

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

**Nina Naglič**

**VIRTUALNI TRG DELOVNE SILE**

**Ljubljana, 2004**

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

**NINA NAGLIČ**

Mentor: prof. dr. Ivan Svetlik

**VIRTUALNI TRG DELOVNE SILE**

**DIPLOMSKO DELO**

Ljubljana, 2004

## ***Zahvala***

*Za kakovostno mentorsko vodenje, svetovanje in usmerjanje pri diplomski nalogi se iskreno zahvaljujem svojemu mentorju g. dr. Ivanu Svetliku.*

*Zahvaljujem se tudi svoji družini, ki me je vzpodbujala in mi pomagala skozi vsa leta mojega študija.*

## KAZALO

1. UVOD.....	6
2. OPREDELITEV TRGA DELOVNE SILE.....	8
2.1. Trendi na trgu delovne sile.....	9
2.2. Značilnosti pridobivanja kadrov.....	10
3. VPLIV TEHNOLOGIJE NA TRG DELOVNE SILE.....	16
3.1. Virtualnost in e-poslovanje.....	17
3.2. Raba interneta.....	19
4. VIRTUALNI TRG DELOVNE SILE.....	22
4.1. Zaposlovanje preko interneta.....	22
4.2. Vidik iskalcev zaposlitve.....	25
4.2.1. Iskanje potencialnih delodajalcev.....	26
4.2.2. Pregled ponudbe del.....	28
4.2.3. Mreženje.....	28
4.2.4. Priprava in distribucija rezimeja.....	30
4.3. Vidik ponudnikov zaposlitve.....	33
4.3.1. Kako pritegniti potencialne iskalce zaposlitve? .....	35
4.3.2. Kako zadovoljiti njihove potrebe po informacijah?.....	36
4.3.3. Kako jih prepričati, da se prijavijo na oglas?.....	37
4.3.4. Kako izmed prispelih prijav izbrati pravega kandidata?.....	38
5. VZPOSTAVITEV STIKA.....	40
6. PREDNOSTI IN SLABOSTI UPORABE INTERNETA KOT ZAPOSLOVITVENEGA KANALA.....	42
6.1. Prednosti in slabosti za delodajalce.....	42
6.2. Prednosti in slabosti za iskalce zaposlitve.....	46
7. POSLEDICE VIRTUALNEGA TRGA DELOVNE SILE.....	49

7.1. Zmanjševanje stopnje brezposelnosti.....	49
7.2 Večja produktivnost.....	50
7.3. Večja neenakost plač.....	51
7.4. 'Odliv' vs. 'priliv' možganov.....	51
7.5. Globalna delovna sila.....	52
8. PRIHODNOST VIRTUALNEGA TRGA DELOVNE SILE.....	54
9. PREDSTAVITEV ZAPOSLOVNIH PORTALOV V SLOVENIJI.....	56
10. ZAKLJUČEK.....	60

## LITERATURA

## 1. UVOD

Zadnjih nekaj let so številne inovacije na področju informacijske in komunikacijske tehnologije, pripeljale do novih relacij med akterji na trgu delovne sile, ter s tem vplivale tudi na sam trg. Uveljavljati so se začele nove oblike dela in delovnega procesa. Delo na daljavo in teledelo sta se z Internetom, kot osrednjim produktom informacijsko-komunikacijske tehnologije, hitreje uveljavila. Prednosti Interneta, kot npr. hitrost, časovno neomejen dostop do informacij, geografska neomejenost, nizki stroški..., so najprej izkoriščali strokovnjaki z informacijskega področja. Z enostavnostjo uporabe pa se je Internet bliskovito razširil tudi med laično populacijo.

Z uporabo Interneta pri delu, nastanku virtualnih timov in organizacij se postavlja vprašanje, ali se lahko tudi trg delovne sile prenese na Internet. V Sloveniji različne agencije za posredovanje zaposlitev in tudi Zavod RS za zaposlovanje že nekaj let objavljajo prosta delovna mesta preko Interneta. Zadnjih nekaj let pa smo priča nastanku novih zaposlitvenih portalov, ki delujejo izključno preko Interneta, njihova naloga pa je ažurno obveščanje iskalcev zaposlitve o možnostih zaposlitve in iskanje najprimernejših kandidatov za zaposlitev.

Zaposlovanje preko Interneta tako pomeni večjo konkurenčnost med delodajalci, saj lahko vsi iskalci zaposlitve vidijo in primerjajo ponudbe različnih delodajalcev. Torej je Internet oblikoval virtualni ali e-TDS, ter s tem pospešil tekmo iskanja talentov.

Menim, da je zato tradicionalni način iskanja dela v primerjavi z internetnim, postal prepočasen in predrag. Zaradi tega je obstoj tradicionalnega – institucionalnega trga delovne sile vprašljiv, kar je tudi osrednja tema diplomske naloge.

V diplomski nalogi pa si zastavljam še eno vprašanje in sicer ali Internet kot zaposlitveni kanal favorizira bolj izobražene iskalce zaposlitve, torej ali ima bolj kvalificirana delovna sila z uporabo Interneta večje možnosti najti primerno zaposlitev kot nekvalificirana delovna sila.

V prvih treh poglavjih se tako ukvarjam z opredelitvijo trga delovne sile ter spremembami, ki so nastale pod vplivom nove informacijsko-komunikacijske tehnologije. Podrobneje so podane tudi opredelitve Interneta, virtualnosti in elektronskega poslovanja.

Četrto in peto poglavje opredeljujeta zaposlovanje preko interneta z dveh vidikov; z vidika delodajalca in z vidika iskalca zaposlitve ter vzpostavitev prvega kontakta med obema akterjema. Predstavljen je način iskanja zaposlitve oziroma delavca; torej kako dostopamo do želenih informacij ter na kaj moramo biti pri tem pazljivi.

V šestem, sedmem in osmem poglavju sem navedla prednosti in slabosti iskanja zaposlitve oziroma delavca preko interneta; družbene in ekonomske posledice, ki jih povzroča takšen način zaposlovanja ter razvoj virtualnega trga delovne sile v prihodnje.

V zadnjem poglavju pa sem predstavila pojav virtualnega trga delovne sile v Sloveniji ter nekatere večje zaposlitvene portale. Predvsem pa poskušam ugotoviti, ali Slovenija dovolj hitro sledi državam, kjer je zaposlovanje preko Interneta že ustaljena praksa.

## 2. OPREDELITEV TRGA DELOVNE SILE

Vsak posameznik prej kot slej pride do točke, ko mora poskrbeti za lastno finančno preživetje. To v večini primerov pomeni, da se zaposli, s tem pa vstopi na trg delovne sile. Splošna definicija opredeljuje trg delovne sile kot prostor, kjer se srečujeta ponudba in povpraševanje. Torej iskalci ter ponudniki zaposlitve. Iskalci na trgu ponujajo svoje delo, sposobnosti, znanja in izkušnje, delodajalci pa delovna mesta, s tem pa tudi možnost preživljanja in boljše življenje. V nadaljevanju pa so navedene še bolj strokovne definicije trga delovne sile, ki so jih podali njegovi opazovalci.

Samuelson je trg delovne sile opredelil kot strukturo treh elementov. Prvič, kot povpraševanje po delovni sili, drugič, kot ponudbo delovne sile in tretjič, kot srečevanje med obema, katerega rezultat je cena delovne sile. Povpraševanje po delovni sili sestavljata aktualno povpraševanje (prosta delovna mesta) in realizirano povpraševanje (zasedena delovna mesta), ponudbo delovne sile pa sestavljajo realizirana ponudba (vsi zaposleni delavci), aktualna ponudba (iskalci zaposlitve oziroma brezposelni) in potencialna ponudba (osebe ki ne iščejo zaposlitve, vendar bi pod določenimi pogoji delale) (Samuelson v Svetlik, 1985).

Klasična definicija opredeljuje trg delovne sile kot "mehanizme in institucije, preko katerih se srečujeta ponudba delovne sile in povpraševanje po njej" (Loveridge in Mok v Ignjatovič, 2002a:2). Vendar pa je ta definicija v stabilnem obdobju razvitih kapitalističnih družb<sup>1</sup> pokrivala le dejansko interakcijo med ponudbo in povpraševanjem, torej ožji oziroma aktivni del tega področja. Glede na definicijo bi lahko rekli, da je bila večina zaposlenih na trg delovne sile vključena posredno, saj so se posamezniki zaradi vseživljenjske zaposlitve le malokrat neposredno pojavili na njem. Vendar pa so spremembe v gospodarstvu vplivale tudi na trg delovne sile. Tako so posamezniki bolj pogosto in dlje na aktivnem delu trga delovne sile. S tem pa se povečujeta pretok in dinamika znotraj trga (Ignjatovič, 2002a).

---

<sup>1</sup> Za to obdobje je značilno, da je zaposlitev za nedoločen čas pomenila doživljenjsko zaposlitev (Ignjatovič, 2002a).



Bolj znano definicijo je podal tudi Jensen, ki je trg delovne sile opredelil kot "osrednjo institucijo v moderni družbi, v kateri prek njej lastnih mehanizmov potekajo procesi izoblikovanja, interakcije in uravnavanja dveh dokaj abstraktnih kategorij – ponudbe in povpraševanja po delovni sili" (Jensen v Ignjatovič, 2002a:3). Šele s posamezniki, ki nastopajo kot akterji teh dveh funkcij in nosilci različnih kulturnih in socialnih vzorcev obnašanja, dobi trg svojo končno obliko in pomen v določeni družbi. Pomen trga delovne sile namreč določajo tako posamezniki<sup>2</sup> kot družba<sup>3</sup> v celoti (Ignjatovič, 2002a).

Trg delovne sile tako vpliva na oblikovanje določene socialne strukture, blaginjo sodobnih družb ter položaj posameznika v družbi, njegovo možnost preživljanja in izbiro določenega življenjskega stila (Ignjatovič, 2002a).

### ***2.1. Trendi na trgu delovne sile***

Tako kot je industrijska revolucija s svojimi izumi korenito zaznamovala 19. stoletje, je konec 20. stoletja pripadel informacijski revoluciji. Hitremu tehnološkemu napredku ni videti konca, njegove razsežnosti pa so presegle vsa pričakovanja. Nova tehnologija korenito spreminja naš vsakdanjik in tudi področje dela ni nobena izjema. Spremembam se niso izognili niti dejavniki, ki vplivajo na trg delovne sile.

Na trg delovne sile pomembno vplivajo demografski dejavniki. Dejstvo je, da se prebivalstvo, zaradi nizke stopnje rodnosti in daljše življenjske dobe posameznika, prehitro stara. Trend staranja je značilen predvsem za Evropo, tudi za Slovenijo. 'Baby-boom' generacija se bo kmalu upokojila, kar bo pomembno vplivalo na vse sektorje v gospodarstvu. Odhod te generacije s trga delovne sile bo najbolj opazen med leti 2005 in 2020 (Booker in Luce, 2002). Na zalogo aktivne delovne sile pa bo vplivala tudi nizka stopnja rodnosti, ki je značilna za zadnji dve desetletji. Pričakujemo lahko torej pomanjkanje mladih.

---

<sup>2</sup> Posamezniki določajo pomen trga delovne sile z nastopanjem na njem ter so bolj ali manj odvisni od aktivnosti, ki je na trgu delovne sile najbolj cenjena, to je delo (Ignjatovič, 2002a).

<sup>3</sup> Družba s pomočjo ekonomskih in socialnih kriterijev določa ceno dela, ga sankcionira in omejuje v obliki družbeno priznanega dela (Ignjatovič, 2002a).

Prihod mladih na trg delovne sile omejuje tudi daljše šolanje, ki ima vse večji pomen. Z izobraževanjem si zagotovijo večje možnosti zaposlovanja, stabilnost zaposlitve in višjo plačo. Izobraževanje pa ni omejeno samo na mlade, ampak postaja osnovno za celotno delovno silo s ciljem čim bolj zadovoljiti zahtevam na trgu delovne sile. Vseživljenjsko in post-sekundarno izobraževanje postajata nuja, da bi lahko v današnjem spreminjajočem se gospodarstvu, ki temelji izključno na znanju, ostali konkurenčni. Tudi nova tehnologija naj bi ustvarjala nove priložnosti za visoko usposobljene delavce, neugodno pa bi vplivala na delavce z nižjo stopnjo izobrazbe in usposobljenosti.

Vseživljenjskemu izobraževanju in usposabljanju, že dalj časa, dajejo prednost tudi na Zavodu RS za zaposlovanje, saj je med brezposelnimi kar 45,3% posameznikov, ki so brez strokovne izobrazbe<sup>4</sup>. V ta namen so organizirali več programov in delavnic, da bi se čim več brezposelnih odločilo za vključitev v enega od njih ter si tako povečali možnost zaposlitve. Tako se je v letu 2002 15,2% (15.558) brezposelnih, ki so bili prijavljeni na zavodu, vključilo v te programe. Na Zavodu opozarjajo, da se povečanje zaposljivosti brezposelnih oseb, vključenih v programe izobraževanja in usposabljanja, ugotavlja na daljši rok<sup>5</sup> (Dani in drugi, 2003). Kljub temu pa je opazno zmanjšanje deleža brezposelnih brez strokovne izobrazbe z 47% v letu 2002 na 45,3% do maja 2003 (Zavod RS za zaposlovanje, 2003).

Da bi torej posamezniki in organizacije lahko uspeli v tem obdobju nepredstavljivega tehnološkega razvoja in vse večje konkurence, morajo biti pripravljeni na lasten razvoj ter sprejem novih spretnosti in pristopov.

Spreminja se tudi koncept zaposlovanja. Trend vseživljenjske zaposlitve izginja, pojavljajo pa se spreminjajoče se kariere, kjer posameznik zamenja več zaposlitev. Posameznik naj bi tako v svojem življenju zamenjal od 8 do 10 zaposlitev ([www.mb.hrhc-drhc.gc.ca](http://www.mb.hrhc-drhc.gc.ca)).

---

<sup>4</sup> "Strokovna izobrazba ali formalnopravna izobrazba zaposlene osebe je stopnja izobrazbe, pridobljene s končano ustrezno šolo, z opravljenim izpitom ali s priznanjem na osnovi dela. Zaposlena oseba jo lahko izkaže na osnovi splošne formalnopravne dokumentacije: diplome, spričevala, odločbe" ([www.stat.si/letopis/2002/12\\_2002/12-02.htm](http://www.stat.si/letopis/2002/12_2002/12-02.htm), 2002).

<sup>5</sup> Vmesno ugotavljanje uspešnosti z vidika zaposlovanja pa kaže, da se je v dveh mesecih po zaključku zaposlilo 38,6% udeležencev Klubov za iskanje zaposlitve, 18,3% udeležencev Programov izpopolnjevanja in usposabljanja, 72,3% udeležencev Delovnega preizkusa, 41,7% udeležencev usposabljanja z delom brez delovnega razmerja, 18% vključenih v "Program 5000" (Dani in drugi, 2003:31).

V Sloveniji je ta številka veliko nižja. Iz raziskave M. Ferjana (glej tabelo 2.1.) je razvidno, da se je največji delež vprašanih (34,6%) zaposlil pri sedanjem delodajalcu pred več kot desetimi leti. Več kot polovica vprašanih pa pri sedanjem delodajalcu vztraja že več kot pet let. To vztrajnost lahko razumemo tudi kot željo po napredovanju v podjetju, saj je povprečen čas za napredovanje nekje od tri do pet let.

Tabela 2.1.: *Kako pogosto Slovenci menjamo službo?*

	Odgovori	Število	Delež (%)
Veljavni	Pred manj kot letom	155	15,2
	Pred več kot 1 letom	148	14,5
	Pred več kot 3 leti	170	16,7
	Pred več kot 5 leti	175	17,2
	Pred več kot 10 leti	352	34,6
	Ni odgovora	16	1,6
	Neveljaven odgovor	2	0,2
	Skupaj	1018	100,0
neveljavni odgovori skupaj		57	
		1075	

(vir: Ferjan, 2003: "Nekatere značilnosti pridobivanja kadrov v Sloveniji". Organizacija, 36, 1, str. 14-22.)

Pri ugotavljanju mobilnosti delavcev je potrebno razlikovati dve vrsti mobilnosti; mobilnost med delovnimi statusi in mobilnost med delovnimi mesti. Pri prvi gre za inter-organizacijsko mobilnost, kjer posameznik zamenja organizacijo in s tem delodajalca. Pri drugi pa gre za intra-organizacijsko mobilnost, kjer posameznik ne zamenja delodajalca temveč delovno mesto. Delavec lahko zamenja delovno mesto vertikalno, torej napreduje ali je degradiran, in horizontalno, torej je premeščen na drug oddelek na istem nivoju v organizaciji. Rezultati večletne raziskave so pokazali, da je statusna mobilnost in mobilnost med delovnimi mesti bolj verjetna med mladimi, moškimi in bolj izobraženimi delavci (Svetlik, 1997).

Zaključimo lahko, da Slovenci neradi menjavamo službe, vendar pa odstotek tistih, ki to bolj pogosto počnejo, nikakor ni zanemarljiv.

Standardne oblike dela (pogodba za nedoločen čas, delo s polnim delovnim časom) izginjajo, v ospredje pa vse bolj stopajo nestandardne oblike dela t.j. skrajšan ali polovičen delovni čas, delo po pogodbi, teledelo, začasna dela in samozaposlitev. Pričakuje se, da bodo spremembe, kot so fragmentacija dela, vrnitev v šolo, delo od doma, delo v virtualnih pisarnah, teledelo in telekonference, v prihodnosti normalni

vzorci dela ([www.mb.hrdc-drhc.gc.ca](http://www.mb.hrdc-drhc.gc.ca)). Te bolj fleksibilne oblike zaposlitve, naj bi predstavljale prednost tako za delodajalce kot delavce oziroma iskalce zaposlitve.

