

Wykorzystanie narzędzi internetowych w procesach alokacji zasobów pracy – studium firm rynku usług personalnych

Jan Czarzasty

Niniejszy tekst jest raportem z przeprowadzonego wiosną 2001 roku badania, w ramach którego podjęta została próba empirycznej weryfikacji stopnia wykorzystania w kraju nowoczesnych technologii teleinformatycznych w alokacji zasobów pracy. Ekspansja Internetu prowokuje pytanie, na ile medium to może być spożytkowane w zakresie pośrednictwa pracy. Rosnąca liczba firm sektora doradztwa personalnego i zasobów ludzkich uruchamia witryny internetowe, oferując swoje usługi za ich pośrednictwem.

Kontekst – trendy globalne a sytuacja w Polsce

W minionej dekadzie byliśmy świadkami dokonywania się rewolucji informacyjnej, której symbolem stał się Internet. Pojawił się termin *Nowa Gospodarka*, na określenie przedsięwzięć zajmujących się rozwojem technologii informacyjnych, lecz przede wszystkim tzw. e-commerce, czyli rynku funkcjonującego w przestrzeni wirtualnej. Mimo przygaśnięcia nadziei wiązanych z *Nową Gospodarką* faktem jest, że sieć trwale wrosła w organizm światowej ekonomii. Co więcej, dyfuzja nowych technologii sprawia, iż aktywność społeczna w rozmaitych aspektach przenosi się do cyberprzestrzeni, co w zasadniczy sposób odmienia oblicze społeczeństwa, wobec którego stosuje się etykietę „informacyjnego”¹.

Jedną z wielu instytucji życia społecznego podlegających transferowi do sfery wirtualnej jest praca. Pomijając ekonomicznie obiecującą formułę „telepracy”, Internet oddziaływa na mechanizmy alokacyjne, poszerzając spektrum metod tradycyjnie stosowanych w dziedzinie zatrudnienia. Doświadczenia krajów znajdujących się dalej niż Polska na superautostradzie informacyjnej pokazują, że portale HR jako płaszczyzna kojarzenia obydwu stron stosunków pracy systematycznie zyskują popularność. Dla przykładu, w USA w połowie zeszłego roku funkcjonowało przeszło

¹ Takie rozumienie „społeczeństwa informacyjnego” jest charakterystyczne dla Europy, gdzie akcentuje się wagę czynnika społecznego i humanistycznego, w odróżnieniu od technologicznie nacechowanego spojrzenia amerykańskiego [1].

2000 witryn służących poszukiwaniu pracy² [7]. Aby skorzystać z możliwości zatrudnienia znajdujących się w cyberprzestrzeni, należy w nią wejść. Z końcem 1998 r. 29,4% gospodarstw domowych w USA dysponowało dostępem do Internetu. W celu poszukiwania pracy używano Internetu w 14,6% ogółu gospodarstw mających do niego dostęp. W tym samym roku odsetek wszystkich dorosłych użytkowników Internetu wynosił 42%, a w następnym już 54% [7].

W Europie naczelné instytucje UE uznały budowę społeczeństwa informacyjnego za jeden z priorytetów, co znalazło wyraz w przyjęciu strategii *eEurope*. Według *Eurostatu*, jesienią 2000 r. współczynnik internetyzacji gospodarstw domowych dla państw „piętnastki” wynosił 28,4%: przodowała Holandia (54,8%), a stawkę zamykała Grecja (11,7%). W omawianym okresie już 40% Europejczyków było użytkownikami sieci [3].

Przytoczone międzynarodowe charakterystyki zjawiska mogą służyć za układ odniesienia dla sytuacji w Polsce. Okazuje się, że dystans dzielący nas od krajów wysokorozwiniętych jest wciąż znaczny. Akces do Internetu jest udziałem 15% gospodarstw domowych [5]. Z kolei 5,2 mln Polaków powyżej 15 roku życia podaje się za użytkowników sieci, przy czym 45% korzysta z sieci w domu, a niecałe 40% w pracy³ [4]. Tworzą oni grupę docelową dla usług doradztwa personalnego oferowanych drogą elektroniczną.

Analiza profili zawodowych aplikantów systemu rekrutacyjnego jednej z czołowych firm w branży ujawnia, że przy 20 tysiącach kandydatów największą (18%) grupę stanowią pracownicy sprzedaży. Osoby z działów IT zajmują drugą pozycję (13%). Inne licznie reprezentowane grupy obejmują osoby trudniące się marketingiem, zarządzaniem oraz obsługą klienta. Znikomy odsetek stanowią zaś pracownicy sfery budżetowej: administracji publicznej i opieki zdrowotnej (obie grupy z udziałem poniżej 1%) [2].

