so aktualna.

7.5. Primerjava zaposlitvenih portalov - povzetek

Primerjava funkcionalnosti posameznih portalov je prikazana v tabeli 3.

Tabela 3: Pregled storitev spletnih zaposlitvenih portalov

	Zavod	Moje delo	Zaposlitev.net	Zaposlitev.delo.si
Elektronska registracija	*	*	*	*
Elektronska prijava na del.mesto		*	*	*
Pozabljeno geslo		*	*	
Potrditev prijave na delovno mesto		*	*	*
Splošni iskalnik	*		*	
Prilagojeno iskanje delovnih mestsplošni iskalnik	*		*	
Prikaz zgodovine prijav		*		
Nasveti strokovnjaka		*	*	
Forum		*	*	*
Elektronsko testiranje		*		
Brezplačen (reg., pregled, prijava)-delojemalci	*	*	*	*
Brezplačen (reg., pregled, prijava)-delodajalci	*			
Določanje stopnje zasebnosti	*	*		*
Dodatne plačljive storitve -delojemalci	*			

Vir: Spletni zaposlitveni portali, 2006

Tabela 3: Pregled storitev spletnih zaposlitvenih portalov

	Zavod	Moje delo	Zaposlitev.net	Zaposlitev.delo. si
Dodatne plačljive storitve -delodajalci	*	*		
Elektronsko obveščanje o prostih delih	*	*	*	*
Najpogosteje ogledani oglasi				*
Prikaz predhodno objavljenih oglasov podjetja				*

Vir: Spletni zaposlitveni portali, 2006

Na podlagi tabele 3 ugotavljam, da so storitve za delojemalce večinoma plačljive, razen v primeru Zavoda. Pri portalih, katerih dejavnosti ne financira država, je opazna tržna naravnost. Le-ta se kaže v oglaševanju drugih podjetij na spletnih straneh portalov in v večji izbiri dodatnih storitev za uporabnike. Plačljivi portali pri nekaterih oglasih ponujajo možnost elektronske prijave na delovno mesto. Portal MojeDelo.com ima omogočeno tudi elektronsko testiranje prijavljenih kandidatov, kar kadrovnikom olajša izbiro kandidata.

8. SKLEP

Dejstvo je, da internet vse bolj zaznamuje dogajanje okoli nas, in tako se večja tudi vpliv interneta na kadrovskem področju. Trendi na trgu dela in zaposlovanja kažejo na vse pogostejšo razširjenost informacijske tehnologije in interneta. Hkrati se povečujeta računalniška pismenost in izobrazbena raven prebivalstva.

Cilj diplomskega dela je bil preučiti vpliv interneta na pridobivanje kadrov. Zaključim lahko, da se prednosti internetnega kadrovanja kažejo predvsem v hitrejšem odzivu iskalcev dela, krajšem rekrutacijskem postopku in večji geografski razsežnosti prijavljenih iskalcev dela. Podjetje, ki išče nove sodelavce, mora paziti, kako oblikuje zaposlitveni oglas in kakšno možnost odziva ponudi iskalcu zaposlitve. Zaposlitveni portali izvajajo posredniško funkcijo med delodajalci in iskalci dela. Pomembna sta videz in vsebina spletnega oglasa, ki ga oglašuje podjetje, ali spletna stran zaposlitvenih portalov.

Delodajalci imajo z uporabo interneta možnost, da sami objavijo oglas na spletnih straneh podjetja, objavijo spletni oglas ali prepustijo izdelavo zaposlitvenemu portalu. Spletni zaposlitveni portali jim ponujajo še dodatne storitve. Storitve so za delodajalce plačljive, za delojemalce pa so osnovne storitve, kot sta na primer objava življenjepisov ali brskanje po bazah z zaposlitvenimi oglasi, neplačljive. Edina izjema je Zavod RS za zaposlovanje, ki ga financira država in so zato njegove storitve neplačljive.

Iskalci zaposlitve imajo možnost iskanja dela povsod tam, kjer delodajalci objavljajo spletne zaposlitvene oglase. Da bi zaposlitveni portal iskalce zaposlitve pritegnil, mora biti pregleden, vizualno všečen in mora razpolagati s kvalitetno ponudbo del. Za tiste iskalce, ki so še v delovnem razmerju, a želijo delovno mesto zamenjati, je odločilnega pomena možnost, da lahko ostanejo anonimni. Spletni zaposlitveni portali večinoma ponujajo možnost komuniciranja z iskalcem dela in delodajalcem po elektronski pošti. Delodajalci so lahko vsak dan seznanjeni s ponudbo delovnih mest zaradi ažurnega pošiljanja primernih zaposlitvenih oglasov.