Med iskalci zaposlitve bodo pridobili predvsem tisti posamezniki, ki se niso mogli vključiti v standardne oblike dela, torej gospodinje, invalidi, starejši delavci (O'Reilly, 2001). Z uvajanjem novih organizacijskih in zaposlitvenih strategij in ukrepov bi se povečala učinkovitost podjetja, saj bi podjetje tako lažje obdržalo ključne delavce ter v podjetje privabilo nove strokovnjake. Fleksibilnost pa delovni sili pomeni predvsem večjo svobodo, avtonomnost in individualnost pri prehajanju na trg delovne sile ali z njega (Ignjatovič, 2002a).

V prihodnosti lahko torej zagotovo pričakujemo večjo fleksibilnost trga delovne sile. S tem mislimo na "ukrepe, ki omogočajo hitrejše prilagajanje in reagiranje na informacije iz okolja; torej kot ukrepe, ki odstranjujejo ovire za nemoteno delovanje idealnega trga delovne sile" (Ignjatovič, 2002a:42). Spremenile pa se bodo tudi socialne in potrošniške potrebe, ki so usmerjene predvsem na izobraževanje, nastanitev, zdravstveno varstvo, finančne storitve in aktivnosti v prostem času.

## ***2.2. Značilnosti pridobivanja kadrov***

Zadnjih nekaj let v Sloveniji beležimo porast števila prijavljenih potreb po delavcih (glej tabelo 2.2.). Ta porast ni nujno posledica odpiranja novih delovnih mest, ampak je lahko rezultat večkratne objave istega delovnega mesta, kar pomeni, da je bilo eno in isto delovno mesto skozi leto večkrat oglaševano. Podjetje je delavca zaposlilo, vendar ga je po preteku preizkusne dobe (ponavadi treh mesecev) odpustilo, ali pa je delavec sam dal odpoved in zaposlilo novega delavca.

Leta 2001 pa je zabeležen upad števila potreb in je po vsej verjetnosti pogojen s previdnostjo delodajalcev pri zaposlovanju delavcev, na kar je vplivala upočasnitev gospodarske rasti (Letno poročilo Zavoda RS za zaposlovanje, 2001). Upadanje števila prijavljenih potreb po delavcih je razvidno tudi iz tabele 2.2.

Tabela 2.2: Število prijavljenih potreb po delavcih v Sloveniji

Leto	1992	1993	1994	1995	1996
Število	82331	108808	150868	155220	157200
Leto	1997	1998	1999	2000	2001
Število	133824	142632	148494	154911	143149

(vir: Statistični letopis RS 2001 v Ferjan (2003):"Nekatere značilnosti pridobivanja kadrov v Sloveniji". Organizacija, 36, 1, str. 14-22.)

Konec oktobra 2002 je bilo v Sloveniji registrirano 889.643 delovno aktivnih prebivalcev, od tega je 104.449 oseb brezposelnih. Stopnja registrirane brezposelnosti je tako znašala 11,6%.

Kljub upadu števila prijavljenih potreb pa organizacije še vedno zaposlujejo. Razlog za to je lahko vse večje število zaposlitev za določen čas, kar povečuje fluktuacijo delovne sile. Posamezniki so torej pogosteje izpostavljeni procesu menjave delovnih mest tako znotraj organizacije kot med organizacijami. S pogostejšim pojavom posameznikov na trgu delovne sile pa se poveča fleksibilnost le-tega.

Vse bolj postaja pomemben učinkovit proces pridobivanja kadrov, s katerim privabimo najprimernejše potencialne sodelavce. V proces pridobivanja tako sodi iskanje, izbor in vključitev posameznika v organizacijo (Ivanovich v Ferjan, 2003). Armstrong pa ga razčleni v tri faze: definiranje nujno potrebnih lastnosti kadrov, katere želimo pridobiti, vabljenje kandidatov in selekcija kandidatov (Armstrong v Ferjan, 2003).

Organizacije lahko kandidate za zaposlitev iščejo na internem in eksternem trgu. Za kateri način pridobivanja kadrov se bodo vodilni odločili, pa je odvisno od naslednjih kriterijev:

- stroški pridobivanja kadrov (Transakcijska teorija stroškov pravi, da obstajajo tržne razlike stroškov, če se transakcije odvijajo znotraj organizacije ali na odprtem trgu. Torej profitna podjetja na notranjem trgu izvršujejo tiste transakcije, ki bi na zunanjem trgu stale veliko več. Vendar pa je internet stroške transakcije na zunanjem trgu zmanjšal ter s tem povečal medorganizacijsko kooperacijo (Star Issue Report N. 7, 2001)).
- verjetnost, da najdemo pravega (Po Stiglerjevi teoriji iskanja zaposlitve bo iskalec zaposlitve na neki točki<sup>6</sup> iskanje prekinil ter med ponujenimi zaposlitvami sprejel

<sup>6</sup> Delavec bo nehal iskati, ko bo mejni vložek iskanja enak mejnemu dohodku iz te investicije.

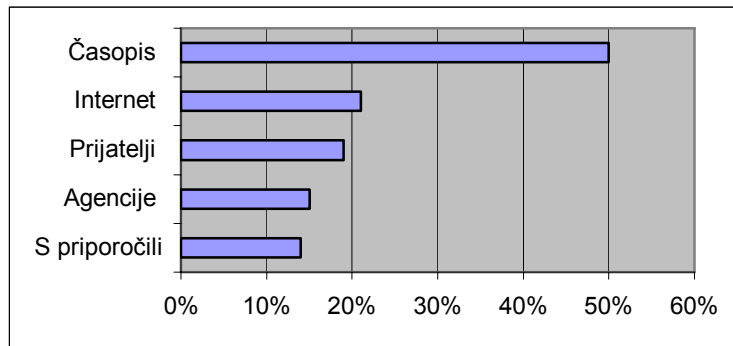
najboljšo (Star Issue Report N. 7, 2001). Enako velja tudi za podjetja. Na neki točki se bodo odločili za najboljšega kandidata med izbranimi, pa čeprav lahko ne bo imel vseh potrebnih in želenih kvalifikacij).

- čas, porabljen za pridobitev ustreznega kandidata (Da pri delovnem procesu ne bi prišlo do izpada, je potrebno prazno delovno mesto čimprej zapolniti).
- število kandidatov, ki jih obravnavamo v postopku pridobivanja (Ferjan, 2003).

Organizacije pa, ne glede na kriterije pridobivanja kadrov pri iskanju, dajejo vedno večji pomen izobrazbi. V letu 2001 so tako delodajalci v Sloveniji prijavili 30,5% potreb za zaposlitev delavca ali pripravnika s I. in II. stopnjo izobrazbe, 34,3% potreb za III. in IV. stopnjo izobrazbe, 18,1% potreb za V. stopnjo izobrazbe, 4,5% potreb za VI. stopnjo izobrazbe ter 12,5% za VII. stopnjo izobrazbe. Kljub temu, da je večina potreb za zaposlitev za I. in II. stopnjo izobrazbe, pa je s takšno izobrazbo brezposelnih več oseb, kot je možnosti za zaposlitev. Zavod za zaposlovanje je najbolj tipičen vir, kadar se kaže potreba po kadrih s V. stopnjo izobrazbe (Zavod RS za zaposlovanje, 2001).

Kljub raznim virom in kriterijem pridobivanja kadrov pa se veliko organizacij odloči, da bo delovno mesto zapolnila preko osebnih virov. Torej preko znancev. To je potrdila tudi raziskava, kjer so ugotovili, da je presenetljivo velik delež vprašanih za potrebo delodajalca izvedelo preko osebnih virov (Ferjan, 2003). Razlogi za to so lahko zopet stroški, ki so v tem primeru zanemarljivi, zelo kratek čas iskanja in majhno število kandidatov. Za tako pridobljene kadre pa je značilno, da so organizaciji bolj lojalni, manj nagnjeni k fluktuaciji in čutijo večjo potrebo po dokazovanju sposobnosti. Slabost takšnega načina pridobivanja kadrov pa so klike. To so neformalne skupine znotraj organizacije, ki delujejo v interesu svojih članov ter ponavadi v nasprotju s cilji organizacije (Možina, 1998). Ta trend je značilen predvsem za Slovenijo, v svetu pa še vedno dominirajo časopisi.

Graf 2.1.: "Kanali, ki se uporabljajo pri iskanju zaposlitve"



Vir: iLogos Research (1999): "Lessons from the global 500". str. 4.

[www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1999/secure/intex.php](http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1999/secure/intex.php) .

Po raziskavi iLogos Research (glej graf 2.1.) bo torej polovica iskalcev zaposlitve za iskanje uporabila časopis. Zanimivo je, da je uporaba Interneta pri iskanju nove zaposlitve kar na drugem mestu z 21% . Internet se zaradi nižjih stroškov, geografske in časovne neomejenosti vse bolj uveljavlja. Organizacije lahko na Internetu poleg tega, da objavijo oglas o prostem delovnem mestu, podrobneje predstavijo tudi sebe ter kaj potencialnemu izbranemu kandidatu ponujajo.

### 3. VPLIV TEHNOLOGIJE NA TRG DELOVNE SILE

Že pred več kot desetimi leti sta futurista Beck in Toffler napovedovala novo informacijsko dobo, ki bo sledila industrijski dobi. Toffler je informacijsko dobo opisal kot piramidno strukturo moči, ki temelji na nekaj posameznikih na vrhu, ki imajo dostop do informacij ter vplivu dostopnosti informacij na ostalo populacijo; predvsem na spremembe vedenja in povpraševanja (Toffler v O'Reilly, 2001).

Informacijsko-komunikacijska tehnologija na trg delovne sile vpliva že s samo infrastrukturo te tehnologije, saj omogoča video-konference, teledelo, e-poslovanje. Tudi Internet kot vir informacij ima neposreden vpliv, posamezniki in organizacije se lažje pozicionirajo na trgu delovne sile. Posredni vpliv na trg delovne sile pa se vrši preko gospodinjstev, privatnega sektorja in države. Vsi trije akterji vplivajo na ponudbo in povpraševanje na trgu delovne sile in na delovanje tega trga s tem, ko uvidijo možnosti, ki jih tehnologija prinaša t.j. možnost dela na domu, 'outsourcing', nižji transakcijski stroški (Star Issue Report N. 7, 2001).

Z eksplozijo informacijsko-komunikacijske tehnologije je nastalo zelo konkurenčno globalno tržišče, ki hitro spreminja podobo delovnih mest in samega dela. Delo lahko nemoteno poteka 24 ur na dan, kar se kaže v razširjanju področja poslovanja kot tudi v vse večji konkurenčnosti. Pojav virtualnih organizacij, virtualnih pisarn, avtomatiziranega dela na tekočem traku, brez-sobnih srečanj in nederarne transakcije, oznanjuje velike spremembe tako v našem zasebnem kot poklicnem življenju. Tehnologija kot so računalniki, Internet, sistemi elektronskega prenosa podatkov, faksi, mobilni telefoni, osebne komunikacijske naprave in sateliti, omogočajo premagovanje velikih razdalj ter s tem omogočajo nemoteno in časovno neomejeno komunikacijo ([www.mb.hrhc-drhc.gc.ca](http://www.mb.hrhc-drhc.gc.ca)).

Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije je tako prodrla tudi na področje ravnanja s človeškimi viri, kar je povzročilo njegovo decentralizacijo. Tako lahko najdemo programe, ki so namenjeni ugotavljanju potreb po kadrih, omogočajo sistematično analizo kandidatov za zaposlitev<sup>7</sup>, oblikovanje primerne sistema plač in

---

<sup>7</sup> Na osnovi računalniško vodenih vprašalnikov in testov (Zupan, 2003).



nagrajevanja (Dhar in Stein v Zupan, 2003). Nove informacijsko-komunikacijske tehnologije, kot je Internet, omogočajo transakcije na trgu dela, torej usklajevanje ponudbe in povpraševanja ter sam proces dela, ki se lahko odvija v virtualnem svetu. Predpostavimo lahko celo, da se bodo s pomočjo elektronskih računalniških mrež faze celotnega procesa trga delovne sile prenesle na Internet in druge informacijsko-komunikacijske tehnologije (Star Issue Report N. 7, 2001).

### ***3.1. Virtualnost in e-poslovanje***

Zaradi vse večjega uvajanja informacijsko-komunikacijske tehnologije v podjetja se spreminjata tako delo samo kot tudi način opravljanja dela. S tem mislimo predvsem na elektronsko poslovanje, ki ne pomeni samo hitrejše in cenejše opravljanje dela, ampak predvsem konkurenčno prednost na trgu.

Pojem e-poslovanja obsega:

- način dela - elektronska izmenjava podatkov
- vsebine poslovanja - blago, storitve, plačevanje, pred- in poprodajne aktivnosti, delovanje državnih organov in javnih služb...
- tri skupine udeležencev - podjetja in podjetniki; državne, javne službe ter posamezniki, ki so potrošniki in porabniki. Poslovanje poteka znotraj teh skupin in med njimi. (Toplinšek, 1998).

Definicija e-poslovanja po mnenju Evropske komisije se torej glasi: "Elektronsko poslovanje je katera koli oblika poslovne transakcije, v katerih stranke delujejo elektronsko, namesto da bi si pošiljale 'telesna sporočila' ali da bi bile v neposrednem stiku" (Toplinšek, 1998:4). Ključna je torej uporaba informacijske tehnologije, ki omogoča prenos in hranjenje podatkov v elektronski obliki.

Uvajanje e-poslovanja na vseh področjih je v polnem zagonu, zato smo tudi priča več vrstam e-poslovanja: e-trgovanje, storitve na daljavo, logistično obvladovanje tokov, pred in poprodajne dejavnosti, e-bančništvo, e-finančni prenosi, delo na daljavo, e-založništvo, e-zavarovalništvo, e-ponudbe, e-vloge, e-arbitraža, e-borzno poslovanje, e-poslovanje državnih in javnih služb ter mnoge druge oblike.

Vsaka vrsta e-poslovanja ima svoje posebnosti, vendar pa imajo tudi značilnosti, ki so jim skupne. Tako so splošne sestavine e-poslovanja: elektronsko sporočilo, odprta omrežja, koristni in škodljivi stranski učinki se pojavljajo hkrati, zasebnost in mir, demokratičnost informacijske družbe, potrošnik-uporabnik, intelektualna lastnina, država in navidezni oziroma virtualni prostor (Toplinšek, 1998).

Nadaljnje uvajanje e-poslovanja pa lahko močno ovira pomanjkanje ustrezne zakonske ureditve, kar lahko povzroči splošno pravno negotovost. Zato je nujno zagotoviti pravno varnost najširše uporabe e-poslovanja v domačem in mednarodnem gospodarstvu. Na Centru Vlade za informatiko že dalj časa poteka projekt z naslovom "Pravna ureditev elektronskega poslovanja", v sklopu katerega skušajo najti ustrezne odgovore glede avtorstva, lastoročnega podpisa... (Center Vlade za informatiko, 2003).

E-poslovanje se torej odvija v nekem ne-fizičnem oziroma virtualnem okolju, ki si ga s težavo predstavljamo. Virtualnost je torej način organiziranja in vodenja in ne samo uporaba informacijske in komunikacijske tehnologije.

Pojem lahko delimo na štiri skupine:

- Pomeni lahko nerealno ali nekaj, kar izgleda realno (umetna resničnost).
- Pomeni lahko nematerialno, nekaj kar se lahko izrazi s komunikacijsko in informacijsko tehnologijo. Torej nekaj kar fizično ne obstaja, ampak je ustvarjeno z informacijami in podatki.
- Pomeni lahko nekaj kar je samo navidezno prisotno, nekaj kar v resnici ni prisotno, bi pa lahko postalo prisotno, če bi se pojavila potreba po tem.
- Pomeni lahko tudi nekaj kar obstaja, vendar se nenehno spreminja. Na primer, mreža organizacijskih enot sicer obstaja, vendar so njene povezave z okolico in partnerji lečasne. Taka organizacija se nenehno spreminja, zato ne moremo določiti njenih meja. Tipični primer so tudi virtualne skupine, kjer se članstvo v skupini nenehno menja in spreminja, poleg tega je pa lahko geografsko porazdeljena (Pultie in Vig v Bavec, 2002).

In kaj je tisto kar omogoča vstop v virtualnost in s tem tudi e-poslovanje? Gre za najbolj priljubljen produkt informacijsko-komunikacijske tehnologije – Internet.

Internet oziroma tudi omrežje bi lahko opredelili kot največje računalniško omrežje na svetu. Danes ima Internet več kot 100 milijonov 'hoast' računalnikov, ki omogočajo povezave osebam ali podjetjem, s tem pa je tudi postal ogromen mednarodni informacijski sistem (Criscito, 2000). Je pomemben komunikacijski, zabaviščni, izobraževalni in zaposlitveni medij, ki deluje neodvisno od časa in prostora ter je socialno, politično in versko nevtralen. Vendar pa od njega ne moremo pričakovati popolnosti, saj se nenehno spreminja in razvija, kar povzroča neljube zastoje ali celo rušenje delov sistema.

Uporaba informacijske tehnologije in z njo povezano elektronsko izmenjavanje sporočil ter hranjenje pomembnih dokumentov v digitalni obliki v vsakodnevem gospodarskem in upravnem poslovanju je vse večja in z uveljavitvijo Interneta dobiva še močnejši zagon.

### ***3.2. Raba interneta***

Internet je v zadnjih desetih letih doživel strm vzpon ter se je zaradi svoje univerzalnosti uveljavil kot vodilni interaktivni medij v svetu. Zaradi množice storitev, ki jih Internet ponuja, se zanj zanimajo tako posamezniki kot podjetja.

Zanimivi podatki, ki jih mnogi iščejo so, koliko posameznikov sploh uporablja Internet? Kdo so uporabniki Interneta? In zakaj ga uporabljajo?

Točnega števila uporabnikov Interneta zaradi njegovega nenehnega širjenja ne moremo opredeliti, zato so pri NUA Internet Surveys na podlagi več raziskav ponudili 'znanstveni približek'. Septembra 2002 naj bi Internet imel 605.60 milijonov uporabnikov po celem svetu (glej tabelo 3.1.). Od tega je največ uporabnikov v Evropi, Aziji ter Kanadi in ZDA (Nua Internet Surveys, 2002).

