

Witold Chmielarz*

ANALIZA WYKORZYSTANIA WORTALI REKRUTACYJNYCH W POLSCE

Zasadniczym celem niniejszego artykułu jest analiza możliwości użycia wortalu rekrutacyjnych na rynku pracy w Polsce. W pierwszej części artykułu przedstawiono kategoryzację i charakterystykę wortalu rekrutacyjnych. Następnie zaprezentowano badania dotyczące wortalu w Polsce z punktu widzenia potencjalnego klienta oraz firm używających Internetu w procedurze rekrutacji.

The main aim of the paper is to analyse the possibilities of using recruitment portals on the job market in Poland. In the first part of the paper, the recruitment portals are characterised and categorised. Then the results of the surveys about portals are described and commented on from the point of view of the potential client and e-recruitment firm.

Wprowadzenie

Polacy oceniają sytuację na rynku pracy negatywnie. Wg opinii wyrażonych w ankietach CBOS [1] 45% twierdzi, że pracę jest znaleźć trudno, a 39%, że nie można znaleźć żadnej pracy. 61% twierdzi, że warunki na rynku pracy są złe, a 46% liczy się z możliwością utraty pracy. Podobnie ponuro traktowana jest przyszłość rynków pracy: 47% twierdzi, że w ciągu najbliższego roku sytuacja na rynku pracy nie zmieni się, a 38%, że się nawet pogorszy. Rosnące bezrobocie sprawia, że pracy za pośrednictwem Internetu szukają już nie tylko informatycy i kadra menedżerska, ale także osoby nie korzystające na co dzień z komputera i Internetu. Ta sytuacja jest ogromną szansą dla wortalu z ofertami pracy [7]. Niestety, jakość usług wortalu jest przeważnie bardzo niska i wyraża się przeważnie: nieelastycznością oferty, niską jakością baz danych, rzadką aktualizacją, ograniczonymi możliwościami wyszukiwawczymi. W tej sytuacji

* Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski

priorytetem firm zajmujących się rekrutacją internetową powinno być doskonalenie oferowanego produktu. Jeżeli tego nie zrobią rynek zostanie zawłaszczony przez duże ogólnosiwiatowe serwisy, takie jak Monster.com, prowadzony przez firmę TMP Worldwide.

Spowodowane jest to bardzo dużą recesją na rynku i wciąż wzrastającym bezrobociem. Wiele osób w ciągu ostatnich miesięcy straciło pracę, a część firm ma poważne kłopoty [2]. Jeśli polski rynek się nie zmieni, z pewnością będziemy świadkami upadku kolejnych internetowych firm pośrednictwa pracy. W tej sytuacji największe szanse na przetrwanie mają wortal, które mają albo zapewniony dopływ środków zewnętrznych (zagraniczni właściciele, jak np. należąca do firmy Jobs & Adverts witryna jobpilot czy CV-Online), inwestorów z innych branż (serwis jobs.pl, w którym udział wykuł koncern medialny Orkla Press), albo dochody z innych form działalności (np. JobUniverse, prowadzony przez IDG Poland SA, wydawcę prasy komputerowej m.in. tygodnika Computerworld, czy firma HRK SA, utrzymująca się przede wszystkim z usług konsultingowych). Nic dziwnego, że w tej sytuacji portale poświęcone pracy rozpaczliwie poszukują sposobów podreperowania coraz bardziej kurczących się budżetów. Profilują swoje oferty, skupiając się na ogłoszeniach skierowanych do menedżerów wyższego szczebla (Top Jobs on the Net) albo do określonych grup zawodowych (JobUniverse). Szukają możliwości stworzenia wspólnej oferty wraz z firmami doradczymi. I tak JobUniverse rozpoczął współpracę z firmami HRK SA i Communication Partners (właściciel wortalu pracuj.pl oraz jobs.pl), oferuje wspólne usługi z firmą SLG Thomas International Poland Sp. z o.o. Dzięki tym aliansom zostaje wzbogacona nie tylko oferta biznesowa, ale także zawartość merytoryczna, która jest piętą achillesową wielu wortal.

Kilka firm zamierza wykorzystać swoje doświadczenia, związane z automatyzacją procesów selekcji, tworząc zespoły wdrażające systemy informatyczne wspomagające rekrutację. Od dwóch lat dostępny jest system zaprojektowany przez firmę jobs.pl, system Workflow firmy Jobs & Adverts, system znajdujący się w ofercie HRK S.A., oraz system CV Selector, wprowadzony na rynek przez CV-Online.

Kolejny problem to zaufanie potencjalnych klientów, tak istotne w przypadku działalności usługowej. Nie ma gwarancji, że klient, z powodzeniem korzystający z internetowej bazy CV, będzie zainteresowany usługami konsultingowymi, oferowanymi przez wortal. Prędzej zwróci się o pomoc do jednej z kilkudziesięciu firm specjalizujących się w projektach rekrutacyjnych. Podobnie zresztą będzie w przypadku wdrożeń systemów informatycznych do zarządzania procesem rekrutacyjnym. Specyfika polskiego rynku polega na tym, że coraz częściej rekrutacją internetową zajmują się w Polsce specjaliści z do-

świadczaniem w tradycyjnej rekrutacji. Problem, który wciąż jednak stoi na przeszkodzie rozwojowi Internetu w Polsce, a tym samym rozwojowi nowoczesnych narzędzi rekrutacyjnych jest niska dostępność oraz wysokie koszty.