Vsekakor lahko pričakujemo, da se bo informacijska tehnologija razvijala še naprej in ponujala izboljšane različice orodij, ki bodo vplivala na delo kadrovnikov in aktivnosti iskalcev zaposlitve. Glede na vse večjo vlogo e-učenja je moč pričakovati tudi razširjeno ponudbo študija na daljavo na spletnih portalih. Delodajalci bodo imeli možnost dostopa do zelo natančnih baz podatkov o iskalcih dela. Še posebej to velja za ustanove, ki imajo zbrane podatke o šolanju kandidatov in obiskovanju dodatnih tečajev.

LITERATURA

1. Baldwin-Ewans Kay: Employees and e-learning: What do users think?. Industrial and Commercial Training, West Drayton, (36)2004, 7, str. 269-274.
2. Beisheim Margaret et al.: Personalmanagement. Wien : Institut für Management und Wirtschaftspädagogik, Facultas Verlags- und Buchhandels AG, 2004. 201 str.
3. Bemus Carol, Hogler Raymond L., Henle Christine: Internet recruiting and employment discrimination: a legal perspective. Human Resources Management Review, Colorado, 8(1998), 2, str. 149-164.
4. Deeprrose Donna: Global HR. Oxford : Capstone Publishing, 2002. 116 str.
5. Florjančič Jože, Bernik Mojca, Novak Vesna: Kadrovski management. Kranj : Moderna organizacija, 2004. 370 str.
6. Galanaki Eleanna: The decision to recruit online: A descriptive study. Career Development International, Athens, 7(2002), 4, str. 243-251.
7. Hoffman Paul: Vse o internetu & World Wide Webu. Ljubljana : Pasadena, 1996. 203 str.
8. Jansen J. Bernard, Jansen J. Karen: Using the web to look for work (Implications for online job seeking and recruiting). Internet research, Pittsburgh, 15(2005), 1, str. 49-66.
9. Kovačič Andrej, Groznik Aleš, Ribič Miroslav: Temelji elektronskega poslovanja. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2005. 304 str.
10. Kraigher Tomaž: Vpliv različnih možnosti demografskega razvoja na ekonomsko vzdržnost staranja prebivalstva v Sloveniji. Statistika kot orodje in vir za kreiranje znanja uporabnikov. 13. statistični dnevi. Zbornik. Ljubljana : Statistični urad Republike Slovenije, 2003, str. 194-203.
11. Kumar Sameer: Managing human capital supply chain in the Internet era. Industrial Management & Data Systems, Minnesota, 103(2003), 4, str. 227-237.
12. Kunaver et al.: Obča geografija. Ljubljana : Državna založba Slovenije, 1995. 263 str.
13. Lipičnik Bogdan: Organizacija podjetja. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1999. 243 str.

14. Lipičnik Bogdan, Mežnar Drago: Ravnanje z ljudmi pri delu. Ljubljana : Gospodarski vestnik, 1998. 422 str.
15. Malačič Janez: Demografija: teorija, analiza, metode in modeli. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2000. 378 str.
16. Malačič Janez: Staranje prebivalstva Slovenije po projekcijah prebivalstva 2001-2036: naravna rast nasproti celotni rasti prebivalstva. Statistika kot orodje in vir za kreiranje znanja uporabnikov. 13. statistični dnevi. Zbornik. Ljubljana : Statistični urad Republike Slovenije, 2003, str. 174-184.
17. Merkač Marjana: Kadri v organizaciji. Koper : Visoka šola za management v Kopru, 1998. 145 str.
18. Mohamed Amin A., Orife N. John, Wibowo Kustin: The legality of key word search as a personnel selection tool. Employee Relations, Indiana, 24(2002), 5, str. 516-522.
19. Pollitt David: E-recruitment gets Nike tick of approval: System frees HR staff to perform more consultancy. Human Resource Management International Digest, B.k. , 13(2005), 2, str. 33-35.
20. Pollitt David: E-recruitment helps Xerox to pick the cream of the crop. Human Resource Management International Digest, B.k. , 13(2004), 5, str. 33-35.
21. Pučko Daniel: Strateško upravljanje. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1996. 394 str.
22. Rozman Rudi, Kovač Jure, Koletnik Franc: Management. Ljubljana : Gospodarski vestnik, 1993. 312 str.
23. Svetin Irena: Spremljanje novih pojavov na trgu dela, ki jih omogoča informacijsko-komunikacijska tehnologija (teledelo). Statistika kot orodje in vir za kreiranje znanja uporabnikov. 13. statistični dnevi. Zbornik. Ljubljana : Statistični urad Republike Slovenije, 2003, str. 295-303.
24. Tong Joanna P.C. et al.: Evaluating the industrial ergonomies of service quality for online recruitment websites. International Journal of Industrial Ergonomics, Mississippi, February 2005, str. 2-15.
25. Vehovar Vasja, Jovan Matej: Teledelo v podjetjih. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, Center za metodologijo in informatiko, 2003, 64 str.
26. Zusman Rebecca R., Landis Ronald S.: Applicant preferences for Web-based versus traditional job postings. Computers in Human Behavior, New Orleans, 18(2002), str. 285-296.