Tabela 3.1.: "Število uporabnikov Interneta"

Afrika	6.31 milijonov
Azija	187.24 milijonov
Evropa	190.91 milijonov
Srednji Vzhod	5.12 milijonov
Kanada in ZDA	182.67 milijonov
Latinska Amerika	33.35 milijonov
<b>SKUPAJ</b>	<b>605.60 milijonov</b>

Vir: Nua Internet Surveys (2002): "How many online".

Na [www.nua.ie/surveys/how\\_many\\_online/](http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/).

Zanimivo je, da kljub dejstvu, da je Amerika 'zibelka' Interneta, je ta v Evropi bolj razširjen. Opazno pa je, da po številu uporabnikov prevladujejo razvite kapitalistične države.

Uporabniki Interneta niso več samo visoko izobraženi posamezniki z visokimi dohodki, kot je bilo to značilno na začetku. Internetna populacija se vse bolj generalizira. Dejstvo pa je, da prevladuje mlajša generacija<sup>8</sup> (iLogos Research, 1999), ki lažje in hitreje akceptira spremembe na področju nove tehnologije.

Prevlada mladih je značilnost tudi slovenskih uporabnikov Interneta. Tako so na RIS-u leta 2000 prišli do naslednjih ugotovitev. Med uporabniki Interneta so prevladovali moški (61%), ter starostna skupina med 18 – 30 let (53%). Glede na zaposlitev pa so prevladovali zaposleni (57%), sledi pa jim skupina, ki se šola (37%). Glede na izobrazbo so bili uporabniki Interneta višje izobraženi (48%). 63% vprašanih je uporabljalo Internet vsak dan, 33% pa skoraj vsak dan. Kot razloge uporabe Interneta pa so navedli: iskanje splošnih informacij (69%), osebne potrebe in hobiji (68%), poslovne potrebe (59%), raziskovalno delo (57%), zabava (45%) ter drugo (Filipovič, 2001).

Raziskava RIS-a iz leta 1997 o e-poslovanju v slovenskih podjetjih je tudi ponudila zanimive rezultate. Sredi leta je spletno stran na Internetu imelo 22% med 860. velikimi podjetji, 14% med 1375. srednje velikimi podjetji in 9% med 4843. malimi podjetji.

<sup>8</sup> Pri Computer Economics v ZDA predvidevajo, da bo do leta 2005 kar 77 milijonov mladoletnikov uporabljalo Internet (iLogos Research, 1999).

Med vsemi podjetji pa so Internet najbolj pogosto uporabljali za oglaševanje (25%), zelo majhen delež pa ga je uporabljalo za finančne transakcije, večina pa ni nikoli, ali pa le včasih, uporabila Internet za iskanje kadrov (Lozar in Vehovar 1997).

Vendar pa želja po uporabi Interneta v poslovne ali komunikacijske namene ni dovolj, da bi se število uporabnikov Interneta povečevalo. Celo nasprotno, saj se v Sloveniji nakazuje zmanjšanje števila uporabnikov, kljub temu da izstopa po razširjenosti osebnih računalnikov glede na EU povprečje ter da je zelo odprta za uporabo nove tehnologije (Vehovar, 2000). Zmanjševanje števila uporabnikov naj bi bila posledica predvsem previsokih cen uporabe, zapletenosti uporabe, prepočasnega dostopa in sindroma "to ni za mene". Tako je Slovenija na področju uporabe in dostopa do Interneta pod povprečjem EU za sedem do osem odstotkov (Vehovar v Sta, 2003).

Kot smo videli, tudi trg delovne sile ni imun na vplive informacijsko-komunikacijske tehnologije. Internet se je tako infiltriral v izobraževanje, poslovanje in zasebno življenje, kar je že samo po sebi revolucija širjenja informacij (O'Reilly, 2001). Tako so Internet ob koncu prejšnjega stoletja, začeli uporabljati v zaposlitvene namene. S tem, ko so nanj prenesli ponudbo delovne sile in povpraševanje po njej, pa so ustvarili virtualni trg delovne sile ter novo obliko e-poslovanja (e-kadrovanje).

#### **4. VIRTUALNI TRG DELOVNE SILE**

Tehnološki napredek, spremembe pri družbenem vedenju, demografski premiki in novi ekonomski pogoji temeljito spreminjajo strukturo trga delovne sile. Oblikoval se je nov trg delovne sile, ki omogoča nov način sinergije med delodajalci in iskalci zaposlitve. Med vsemi mediji se je tako najbolj uveljavil Internet, ki je priljubljen pri obeh skupinah ter s tem postavil nove mejnike procesa zaposlovanja.

Nov način zaposlovanja označujejo:

- Prošnje za zaposlitev se pošiljajo kar preko telefonskih linij (faks, Internet)
- Na ta način poslane prošnje se lahko optično preberejo, organizirajo in razvrstijo glede na kategorije ter shranijo na računalnik. Prošnje lahko tako v trenutku najdemo.
- Nastajajo ogromne podatkovne baze rezimejev, ki usklajujejo posameznike in delovna mesta.
- Zaposlitveni oglasi se pojavljajo na ekranih domačih računalnikov (Lain Kennedy, 1995).

Način iskanja zaposlitve, kot smo ga bili vajeni do sedaj, se umika novim pravilom iskanja dela, ki temeljijo predvsem na telekomunikacijski tehnologiji. Kot posledica vplivov informacijsko-komunikacijske tehnologije na trg delovne sile in pojava virtualnih organizacij se je izoblikoval virtualni trg delovne sile. Gre torej za trg na katerem virtualne, pa tudi tradicionalne organizacije, iščejo in locirajo potrebne resurse za svoj obstoj (Star Issue Report N. 7, 2001).

##### ***4.1. Zaposlovanje preko Interneta***

Kot so pokazali zgoraj navedeni rezultati, večina podjetij v Sloveniji uporablja Internet za oglaševanje. Ta trend je opazen tudi v svetu. Med raznimi stvarmi, ki se na Internetu oglašujejo, so tudi prosta delovna mesta. Podjetja se takšnega načina oglaševanja

poslužujejo predvsem zaradi nižjih stroškov zaposlovanja<sup>9</sup>, možnosti takojšnje objave oglasa za prosto delovno mesto, ki je lahko na Internetu tudi do 60 dni, medtem ko je v časopisu samo en dan. Naslednja pomembna prednost Interneta je geografska neomejenost, saj omogoča vpogled vsem, ki imajo računalnik in modem. Tako podjetja privabijo veliko število pravih kandidatov.

Pomembnost uporabe Interneta pri iskanju zaposlitve je opazna v naprednih kapitalističnih državah. Populacijska raziskava iz leta 1999 v desetih članicah EU je pokazala, da je kar 39% vseh prebivalcev pri iskanju nove zaposlitve uporabilo Internet. Odstotek pa je bil v Skandinavskih državah še višji<sup>10</sup>(Star Issue Report N. 7, 2001).

S pomočjo novejših raziskave<sup>11</sup> na tem področju, izvedene v osmih evropskih državah, so ugotovili, da kar 66% uporabnikov Interneta, uporabljajo Internet pri iskanju nove zaposlitve, 74% uporabnikov Interneta pa raje uporablja časopis (Star Issue Report N. 7, 2001).

1999 leta so v ZDA opravili raziskavo o tem, koliko podjetij uporablja Internet za pridobivanje novih kadrov. Izkazalo se je, da so podjetja leta 1999, opravila 15% zaposlitev preko Interneta po vsem svetu, do konca leta 2000 pa naj bi število naraslo na 25% (Sturm v McCool, 2000).

Kje se torej v Sloveniji nahajajo ponudbe o prostih delovnih mestih na Internetu? Podjetja lahko na Internetu oglašujejo na različnih lokacijah:

- na lastni spletni strani organizacije
- na direktorijih in iskalnikih, pod rubriko – zaposlovanje ([www.matkurja](http://www.matkurja) , [www.siol.net](http://www.siol.net) , [www.najdi.si](http://www.najdi.si) ...)
- na straneh zaposlitvenih agencij, ki imajo podatkovne baze prostih delovnih mest (Adecco, Profil, Atama, ....). Te agencije so tradicionalna podjetja, ki se predstavljajo na spletnih straneh.

---

<sup>9</sup> Thomas Weisel trdi, da so povprečni stroški zaposlovanja preko Interneta \$152 na zaposlitev, stroški zaposlovanja na tradicionalen način (oglaševanje, iskanje preko agencij, zavoda za zaposlovanje ...) pa so \$1.383 na zaposlitev (Weisel v McCool, 2000).

<sup>10</sup> Na Finskem 62% in na Danskem 56% (Star Issue Report N. 7, 2001).

<sup>11</sup> Raziskavo je izvedlo podjetje Pro Activ International leta 2000.

- Na zaposlitvenih portalih, ki delujejo kot virtualne agencije za zaposlovanje ([www.svetlakariera.com](http://www.svetlakariera.com) , [www.zaposlitev.net](http://www.zaposlitev.net) , [www.honorarci.com](http://www.honorarci.com) , [www.borzadela.com](http://www.borzadela.com) ).

Leta 1997 so v ZDA, na Bestjobsusa.com<sup>12</sup> opravili raziskavo, kakšne zaposlitve se preko Interneta najpogosteje iščejo. Rezultati so prikazani v tabeli 4.1. (Licht, 1997). Vidimo lahko, da je bil takratni trend zaposlovanja usmerjen na področje trženja oz. prodaje, tesno pa mu je sledilo povpraševanje po delu na informacijskem področju. Povpraševanje po takšnem delu si lahko razlagamo z dejstvom, da večina podjetij uporablja Internet v oglaševalne namene, kjer predstavljajo sebe in svoje proizvode, ter dejstvu da je Internet del informacijske tehnologije. Torej naj bi bilo pričakovati veliko ponudb za to področje.

Tabela 4.1: *Iskalci zaposlitve preko Interneta 1997 leta*

prodaja	29%
Informacijska tehnologija	22%
Management	16%
Razno (pisarniška dela, strežba)	11%
Profesije (bančništvo, finance, zavarovalništvo)	10%
Strojništvo	8%
Zdravstvena oskrba	4%

(vir: Licht, 1997: "Internet Recruiting, are you reaping all the benefits?". [www.bestjobsusa.com](http://www.bestjobsusa.com))

Kdo pa so tisti, ki iščejo zaposlitev s pomočjo Interneta? Boyle je iskalce zaposlitve preko Interneta, ne glede na izobrazbo oziroma področje iskanja, razdelil na štiri skupine:

- V prvo skupino sodijo nesrečni delavci oziroma nezaželeni delavci, ki si želijo zagotoviti obstanek na trgu delovne sile.
- V drugo skupino sodijo radovedni oziroma delavci, ki zelo pogosto menjajo delovna mesta. Imenujemo jih tudi 'job-hoppers'.
- V tretji skupini so tisti iskalci zaposlitve, ki na trenutnem delovnem mestu ne morejo napredovati.

<sup>12</sup> Gre za enega večjih 'online' kariernih centrov v ZDA, kjer poleg zaposlitve in baze rezimejev, ponujajo tudi karierno svetovanje.



- V četrto skupino pa sodijo brezposelni, ki želijo nazaj na trg delovne sile (Boyle v Autor, 2000).

Glede na Boylovo razdelitev iskalcev zaposlitve preko Interneta si podjetja torej ne morejo obetati nič dobrega, saj naj bi le s težavo našla res primernega sodelavca. Dejstvo pa je, da vse več posameznikov prepozna in izkorišča moč Interneta ter tako lažje konkurira na trgu delovne sile.

#### ***4.2. Vidik iskalcev zaposlitve***

Zavedati se moramo, da živimo v 'digitalni' dobi, kar vpliva tudi na iskanje dela, zato se ne moremo več zanašati na to, da bomo s tradicionalnimi iskalnimi tehnikami dobili zaposlitev danes. V Sloveniji sicer še vedno prevladuje tradicionalni način iskanja dela, zato je zaželeno planiranje dvoplastnega iskanja: prvo za ljudi – 'offline', drugo za računalnike – 'online'.

Dejavniki procesa zaposlovanja so pri obeh načinih enaki:

- Iskanje in kontaktiranje potencialnih delodajalcev o možnostih zaposlovanja
- Pregled ponudbe del
- Mreženje (networking)
- Priprava in distribucija rezimeja (Riley Dikel, 2000)

Postopek se razlikuje po obliki, tisti za ljudi je v papirnati obliki, za računalnike pa v elektronski obliki, kar je razvidno iz tabele 4.2.. Ostale razlike bodo navedene v nadaljevanju poglavja, kjer bo podrobneje opredeljeno iskanje zaposlitve preko Interneta.

Tabela 4.2: *Dejavniki procesa zaposlovanja, glede na način iskanja zaposlitve*

Dejavniki zaposlovanja procesa	'Offline'	'Online'
Iskanje in kontaktiranje delodajalcev	- tiskani telefonski imeniki - brošure podjetij	- spletni telefonski imeniki - spletne strani podjetij - spletne strani raznih poklicnih združenj
Pregled ponudbe del	- tiskani mediji (časopisi, revije)	- spletne baze ponudbe del - spletni časopisi, oglasi - spletne organizacije, agencije
Mreženje	- spoznavanje ljudi preko prijateljev, znancev ...	- sodelovanje v primernih 'mailing' listah, forumih ter spoznavanje teh ljudi v živo
Priprava in distribucija rezimeja	- lično oblikovan list papirja	- rezime napisan v TXT formatu, ki ga lahko pošljete po e-pošti

(vir: Riley Dikel, 2002: Guide to internet job searching. McGraw-Hill, New York. Str. 2.)

#### 4.2.1. *Iskanje potencialnih delodajalcev*

Preden se podamo na lov za zaposlitev, si moramo odgovoriti na ključna vprašanja, ki bodo oblikovala naše iskanje zaposlitve ter ga tudi olajšala. Ta vprašanja so:

- Kaj bi radi delali? Pomembno je, da se zavedamo svojih sposobnosti, kvalifikacij in znanj, ki bi jih pri opravljanju dela lahko izkoristili.
- Za koga želimo delati? Kljub temu, da večina iskalcev zaposlitve zagotavlja, da jim to ni pomembno, pa vseeno obstajajo panoge in podjetja in delodajalci, za katere ne bi želeli delati.
- Kje želimo živeti in delati? Ali nam je pomembna geografska lokacija opravljanja dela? Smo se zaradi dela pripravljene preseliti?

S tem, ko ugotovimo, kaj pravzaprav želimo, se izognemo 'utapljanju v morju' informacij, ki jih internet zagotavlja ter lahko specializiramo iskanje nove zaposlitve.

Internet omogoča več načinov iskanja informacij, ki si jih želimo. Najlažji in tudi najbolj razširjen način je 'brskanje'. V bistvu gre za proces 'iskanja in skeniranja' (search and scann), kjer nam splošni in obsežni iskalni pogoji zagotavljajo večje področje iskanja (Riley Dikel, 2002). Uporabljamo ga, ko ne vemo natančno, kaj iščemo in želimo zajeti čim več informacij, med katerimi izberemo tiste, ki se nam zdijo uporabne. To tehniko iskanja bi lahko opredelili kot iskanje od splošnega k bolj specifičnemu. Drugi način je 'iskanje', ki pa zahteva specifične iskalne pogoje. Torej

pride v pošte, ko imamo vse cilje natančno določene, ko točno vemo kaj in kakšno delo želimo. Tako je iskanje bolj hitro in natančno, kar sta pomembni prednosti.

M. Riley Dikel predlaga, da proces internetnega raziskovanja poteka v treh korakih:

- Brskanje po internetnih zbirkah in direktorijih. Gre za zelo splošno iskanje, kjer so pogoji iskanja zelo široki. Takšne spletne strani v Sloveniji so: [www.najdi.si](http://www.najdi.si) , [www.siol.net](http://www.siol.net) , [www.matkurja](http://www.matkurja) , [www.slowwwenia.si](http://www.slowwwenia.si) in druge.
- Brskanje ali iskanje po internetnih vodičih, ki so namenjeni specifičnim temam ali industriji. Gre za bolj specifično iskanje.
- Iskanje s pomočjo iskalnih sredstev, ki pa je zelo specifično. Spletne strani v Sloveniji so: [www.profil.si](http://www.profil.si) , ki je specializirana za zaposlovanje managerjev, [www.mojakariera.si](http://www.mojakariera.si) , ki je specializirana za posredovanje visoko izobraženih kadrov s področja informacijske tehnologije in vodilnega managementa ... (Riley Dikel, 2002)

Informacije o delodajalcu, ki ponuja zaposlitev, ki bi nam ustrezala, lahko najlažje pridobimo na Internetu. Velika večina podjetij ima svojo predstavitveno spletno stran, na kateri so osnovni podatki o podjetju. Torej struktura, število zaposlenih, osnovna dejavnost podjetja. Nekatera podjetja objavljajo tudi letna ali polletna poslovna poročila. Na podlagi teh informacij lahko ocenite, ali ste pravi človek za podjetje ter ali podjetje zadovoljuje tudi vaše kriterije. Nedvomno pa vam podatki o podjetju zagotavljajo boljši izhodiščni položaj pri intervjuju, saj vas jemljejo kot resnejšega kandidata za zaposlitev. Kar potrjuje tudi P. Criscito, ki pravi, da so se pričakovanja delodajalcev od leta 1995 drastično spremenila. Od kandidata se pričakuje, da podjetje pozna, da ve s čim se ukvarja, kaj prodaja (proizvaja) in kdo je njihova konkurenca (Criscito, 2000).

Podatke o podjetju lahko najdemo tudi v raznih tujih in domačih časopisih in revijah, ki se ukvarjajo z ekonomsko tematiko (Business Week, Fortune Magazin, Finance, Gospodarski vestnik, Manager, Kapital...). V člankih so velikokrat bolj ažurne informacije o širitvi dejavnosti podjetja, osvajanju novih trgov, novih projektih, ciljnih pa tudi kadrovske politiki podjetja.

#### 4.2.2. *Pregled ponudbe del*

Na podlagi brskanja in iskanja ponavadi dobimo več tisoč ponujenih spletnih strani<sup>13</sup>, ki zadovoljujejo iskalne kriterije. Da bi se izognili poplavi informacij, lahko ponudbe o prostih delovnih mestih iščemo tudi s pomočjo podatkovnih baz oz. zaposlitvenih portalov, ki se odlikujejo po hitrosti in učinkovitosti iskanja.