Wyraźny wzrost osiągnęły m.in. firmy oferujące usługi związane z rekrutacją przez Internet, która sama w sobie nie jest usługą doradczą ale dość silnie oddziałuje na ten rynek. Podsumowując, w najbliższych latach można oczekiwać stabilizacji oferty i jej coraz większej specjalizacji a z drugiej strony szeregu nowych idei i produktów oraz większej dbałości o klienta. Natomiast Internet jest tym narzędziem, które na pewno pomoże w odniesieniu sukcesu.

Kandydaci do pracy mogą na stronach największych serwisów z ofertami pracy wypełnić swój życiorys, licząc na to, że pracodawca sam ich znajdzie. Jest to sytuacja analogiczna do tej, gdy aplikant wysłał CV do doradcy personalnego, by ten umieścił go w swojej bazie danych.

Analizy prowadzone przez wortal pracuj.pl wskazują, iż na jedną ofertę pracy umieszczoną w Internecie przychodzi średnio 31 aplikacji. Wszystkie oferty poddane badaniu były prezentowane w portalu przez dwa tygodnie. 2% odpowiedzi przyszło jeszcze w dniu opublikowania oferty. 17% - przez pierwsze trzy dni. W sumie w całym pierwszym tygodniu prezentacji oferty przyszło 63% aplikacji. Przeciętny kandydat ma 29 lat, 4 lub 5 lat doświadczenia zawodowego, zna język obcy i ma wykształcenie wyższe. Początek bieżącego roku wskazuje na dalszy dynamiczny rozwój polskiego rynku rekrutacji internetowej. Pojawiają się coraz to nowe oferty dla grup, które do tej pory nie miały czego szukać w serwisach [3].

Powyższe dane wskazują na fakt, iż oferty przedstawiane na wortalach cieszą się bardzo dużą popularnością i przyciągają bardzo dużą ilość zainteresowanych. Efektem ubocznym tegoż zjawiska może być fakt, iż może to odstraszać niekiedy działy personalne, podchodzące wciąż jeszcze nieufnie do możliwości stwarzanych przez Internet. Pracownicy działów kadr mogą obawiać się m.in., że zostaną zarzuceni mnóstwem aplikacji, z których jedynie nikły procent nadał się będzie do wykorzystania. Rzeczywiście niejednokrotnie zdarza się, że na ogłoszenie rekrutacyjne zamieszczone w sieci splywa zbyt dużo podań od kandydatów nie spełniających wymaganych kryteriów. Wszystkie liczące się serwisy pracy zdają sobie z tego sprawę i pomagają klientom uniknąć tego rodzaju sytuacji poprzez przeglądanie i odsyłanie do pracodawcy tylko tych kandydatur, które ściśle odpowiadają na wyznaczone wymagania.

Bardzo istotną grupę użytkowników wortalu stanowią studenci. Sopocka Pracownia Badań Społecznych przeprowadziła badania, z których jasno wynika, iż studenci IV i V roku oraz absolwenci czerpią informacje o rynku pracy przede wszystkim z prasy (62%) i Internetu (55%). Sieć wyprzedza gazety wśród stu-

dentów uczelni technicznych, ustępuje im natomiast na uczelniach ekonomicznych i uniwersytetach. Różnice te jednak są minimalne, co świadczy o tym, iż humaniści również sięgają do nowych technologii coraz chętniej. Popularność Internetu rośnie wraz z końcem studiów. Korzysta z niego 65% ludzi na piątym roku i 49% na czwartym. Ciekawym wydaje się fakt, iż miejsce zamieszkania nie ma wpływu na popularność tegoż środka rekrutacji. Badania wskazują, iż 54% studentów mieszkających na wsi korzysta z Internetu a o jeden procent mniej studenci mieszkający w ponad półmilionowych miastach. Jeśli chodzi o podział na płeć – niestety mężczyźni częściej przeglądają ogłoszenia internetowe niż kobiety (64% panów i 59% pań) [8].

Kolejną bardzo istotną grupę osób zainteresowanych rekrutacją internetową stanowią informatycy. Istnieją nawet specjalistyczne strony (np. mostwanted.com.pl czy jobuniverse.pl), na których publikowane są ogłoszenia adresowane do tej grupy pracowników. Warto tu podkreślić, że duże międzynarodowe koncerny z branży komputerowej wykorzystują Internet, by wynajdywać najlepszych kandydatów na całym świecie. To właśnie dzięki internetowej rekrutacji wielu polskich programistów pracuje teraz w centrali Microsoftu koło Seattle [3].

Zaobserwowano również wyraźny wzrost zainteresowania wortalami przez grupy związane z finansami, sprzedażą i marketingiem oraz administracją. Według agencji MMXI zajmującej się badaniem użytkowników internetu, ponad 2 miliony Europejczyków szuka pracy wykorzystując źródła online [4]. Problemem jest to, że stosunkowo niewiele, bo ok. 20%-30% osób czynnych zawodowo korzysta w Polsce z Internetu.