VIRI

1. Amon Bojan: Delo na daljavo. [URL: <http://novice.siol.net/>], 15.05.2006.
2. CERŠ-Center EF za razvoj in svetovanje študentom. [URL: <http://ef.uni-lj.si/cers/>], 2006.
3. Demografske značilnosti (ne)uporabnikov interneta.
[URL: http://www.ris.org/uploadi/editor/internet_demografija.jpg], december, 2004.
4. Diplomanti terciarnega izobraževanja, Slovenija, letno. SURS.
[URL: <http://www.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>], 4.8.2006.

5. DM - drogeriemarkt Slovenija. [URL: <http://www.dm-drogeriemarkt.si/>], 7.10.2006.
6. Droga Kolinska. [URL: <http://www.drogakolinska.si/>], 9.10.2006.
7. Elektronsko poslovanje. Informatika 2. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2001.
8. Henkel KGaA. [URL: <http://www.henkel.de/>], 7.10.2006.
9. Leiner et al.: A Brief History of the Internet. Virginia : Internet Society, 2003.
[URL: <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>]
10. MojeDelo.com. [URL: <http://www.mojedelo.com>], 11.12.2006.
11. MOSS-Merjenje obiskanosti spletnih strani. Slovenska oglaševalska zbornica. Pomlad 2006. [URL: http://www.soz.si/uploads/pdf/moss_pomlad_2006_finalna_verzija.pdf]. 5 str.
12. Najdi.si razglasil najbolj iskane osebnosti in organizacije leta 2004 na internetu.
[URL: <http://www.najdi.si/statistike/poizvedbe.jps>], 6.6.2005.
13. P & G. [URL: <http://www.pg.com/>], 7.10.2006.
14. Podjetja in internet v EU: Eurostat 2004: RIS. [URL: <http://www.ris.org>], 19.01.2004.
15. Prosta delovna mesta. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje.
[URL: <http://www.ess.gov.si/slo/prostadela>], 11.12.2006.
16. Slovenija - Trg dela nacionalna raven. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje.
[URL: <http://www.ess.gov.si/slo/Eures/TrgDela/Slo.htm>], 3.8.2006.
17. Statistical Indicators Benchmarking the Information Society: Benchmarking Education in the Information Society in Europe and the US. Bonn: Danish Technological Institute. Information Society Technologies, 2003. 107 strani.
18. Solutions for Human Resource Managers. Alexandria (Virginia): Society for Human Resource Management, 2000, 225 strani.
19. Teledelo definicija. SURS.
[URL: http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=354&PodrocjeID=5], 3.8.2006.
20. Quality in Work and employment. Dublin : European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2005. 34 str.
21. Zaposlitev.delo.si [URL: <http://zaposlitev.delo.si>], 11.12.2006.
22. Zaposlitev.net. [URL: <http://www.zaposlitev.net>], 6.12.2006.