Del zaposlitvenih portalov so podatkovne baze prostih delovnih mest, ki jih podjetja oglašujejo. Te baze uporabljajo iskalci zaposlitve. Prosta delovna mesta se lahko prikažejo na več načinov. Prvi je, da so razvrščena po datumu, tako da so novejša ponudbe navedene prve. Drugi način pa je, da se prosta delovna mesta izpišejo glede na iskalne kriterije iskalca. Tako se lahko prikažejo oglasi za določeno profesijo ali izobrazbo.

J. Lain Kennedy razdeli uporabnike podatkovnih baz na tri skupine:

- posamezniki, ki upajo, da bodo z vpisom v podatkovno bazo rezimejev hitreje našli zaposlitev
- posamezniki, ki tega ne pričakujejo, se pa zavedajo pomembnosti 'biti viden' v kariernem managementu, saj so na zaslonu takrat, ko delodajalci iščejo nove kadre
- delodajalci, ki v podatkovnih bazah iščejo ljudi, ki bi zasedli odprta delovna mesta (Lain Kennedy, 1995).

#### 4.2.3. *Mreženje (networking)*

Čeprav Internet postaja vse bolj pomemben pri iskanju zaposlitve, pa ne smemo pozabiti mrežo znancev, saj se v ZDA kar 60% vseh prostih delovnih mest zapolni s pomočjo priporočil že zaposlenih pri tistem podjetju (Cristito, 2000). J. Lain Kennedy meni, da je to celo najboljši način, da dobimo novo zaposlitev (Lain Kennedy, 1995).

Mreženje pomeni širjenje socialnega kapitala, torej prijateljev, vrstnikov, sodelavcev, strank, sorodstva in znancev, ki bi nam lahko pomagali dobiti novo zaposlitev. Zaradi nujnosti osebnega kontakta, retoričnih sposobnosti in zunanjega videza, je mreženje

---

<sup>13</sup> Leta 2000 je bilo v ZDA 2000 spletnih strani s ponudbo prostih delovnih mest in kadrov (Kuhn, 2000). V Sloveniji je trenutno okoli 16 spletnih strani s podobno vsebino ter nekaj študentskih servisov, ki preko spleta ponujajo svoje storitve.

lahko zelo neprijetno, če ne celo stresno, zato ga iskalci zaposlitve neradi uporabljajo. Internet pa je to situacijo olajšal, vendar pa naj bi na Internetu preživeli le 15% vsega časa namenjenemu iskanju (Bolle v Criscito, 2000). Zato je pomembno, da združimo 'online' in 'offline' iskanje.

Pri 'Job Hunt' organizaciji so tehnike mreženja razdelili na tri skupine, ki združujejo oba načina:

- 'push' tehnike (Ukvarjajo se z načini, kako doseči potencialne delodajalce, vendar ne nujno kot prosilec za službo. Včlanimo se lahko v profesijska in industrijska združenja in društva ter s tem širimo krog znancev. Postanemo lahko del 'online' diskusijske skupine, npr. član 'mailing liste', foruma ali klepetalnice. Informacije lahko iščemo na spletnih časopisih s poslovno vsebino (Business Week, Fortune magazin, Finance, Manager, Kapital, Gospodarski Vestnik ). Pridružimo se lahko podporni skupini iskalcev dela ali pa ustvarimo svojo skupino. Te skupine so odlične, saj si člani med seboj pomagajo pri sestavi prošnje, lahko vadijo intervju, izmenjajo mnenja, izkušnje, vsak od njih pa mogoče pozna še koga, ki ve za pristo delovno mesto.)
- 'pull' tehnike (Ukvarjajo se z načini, kako postati viden potencialnim delodajalcem tako, da bodo oni iskali nas. Naredimo lahko lastno predstavitveno spletno stran, na kateri bodo navedene naše sposobnosti, izkušnje in znanja. Kot ekspert za določeno področje lahko razmislimo o poučevanju na seminarjih ali tečajih za odrasle. Na prireditvah društev imamo lahko govor. Pridružimo se lahko 'online' novičarskim skupinam in napišemo članek.)
- tehnike vzdrževanja (Tudi ko službo dobimo ne smemo zanemariti mreže, ki smo si jo postavili, da bi službo dobili. Pomembno je, da svojo mrežo še naprej širimo! Vzdrževati moramo stike s posamezniki iz mreže, ažurirati podatke na predstavitveni strani, ostati član organizacij in društev ter se udeleževati njihovih srečanj, seminarjev, delovnih skupin... Nadaljevati moramo s poučevanjem, pisanjem in govorništvo ter še vedno ohranjati stike s svojo podporno skupino za iskanje dela.) ([www.job-hunt.org](http://www.job-hunt.org))

Avtorja Halpern, Riley Dikel navajajo veliko prednosti e-mreženja:

- na tisoče pogovornih skupin pokriva različna področja
- nekoga lahko spoznamo, še preden ga vidimo v živo

- stopnja vpletenosti v pogovor je odvisna od nas samih
- takojšen odgovor (preko e-pošte ali pogovornih sob)
- vsi, ki so na Internetu so, dosegljivi
- veliko delodajalcev za objavo prostega delovnega mesta uporablja skupine, ki jih povezuje določena tematika. Osredotočijo se na določen segment potencialnih prosilcev.
- Delodajalci sledijo diskusijam ter s tem prepoznavajo resne in visoko kvalificirane kandidate (Riley Dikel, 2002)
- Vzdrževanje stikov je olajšano z e-imeniki.
- Veliko strani, ki omogočajo mreženje prireja zabave, srečanja na katerih se lahko člani osebno spoznajo. (Halpern v Criscito, 2000; Riley Dikel, 2002)

Seveda pa kot vsaka stvar ima tudi svoje pomanjkljivosti, katerim pa se lahko izognemo:

- Mreženje preko Interneta je prav tako težko kot mreženje osebno. Lahko je celo težje, ker se težko ustvari osebni odnos. Je pa res, da je veliko lažje vzpostaviti osebni stik.
- Prvi stik je najbolj pomemben, zato moramo paziti, kaj je prvo, kar objavimo.
- Pomembna je 'netiquette' (Riley Dikel, 2002). To so nepisana pravila obnašanja na Internetu. Biti moramo celo bolj profesionalni in vljudni kot osebno. Nesramno in sovražno vedenje nas bo pripeljalo samo na 'črno listo'.
- Zelo malo skupin ima obvestila o zaposlovanju. (Riley Dikel, 2002)

#### 4.2.4. *Priprava in distribucija rezimeja*

V procesu zaposlovanja je naša predstavitev ključnega pomena, pa naj bo to pogovor v živo, preko telefona, e-pošte ali navadne pošte. Paziti moramo na prvi vtis, ki ga delodajalec dobi o nas, saj je uspeh velikokrat odvisen prav od njega.

Prvi stik z delodajalcem najpogosteje vzpostavimo s prošnjo za zaposlitev, zato je zelo pomembno, da so v njej navedeni podatki, ki delodajalca pritegnejo. Paziti moramo na samo strukturo in stil besedila, da so navedeni podatki o sposobnostih in kvalifikacijah resnični ter da smo uporabili ključne besede.

Vse bolj pa se namesto prošenj za delovno mesto uveljavlja rezime. Rezime je marketinško orodje, ki iskalcem dela omogoča, da prodajajo svoje znanje in sposobnosti (Criscito, 2000).

Zaradi poplave 'papirnih' rezimejev in prošenj, ki so vsak dan prihajala po pošti v podjetja, so se mnogi odločili za njihov sprejem v elektronski obliki<sup>14</sup>. Gre za vsebinsko popolnoma enaka dokumenta, le da je prvi na papirju, drugi pa v elektronski obliki. Oba služita istemu namenu, le da e-rezime uporablja drugačen medij – računalnik.

E-rezime delimo v tri skupine:

- Papirna verzija, ki postane elektronska proti naši volji, ko jo delodajalec 'skenira' v računalnik (Ta verzija podjetjem omogoča, da rezimeje razvrstijo glede na ključne besede ter da se rešijo papirne navlake. Vendar pa je verjetnost, da podjetja skenirajo rezimeje, zelo majhna, saj po raziskavi 'Society of Human Resource Managers' kar 76% podjetij tega ne počne zaradi števila napak, ki se ob tem pojavljajo.)
- Splošen / generičen računalniški dokument, ki ga pošljemo po e-pošti (Rezime shranimo kot 'ASCII'<sup>15</sup> tekst dokument ali kot 'text only' dokument, ki pa ne omogoča uporabo slik, različnih fontov in grafike. Zato pa s takšnim rezimejem prihranimo nekaj denarja, saj ni potrebno plačevati poštnine, je veliko hitrejša kot navadna pošta, delodajalcem pa pokažemo nekaj računalniškega znanja. Najpomembnejše pa je, da je rezime delodajalcu na razpolago vedno, ko bo pregledoval podatkovno bazo. Pomembno pa je, da rezime vedno pošljemo kot 'telo' sporočila in nikakor ne kot prilogo (Riley Dikel, 2002). Tako se izognemo, da bi delodajalci rezime spregledali, ali da ga iz strahu pred virusi ne bi odprli.)
- HTML verzija oz. multimedijski rezime, ki je ponavadi na naši spletni predstavitveni strani (Takšna oblika rezimeja je zelo primerna za programerje, izdelovalce spletnih strani, umetnike, igralce ter vse, ki bi mu slike, grafika, zvok in animacije kakor koli koristile. Takšen rezime pa je lahko zelo drag, saj je treba

---

<sup>14</sup> Računalniško shranjevanje življenjepisov oz. rezimejev se je v ZDA začelo sredi 1960. leta (Lain Kennedy, 1995). Podjetje Dow Chemical od leta 2001 več ne sprejema 'papirnih' rezimejev od strokovnjakov (Riley Dikel, 2002).

<sup>15</sup> Okrajšava za American Standard Code for Information Interchange. Takšna oblika dokumenta omogoča, da dokument prebere vsak računalnik ne glede na programsko opremo, ki jo uporablja.

plačati ponudniku internetnih storitev, razen v primeru, ko je storitev zastoj<sup>16</sup>. Drugi problem te verzije pa je, da lahko vsebuje veliko informacij o našem zasebnem življenju. Kar pa je lahko povod za diskriminatorno vedenje delodajalca. Zato je najbolje, da imamo dve predstavitveni strani, delodajalcu pa posredujemo le tisto, na kateri je rezime.) (Criscito, 2000).

Že prej sem omenila podatkovne baze rezimejev, ki služijo delodajalcem pri odkrivanju primernih kandidatov za zaposlitev. Rezime lahko postavimo tudi v takšno bazo, vendar moramo biti pri tem previdni. Susan Joyce zato predlaga naslednje kriterije, ki bi nam pomagali oceniti stran, preden ji zaupamo rezime:

- prepričati se moramo, ali ima stran objavljen pravilnik o varovanju osebnih podatkov
- ali stran dovoljuje iskanje dela, ne da bi objavili rezime
- kakšen nadzor imamo nad dostopom do rezimeja (Ali ga lahko spreminjamo, izbrišemo, prepovemo vpogled določenim delodajalcem)
- ali so na strani navedena dela in delodajalci, ki nas zanimajo (Joyce v Riley Dikel, 2002).

Ker pri iskanju skozi bazo rezimejev delodajalci uporabljajo ključne besede, je pomembno, da so te ključne besede vključene v naš rezime. Da bi to dosegli, moramo dobro poznati področje, v katerem želimo delati ter njegove strokovne izraze. S ključnimi besedami naj bi opredeljevali naše tehniško znanje, managerske sposobnosti, znanje o določenih industrijskih panogah, izobrazbo, geografsko lokacijo ter pretekle zaposlitve (Ireland, 2003.)

Kljub hitremu uveljavljanju e-rezimeja ne smemo pozabiti na papirnat rezime, saj bo svet računalništva in Interneta vedno moral soobstajati z bolj tradicionalnim svetom papirja in človeških kontaktov (Criscito, 2000). Zato je najbolje, da imamo pripravljena oba rezimeja, enega za 'online' in drugega za 'offline' iskanje zaposlitve.

---

<sup>16</sup> Pri slovenskem internetnem ponudniku 'Volja.net' ([www.volja.net](http://www.volja.net)) vam prostora za postavitev spletne strani ne bodo zaračunali.



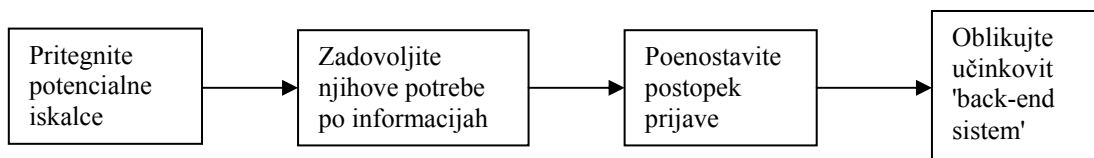
### 4.3. Vidik ponudnikov zaposlitve

Širitev uporabe Interneta v poslovne namene je vzbudilo željo podjetij, da bi določene funkcije in procese prenesli "online", jih opravljali s pomočjo informacijsko komunikacijske tehnologije. Gre torej za proces implementacije elektronskega poslovanja, ki ga podjetje mora osvojiti, če želi ostati konkurenčno.

Med analiziranjem del v podjetju se je pokazalo, da bi z uporabo Interneta določene faze dela potekale hitreje, z manjšimi stroški ter da bi razbremenili delavce. Tako se je poleg elektronskega plačevanja računov na seznamu znašlo tudi zaposlovanje, saj Internet uporablja vse več posameznikov, ki so ali bodo postali potencialni kandidati za zaposlitev.

Z načinom kako doseči, izbrati in tudi zaposliti kandidate, so se kot pionirji na tem področju ukvarjala podjetja s področja informatike, ki so imela več znanja in so se bolj zavedala potenciala, ki ga nudi Internet. Sčasoma so moč Interneta začeli prepoznavati tudi drugi ter jim s pomočjo štiri stopenjskega modela zaposlovanja preko Interneta sledili.

Slika 4.1.: "Poslovni model za učinkovito zaposlovanje preko Interneta"



Vir: iLogos Research, (1998): "Achieving results with Internet recruiting". Str. 13. [www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1998/secure/intex.php](http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1998/secure/intex.php).

Poslovni model za učinkovito zaposlovanje preko Interneta (glej sliko 4.1.) zajema štiri faze:

- Kako pritegniti potencialne iskalce zaposlitve?
- Kako zadovoljiti njihove potrebe po informacijah?
- Kako jih prepričati, da se prijavijo na oglas?
- Kako izmed prispelih prijav izbrati pravega kandidata?

#### 4.3.1. *Kako pritegniti potencialne iskalce zaposlitve?*

Prvi korak, ki ga podjetje mora narediti, je, da potencialnim iskalcem zagotovi podrobne informacije o podjetju samem, o možnih zaposlitvah ter ugodnostih, ki jih ponujajo zaposlenim. Metode, s katerimi lahko privabimo potencialne kandidate, so lahko 'on' ali 'off-line'.

'Off-line' strategije:

- Oglaševanje v časopisih – Kljub temu, da uporaba spletnih zaposlitvenih oglasov zmanjša potrebo po oglaševanju v časopisih, le-ti ne bodo izginili. Vendar pa ti oglasi ne vsebujejo informacij o podjetju, zato bi morali del prostora v oglasu nameniti spletnemu naslovu podjetja ali zaposlitvene strani. V oglasu pa lahko tudi poudarimo možnost elektronske prijave, t.j. preko e-pošte ali preko spletne strani.
- Z drugim "nespletnim" oglaševanjem – Potencialne iskalce zaposlitve lahko iščemo tudi na bolj nekonvencionalen način. Zaposlitvene oglase lahko izobesimo na fakultetah, v gledališčih, na raznih prireditvah, preko televizije ali radia. Na ta način lahko zelo povečamo prepoznavnost podjetja.

'On-line' strategije:

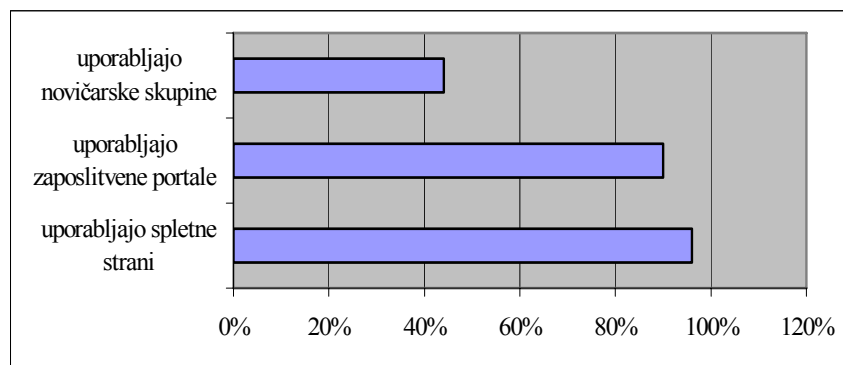
- S pomočjo spletnih zaposlitvenih portalov – Zaposlitveni portali vsebujejo podatkovne baze prosilcev za zaposlitev, kjer posamezniki predstavljajo svoje znanje, sposobnosti, izkušnje in cilje. Te baze uporabljajo delodajalci, saj lahko na podlagi iskalnih kriterijev najdejo točno tiste kandidate, ki najbolj ustrezajo zahtevam prostega delovnega mesta. S tem se kadroviki izognejo kopici birokratskih spon, predvsem kupu prošenj, ki jih morajo prebrati in selekcionirati, da bi prišli do tistih nekaj kandidatov, ki ustrezajo razpisu. Zaposlitveni portali so odlični za privabljanje aktivnih iskalcev zaposlitve in tudi za manj znana podjetja. Njihova prednost je v tem, da generirajo velik obisk iskalcev zaposlitve ter jim omogoča povezavo na spletno stran podjetja, ki oglašuje. Zaradi tega naj bi se zaposlitveni portali uporabljali kot suplement spletnim stranem podjetja.