Charakterystyka przykładowego wortalu rekrutacyjnego

Na polskim rynku działa ponad trzydzieści różnych firm rekrutacyjnych korzystających z Internetu jako narzędzia wspomagającego proces rekrutacji. Niestety, niewiele z nich zainwestowało w stworzenie wortalu rekrutacyjnych w pełnym tego słowa znaczeniu. Zainteresowanie nimi zdecydowanie wzrosło w ciągu ostatnich kilku lat i będzie zapewne nadal wzrastać, co o w pewnym stopniu wiąże się ze wzrostem popularności samego Internetu w Polsce oraz tendencji do aktywnego szukania pracy. Serwisy internetowe firm rekrutacyjnych, można podzielić na kilka rodzajów:

- Firmy **outsourcingowe**, wykorzystujące Internet jako jedno ze źródeł nawiązywania kontaktów. Na stronach tych możemy znaleźć informacje o firmie rekrutacyjnej i jej usługach oraz zasady postępowania w przypadku chęci nawiązania współpracy. Porozumiewać się z firmą można za pomocą adresu e-mail. Na stronach tych ogłoszenia rekrutacyjne są tajne, tzn. że in-

formacja o potencjalnym pracodawcy jest tajna, jest tylko informacja o tym, na jakie stanowisko i w jakim mieście firma rekrutacyjna poszukuje specjalisty. Do tej kategorii zaliczyć można między innymi firmy headhunterskie. Są to m.in. firmy: naj.com.pl (uzyskała 12% głosów ankietowanych), bigram.com.pl (11%), jobcenter.com.pl (16%), job-net.com.pl (22%).

- **Tablice ogłoszeń** – strony, gdzie odbywa się rekrutacja internetowa jednostronna. Oznacza to, iż znajdziemy tam oferty pracy jawne (konkretne firmy zamieszczają ogłoszenia o naborze kadry), jednakże nie możemy na nie interaktywnie odpowiedzieć. Potencjalni pracownicy mogą jedynie wysłać swoją dokumentację aplikacyjną wg informacji w ogłoszeniu, czyli najczęściej na adres e-mailowy lub tradycyjną pocztą. Do tej kategorii zaliczają się następujące firmy: topjobs.pl – 26%, graton.pl – 23%, turnaround.pl – 6%).
- **Wortal rekrutacyjne** – firmy, które prowadzą rekrutację internetową dwustronną – zarówno firmy mogą się ogłaszać, jak i pracownicy interaktywnie mogą zgłaszać swoją chęć znalezienia pracy, przedstawienia swoich referencji czy też nawiązania kontaktu z pracodawcą bądź firmą rekrutacyjną poprzez stronę WWW. Każda firma, która prowadzi tego typu wortal, poza rekrutacją, redaguje również serwis informacyjny, gdzie gromadzona jest obszerna wiedza z zakresu rynku pracy, działalności działów personalnych, rekrutacji itp. Są to serwisy: jobs.pl – 32%, jobpilot.pl – 29%, jobaid.pl – 17%, hrk.pl – 15%, pracuj.pl – 24%, pracaonline.pl – 12%, cvonline.pl – 2%.

Wszystkie z wyżej wymienionych firm w mniejszym lub większym stopniu wykorzystują Internet do przeprowadzania rekrutacji, jednak zdecydowanie najbardziej profesjonalnie podchodzi do tego grupa trzecia, prowadząca portale pracowe w pełnym tego słowa znaczeniu. Dlatego też poniżej zostaną zaprezentowane strony wortalu i porównane w obszarach następujących:

- dane statystyczne informujące o roku powstania wortalu, ilości odślon miesięcznie, liczbie osób zarejestrowanych w systemie oraz liczbę firm poszukujących pracowników za pośrednictwem danego wortalu. Należy tu pamiętać, że dane (oprócz daty powstania wortalu) zmieniają się, nie należy więc ich traktować jako wartości stałe.
- prezentacja właściciela wortalu. Fakt ten wydaje mi się istotny, gdyż najczęściej firmy rekrutacyjne zatrudniają bardzo małą ilość osób, które wykonują bardzo dużo pracy i prowadzą firmę w sposób godny naśladowania,
- oferta dla pracodawców i pracowników – czyli co dana firma oferuje i czym zachęca użytkowników do korzystania.

Poniżej przedstawiono charakterystykę wybranego wortalu www.hrk.pl

Właścicielem wortalu jest Grupa HRK, w skład której wchodzi dwie firmy konsultingowe branży zarządzania kapitałem ludzkim: HRK S.A. oraz HRK Partners S.A. Wortal ten jest bardzo prężnie działającym systemem rekrutacyjnym. W sześć miesięcy po rozpoczęciu działalności ilość osób, która odwiedziła portal przekroczyła milion miesięcznie. Tak szybkim przyrostem oglądalności nie mógł się pochwalić żaden inny wortal funkcjonujący na polskim rynku. Warto wspomnieć, iż serwis ten zaistniał na rynku w okresie dekonjunktury i mimo ciężkiego rynku bardzo szybko osiągnął bardzo dobrą pozycję, która wciąż wzrasta.

Powstał w roku 2001¹, obecnie ilość odsłon strony przekracza 1,2 mln miesięcznie, posiada ponad 85 tys. zarejestrowanych kandydatów i ponad 170 ofert pracodawców.