PRILOGE

PRILOGA 1: Spletni strani Zavoda RS za zaposlovanje

Izpis ustreznih prostih delovnih mest - Microsoft Internet Explorer

Address: <http://www.ess.gov.si/slo/Iskanje-dela/PDWeb/PD/IzpisPD.asp?pd=pzv>

ZAVOD REPUBLIKE SLOVENIJE ZA ZAPOSLOVANJE

predstavitev dejavnost **iskanje dela** NCIPS EURES ESS aktualno novo e-storitve

Prosta delovna mesta, ki ustrezajo vpisanim kriterijem:

Datum objave	Opis delovnega mesta	Vrsta zaposlitve	Trajanje zaposlitve	Delovno mesto je prosto od	Naziv delodajalca
5.12.2006	ZOBOZDRAVNIK ODRASLI - M/Ž	Polni delovni čas	Nedoločen čas	takoj	ZDRAVSTVENI DOM DR. BOŽIDARJA LAVRIČA
5.12.2006	ZDRAVNIK PO KONČANEM SEKUNDARIATU - M/Ž	Polni delovni čas	Nedoločen čas	takoj	ZDRAVSTVENI DOM DR. BOŽIDARJA LAVRIČA

[Vsi podatki s pogoji za zasedbo](#)

Seznam koncesionarjev,

Izpis ustreznih prostih delovnih mest - Microsoft Internet Explorer

Address: <http://www.ess.gov.si/slo/Iskanje-dela/PDWeb/PD/IzpisPDPodrobnosti.asp?id=AV18003>

ZAVOD REPUBLIKE SLOVENIJE ZA ZAPOSLOVANJE

predstavitev dejavnost **iskanje dela** NCIPS EURES ESS aktualno novo e-storitve

Podatki o prostem delovnem mestu številka AV18003:

Naziv delodajalca:	ZDRAVSTVENI DOM DR. BOŽIDARJA LAVRIČA
Naslov delodajalca:	CESTA 4. MAJA 17, 1380 CERKNICA
Opis delovnega mesta:	ZOBOZDRAVNIK ODRASLI - M/Ž
Upravna enota delovnega mesta:	CERKNICA
Išče se:	Delavec
Poklicna/strokovna	doktor dentalne medicine

<http://www.ess.gov.si/slo/Dejavnost/dejavnost.htm>

Vir: Prosta delovna mesta, 2006.

PRILOGA 2: Spletni strani zaposlitvenega portala MojeDelo.com

The image shows two screenshots of the MojeDelo.com website. The top screenshot is the homepage, displaying navigation tabs like 'Moje strani', 'Aktualna dela', and 'Vpiši živiljenepis'. It features a search filter section on the left and a list of job listings. The bottom screenshot is a detailed view of a specific job listing for 'Vodja računalništva ter nabave / administracije' at OCTANORM Jadran d.o.o. in Trzin. The listing includes details about the company, the job responsibilities, and the application process.

Moje Delo - Aktualna prosta delovna mesta. Najdi zaposlitev. - Microsoft Internet Explorer

Address: http://www.mojedelo.com/delo/iskalci_iskanje_po_zaposlitvenih_oglasih.aspx

MojeDelo.com IZBERI PRIHODNOST

2.999 SIT [Kupi](#) [mimovrste](#)

Moje strani **Aktualna dela** **Vpiši živiljenepis** **Nasveti/storitve** **TOP Delodajalci** **Izobraževanja** **Delodajalci**

Nov uporabnik, pozdravljen na največjem slovenskem zaposlitvenem portalu! Ste že registrirani? [Prijava se](#)

Filter

Podjetja [odpri](#) →

Zasluzek [odpri](#) →

Izobrazba [odpri](#) →

Brezplačni eTečaj
Kako uspešno iskati zaposlitev?

Aktualna delovna mesta Shrani iskanje kot **RSS**

Ključne besede **Področje** **Regija**

[Išči](#) →

Prikazujem 1-15 od 547 zadetkov Pogled: Naslovi in opisi

Delo	Podjetje	Kraj	Objavljeno
Vodja računalništva ter nabave / administracije	OCTANORM Jadran d.o.o.	Trzin	11.12.2006

Smo hitro rastoče slovensko podjetje, zastopnik uglednega nemškega proizvajalca sejmskih sistemov, notranje opreme, predstavitev sistemov ter cleanroom sistemskih rešitev. Za vsakdanje potrebe v računalništvu in administraciji / nabavi iščemo primernega kandidata, ki bo poleg strokovnih pogojev ponujal tudi veliko mero samostojnosti pri delu.