Ker z oglaševanjem na portalih želimo povečati število in kakovost potencialnih iskalcev zaposlitve, moramo izbrati portal, ki nam bo to omogočil. Najbolje je, da

pri izbiri upoštevamo naslednje kriterije: število obiskov na dan, število rezimejev, usmeritev na določeno poklicno skupino, regionalno usmerjenost in ceno oglaševanja.

- Oglaševalni 'bannerji' - Bannerji so slike, ki prikazujejo reklame za določene produkte. Zaradi tega so se dolgo časa uporabljali za promocijo raznih produktov, sedaj pa se uporabljajo tudi za promoviranje zaposlitvenih možnosti. Prednost takšnega načina oglaševanja je neposredna povezava s spletno stranjo podjetja, ki oglašuje. Z njim pa dosežete tako aktivne kot tudi pasivne iskalce zaposlitve. Tak pristop oglaševanja je dokaj nov, zato je tudi odstotek ljudi ki na oglas 'klikne' le približno 3% (iLogos research, 1998).
- Iskalniki – Posamezniki pri iskanju zaposlitve pogosto uporabljajo iskalnike, npr. slovenski [www.najdi.si](http://www.najdi.si), zato moramo poskrbeti, da bo zaposlitvena spletna stran registrirana z ustreznimi 'metatagsi'<sup>17</sup> ter bo tako bolj 'vidna'.
- Novičarske skupine – Gre za strani, kjer ljudje preko spleta diskutirajo o vsem mogočem. Pri določenih novičarskih skupinah pa lahko tudi objavimo zaposlitveni oglas. Objava na teh straneh se ne plačuje, lahko pa obstajajo pravila oglaševanja. Pri iLogos Research so ugotovili, da se objave prostih delovnih mest na straneh novičarskih skupin ne obnesejo najbolje, zato so to nalogo prevzeli zaposlitveni portali (iLogos Research, 1999).

Graf 4.1.: "Kje se oglašujejo prosta delovna mesta?"



<sup>17</sup> Metatagsi (ang. metatags) imajo indeksno funkcijo, ki omogočajo odkritje določene spletne strani. Iskalcu torej pomagajo najti določene spletne strani (ITRMC, 2003). Na primer: podjetje ABC, ki se ukvarja s prodajo, bo kot metatagse navedlo produkte, ki jih trži. Iskalec bo ob iskanju vtikal proizvod in med najdenimi stranmi, bo tudi stran podjetja ABC.

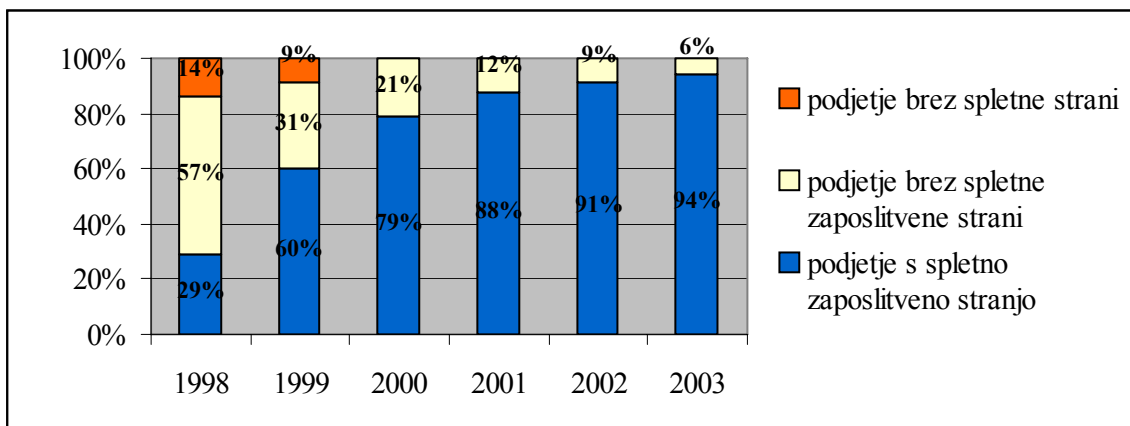
Vir: iLogos Research (1999): "Lessons from the global 500". Str. 9.  
[www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1999/secure/intex.php](http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1999/secure/intex.php)

#### 4.3.2. Kako zadovoljiti njihove potrebe po informacijah?

Ko smo enkrat privabili potencialne iskalce zaposlitve, moramo z ustreznimi informacijami poskrbeti, da v njih zbudimo interes po zaposlitvi v podjetju.

Postavitev spletne podjetja je ključno pri strategiji zaposlovanja preko Interneta, saj ima kar 94% največjih podjetij na svetu<sup>18</sup> zaposlitveno spletno stran<sup>19</sup> (glej graf 3.2.) (iLogos Research, 2003). Ne glede na to, da podjetje prosta delovna mesta oglašuje na zaposlitvenih portalih, kar 80% uporabnikov teh portalov obišče tudi spletno stran podjetja, ki je objavilo oglas (JWT v iLogos Research, 1999). Spletna stran zato mora biti ogledalo podjetja! Vsebovati mora čim več informacij o podjetju, njegovih dosežkih na trgu ter zaposlenih, kot tudi odražati organizacijsko kulturo, kar naj bi bilo razvidno že iz same grafične postavitve spletne strani. Le na ta način lahko pričakujemo, da se bo na oglase odzvalo več ustreznih kandidatov.

Graf 4.2.: " Podjetja, ki imajo na domači spletni strani tudi zaposlitveno spletno stran"



<sup>18</sup> Raziskava "Global 500" zajema 500 najuspešnejših svetovnih podjetij, ki svoje spletne strani uporabljajo za doseganje boljše kakovosti človeškega kapitala. Uspešnost podjetij ocenjuje 'Fortune Magazine' in temelji na velikosti dohodka (iLogos Research, 2003).

<sup>19</sup> Zaposlitvena spletna stran je del 'domače' spletne strani podjetja, kjer se oglašujejo prosta delovna mesta.

Vir: iLogos Research (2003): "Global 500 Website Recruiting", str. 1.

[www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport2003/secure/intex.php](http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport2003/secure/intex.php)

Zaposlitvena spletna stran podjetja mora tako vsebovati informacije o:

- Zaposlitvenih možnostih – na spletni strani moramo objaviti vse zaposlitvene priložnosti, skupaj z opisom dela ter načinom prijave.

Najpomembnejši element objave delovnega mesta je njegov opis. Kar je še posebej relevantno pri objavah na portalih in novičarskih skupinah, kjer ima uporabnik več možnosti. Da bi z oglasom pritegnili čim več potencialnih kandidatov mora opis dela vsebovati tri elemente. Prvič, uporabiti moramo pravilni naziv dela oziroma delovnega mesta. Drugič, v opis dela in njegovega obsega vključimo ključne besede npr. inovacija, izziv, odgovornost in tehnologija, da pritegnemo kandidate. Nato opredelimo zahteve delovnega mesta; sposobnosti, izkušnje, izobrazba. Tretjič, v spodnjem delu oglasa podamo naslov spletne strani podjetja, kjer navedemo načine kako se prijaviti.

- Dodatnih ugodnostih, ki jih prinaša delovno mesto oziroma zaposlitev v podjetju. – S tem naj bi privabili bolj usposobljeno delovno silo, ki takšne informacije tudi zahteva.
- Organizacijski kulturi in delovnem okolju v podjetju – zelo pomembno je, da predstavimo podjetje in delo v njem kot dinamično, konkurenčno in kvalitetno, ter da predstavimo tudi način uvajanja novih sodelavcev (iLogos Research, 1999).

#### *4.3.3. Kako jih prepričati, da se prijavijo na oglas?*

Namen oglaševanja preko Interneta je pritegniti čim več potencialnih kandidatov, kar bo vodilo v večje število prijav in lažji izbor najboljšega kandidata. Zato je pomembno, da je postopek elektronske prijave na oglas, kar se da enostaven. Enostavnost spletne prijave lahko zagotovimo na štiri načine:

- Možnost spletne prijave – kandidatu lahko omogočimo, da se na oglas prijavi preko e-pošte. Torej, da svoj rezime pošlje na določen e-naslov. Pomembno je, da določimo pravila pošiljanja e-sporočil, t.j. format datoteke. Kandidatu, ki nima

sestavljenega rezimeja omogočimo prijavo neposredno preko zaposlitvene strani podjetja, kjer izpolni v naprej pripravljen formular. Prednost takšnega formularja je, da dobimo točno tiste informacije, ki jih želimo. Le-te pa se shranjujejo v bazo iskalcev zaposlitve.

- Možnost kontaktiranja z zaposlenimi v podjetju – vsak oglas mora vsebovati kontaktne osebe znotraj podjetja, ki skrbijo za morebitne dodatne informacije iskalcem zaposlitve.
- Opozorila potencialnim kandidatom – Da ne bi samo čakali na prijave na oglas, lahko posameznikom, ki jih imamo v bazi iskalcev zaposlitve, pošljemo obvestilo o prostem delovnem mestu preko e-pošte ali celo SMS sporočil. Na ta način privabimo tudi pasivne iskalce zaposlitve, ki so trenutno lahko zaposleni kje drugje (iLogos Research, 1999).

#### *4.3.4. Kako izmed prispelih prijav izbrati pravega kandidata?*

Dejstvo je, da oglaševanje zaposlitvenih možnosti preko Interneta močno poveča število potencialnih kandidatov, ki se na oglas tudi prijavijo. Da kadrovske službe s tem ogromnim številom kandidatov ne bi obremenjevali, moramo izkoristiti dostopno tehnologijo, ki zaposlitveni proces avtomatizira in pospeši. Gre za tako imenovane 'back-end' sisteme (Holland in Mayson, 2003), ki shranjujejo in razvrščajo prispele prošnje po določenih kategorijah. Omogoča pa tudi zapisovanje opomb o določenem kandidatu, kar nam koristi v prihodnosti. Na ta način lahko v trenutku izločimo kandidate, ki ne ustrezajo razpisnim kriterijem in s tem dejansko razbremenimo kadrovice.

Pomembna značilnost, ki jo Internetna tehnologija prinaša je 'outsourcing'. Podjetja kot so Oracle in Sun Microsystems napovedujejo preskok od PC-ja (personal computer - osebni računalnik) na NC (network computer - mrežni računalnik), kar pomeni, da so vse aplikacije zbrane na mreži in ne na lokalnem serverju ali računalniku (iLogos Research, 1999). Torej namesto, da zaženemo programe z našega diska, jih zaženemo z mreže. Za podjetja to pomeni, da na svojih računalnikih ne rabijo programske opreme, saj jim jo preko mreže nudi podjetje, ki se ukvarja z 'outsourcingom'.

Naslednja prednost, ki jo prinaša programska oprema, je testiranje kandidatov. To pomeni, da lahko potencialnim kandidatom poleg elektronske prijave omogočimo tudi elektronsko testiranje. V principu lahko opravimo le dva tipa testov, test sposobnosti in osebnostni test (iLogos Research, 1999). Na ta način drastično zmanjšamo število nekvalificiranih kandidatov.

'Back-end' sisteme in 'outsourcinga' pa podjetja ne ponujajo po simboličnih cenah. Investicije v te sisteme so lahko ogromne, odvisno od tega kaj želimo, vendar se dolgoročno splačajo.

## 5. VZPOSTAVITEV STIKA

Potem, ko smo s pomočjo dejavnikov iskanja zaposlitve oziroma kadrov našli primernega delodajalca oziroma delavca, nam preostane le še vzpostavitev stika in pogajanja o zaposlitvi.

Najpogostejši način vzpostavljanja stika predstavlja elektronska pošta, ki še vedno zagotavlja hitrost, varnost in anonimnost, s prošnjo o informacijah glede nove zaposlitve (Star Issue Report N. 7, 2001). Ponavadi je podjetje tisto, ki najprej razkrije in prekine anonimnost ter potencialnemu kandidatu predlaga nadaljevanje pogovorov preko osebnih stikov. Najpogosteje je to intervju, ki se ga lahko opravi osebno, preko telefona ali na daljavo s pomočjo informacijsko-komunikacijske tehnologije t.j. video-telekonferenčnim sistemom, avdio-telekonferenčnim sistemom in računalniškimi telekonferencami.

Avdio-telekonference potekajo s pomočjo telefonskih zvez. Za razliko od običajnega telefonskega pogovora med dvema osebama gre za skupinski telefonski pogovor. Glavna prednost avdio-telekonference so razmeroma nizki stroški, največja slabost pa je tehnične narave. V primeru, da sistem ni tehnično izpopolnjen, lahko pride do slabšega prenosa zvoka, kar pomeni, da se udeleženci konference po glasu med seboj težko prepoznajo (Jereb, 1999). Zaradi tega so se vse bolj začele uveljavljati video-telekonference, ki poleg zvoka prenašajo tudi sliko sogovornikov.

Video-telekonferenčni sistem je računalniško podprt in omogoča slikovno in zvočno izmenjavo podatkov med sodelujočimi v realnem času. Zaradi tega je najboljša alternativa 'face-to-face' intervjujem. Edina razlika je, da so osebe, ki sodelujejo v video-konferenci, na drugi fizični lokaciji.

Kljub uporabnosti pa ima tudi nekaj negativnih strani. Najpomembnejša je strošek, saj lahko oprema studia stane tudi več tisoč evrov, kar si mnoga, predvsem manjša podjetja, ne morejo privoščiti. Druga pomanjkljivost je vprašljiva kvaliteta prenosa slike in zvoka. Le ta je lahko zelo slaba, kar lahko povzroči komunikacijski šum (Meier, Appel v Star Issue Report N. 7, 2001).



Intervjuji pa so lahko tudi računalniško vodeni. Kandidat, namesto da bi se osebno srečal z delodajalcem in odgovarjal na vprašanja, mu vprašanja zastavlja računalnik. Ali bolj natančno računalniški program, ki je zasnovan kot umetna inteligenca. Zaporedje in vsebina vprašanj, so odvisni od reagiranja posameznika. S takšnim načinom intervjuja, se kandidatovi odgovori lažje in bolj natančno analizirajo, zato so najbolj primerni za psihološko oceno kandidata (Lain Kennedy, 1995).

"Verjetnost uporabe tele-intervjuja torej obstaja, vendar ne kot substitut tradicionalnemu intervjuju, ampak kot komplementarna metoda, s katero bi zagotovili večjo učinkovitost procesa rekrutiranja" (Star Issue Report N. 7, 2001: 19).

## **6. PREDNOSTI IN SLABOSTI UPORABE INTERNETA KOT ZAPOSLOITVENEGA KANALA**

Kljub temu, da Internetna tehnologija podjetjem ponuja veliko koristi pri ustvarjanju edinstvenega vira konkurenčne prednosti, lahko ta tehnologija tudi spremeni konkurenčno okolje znotraj katerega podjetja delujejo (Porter v Holland in Mayson, 2003:9). Internetna tehnologija skriva mnogo pasti, ki jih morajo tako podjetja kot posamezniki dobro poznati, da se jim lahko izognejo ter tako izrabljajo potenciale, ki jih Internet ponuja.

### ***6.1. Prednosti in slabosti za delodajalce***

Večina uporabnikov Interneta kot zaposlitvenega kanala kot največji prednosti navaja nižje stroške iskanja dela oziroma delavcev ter hitrejši proces zaposlovanja. V primerjavi s tradicionalnimi metodami zaposlovanja skrajša čas za privabljanje, zaposlovanje in nudi krajši seznam kandidatov za prosto delovno mesto. Poleg tega pa z uporabo avtomatiziranih procesov, ki jih informacijska tehnologija omogoča, poenostavi prijavljanje na prosta delovna mesta ter usklajevanje med kandidatom in delovnim mestom.

Prikaz procesa klasičnega zaposlovanja je prikazan v tabeli 6.1., iz katere je razvidno, da je takšen način zaposlovanja velik finančni zalogaj. Podjetje mora najprej plačati pripravo in objavo zaposlitvenega oglasa, stroške poštnin in dopisov ter čas, ki ga porabijo zaposleni pri izbiri kandidatov (Svetla kariera, 2003).

Končni izračun stroškov tako znaša preko 200.000 tolarjev in v povprečju štiri tedne časa. Izračun temelji na objavi le enega oglasa za eno prosto delovno mesto v enem časopisu. Četudi bi objavili več prostih delovnih mest v enem oglasu, bi to vseeno pomenilo večje stroške, saj bi z večjim številom kandidatov bolj obremenili kadrovske službe. V primeru, da podjetje z izbranim kandidatom po preteku poskusnega obdobja, ne sklene delovnega razmerja, mora postopek ponoviti.