Skierowany jest przede wszystkim do osób aktywnie poszukujących pracy. Kandydaci mogą korzystać z bazy przeszukiwania ogłoszeń internetowych. Przeszukiwanie ofert zamieszczonych w serwisie odbywa się poprzez zadane przez kandydata kryteria, co zapewnia wysoką trafność doboru. System umożliwia kontakt korespondencyjny z pracodawcami zamieszczającymi ogłoszenia w serwisie, dostarczanie na wskazany adres e-mailowy informacji o nowych ofertach pracy, a także umożliwia zamieszczanie CV w najbardziej dogodnej formie. Posiada rozbudowany system zabezpieczeń danych osobowych, a kandydat sam decyduje w jakim stopniu udostępnia swoje dane poszczególnym pracodawcom. Oferty pracy adresowane są głównie do kandydatów z doświadczeniem zawodowym, specjalistów i kierowników średniego i wyższego szczebla zarządzania wszystkich branż. System został przygotowany w taki sposób, by informacje przekazywane potencjalnym pracodawcom na temat kandydata miały jednolitą i usystematyzowaną formę. W ten sposób pracodawcy korzystający z serwisu otrzymali narzędzie wspierające cały proces rekrutacji. Umieszczanie ogłoszeń w Internecie jest w dużej mierze zautomatyzowane, dzięki czemu użytkownik ma pełną kontrolę nad formą, treścią i czasem ich emisji. Właściwe wykorzystanie systemu pozwala nie tylko zamieszczać ogłoszenia, ale jednocześnie zarządzać całym procesem rekrutacyjnym. Wszystkie zgłoszenia mogą być realizowane poprzez system, co gwarantuje, że nadesłane dokumenty kandydatów są pełne oraz w jednolitej formie. Wortal pozwala pracodawcom emitować ogłoszenia rekrutacyjne w Internecie, zamawiać ogłoszenia rekrutacyjne w prasie, przeszukiwać bazę danych kandydatów. Ponadto pracodawcy mogą w sposób łatwy i szybki zarządzać procesem rekrutacyjnym, czyli prowa-

¹ październik 2002 r.

dzić korespondencje z kandydatami, zamieszczać notatki i bieżącą ocenę umiejętności kandydatów oraz archiwizować dane po zakończeniu rekrutacji.

Wykorzystanie wortalu rekrutacyjnych do poszukiwania pracy w Polsce

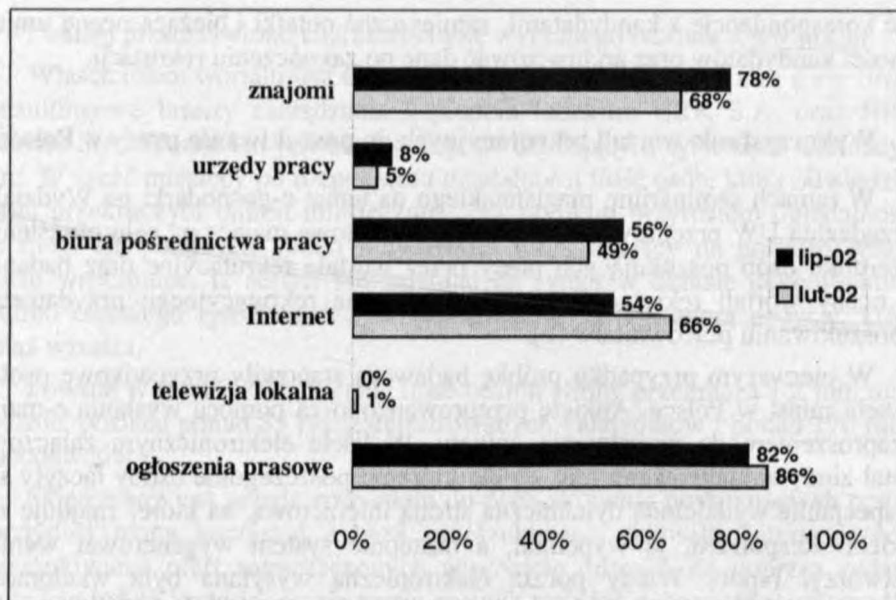
W ramach seminarium magisterskiego na temat e-gospodarki na Wydziale Zarządzania UW przeprowadzono badania ankietowe mającą na celu określenie wizerunku osób poszukujących pracy przez portale rekrutacyjne oraz badania nt. oceny wortalu rekrutacyjnych jako narzędzia rekrutacyjnego przydatnego w poszukiwaniu pracowników [5].

W pierwszym przypadku próbkę badawczą stanowiły przypadkowe osoby z wielu miast w Polsce. Ankietę przeprowadzono za pomocą wysłania e-maila z zaproszeniem do wypełnienia ankiety. W liście elektronicznym załączony został zindywidualizowany link, dzięki któremu poszczególne osoby łączyły się ze specjalnie wydzieloną dynamiczną stroną internetową, na której znajduje się ankieta. Respondent ją wypełniał, a następnie system wygenerował wyniki i stworzył raport. Wtedy pocztą elektroniczną wysyłana była wiadomość o aktualnych rezultatach z linkiem do strony, na której się one znajdują. Ankietę wypełniło 191 osób. Badanie powtórzono w pół roku później – została wypełniona przez 104 osoby.