Moje Delo - Zaposlitveni oglas: Vodja računalništva ter nabave / administracije - Microsoft Internet Explorer

Address: http://www.mojedelo.com/delo/iskalci_zaposlitveni_oglas.aspx?add=19620

Vodja računalništva ter nabave / administracije

Več o podjetju **Vsa dela podjetja** **Natisni** **Posreduj prijatelju** **Prijavi se**

Podjetje: OCTANORM Jadran d.o.o.
Kraj dela: Trzin
Področje dela: Administracija; Bančništvo, računalništvo, finance; Transport, nabava in logistika;
Zahtevana izobrazba: VI.; VII.;
Pričakovane izkušnje: 3-5 let

Mesečno plačilo: 200.000 – 250.000 SIT
Oblika zaposlitve: redno, nedoločen d. č.;
Delavni čas: Polni delovnik
Poskusna doba: 6 mesecev
Karierni nivo: izkušeni strokovnjak

Kontakt: -
Telefon: 01/5600-490

E-naslov: [Zahtevke za več informacij](#)
Referenčna oznaka: MD-19620

Opis delovnega mesta

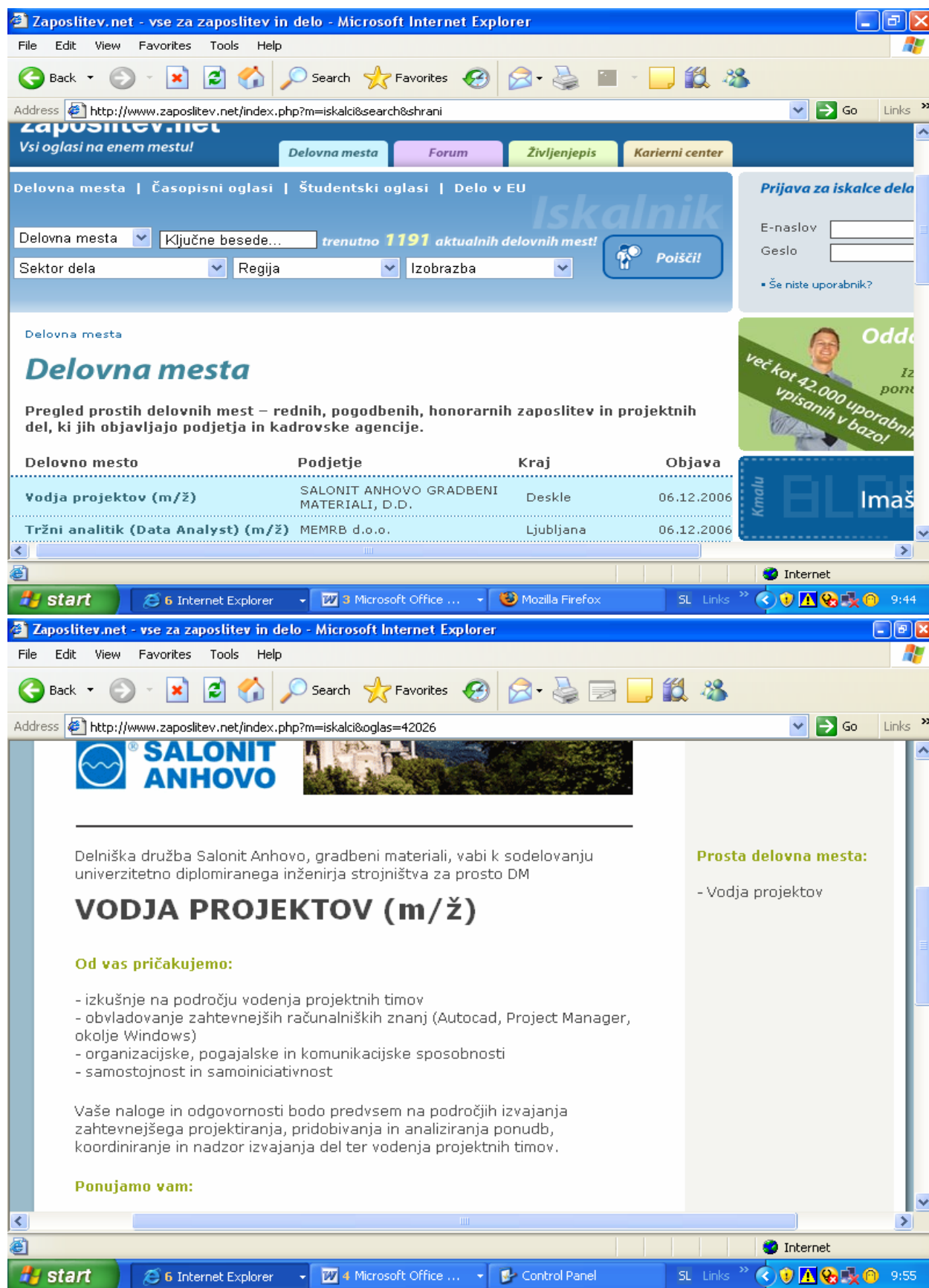
Smo hitro rastoče slovensko podjetje, zastopnik uglednega nemškega proizvajalca sejmskih sistemov, notranje opreme, predstavitev sistemov ter cleanroom sistemskih rešitev. Za vsakdanje potrebe v računalništvu in administraciji / nabavi iščemo primernega kandidata, ki bo poleg strokovnih pogojev ponujal tudi veliko mero samostojnosti pri delu.