Tabela 6.1.: "Pregled časovnega in stroškovnega postopka klasičnega zaposlovanja"

Posamezne operacije, ki nastopajo pri objavi oglasa	Čas, ki je potreben za posamezno operacijo	Stroški, ki jih posamezen oglas povzroča	Prikaz časovnega dogajanja
Potreba po objavi oglasa			1.6.
Oblikovanja in priprava oglasa	1 dan	Strošek dela 8ur x 2200 = 17.500sit	od 2.6. do 3.6.
Objava v ustreznem časopisju (npr. Sobotno Delo)	3 dni	Strošek objave oglasa od 67.500 do 200.000sit	6.6.
Čas sprejemanja prijav	10 dni		18.6.
Branje in urejanje npr. 100 prijav	Vsaki prijavi namenimo npr. 15 min 15min x 100= 25ur =3 dni	Strošek dela 25ur x 2200sit = 55.000sit	od 18.6. do 21.6.
Primerjava kandidatov	Vrednotenje kandidatov 6 ur	Strošek dela 6ur x 2200sit = 13.200sit	22.6.
Obveščanje kandidatov; med njimi jih je npr.75 zavrnjenih, 25 jih gre v naslednji krog (v stroške je vključeno tudi nadaljnje obveščanje kandidatov; intervjuji, ožji izbor, sprejem)	Vsakemu dopisu namenimo npr. 6 min 6min x 150=16ur =2 dni	Strošek dela 16ur x 2200sit = 35.000sit  stroški pošiljanja (pisemska ovojnica – 15sit, znamka 20sit, tisk in papir 5sit) 150 x (15sit+20sit+5sit)= 6.000sit	24.6.
Intervjuji	15 intervjujev povprečno 30min/intervju =1 dan	Strošek dela 8ur x 2200sit = 17.600sit	25.6.
Sprejem ustreznega kandidata			

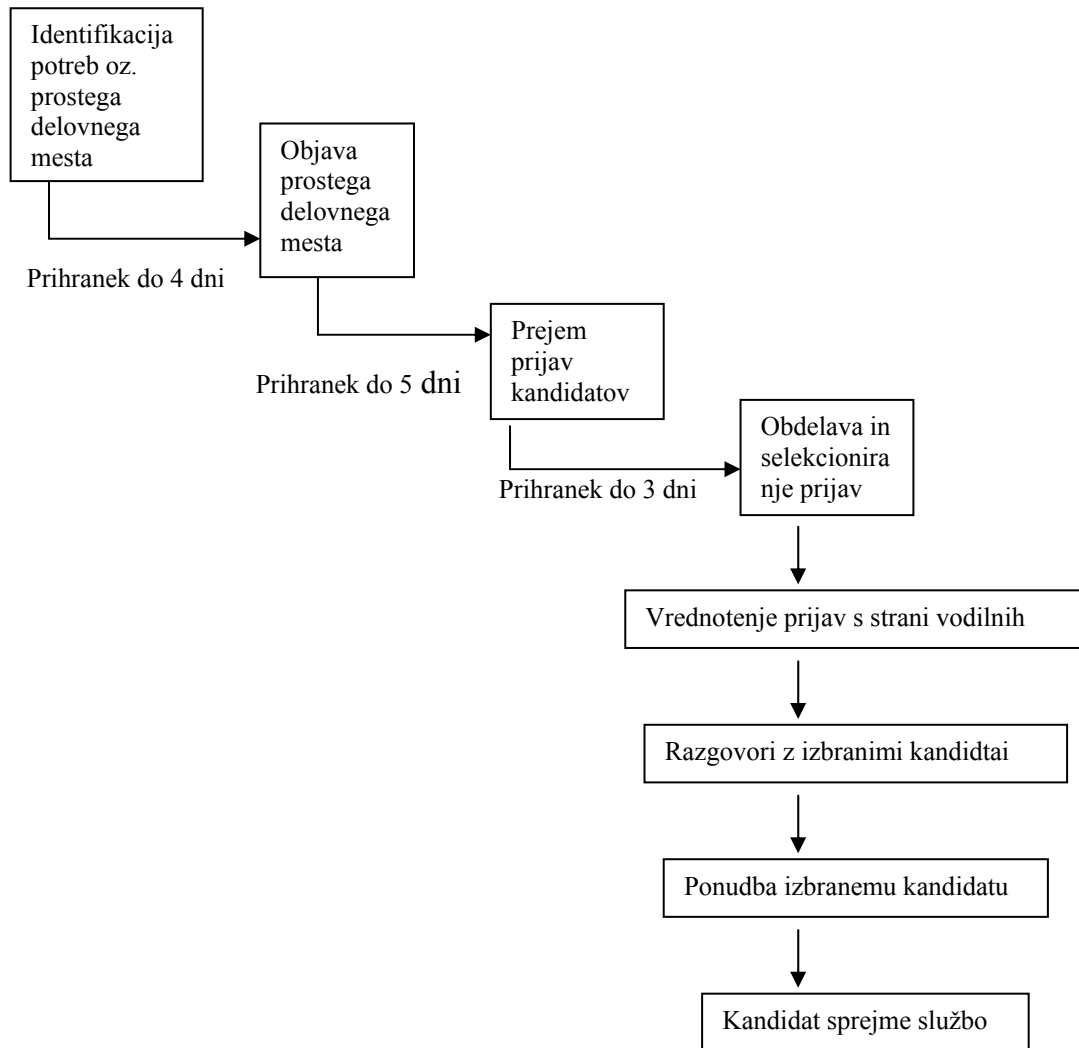
Vir: Svetla Kariera (2003): "Kako učinkovito kadrovati preko Interneta". Str. 21.

Z uporabo internetne tehnologije pa se lahko stroški in porabljen čas za zaposlovanje znižajo od 30 – 80 % (Svetla kariera, 2003). Zaposlitveni proces se lahko skrajša za kar dvanajst dni, kar je razvidno iz slike 6.1.. Največ časa in stroškov lahko prihranimo predvsem v začetnem delu procesa, torej pri:

- identifikaciji potreb za delovno mesto
- objavi prostega delovnega mesta (Objava na Internetu je hitrejša, saj ni potrebno čakati na oblikovanje oglasa, v primeru da oglas oblikuje oglaševalna agencija, ali na izid ustrezne časopisne priloge.)
- sprejemu, obdelavi in selekcioniranju prijav kandidatov (Kandidati so hitreje obveščeni o oglasu in se nanj hitreje odzovejo. S pomočjo računalniških programov se prijave obdelajo in selekcionirajo glede na zahteve razpisa za delovno mesto.)

Nadaljnji postopek zaposlovanja pa poteka po standardnih metodah, zato potrebuje prav toliko časa in denarja kot pri tradicionalnem načinu.

Slika: 6.1. "Model potencialnega prihranka časa z uporabo Internetne tehnologije"



Vir: iLogos Research v Svetla kariera, (2003): "Kako učinkovito kadrovati preko Interneta". Str 6.

Nižji stroški in večja hitrost nista edina razloga za uporabo Internetne tehnologije pri procesu zaposlovanja. Dejstvo je, da Internet drastično poveča število iskalcev zaposlitve, vendar pa ni nujno, da se poveča tudi kvaliteta teh iskalcev (Holland in Mayson, 2003). Po podatkih slovenskega spletnega kadrovskega omrežja eKariera naj bi Internet privabil bolj usposobljene in izobražene iskalce, saj naj bi po njihovih podatkih 87% iskalcev zaposlitve preko Interneta imelo V. in VII. stopnjo izobrazbe, 8% uporabnikov dokončano IV. Stopnjo, 7% pa dokončano VIII ali višjo stopnjo izobrazbe. Razlogi za to naj bi bili:

- Privlačnost Interneta kot medija distribucije, ki privablja bolj usposobljene kandidate, kar naj bi pomenilo, da Internet uporabljajo bolj izobraženi in strokovno usposobljeni posamezniki, ki so računalniško pismeni in poznajo osnovne možnosti Interneta.
- Časovno ekonomično spremljanje trga delovne sile. Večina iskalcev zaposlitve je že zaposlenih, vendar želijo spremljati ponudbo dela njim zanimivih podjetij, zato se vpišejo v baze iskalcev zaposlitve. Takšni iskalci zaposlitve pa so za podjetja zanimivi ravno zaradi dejstva, da so že zaposleni, saj to navadno implicira boljšo usposobljenost od nezaposlenih iskalcev (Svetla kariera, 2003:7).

Kljub temu, da naj bi se s kvantiteto povečala tudi kvaliteta, pa dostop do 'online' oglasov potencialno izključi manjšine, ženske in starejše delavce. To je potrdila tudi raziskava o stereotipnem uporabniku Interneta, ki je moški, visoko izobražen, star 35 let, belec, prebiva v večjem mestu ter je ambiciozen (Slevin v Holland in Mayson, 2003). Lahko bi torej rekli, da gre za pomanjkanje raznolikosti, ki pa je opazna tudi med poklicnimi skupinami. Tako naj bi usposobljeni delavci, delavci storitvenega sektorja in visoko plačani uradniki pri iskanju nove zaposlitve redkeje uporabili Internet medtem, ko je za menedžerje in 'bele ovratnike' z znanjem računalništva uporaba Interneta bolj verjetna (Boyce in Rainie v Holland in Mayson, 2003).

Zaposlovanje preko Interneta je torej omejeno na dokaj homogeno skupino iskalcev zaposlitve, vendar pa zanemarja starejše, ženske, iskalce iz nižjih socialnih razredov in manjšine (Rothstein v Holland in Mayson, 2003). Prav te omejitve pa lahko povzročijo legalne probleme, saj ne zagotavljajo enakih možnosti za zaposlovanje, povzročijo pa lahko tudi diskriminacijo (Holger, Searle v Holland in Mayson, 2003).

Največji izziv podjetju predstavlja (že omenjena) integracija 'front end' tehnologije z 'back end' sistemom, torej med spletno stranjo, na katero prihajajo e-prošnje in sistemom, ki se ukvarja s razvrščanjem in shranjevanjem prispelih e-prošenj. Horizontalna integracija podjetja torej pomeni investiranje v 'back end' sisteme, t.j. velike in fleksibilne podatkovne baze, ki integrirajo z obstoječimi spletnimi zaposlitvenimi stranmi, ki kadrovikom omogočajo sinergijo med kandidatom za zaposlitev ter razpoložljivim delovnim mestom (Holland in Mayson, 2003).

Internet je zelo priljubljen tudi zaradi preproste in uporabniku prijazne uporabe. Prav to pa lahko povzroči veliko 'slabih prijav' na oglase, saj je velikokrat potreben le en klik. Podjetje ima tako velik, vendar slab krog potencialnih kandidatov. Zaradi tega je potrebno podrobneje definirati zahteve oglasa, poleg tega pa tudi povečati Internetno pismenost iskalcev in ponudnikov zaposlitve (Svetla kariera, 2003). V ZDA pa obstajajo spletni portali, ki podjetjem ponujajo selekcijo med kandidati ter tako izločijo tiste, ki ne ustrezajo kriterijem razpisa<sup>20</sup> (Autor, 2000). Pomembno je tudi, da se zavedamo, da tehnologija ni vseomogoča! Dejstvo je, da je zelo nepredvidljiva, zato ne more nadomestiti socialnih vezi, ki jih ustvarjamo dnevno. Nekateri avtorji pa se kljub temu bojijo, da bodo kadroviki zanemarili pomembnost socialnih mrež in 'face to face' komunikacije med zaposlitvenim procesom (Rothstein, Sumser v Holland in Mayson, 2003).

## ***6.2. Prednosti in slabosti za iskalce zaposlitve***

Implementacija zaposlovanja preko Interneta mogoče res predstavlja večji izziv podjetjem, ki morajo potencialnemu iskalcu zaposlitve dajati vtis, da je njihova spletna stran vredna zaupanja. Vendar pa ne smemo zanemariti moči posameznika, ki se na podlagi informacij, ki mu jih spletna stran nudi, odloči, v katero bazo iskalcev zaposlitve se bo vpisal.

Zaradi vse večjega pojava spletnih strani, ki se ukvarjajo z zaposlovanjem, moramo biti pri izbiri še posebej pozorni, da ne bi nevede delali napak.

Največji izziv iskalcem zaposlitve predstavljata zasebnost in nadzor na spletnih straneh, kjer vpisujejo svoje osebne podatke. Internet omogoča nepredstavljljive nivoje izmenjave informacij in povezanosti po vsem svetu, kar hkrati zagotavlja boljše ujemanje med iskalcem zaposlitve in organizacijo, ki zaposluje. Vendar pa nikoli ne smemo objaviti rezimje, če predhodno nismo preverili politike zasebnosti na določeni strani. Internet omogoča omejeno varstvo zasebnosti za tiste, ki ga uporabljajo, posamezni iskalci zaposlitve pa imajo zelo malo ali nič nadzora nad lastnimi osebnimi podatki, ko so le-ti

---

<sup>20</sup> Spletni portali kot npr. Pre-employ.com, Avert.com, PreScreen.com, ponujajo storitve preverjanja informacij o kandidatih glede izobrazbe, usposobljenosti, delovnih izkušenj... (Autor, 2000).

enkrat posredovani zaposlitveni spletni strani ( [www.job-hunt.org](http://www.job-hunt.org), 2003; Searle v Holland in Mayson, 2003).

Naslednja napaka, ki je ne smemo narediti, je omejitev iskanja zaposlitve samo na Internet. Prav je, da s pomočjo Interneta identificiramo, ocenimo in kontaktiramo potencialne delodajalce, vendar pa nikakor ne more biti edini vir, ki bi ga pri iskanju zaposlitve uporabili. Osebni stiki in mreženje ostajajo pomembni, zato na njih ne smemo pozabiti ([www.job-hunt.org](http://www.job-hunt.org), 2003; Holland in Mayson, 2003).

Susan Joyce pa je opredelila še vrsto napak, ki se pojavljajo:

- Uporaba službenega e-naslova in iskanje med službenim časom. Z uporabo tega lahko kršimo politiko podjetja o uporabi službene lastnine ter nas lahko celo odpustijo.
- Čakanje, da bo nekdo drug naredil delo namesto nas. Iskanje zaposlitve je naš lasten projekt, saj sami določamo svojo prihodnost. Biti moramo aktiven iskalec dela!
- Uporaba nenavadnega, čudnega imena v e-naslovu. Iskalci in potencialni delodajalci iščejo resno, kvalificirano osebo, ki se bo dobro razumela z ostalimi zaposlenimi, zato uporaba nenavadnega imena spodkopava našo verodostojnost. E-naslov naj bo sestavljen iz imena in priimka, v primeru, da tega ne želimo razkriti, lahko za naslov uporabimo poklic, ki ga opravljamo in podobno.
- Neprimerno obnašanje na Internetu oz. uporaba neprimerne Internetne 'netiquette'. Poleg obnašanja v forumih, klepetalnicah, novičarskih skupinah idr. se nanaša tudi na način pošiljanja e-rezimeja, ki naj bo vedno v telesu sporočila in nikoli kot priloga.
- Prijava na prosto delovno mesto kljub temu, da ne zadovoljujemo razpisne kriterije.
- Nekontrolirano prijavljanje na oglase in razpošiljanje rezimeja. Delodajalci lahko takšna sporočila jemljejo kot 'spam'<sup>21</sup>, nas pa kot neresno osebo, ki ne ve, kaj hoče.
- Uporaba le velikih spletnih strani pri iskanju zaposlitve. Včasih je uporaba manjših strani, ki so specializirane za določene kadre, veliko lažja in hitrejša.
- Ne smemo pozabiti, da je HTML rezime posloven dokument, zato ga ne smemo olepševati z raznimi animacijami in grafiko. Delodajalci hočejo na rezimeju podatke o naši kvalificiranosti, da se lahko odločijo, ali nam bodo glede na naše sposobnosti, izkušnje in priporočila dali priložnost (Susan Joyce na [www.job-hunt.org](http://www.job-hunt.org), 2003).

Kljub vsem pastem, ki se jim moramo ogniti, pa ne moremo zanemariti prednosti uporabe Interneta pri iskanju zaposlitve:

- Koristnost – enostavnost in hitrost uporabe
- Večji izbor zaposlitvenih možnosti
- Učinkovitost – v relativno kratkem času lahko pregledamo veliko število objav prostih delovnih mest (iLogos Research, 1999).

---

<sup>21</sup> Spam je elektronska oblika oglasne pošte ali neželenih reklam v poštnem nabiralniku.



## **7. POSLEDICE VIRTUALNEGA TRGA DELOVNE SILE**

Poseg Interneta na področje našega vsakdanjega življenja in poslovanja je postal 'cliche'. Informacije s celega sveta so nam tako rekoč pod prsti. Prav ta globalnost, ki je pomembna prednost Interneta, omogoča 'benchmarking' med državami, regijami, podjetji in tudi posamezniki.

Kaj to pomeni za trg delovne sile? Različni avtorji trdijo, da virtualizacija trga delovne sile, zaradi boljšega pretoka informacij, nižjih stroškov in lažjega medsebojnega kontaktiranja, povzroča zmanjšanje stopnje frikcijske brezposelnosti, neenakosti osebnega dohodka, povzroča globalno delovno silo ter s tem povezan odliv oziroma priliv visoko kvalificiranih delavcev v druge regije ali celo države, podjetja pa naj bi zaradi večje izbire potencialnih kadrov dosegala večjo produktivnost (Kuhn, 2000; Autor, 2001; Ignjatovič, 2002).

### ***7.1. Zmanjševanje brezposelnosti***

Internet iskalcem zaposlitve omogoča hitrejšo in cenejšo pridobivanje informacij o prostih delovnih mestih in delodajalcih. S tega vidika naj bi iskalec hitreje našel primerno zaposlitev in se tudi zaposlil ter tako skrajšal trajanje brezposelnosti.

Seveda se tukaj moramo spomniti na stereotipnega uporabnika Interneta, ki je predvsem bolj izobražen. Dejstvo je, da so tudi iskanci zaposlitve preko Interneta bolj izobraženi, da so bili zaposleni v poklicni skupini z nizko stopnjo brezposelnosti in imajo še druge značilnosti, ki vodijo do krajše dobe brezposelnosti.

Sklepamo lahko torej, da Internet favorizira določeno skupino iskalcev zaposlitve t.j. bolj izobražene in na trgu delovne sile bolj iskane. Ostalim skupinam iskalcev, ki pri iskanju zaposlitve uporabljajo izključno Internet, pa naj bi se obdobje brezposelnosti celo podaljšalo (Kuhn in Skuterud, 2002).

Kljub temu, da Internet pri določenih skupinah ne vpliva na trajanje brezposelnosti, ne moremo zanemariti dejstva, da je pretok informacij preko Interneta hitrejši ter komunikacija veliko lažja. Zato nekateri avtorji menijo, da Internet kot informacijsko-komunikacijski medij vpliva na stopnjo frikcijske brezposelnosti.

Frikcijska brezposelnost nastane kot posledica mobilnosti delavcev med delovnimi mesti. Zaradi nenehnega odpiranja delovnih mest in njihove ukinitve, delavci nenehno vstopajo in izstopajo s trga delovne sile, kar pomeni, da se frikcijski brezposelnosti ne moremo izogniti.

Slab pretok informacij oziroma pomanjkanja le-teh, o ponudbi in/ali povpraševanju po delovni sili pa frikcijsko brezposelnost samo še povečuje. Zaradi tega jo lahko zmanjšamo "z zagotavljanjem natančnih in ažurnih informacij o prostih delovnih mestih in iskalcih zaposlitve" (Svetlik v Ignjatovič, 2002:33). Internetna tehnologija se pojavlja kot ključen element pri zagotavljanju teh informacij. Vse spletne zaposlitvene strani imajo funkcijo usklajevanja iskalcev zaposlitve z objavljenimi prostimi delovnimi mesti. Na podlagi tega, torej uporaba Interneta pri zaposlovanju posledično zmanjšuje frikcijsko brezposelnost (Kuhn, 2000; Mortensen v Kuhn in Skuterud, 2002).