Ankietę wypełniło więcej kobiet 74% (60%)², większość ankietowanych posiada wykształcenie wyższe 27% (35%) oraz wyższe zawodowe – licencjat 42% (22%). 22% (15%) ankietowanych zadeklarowało, że posiada wykształcenie średnie, natomiast 14% (9%) - pomaturalne. W badaniu nie wzięły udziału osoby mające wykształcenie podstawowe i zawodowe³. Większość badanych to ludzie w wieku 25-35 lat 54% (66%) oraz młodzi ludzie w wieku 19-24 lata 33% (24%). Ankietę wypełniła jedna osoba będąca w wieku powyżej 60 lat (0%) oraz nie wypełnił nikt poniżej 18 lat. Większość ankietowanych stanowiły osoby pracujące w bardzo dużych firmach zatrudniających powyżej 500 pracowników 51% (56%), natomiast bezrobotnych było 16% (7%). 72% (63%) ankietowanych mieszka w bardzo dużych miastach oraz 18% (26%) w miastach mających od 10 do 100 tysięcy mieszkańców.

² w nawiasach podano liczby z wcześniejszego terminu badania

³ wykształcenie zawodowe zadeklarowała 1 osoba, co daje wynik 0,72% - można więc uznać że wynik ten jest nieistotny.

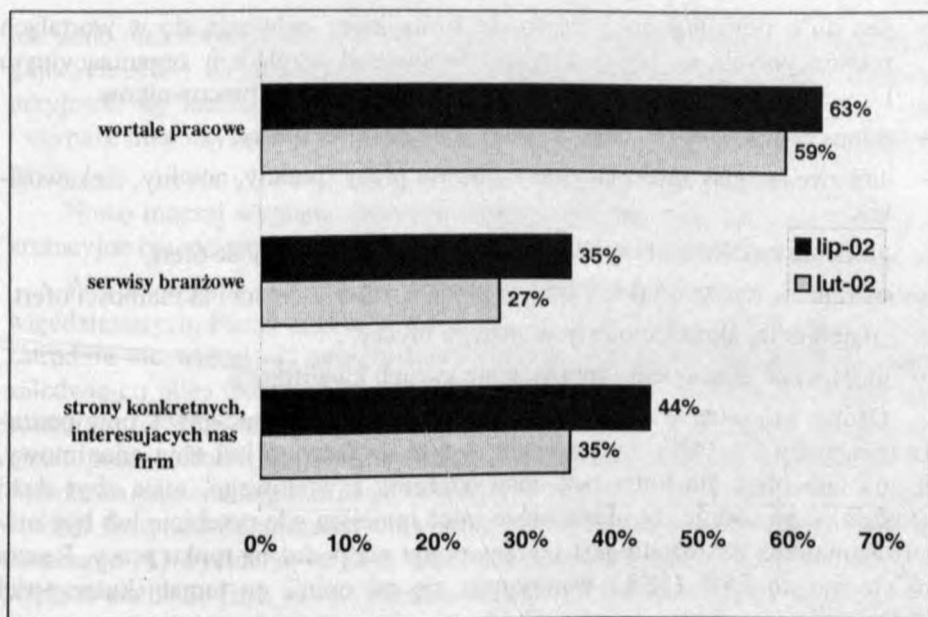


Rys.1. Miejsca poszukiwania pracy.

Źródło: na podstawie badań własnych oraz [5]

Powyższy wykres potwierdza ogólnie panującą opinię, iż najbardziej popularnymi źródłami ofert są ogłoszenia prasowe 82% (86%), tzw. znajomości i szukanie pracy wśród znajomych 78% (68%) oraz Internet 54% (66%). Najmniej popularna jest telewizja lokalna 0% (1%) oraz urzędy pracy 8% (5%).

Spośród próby badanych, 87% (93%) osób zadeklarowało że ma dostęp do Internetu, z tego 71% (73%) osób korzysta z Internetu, ale tylko 5% (7%) znalazło poprzez wortale rekrutacyjne pracę. Osoby, które szukają pracy poprzez Internet, zagląдают na następujące strony, przedstawione na poniższym wykresie.



Rys.2. Rodzaje stron www przeszukiwanych w trakcie poszukiwania pracy.
Źródło: na podstawie badań własnych oraz [5]

Wortal rekrutacyjne, wg powyższego wykresu, są najczęściej – bo aż w 63% (59%) - odwiedzanymi stronami WWW podczas poszukiwania pracy poprzez Internet. Inne miejsca, gdzie ludzie szukają pracy w Internecie, to strony konkretnych firm, które stanowią niejako obiekt zainteresowania kandydata 44% (35%) oraz serwisy branżowe, związane z zakresem zainteresowań zawodowych danej osoby 35% (27%).

W opinii respondentów zapytanych, czy według nich wortal rekrutacyjne stanowią dobrą metodę szukania pracy, 45% (37%) ankietowanych stwierdziło, że tak. Swoją odpowiedź najczęściej motywowali w następujący sposób:

- dostęp do ogromnej bazy danych ofert i firm,
- umożliwia szybką orientację, co się dzieje na rynku pracy,
- pewność, że przeglądane dane są aktualne,
- łatwość w wyszukiwaniu ofert poprzez przeglądarki;
- tanio, szybko i dużo możliwości (kontakt z firmą, informacje o pracodawcy i jego wymaganiach, dostępne formy aplikacyjne on-line itp.),
- można w każdej chwili aktualizować swoje CV,

- jest duże prawdopodobieństwo, że firmy które ogłaszają się w portalach rekrutacyjnych są lepiej zorganizowane pod względem organizacyjnym i o ugruntowanej pozycji na rynku – są atrakcyjne dla pracowników,
- miejsce, gdzie można najwcześniej znaleźć nowe oferty,
- ciekawe serwisy informacyjne z zakresu pracy (porady, nowiny, ciekawostki),
- globalne możliwości oraz łatwość dostępu i różnorodność ofert,
- portale są lepsze od prasy pod względem częstotliwości i aktualności ofert,
- „najbardziej aktualne oferty w zasięgu myszy”,
- możliwość samooceny, sprawdzanie swoich kwalifikacji,