Odgovornosti v podjetju:

- skrb za pravočasno oddajo naročil dobaviteljem ter urejanje logističnih vprašanj (10% mesečnega dela)
- spremljanje izvozov ter priprava izvozne dokumentacije (10% mesečnega dela)
- tekoča računalniška prava in poročila direktoriju podjetja (70% mesečnega dela)

Vir: MojeDelo.com, 2006.

PRILOGA 3: Spletni strani zaposlitvenega portala Zaposlitev.net



Vir: Zaposlitev.net, 2006.

PRILOGA 4: Spletni strani zaposlitvenega portala Delo.si zaposlitev

Print Preview

Page 1 of 4 100% Help Close

Vzglavniki Dormeo za vrhunsko spanje

2x Dormeo Memosan za 9.980 Sit (41,65 EUR) [kliknite tu!](#)

DELO.si ZAPOSLITEV

Neprijavljen: [GOST, CV ni vnes](#)
[Shranjeno](#) | [Zaposlitveni agenti](#) | [Moja zaposlit](#)

[splošno iskanje](#)
[iskanje po ključni besedi](#)
[VSE ZAPOSLITVE!](#)
[iskanje po podjetjih](#)
[zadnje ponudbe](#)
[najbolj vroče ponudbe](#)

Moje Delo
 Uporabnik:
 prijava nov vpis

Izpis zadnjih zaposlitvenih ponudb
 Najnovejše zaposlitvene ponudbe.

Prikaži 30 zaposlitvenih oglasov na strani. Zadetke lahko razvrščate s pritiskom na ime kolone.

podjetje	delovno mesto	objava
KLINIČNI CENTER LJUBLJANA	svetovalec IV (m/ž) 1000 Ljubljana	11.12.2006
KLINIČNI CENTER LJUBLJANA	svetovalec I - vodja računovodske službe (m/ž) 1000 Ljubljana	11.12.2006
KLINIČNI CENTER LJUBLJANA	zdravnik specialist interne medicine za potrebe Centra za vojne veterane, SPS Interna klinika (m/ž) 1000 Ljubljana	11.12.2006

start 6 Internet Explorer Document1 - Microsof... SL Links 9:14

delo.si zaposlitev - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites

Address http://zaposlitev.delo.si/iskanje.php?najdi=id&id=6798 Go Links

[splošno iskanje](#)
[iskanje po ključni besedi](#)
[VSE ZAPOSLITVE!](#)
[iskanje po podjetjih](#)
[zadnje ponudbe](#)
[najbolj vroče ponudbe](#)

Moje Delo
 Uporabnik:
 prijava nov vpis

bančni referent za pripravo dokumentacije (m/ž)

HYPO ALPE-ADRIA-BANK D.D.
 Dunajska cesta 117
 1000 Ljubljana

Kraj opravljanja dejavnosti: 1000 Ljubljana

Datum objave: 9.12.2006
 Datum poteka: 18.12.2006 (še 8 dni)

prijavi me na delovno mesto!

Opis predvidenih del in nalog
 Priprava in kontrola kreditnih pogodb in druge dokumentacije ter izpeljava kreditnih in depozitnih poslov.

Pogoji
 Pričakujemo: V. st. strokovne izobrazbe, poznavanje kreditnega procesa in instrumentov zavarovanja, najmanj 2 leti delovnih izkušenj s področja priprave kreditno-depozitne dokumentacije.

Rok za prijavo
 9 dni

Všečnost strani
☐ Zelo mi je všeč
☐ Ni mi všeč
☐ Lahko bi bila boljša
 glasuj

start 4 Internet Explorer 2 Microsoft Office ... Control Panel SL Links 9:58

Vir: Zaposlitev.delo.si, 2006.