## ***7.2. Večja produktivnost***

Iskanje delavcev preko Interneta, bi moralo povečati kvaliteto procesa usklajevanja delavcev z delovnimi mesti, saj je pretok informacij med ponudbo in povpraševanjem veliko boljši in hitrejši. Prav to pa naj bi se kazalo kot nepojasnjena rast produktivnosti (Kuhn, 2000).

Posamezniki lahko pridobijo podrobnejše informacije o podjetju, ki ne zadevajo samo razpisano delovno mesto in z njim povezane plače, kar jim omogoča lažjo odločitev glede zaposlitve. Po drugi strani lahko tudi podjetja veliko lažje selekcionirajo potencialne kandidate glede na različne kriterije (izobrazba, delovne izkušnje...) ter se tako odločijo za najboljšega kandidata. Prav ta večja in lažja selekcija, tako ponudnikov kot iskalcev zaposlitve, omogoča izbor odličnega med najboljšimi ter s tem poveča učinkovitost zaposlenega, ki se lahko kaže tudi kot večja produktivnost podjetja.

Drugi razlog za večjo produktivnost naj bi bili nižji stroški procesa iskanja zaposlitve (Mortensen, Pissarides v Autor, 2000). Zaradi hitrejšega in bolj kvalitetnega procesa usklajevanja med potencialnim kandidatom in delovnim mestom, so stroški zaposlovanja nižji, kar se posledično kaže kot večja produktivnost (Autor, 2000).

### ***7.3. Večja neenakost plač***

V svetu velja prepričanje "več znaš – več veljaš". Prav zaradi te logike veliko delavcev investira v izobraževanje in usposabljanje, vendar je le redkim dano, da to znanje tudi izkoristijo ter na področju specializacije izstopajo bolj kot drugi. Kljub temu pa ti posamezniki niso plačani glede na učinkovitost.

Podjetja ponavadi vsem delavcem ponudijo relativno podobno plačilo za delo, kar jim omogoča, da pri nižjih povprečnih stroških zaposlijo več boljših kandidatov, kot če bi jih plačevali glede na njihovo učinkovitost. Posledično pa so tudi tisti nekoliko slabši delavci plačani bolje. Takšno plačno politiko si podjetje lahko privošči samo v primeru, ko so stroški povezani z iskanjem nove zaposlitve zelo visoki (Kuhn, 2000).

Prav pri iskanju zaposlitve pa ima ključno vlogo Internet. Kot je bilo že prej omenjeno, uporaba Interneta kot zaposlitvenega kanala, znatno zniža stroške iskanja nove in bolj plačane zaposlitve. Podjetja so tako soočena z dejstvom, da morajo ključne delavce plačevati po učinku oziroma jim ponuditi bonitete, saj jih v nasprotnem primeru lahko izgubijo.

Kuhn trdi, da z izboljšanjem informacij in znižanjem stroškov mobilnosti, lahko Internet zelo poveča variabilnost plač znotraj vseh zaposlitvenih skupin (Kuhn, 2000).

### ***7.4. 'Odliv' vs. 'priliv' možganov***

Ugotovili smo že, da je z Internetom fizična oddaljenost nepomembna ter da tako lažje najdemo ustreznega kandidata, ki ne prebiva v kraju podjetja. Iskalci pa se zaradi boljših informacij lažje odločijo za preselitev. Internet torej po eni strani spodbuja 'beg

možganov', po drugi strani pa spodbuja tudi 'priliv možganov' iz krajev ali držav, kjer so kvalificirani delavci podcenjeni. S pojavom ekstremno poceni mednarodne komunikacije, ki jo podpira Internet, je trg delovne sile postal bolj mednaroden (Kuhn, 2000), kar lahko razumemo kot zgodnji indikator pojava globalne delovne sile (iLogos Research, 2003).

### **7.5. Globalna delovna sila**

Kot sem že omenila, geografske omejitve ne vplivajo na Internet, kar pomeni, da oglase o delovnem mestu in ponudbe delovne sile lahko vidimo s katere koli lokacije, če smo le 'on-line'. Prav to pa je podjetjem olajšalo dostop do visoko kvalificirane delovne sile, ki je iz druge regije ali celo države, delavcem pa ponudilo več zaposlitvenih možnosti izven kraja bivanja.

Prav zaradi tega pa se strokovnjaki ukvarjajo z vprašanjem "ali so lahko zaposlitvene spletne strani podjetij zgodnji indikator za pojav globalne delovne sile?" (iLogos Research, 2003: 7).

Trendi glede migracije delovne sile, kažejo povečano mobilnost delovne sile. Približno 175 milijonov ljudi trenutno prebiva v tujini, kar je skoraj 3% svetovne populacije (International Migration Report 2002 v iLogos Research, 2003). Razlog za to lahko najdemo v pospeševanju regionalne ekonomske integracije v preteklih dveh desetletjih, ki je pomembno vplivalo na globalni tok človeškega kapitala (iLogos Research, 2003).

Najobsežnejša ekonomska integracija, kateri smo vsi priča, je Evropska Unija, ki je cona svobode gibanja za njene narode od leta 1998. Meddržavna svoboda gibanja pa pomeni tudi prost pretok delovne sile znotraj Unije, ki se je prvotno pojavljal znotraj regionalnega ekonomskega konteksta. Predvidevamo pa lahko, da bo migracija delovne sile vedno bolj postajala tudi intra-regionalna ter na koncu prava globalna delovna sila. Zaposlitvene spletne strani podjetij še pospešujejo pogoje za njen nastanek, saj vidnost dela po vsem svetu stimulira delovne migracije.

Razvoj globalne delovne sile pa poleg priložnosti prinaša tudi izzive. Podjetja morajo tako spremljati dogajanje na globalni ravni, medtem ko ocenjujejo svoje zaposlitvene procese.

Izzivi s katerimi se bodo podjetja soočala so:

- Lokalizacija jezika
- Varstvo zasebnosti
- Raznolikost in dostopnost delovne sile
- Enakost in poštenost procesa zaposlovanja (iLogos Research, 2003).

Podjetja se bodo morala soočiti s temi izzivi s pomočjo tehnologije, ki vodi proces zaposlovanja globalnih podjetij. Ta tehnologija pa bo morala biti oblikovana tako, da bo zadovoljevala lokalne, regionalne in globalne specifikacije.

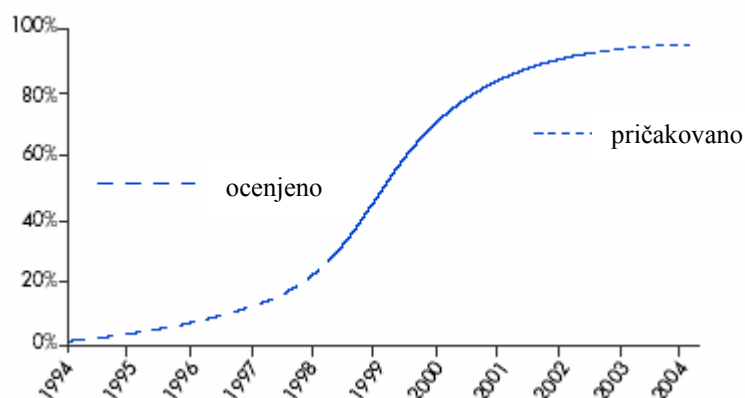
## 8. PRIHODNOST VIRTUALNEGA TRGA DELOVNE SILE

Zdi se, kot da se je zaposlovanje s pomočjo Internetne tehnologije pojavilo pred kratkim, vendar temu ni tako. Prva podjetja, in tudi posamezniki, so prednosti, ki jih je tehnologija ponujala, začeli izrabljati že v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja.

Po raziskavi "Global 500"<sup>22</sup> se je Internet kot nov kanal zaposlovanja začel uporabljati 1994. leta, njegovi prvi uporabniki pa so bili s področja informatike. Danes, skoraj deset let kasneje, se približujemo popolnemu sprejetju te tehnologije<sup>23</sup> (iLogos research, 2002).

Zakaj je trajalo tako dolgo, lahko pojasnimo s krivuljo sprejema inovacije (glej sliko 7.1.), po kateri je razvidno, da se v zgodnji fazi inovacije le malo posameznikov pozitivno odzove nanjo, torej, da jo sprejme. Opazen preskok k sprejemu tehnologije je opazen leta 1998, ki je trajal nekako do leta 2001. Do tedaj je večina podjetij (88%) začela s pomočjo Interneta privabljati nove sodelavce. Drastična letna rast, ki je veljala do takrat, se je nato umirila in stagnira pri približno 3% letno, dokler ne bo dosegla 100% (iLogos Research, 2002).

Slika 7.1.: "Krivulja sprejema spletnih strani podjetja v namene zaposlovanja"



<sup>22</sup> Raziskava "Global 500" zajema 500 najuspešnejših svetovnih podjetij, ki svoje spletne strani uporabljajo za doseganje boljše kakovosti človeškega kapitala. Uspešnost podjetij ocenjuje 'Fortune Magazine' in temelji na velikosti dohodka (iLogos Research, 2002).

<sup>23</sup> To velja le za "Global 500" podjetja.

Vir: iLogos Research (2002): "Global 500 website recruiting".

[www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport2003/secure/intex.php](http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport2003/secure/intex.php), str.6.

Res je, da se ti podatki nanašajo le na podjetja vključena v raziskavo "Global 500", vendar lahko, tako lokalno kot regionalno, pričakujemo zelo podobno zgodbo sprejema Internetne tehnologije kot pomoč pri zaposlovanju. Hitrost sprejema pa bo odvisna predvsem od gospodarskih značilnosti<sup>24</sup> posamezne regije ali države.

Za zaposlitvene portale pa mnogi napovedujejo njihovo integracijo ter s tem tudi konsolidacijo (Khun, 2000). V svetu že sedaj obstajajo spletne strani, ki ponujajo zaposlitve in delovno silo za določeno poklicno področje, npr. za zdravstvene delavce, odvetnike, managerje... V prihodnosti pa naj se spletne strani ne bi združevale samo glede na značilnosti iskalcev in ponudnikov zaposlitve, temveč lahko pričakujemo le nekaj spletnih zaposlitvenih portalov, ki pa bodo omogočali povezave na specifične zaposlitvene strani. Tako naj bi zaposlitveni portali pokrivali celoten trg delovne sile ter informacijsko zadovoljili še tako specifične potrebe po delovni sili in delavnih mestih.

---

<sup>24</sup> Uvedba Internetne tehnologije v podjetja je odvisna predvsem od informacijske infrastrukture.

## 9. PREDSTAVITEV ZAPOSLOVNIH PORTALOV V SLOVENIJI

Virtualni trg delovne sile se je v Sloveniji pojavil v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja, in sicer s postavitvijo prvega spletnega zaposlitvenega portala Zaposlitev.net. Leta 1995 pa je tudi Zavod RS za zaposlovanje začel na Internetu objavljati prosta delovna mesta ter bazo iskalcev zaposlitve.

V Sloveniji virtualni trg delovne sile torej obstaja, vprašanje je le, ali so akterji dovolj dobro seznanjeni z njim. Leta 2000 je bila v ta namen izvedena raziskava v okviru diplomske naloge z naslovom "Kadrovanje preko Interneta". V raziskavo je bilo zajetih 40 slovenskih podjetij<sup>25</sup>, med katerimi jih je kar 38% že uporabilo Internet za pridobivanje novih kadrov. Podjetja najraje ponudbe objavljajo na lastnih spletnih straneh (86%) ter na zaposlitvenih portalih (29%). Največ oglasov je bilo namenjenih iskalcem z univerzitetno izobrazbo (94%), nato s srednjo (50%), podiplomsko (25%) ter osnovnošolsko (12,5%). Kot glavni vzrok za uporabo Interneta so navedli hitrost ter nižje stroške zaposlovanja (Kač, 2000).

Iz raziskave je razvidno, da se je večina podjetij še vedno oklepala tradicionalnega načina zaposlovanja, za kar so kot glavni razlog navedli nezaupanje v verodostojnost podatkov. Kljub temu pa se jih je kar 72% strinjalo, da bo v prihodnje iskanje kadrov preko Interneta pomenilo konkurenčno prednost (Kač, 2000).

Po dveh letih, odkar je bila raziskava narejena, imamo v Sloveniji kar nekaj novih spletnih strani, ki ponujajo prosta delovna mesta in/ali kadre. Tako podjetja kot posamezniki se, glede na število prijavljenih v podatkovnih bazah, vedno raje odločajo za iskanje kadrov oziroma zaposlitve preko Interneta. Prednosti, kot so hitrost, nižji stroški in preglednost, so verjetno prepričali tudi tiste, ki so bili do takšnega načina zaposlovanja nezaupljivi.

---

<sup>25</sup> V raziskavo so bila vključena večinoma velika slovenska podjetja, ki imajo več kot 500 zaposlenih (takšnih je bilo 67,5%), in tesno sodelujejo s tujino. Zajeta pa je bila tudi državna uprava ter nekatera podjetja v lasti države. Zaradi tega menim, da pridobljeni rezultati ne odražajo takratnega realnega stanja zaposlovanja preko Interneta.



V nadaljevanju so predstavljene spletne zaposlitvene strani (zaposlitveni portali), ki so v Sloveniji najbolj znane.

### **Svetla kariera**

Svetla kariera je zaposlitveni portal, ki je namenjen podjetjem, iskalcem spletne rešitve e-kariera in vsem iskalcem nove zaposlitve. Deluje kot distribucijski center trga dela, saj povezuje tako kadrovske agencije in podjetja, ki iskalcem zaposlitve nudijo možnost vpisa v internetne baze kandidatov za zaposlitev, kot tudi kandidate, ki iščejo delo (aktivni iskalci zaposlitve), ali s sedanjo zaposlitvijo niso zadovoljni ter želijo biti obveščeni o zanimivih delovnih ponudbah. Iskalec zaposlitve ob vpisu v bazo kandidatov izpolni standardiziran formular, ki zajema tako privatno kot poslovno sfero posameznikovega življenja. Posredovanje življenjepisa oz. rezimeja v kakršni koli drugi obliki ni mogoče. Zbrane podatke lahko posameznik kadar koli spremeni ali izbriše, določi pa lahko tudi obdobje aktivnosti podatkov. Po pretečenem obdobju se podatki avtomatično izbrišejo. Podatki pa so vidni le tistim podjetjem, ki jih je določil posameznik sam. O posameznem kandidatu pa se vodi evidenca, kdaj se je prijavil v bazo, na katere oglase se je prijavil ter stopnja izbora, ki jo je dosegel. O izboru kandidata oz. uspešni prijavi na prosto delovno mesto je kandidat obveščen preko e-pošte ali SMS-a.

V bazi je vpisanih 358 podjetij in 7713 iskalcev zaposlitve. Do sedaj so objavili že 774 zaposlitvenih oglasov ter 11496 prijav na oglase. Največja skupina iskalcev ima dokončano VII. stopnjo izobrazbe, sledi jim skupina s srednješolsko izobrazbo<sup>26</sup>. Aplikacija, ki jo Svetla kariera ponuja, je torej namenjena iskanju bolj izobraženih/iskanih kadrov, ki jih na slovenskem trgu delovne sile primanjkuje. Stroški aplikacije za podjetje so od 45.000 sit in 1.000.000 sit, odvisno ali gre za najem, nakup ali objavo posameznega oglasa. Vpis v bazo iskalcev zaposlitve pa je brezplačen (Svetla kariera, 2003).

---

<sup>26</sup> Med 3855 aktivnimi iskalcem zaposlitve, je bilo v obdobju od 1.8.2002 do 25.3.2003 6% kandidatov z izobrazbo višjo od univerzitetne, 43% kandidatov z dokončano VII. stopnjo izobrazbe, 11% z visokošolsko izobrazbo, 33% z dokončano srednjo šolo, 7% pa z osnovno šolsko in poklicno izobrazbo (Svetla Kariera, 2003).

## **Zaposlitev.net**<sup>27</sup>

Zaposlitev.net je zaposlitveni portal, ki iskalcem zaposlitve omogoča ogled kadrovskih oglasov, podjetjem pa iskanje kadrov znotraj baze iskalcev zaposlitve. Poleg te osnovne dejavnosti pa svojim uporabnikom ponuja tudi forum za diskusije, arhiv člankov in prispevkov na temo zaposlovanje ter nasvete v zvezi z zaposlovanjem – kako do najboljših kadrov, kako napisati dober življenjepis? Uporaba portala je tako za delodajalce kot za iskalce zaposlitve brezplačna.

Iskalec zaposlitve se z izpolnitvijo spletnega formularja vpiše v bazo iskalcev, ti podatki pa so podjetjem dosegljivi le z njegovim izrecnim dovoljenjem ([www.zaposlitev.net](http://www.zaposlitev.net)).

Na portalu je vsak dan objavljeno več kot 120 ponudb za delo. V bazi je vpisanih 10 000 iskalcev zaposlitve, njihove storitve pa je uporabilo že skoraj tisoč delodajalcev. Iskalci so v povprečju stari manj kot 30 let ter imajo VII. stopnjo izobrazbe, izstopa pa povpraševanje po kadrih z znanjem računalništva (Volk, 2003a).

## **Honorarci.com**

Baza iskalcev zaposlitve ima skoraj 10 000 članov. V povprečju pa spletno stran obišče od 30 000 do 50 000 obiskovalcev na mesec. Največ oglasov za delovna mesta je s področja računalništva, za honorarno oz. dodatno delo, sledijo tisti za redno zaposlitev in projektno delo. Po teh straneh največ brskajo ženske, v starostni skupini med 25 in 29 letom in med 40 –in 44 letom, večina ima srednješolsko izobrazbo (Volk, 2003a).