Osoby, które nie wierzą w przydatność portali rekrutacyjnych przy poszukiwaniu pracy 6% (4%) motywowały to tym, iż Internet jest zbyt anonimowy, nie ma tam ofert dla ludzi bez doświadczenia zawodowego, mają zbyt dużo zgłoszeń co powoduje, że oferta może mieć mniejszą siłę przebicia lub być niezauważona oraz że obecnie jest wyższy popyt niż podaż na rynku pracy. Reszta ankietowanych 35% (38%) wstrzymała się od opinii na temat skuteczności e-rekrutacji.

W badanej próbie najpopularniejsze z wykorzystywanych portali rekrutacyjnych są portale:

- jobpilot.pl 41% (37%),
- jobs.pl 36% (40% głosów),
- take-it.com.pl i pracuj.pl 33% (30%),
- grafton.pl 28% (28%),
- topjobs.pl 27% (29%),
- job-net.com.pl 23% (25%),
- naj.com.pl 21% (16%),
- joaid.pl i hrk.pl (20%),
- jobcenter.com.pl 15% (19%),
- turnaround.pl 5% (7%) oraz jobuniverse.pl 5% (3%).

Podsumowując, ankieta przeprowadzona na losowo wybranej próbie ludzi wykazała, iż portale rekrutacyjne bardzo szybko osiągnęły popularność, zważywszy na fakt, iż jest to dość nowa metoda szukania pracy, wciąż jeszcze nie w pełni wykorzystana. Zastanawiającym jest jednak fakt, że tak mały procent osób znalazło pracę poprzez portale. Nasuwa się myśl iż zbyt mały popyt jest

tak samo niekorzystny jak zbyt duży, gdyż małe grupy pracowników firm obsługujących oferty na stronach WWW prawdopodobnie nie są w stanie dokładnie przyrzeć się każdej przychodzącej ofercie. Jest to zapewne duży problem i czynnik niekorzystnie wpływający na jakość i dobrą opinię wortalu rekrutacyjnych.

Nieco inaczej wygląda sprawa z drugim punktem spojrzenia na wortal rekrutacyjne tzn. od strony firm wykorzystujących je w praktyce gospodarczej.

W Polsce firmy doradztwa personalnego zaistniały na początku lat dziewięćdziesiątych. Firmy doradcze w Polsce są raczej małe – ponad połowa z nich zatrudnia nie więcej niż sześciu konsultantów, więcej niż dwadzieścia osób – zaledwie co piąta. Największa może zaoferować zespół trzydziestu pięciu konsultantów. Średnio firmy do zagadnień pozyskiwania pracowników przeznaczają pięciu pracowników, do doradztwa organizacyjnego czterech. Przeciętna firma doradztwa personalnego istnieje na naszym rynku około sześciu lat. Ostatnie badania Instytutu Zarządzania w swoim raporcie o rynku Usług Doradztwa Personalnego [6] wykazują, że firm takich na polskim rynku jest około 200. Największe siedlisko firm jest w Warszawie, dlatego też ze względu na lokalizację można podzielić je na dwie podkategorie: Warszawa – 62% oraz inne miasta (Łódź, Kraków, Górny Śląsk, Trójmiasto, Poznań, Wrocław, Lublin) – 38%.

Wszystkie firmy oferują całe pakiety usług, co wskazuje na małą specjalizację na tym rynku. Wśród dodatkowego zakresu działalności przeważają szkolenia oferowane przez niemal 62% badanych – kolejny dowód na brak specjalizacji. Badania prowadzi ponad 22% firm. Ciekawym zjawiskiem jest to, że dwukrotnie częściej firmy spoza Warszawy zajmuje się badaniami niż warszawskie. Działalnością wydawniczą zajmuje się zaledwie niespełna 10% a innymi usługami doradczymi 30% firm. Najczęściej jest to doradztwo prawne, doradztwo ogólnoeconomiczne lub strategiczne, ale również np. obrót nieruchomościami, outsourcing, konsultacje psychologiczne i doradztwo marketingowe. Firmy spoza Warszawy mają szerszy wachlarz oferty, odpowiednio 17% prowadzi działalność wydawniczą i 42% inne usługi co świadczyć może o zbyt płytkim rynku na usługi doradztwa personalnego i wywoływać potrzebę poszerzenia działalności.

Część wniosków wysnutych przez Autorów raportu Instytutu Zarządzania potwierdzają wyniki ankiet przeprowadzonych na Wydziale Zarządzania UW. Ankietę, podobnie jak poprzednią, została przeprowadzona przy pomocy Internetu poprzez umieszczenie strony WWW, której link został rozesłany e-mailem do 24 firm rekrutacyjnych, najczęściej odwiedzanych przez klientów. Niestety, firmy dość sceptycznie podeszły badaniom i zaledwie dziewięć z nich pomogło mi w zebraniu danych. Niektórzy przedstawiciele firm wyjaśnili, iż obawiają się

konkurencji stosującej często tzw. nieczyste chwytty mające na celu zniszczenie konkurentów i odmawiali wypełnienia ankiety. Mimo to wyniki wydają się jednak odzwierciedlać obecną sytuację na rynku pracy, dlatego też zostały poniżej pokrótce przedstawione.