## **Zavod RS za zaposlovanje 'online' – [www.ess.gov.si](http://www.ess.gov.si)**

Že leta 1995 je imel med prvimi v Evropi oblikovano spletno stran. E-posredovalnica zaposlitev omogoča vpis podatkov oz. njihovo predstavitev potencialnim delodajalcem, delodajalcem pa vpogled oz. iskanje med vpisanimi iskalci zaposlitve. Do 31. 12. 2002 je bilo v bazo vpisanih 12.364 iskalcev zaposlitve, ter 2.119 delodajalcev. Ponudbo prostih delovnih mest pa objavljajo vsak ponedeljek. Možnost takšnega iskanja zaposlitve so največkrat uporabili bolj izobraženi iskalci, opazna je bila tudi prevlada ponudbe za zahtevnejša delovna mesta. Presenetil pa je podatek, da je bilo za najmanj zahtevna delovna mesta več povpraševanja, kot je bilo prijavljenih iskalcev. Torej so

---

<sup>27</sup> V času nastajanja diplomske naloge je Zaposlitev.net postala del spletnega portala Svetla kariera, tako so vse storitve ter bazi iskalcev in ponudnikov zaposlitve prenesene na portal Svetle kariere.

tudi delavcem z najnižjo stopnjo izobrazbe dane možnosti za iskanje zaposlitve preko interneta, vendar pa to možnost premalo izkoriščajo. Spletna stran pa tudi omogoča naročanje na prejemanje prostih delovnih mest po e-pošti. Iskalci zaposlitve tako najprej določijo kriterije, po katerih jim nato program samodejno pošlje izbrana ustrezna prosta delovna mesta ([www.ess.gov.si](http://www.ess.gov.si), 2003).

### **Moja kariera**

Je podjetje za kadrovsko in poslovno svetovanje, ki je specializirano za posredovanje visoko izobraženih kadrov, predvsem vodilnega menedžmenta, kadrov s področja informacijske tehnologije z visokim nivojem strokovnih znanj ter kadrov za specializirane poklice – arhitekti, farmacevti... Z vstopom v EU pa nameravajo področje delovanja razširiti tudi v države članice in privabiti tuje strokovnjake v naša podjetja.

Storitve s katerimi se podjetje ukvarja so:

- posredovanje in iskanje ustreznih kadrov
- 'headhunting' (pridobitev primerne kandidata iz konkurenčne organizacije)
- pomoč pri zaposlovanju na področju bivše Jugoslavije
- pomoč pri opravljanju razgovorov, intervjujih, selekciji, četudi podjetje samo priskrbi seznam potencialnih kandidatov
- svetovanje pri zaposlovanju tujcev

Iskalci zaposlitve izpolnijo vprašalnik z osebnimi podatki, ki jih obravnavajo v skladu z Zakonom o varstvu osebnih podatkov. Kandidate pa o ponudbah obveščajo preko elektronske pošte. Storitve so za iskalce zaposlitve brezplačne, naročnik (podjetje) pa je obvezan plačati 1/3 pogodbenega zneska pred predstavitvijo kandidata. Drugo tretjino plača naročnik po odločitvi, da bo z iskano osebo sklenil delovno razmerje. Preostali del zneska pa plača v roku osmih dni po sklenitvi delovnega razmerja. V primeru, da naročnik v roku poskusne dobe prekine delovno razmerje s posredovanim kandidatom v roku treh mesecev, najdejo nadomestnega ustreznega kandidata ([www.Mojakariera.net](http://www.Mojakariera.net), 2003).

## 10. ZAKLJUČEK

Informacijsko-komunikacijski tehnologiji je nedvomno uspel prodor na področje poslovanja. Največ uspeha je požel Internet, ki predstavlja osrednji medij, preko katerega se opravljajo številni procesi poslovanja. Eden zadnjih procesov, ki je zelo uspešno zaživel na internetu, je tudi zaposlovanje.

Zaposlovanje preko Interneta oziroma e-zaposlovanje se je bliskovito razširilo v Severni Ameriki, skandinavskih državah ter ostalih razvitih kapitalističnih državah. Vzrok za tako hitro širjenje je predvsem razvita informacijska infrastruktura ter enostavnost in priljubljenost uporabe Interneta. Kasneje pa so značilnosti, kot na primer hitrost, brezmejnost, brezčasnost in nizki stroški, dokončno postavili proces zaposlovanja na Internet ter tako ustvarili virtualni trg delovne sile.

Srečevanje obeh akterjev – iskalca in ponudnika zaposlitve – se je prestavilo na Internet, ki zaradi številnih ponujenih informacij povečuje izbiro, s tem pa tudi možnost najti najprimernejšo rešitev tako za podjetje kot tudi za posameznika. Za iskalca zaposlitve to pomeni, da mu Internet omogoča pregled aktualnih oglasov, zbiranja potrebnih informacij o zaposlitvi in delodajalcu ter morebitno prijavo na oglas, po zanemarljivih stroških. Za ponudnika zaposlitve pa to pomeni večji izbor kandidatov, hitrejši in cenejši proces zaposlovanja, večjo konkurenčnost in pripravljenost na spremembe v okolju, kjer bo nadzor nad človeškim kapitalom osrednjega pomena.

Na zaposlitvenih portalih je največ povpraševanja po kadrih za vodilna delovna mesta z visoko izobrazbo družboslovne in računalniške usmeritve. Iskalci zaposlitve s tako izobrazbo imajo tako največjo možnost za zaposlitev. Dejstvo pa je tudi, da so najpogosteje iskani kadri preko Interneta tudi njegovi najbolj redni uporabniki.

Virtualizacija trga delovne sile pa ni povzročila spremembe samo v procesu zaposlovanja, ampak je svoj pečat pustila tudi pri drugih družbeno-ekonomskih procesih. Tako lahko govorimo o pojavu globalne delovne sile ter s tem povezane mobilnosti le-te, spremembi plačne politike, zmanjšanju brezposelnosti ter večji produktivnosti.

Kljub temu, da se pričakuje večja mobilnost delovne sile moramo biti pri napovedi previdni. Iskalci zaposlitve se niso pripravljene preseliti kamor koli ter tako popolnoma zamenjati okolje. Zavedati pa se moramo, da je rizik morebitne neuspele asimilacije delavca v novo okolje velik tako za podjetje kot tudi za posameznika. Zato je pomembno, da sta oba akterja dobro seznanjena s prednostmi in slabostmi selitve.

V primerjavi s tradicionalnim trgom delovne sile je virtualna oblika le-tega veliko bolj fleksibilna, saj omogoča hitrejši, bolj ažuren in cenejši pretok informacij med obema akterjema. Vendar to ne pomeni, da tradicionalni trg delovne sile ne bo več obstajal. Nasprotno, tradicionalni in virtualni trg delovne sile delujeta komplementarno ter tako omogočata večji nadzor nad ponudbo in povpraševanjem. V prihodnosti pa lahko pričakujemo, da se bo preko virtualnega trga delovne sile odvijalo vse več transakcij .

Pomemben del virtualnega trga delovne sile je tudi teledelo, ki se bo počasi vse bolj uveljavilo. Njegova prednost je predvsem v fleksibilnosti oblike dela, ki omogoča fleksibilen delovni čas in dislokacijo dela. Takšna oblika dela temelji na prenosu podatkov s pomočjo informacijsko komunikacijske tehnologije, predvsem Interneta, mobilnih telefonov in faksa. S tem pa oporeka tradicionalni organizacijski strukturi in menedžmentu. Moderne organizacije, ki bodo temeljile na teledelu bodo morale biti dinamične, hitro prilagodljive, fluidne in horizontalno organizirane. V prihodnosti bodo tako virtualne organizacije, virtualni timi in telemenedžment prej pravilo kot izjeme.

## LITERATURA

1. Autor, David H. (1997): "Computing inequality: Have computers changed the labor market?". Dostopno preko <http://www.irs.princeton.edu/pubs/pdfs/377.pdf> . (17.9.2003)
2. Booker, Douglas in Luce, Sally (2002): "The road ahead: Recruitment and retention challenges for the public services". Dostopno preko [http://www.psc-cfp.gc.ca/centres/reports-rapports/ra-vf/trends\\_e.htm](http://www.psc-cfp.gc.ca/centres/reports-rapports/ra-vf/trends_e.htm) . (21.9.2003)
3. Criscito, Pat (2000): "Resumes in cyberspace". Barron's educational series, New York.
4. Criscito, Pat (1997): "Internet job hunting". Dostopno preko <http://www.businessknowhow.com/career/netjobhu.htm> . (11.7.2002)
5. Dani, Dragica in drugi (2003): "Izobraževanje in usposabljanje brezposelnih oseb v letu 2002". Zavod RS za zaposlovanje. Dostopno preko <http://www.gov.ess.si/html/Dejavnost/Analize/2003/AnalizaPriprave2002.doc> (10.7.2003)
6. Dixon, Pam (2001): "Author Pam Doxon on strategies for finding a job online". Dostopno preko <http://www.cnn.com/COMMUNITY/transcripts/2001/02/02/dixon> . (11.7.2002)
7. Ferjan, Marko (2003): "Značilnosti pridobivanja kadrov v Sloveniji". Organizacija, 36, 1, str. 14-22.
8. Filipovič, Maša (2001): "Kakšni so slovenski uporabniki interneta?". Dnevnik, Letnik LI, št. 328 Str. 29.
9. Freeman, Richard B. (2002): "The labour market in the new information economy". Dostopno preko <http://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/9254.html> . (21.9.2003)
10. Glazer, Jože in Hazel, Vanja (2002): "Službe za zaposlovanje". Politika in zaposlovanje. Fakulteta za družbene vede. Str. 200-227.
11. Goldsborough, Reid: "Widen your job-hunting network with the internet". Dostopno preko [http://www.imdiversity.com/article\\_detail.asp?article\\_ID=376](http://www.imdiversity.com/article_detail.asp?article_ID=376) . (11.7.2002)
12. Holland, Peter in Mayson, Susan (2003): "Electronic recruitment: Competitive advantage or comparative disadvantage". 7. mednarodna HRM konferenca 4.–6. Junij 2003 Irska. Na CD-R
13. Ignjatovič, Miroljub (2002a): "Družbene posledice povečanja prožnosti trga delovne sile". Znanstvena knjižnica, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

14. Ignjatovič, Miroljub (2002): "Trg delovne sile v Sloveniji v devetdesetih letih 20. stoletja". Politika in zaposlovanje, Fakulteta za družbene vede, str. 12-39.
15. Ireland, Susan: "Electronic resumes: what is an electronic resume?". Dostopno preko <http://susanireland.com/eresumework.htm> . (18.5.2003)
16. Jereb, Eva ( 1999): "Organiziranje teleskupine". Organizacija, 32, 6, str. 343-348.
17. Johnson, Kurt (1998): "Applications of the internet to the employment process for people with disabilities". Dostopno preko <http://www.wata.org/pubs/articles/employment-online.htm> . (7.6.2002)
18. Kač, Tina (2000): "Kadrovanje preko interneta", diplomsko delo. Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
19. Kos, Andrej(2002): "Razvoj in uvajanje novih telekomunikacijskih storitev". Elektrotehniški vestnik, 69, 3-4, str. 221-226. Dostopno preko <http://www.ev.fri.uni-lj.si/3-4-2002/kos.pdf> . (10.4.2003)
20. Kuhn, Peter (2000): "Policies for an internet labour market". Dostopno preko <http://www.irpp.org/po/archive/oct00/kuhn.pdf> . (21.9.2003)
21. Kuhn, Peter in Skuterud, Mikail (2002): "Internet job search and unemployment durations". Dostopno preko <http://ideas.repec.org/p/iza/izadps/dp613.html> . (21.9.2003)
22. Lain Kennedy, Joyce, J. Morrow, Thomas (1995): "Electronic job search revolution: how to win with new technology that's reshaping today's job market". John Wiley & Sons, New York.
23. Lozar, Katja in Vehovar, Vasja (1997): "Internet in elektronsko poslovanje v slovenskih podjetjih". Dostopno preko <http://www.ris.org/si/radenci97> 7.6.2002
24. Mazi, Nina (2003): "Deset nasvetov za e-iskalce zaposlitve". Delo, XLV, 108, str.15.
25. McColl, Joseph Daniel (2000): "Adventures in online recruiting". Dostopno preko <http://www.thestandard.com/article/display/0.1151.15665.00.html> . (5.9.2002)
26. Mežnar, Drago (2003): "Nadzorovanje komuniciranja prek elektronske pošte, interneta in telefona – ali je treba v delovnem razmerju varovati novo pravico do zasebnosti?". Organizacija, 36, 3, str. 183-186.
27. Možina, Stane (1996): "Management kadrovskih virov". Fakulteta za družbene vede, Ljubljana. Str. 107-146.
28. Nakamura, Masao (2000): "The internet and the changing labour market". Dostopno preko <http://www.irpp.org/events/archive/maj00/mnakamur.pdf> . (21.9.2003)

29. O'Reilly, Elain (2001): "Making career sense of labour market information".  
Dostopno preko <http://www.makingcareersense.org/default.htm> . (21.9.2003)
30. P. Licht, Diane (1997): "Internet recruiting: are you reaping all the benefits?".  
Dostopno preko <http://www.bestjobsusa.com/employmentReview/1197net.asp> . (5.9.2002)
31. Riley Dikel, Margaret (2002): "Guide to Internet job searching". McGraw-Hill, New York.
32. Skagestad, Peter: "Pierce, virtuality and semiotic". Dostopno preko  
<http://www.bu.edu/wcp/papers/cogn/cognskag.htm> . (21.9.2003)
33. STA (2003): "Rabo Interneta spotika zlasti cena". Dnevnik, leto LIII, št.182, str 26.
34. Sumser, John (2002): "2003 trends: The human capital marketplace". Dostopno preko  
<http://www.interbiznet.com/2003HCI/app/2003Trends.pdf> (17.8.2003)
35. Svetlik, Ivan (1985): "Brezposelnost in zaposlovanje". Delavska enotnost, Ljubljana.
36. Svetlik, Ivan (1997): "Mobilnost med delovnimi statusi in delovnimi mesti v Sloveniji". Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
37. Svetlik, Ivan (2001): Mednarodne primerjave. V : Mednarodna primerjalna študija Upravljanje človeških virov. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, str. 158-187.
38. Toplinšek, Janez (1998): "Elektronsko poslovanje". Atlantis, Ljubljana.
39. Vehovar, Vasja (2000): "Je slovenski trg za Internet premajhen?". Dostopno preko  
<http://rezultati.ris.org/si/ris2000/novice/20000619.htm> 16.7.2002
40. Vovk, Linda (2003): "E-kadrovanje v Sloveniji". Delo, leto XLV, 108, str.15.
41. Vovk, Linda (2003a): "Kje iskati zaposlitev na internetu?". Delo, leto XLV, 108, str.15.
42. Zupan, Nada: "Uporaba informacijske tehnologije v praksi ravnanja s človeškimi viri". Dostopno preko <http://www.zaposlitev.net/akademija/prispevek.php?id=16> . (17.6.2003)
43. (1998) iLogos Reserch: "Achieving results with internet recruiting". Dostopno preko  
<http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1998/secure/index.php> . (17.8.2003)
44. (1999) iLogos Research: "Lessons from the global 500". Dostopno preko  
<http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport1999/secure/index.php> . (17.8.2003)
45. (2000) Inetrbiznet annual report 2000: "24 electronic recruiting trends 2001".  
Dostopno preko <http://www.interbiznet.com/trends/24trends2001.pdf> . (17.8.2003)
46. (2001) Star issue report N.7: "Virtualisation of labour market Transactions".  
Empirica. Dostopno preko [http://www.databank.it/star/list\\_issue/issue.html](http://www.databank.it/star/list_issue/issue.html) . (10.4.2003)



47. (2001) Star issue report N.8: "On the e-work frontier". Empirica. Dostopno preko [http://www.databank.it/star/list\\_issue/issue.html](http://www.databank.it/star/list_issue/issue.html) . (10.4.2003)
48. (2002) "Career networks will capture majority of online recruitment". Dostopno preko [http://www.hrnext.com/tools/view.cfm?articles\\_id=1440&tools\\_id=1](http://www.hrnext.com/tools/view.cfm?articles_id=1440&tools_id=1) . (5.9.2002)
49. (2002) iLogos Research: "Global 500 website recruiting". Dostopno preko <http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport2002/secure/index.php> . (17.8.2003)
50. (2002) "Labour market information: Labour market trends". Dostopno preko <http://www.Mb.hrdc-drhc.gc.ca/lmi/trend.shtml> . (16.7.2002)
51. (2002) Letno poročilo zavoda RS za zaposlovanje 2002. Dostopno preko <http://www.ess.gov.si> . (10.5.2003)
52. (2002) Nua internet survey: "How many online?". Dostopno preko [www.nua.ie/surveys/how\\_many\\_online/](http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/) . (27.8.2003)
53. (2002) Star issue report N.26: "Determinants of e-business and e-work success". Empirica. Dostopno preko [http://www.databank.it/star/list\\_issue/issue.html](http://www.databank.it/star/list_issue/issue.html) . (10.4.2003)
54. (2002) Statistični letopis 2002. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana. Dostopno preko [http://www.stat.si/letopis/2002/12\\_2002/12-02.htm](http://www.stat.si/letopis/2002/12_2002/12-02.htm) . (13.7.2003)
55. (2003) Center Vlade za informatiko. Dostopno preko <http://www.gov.si/cvi/slo/ep/indexep.html> . (17.10.2003)
56. (2003) iLogos Research: "Global 500 website recruiting". Dostopno preko <http://www.ilogos.com/en/ilogosreports/ilogosreport2003/secure/index.php> . (17.8.2003)
57. (2003) Information Technology Resource Management Council – ITRMC: "Enterprise standards 5000 – information and data". Dostopno preko <http://www.2.state.id.us/itrmc/plan&policies/5110.pdf> . (10. 9. 2003)
58. (2003) "Kako pridobivati kadre preko interneta – namigi". Dostopno preko <http://www.zaposlitev.net/akademija/prispevek.php?id=5> . (17. 6. 2003)
59. (2003) Svetla kariera: "Kako učinkovito kadrovati preko Interneta". Interna publikacija.

Viri:

<http://www.honorarci.com>

<http://www.job-hunt.org>

<http://www.mojakariera.net>

<http://www.svetlakariera.net>

<http://www.zaposlitev.net>