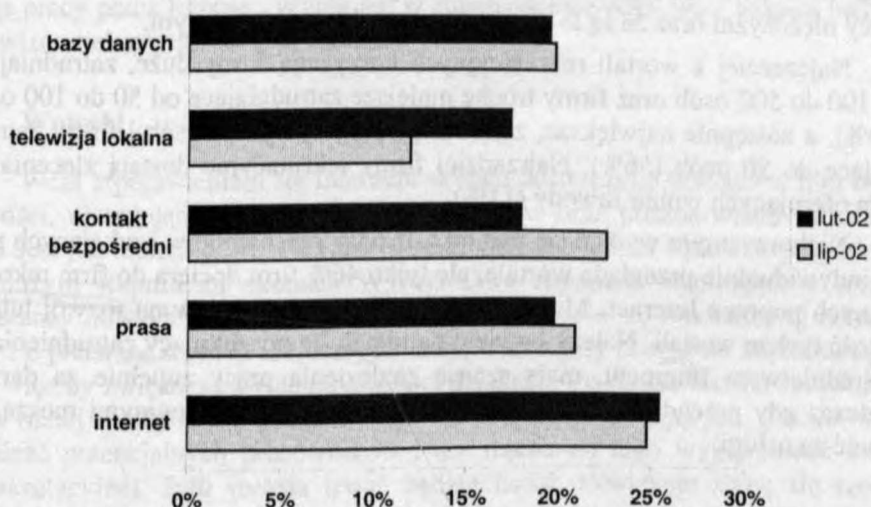
Za niewątpliwe pozytywne cechy wortali, w sensie ich przydatności do obsługi procesu rekrutacyjnego uznano:

- wygodny sposób współpracy (19% spośród badanych),
- szerokie rzesze odbiorców (18%),
- dostęp 24-godzinny (17%),
- możliwości techniczne oraz obniżenie kosztów rekrutacji (16%),
- powszechność zastosowania (14%).

Z badań wynika też, że Internet jako narzędzie rekrutacyjne wykorzystuje 26% firm badanych, co daje mu przewagę nad innymi sposobami rekrutacji. Pozostałe narzędzia wykorzystywane są niemalże w równym stopniu. Zaskoczeniem jest, iż kontakt bezpośredni (*executive search*) uzyskał tylko 18% głosów, gdyż wg badań Instytutu Zarządzania jest to najlepsze narzędzie rekrutacyjne. Wynika to zapewne z faktu, iż firmy specjalizujące się w wyszukiwaniu kandydatów poprzez kontakt bezpośredni - są bardzo dyskretne w swoich działaniach i to one najmniej chętnie biorą udział w tego typu badaniach

W ankiecie zbadano też na jakie stanowiska najczęściej poszukuje się specjalistów z danych branż. Najczęściej poszukiwani są:

- przedstawiciele handlowi (90% firm rekrutacyjnych zadeklarowało takie projekty),
- informatycy i programiści, pracownicy działów finansowo-księgowych oraz sekretarki, asystentki i recepcjonistki (79% deklaracji),
- 67% firm zadeklarowało, że poprzez swoje wortale wyszukuje bądź oferuje pracę dla najwyższego szczebla kierowniczego. Wynik ten znacząco różni się od ogólnej opinii panującej na rynku pracy, iż poszukiwanie najwyższej kadry poprzez wortale nie sprawdza się w praktyce.



Rys.3. Wykorzystanie narzędzi rekrutacyjnych w poszukiwaniu pracowników.
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych oraz [5]

W procesie rekrutacji badane firmy deklarowały, że Internet jest przez nie wykorzystywany przede wszystkim do:

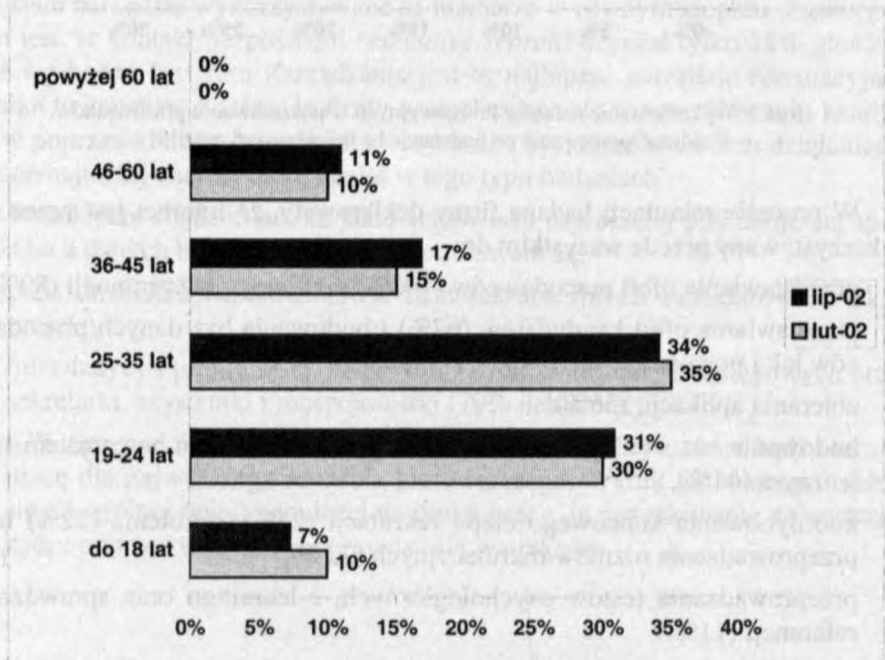
- przedstawiania ofert pracodawców (100%) i reklamy oraz promocji (89%),
- przestawiania ofert kandydatów (67%) i budowania baz danych pracodawców jak i pracowników (67%),
- zbierania aplikacji, (56%),
- budowania baz wiedzy związanej z tematyką zarządzania potencjałem społecznym (44%),
- koordynowania końcowego etapu rekrutacji (25%), szkolenia (22%) oraz przeprowadzanie rozmów rekrutacyjnych (22%),
- przeprowadzania testów psychologicznych, e-learningu oraz sprawdzania referencji (11%).

Ponad 50% firm stwierdziło, że Internet wspiera funkcję HR całościowo i na każdym etapie rekrutacji, jest inwestycją opłacalną, która nie wiąże się z większymi nakładami finansowymi, niż inne środki stosowane, a koszt ogłaszania się w Internecie jest znacznie niższy niż poprzez inne, tradycyjne już sposoby. 11% firm łączy się z Internetem przez modem, reszta posiada łącza

stałe. 89% firm zadeklarowało, iż częściej za pośrednictwem wortalu szukają pracy mężczyźni oraz że są to osoby z wykształceniem wyższym.

Najczęściej z wortalu rekrutacyjnych korzystają firmy duże, zatrudniające od 100 do 500 osób oraz firmy trochę mniejsze zatrudniające od 50 do 100 osób (89%), a następnie największe, zatrudniające powyżej 500 osób i firmy zatrudniające do 50 osób (56%). Najrzadziej firmy rekrutacyjne dostają zlecenia od firm oferujących wolne zawody (11%).

Niekorzystnym wydaje się być fakt, iż 68% pracowników szukających pracy indywidualnie przegląda wortal, ale tylko 46% firm dociera do firm rekrutacyjnych poprzez Internet. Może to mieć niekorzystny wpływ na rozwój lub na jakość tychże wortalu. Należy bowiem pamiętać, że poszukujący zatrudnienia za pośrednictwem Internetu, mają szansę znalezienia pracy zupełnie za darmo, podczas gdy pracodawcy współpracujący z firmami rekrutacyjnymi muszą zapłacić za usługi.



Rys.4. Struktura wiekowa osób korzystających z wortalu w poszukiwaniu pracy.

Źródło: na podstawie badań własnych oraz [5]

Potwierdza się ogólne przekonanie, iż najczęściej z wortalu rekrutacyjnych korzystają ludzie w wieku 25-35 lat oraz ludzie szukający pracy po raz pierwszy,

czyli 19-24 lat. Badanie wykazało, że ludzie w wieku powyżej 60 lat nie poszukują pracy przez Internet. Wynik ten w zupełności się pokrywa z ankietą badającą wizerunek użytkowników wortalu.

Wnioski

Wraz z pojawieniem się Internetu szybko dostrzeżono tkwiące w nim możliwości, ułatwiające pozyskiwanie pracowników oraz poszukiwanie zatrudnienia. Jest już niemal pewne, że proces rekrutacji przebiegał będzie w przyszłości w dużym stopniu na stronach WWW. Dwa czynniki, wynikające z recesji w branży nowych technologii, determinują rozwijanie się internetowej rekrutacji. Po pierwsze serwisy rekrutacyjne mają trudniejszy dostęp do kapitału, łączą się więc by zwiększyć swoje możliwości działania. Po drugie recesja sprawia, że jest mniej kandydatów poszukiwanych a więcej poszukujących. Łatwo więc znaleźć potencjalnych pracowników i nie trzeba do tego wynajmować firmy e-rekrutacyjnej. Jeśli recesja trwać będzie nadal, akwizycje staną się rzeczą normalną. Serwisy bogate w kapitał będą kupować te, które są w danym momencie dobre i popularne, ale nie mają pieniędzy na dalszy rozwój.

Wszystko wskazuje na to, że tradycyjne formy rekrutacji (czasopisma, urzędy pracy) zyskały poważnego konkurenta – Internet. Coraz łatwiejszy dostęp do sieci oraz dużo niższe koszty rekrutacji, przyczynią się w najbliższej przyszłości do całkowitego opanowania rekrutacyjnego rynku pracy przez nowoczesne rozwiązania.

Źródła

1. <http://www.cbos.org.pl>,
2. <http://www.pracuj.pl>,
3. <http://www.hrm.pl/czytelnia/art.php?a=19F1546CE3D467A9C12>,
4. <http://www.kadry.info.pl/tekst/4460.htm>, z dnia 30.08.2001,
5. J. Jaśkiewicz, *Rekrutacja internetowa – portale rekrutacyjne jako nowe narzędzie w procesie rekrutacji*, WZ UW, Warszawa, 2002,
6. *Rynek Usług Doradztwa Personalnego w roku 2000 r.* (edycja II) raport Instytutu Zarządzania,
7. *Praca dla pośredników*, Computerworld, nr 37 z dn. 4.09.2001, str. 44-45,
8. *Student – internauta*, 8.06.2001 r., <http://www.jobuniverse.pl>.