Uwagi metodologiczne

Narzędziem badawczym był kwestionariusz rozesłany pocztą elektroniczną do firm działających w sektorze usług personalnych. Z 25 rozesłanych ankiet zwrócono 9. Kwestionariusz zawierał 16 pytań, wszystkie, poza jednym, miały formę otwartą. Przy formułowaniu pytań intencją było zebranie informacji na temat domicylu przedsiębiorstwa, czasu jego istnienia, długości okresu obecności firmy w Internecie, ogólnego przedmiotu działalności, terytorialnego zasięgu działania, orientacji rynkowej (poprzez wskazanie rodzaju klientów, na obsługę których firma się nastawia: korporacyjnych i/lub indywidualnych), zakresu świadczonych przez firmę usług interneto-

² Lista dostępna pod adresem: <http://www.internetpost.com/Internetpost/AlphaList.html>.

³ W komentarzu redakcyjnym zwraca się uwagę na niższą dostępność obu wymienionych grup do Internetu oraz niewielką liczbę ofert do nich adresowanych [2].

wych (w odniesieniu do całości oferty), nieodpłatnego świadczenia usług, profilu zawodowego osób korzystających z usług firmy, rynkowej aktywności firmy (określonej przez liczbę współpracujących firm i liczbę zarejestrowanych osób szukających pracy) oraz jej efektywności (określonej przez liczbę przypadków zatrudnienia na skutek działań firmy), jak również popularności samej witryny mierzonej liczbą odślon.

Incydentalny charakter prób nie upoważnia do formułowania żadnych wniosków generalizujących. Niski odsetek zwrotów może z kolei dać asumpt do przemyśleń nad skutecznością prowadzenia badań empirycznych drogą elektroniczną (podobnie jak w przypadku wszelkich technik bez styczności bezpośredniej z respondentem). Dlatego omawiane badanie traktować należy jako przyczynek do pogłębionych studiów nad procesem wzbogacania tradycyjnych mechanizmów alokacji pracy przez nowoczesne środki teleinformatyczne, co jest wszak jednym z objawów urzeczywistniania się społeczeństwa informacyjnego.

Omówienie wyników

Siedzibą firm jest czterech przypadkach Warszawa, w dwóch Kraków, pojedyncze mieszczą się w Łodzi, Wrocławiu i Gdyni. Czas istnienia firm nie przekracza dziesięciu lat (dwie najstarsze powstały w 1991 roku), a większość (pięć przypadków) utworzono po 1997 roku. Firmy dłużej istniejące nie od razu wkroczyły do Internetu, który w skali całego kraju dopiero w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych zaczął być eksploatowany komercyjnie. Krakowska firma (rok zał. 1991) zainicjowała działalność w sieci w 1998 roku. Równie długo istniejąca warszawska firma uruchomiła w roku bieżącym, jako osobny podmiot, internetowy serwis pracy. Najdłuższy staż internetowy ma przedsiębiorstwo łódzkie (rok zał. 1992), które jest obecne w sieci od „około pięciu lat”. Od końca lat dziewięćdziesiątych powstające firmy z miejsca uruchamiały swoje witryny.

W związku z deklarowanym przedmiotem działalności, w oczy rzuca się podział na: firmy, dla których Internet jest podstawową płaszczyzną działania oraz firmy, które rozszerzają swoją przestrzeń działania o sferę wirtualną.

Granice rynku w sensie geograficznym wyznaczają siedziby i miejsca zamieszkania klientów firm. Zwracają uwagę znaczne różnice skali działania. W pięciu przypadkach firmy definiują precyzyjnie horyzont terytorialny jako Polskę. Pozostałe, prócz jednej, nie określają tak dokładnie swego zasięgu (jest definiowany enumeratywnie np. „cała Polska”, „świat”), co można interpretować jako założenie globalnej skali działania, zgodnie z transgranicznym duchem Internetu. Interesujący jest przypadek firmy definiującej swój rynek następująco: „woj. Mazowieckie, rzadziej Polska”, związane jest to wszakże ze specyficzną specjalizacją tego podmiotu (praca czasowa; leasing pracowniczy).

Omawiane firmy są w większości nastawione na obsługę obydwu stron rynku pracy. Trzy deklarują zainteresowanie jedynie rynkiem korporacyjnym (tzn. pracodawców szukających pracowników).

W przypadku „serwisów internetowych” (wszystkie obsługują zarówno rynek korporacyjny, jak i indywidualny), drogą internetową oferowane są niemal wszystkie usługi, z nielicznymi wyjątkami. Wrocławska firma w ramach „pozostałych usług” (nieдоступnych drogą internetową) wymienia preselekcję życiorysów oraz ogłoszenia ukryte. Firma z Gdyni szukającym pracy oferuje poradniki. Jedna z firm warszawskich prowadzi sprzedaż oprogramowania dla działów personalnych, organizuje także procesy selekcji i rekrutacji. Podstawowe usługi opierają się na bazach danych, dzielących się na dwa typy: pierwszy obejmuje rejestr kandydatów osób fizycznych poszukujących pracy, drugi – katalog ofert składanych przez przedsiębiorstwa. W obu przypadkach zaletą jest interaktywny charakter bazy, w której można dokonywać operacji *online*. Osoby fizyczne rejestrują się wypełniając elektroniczny formularz aplikacyjny; mogą przy tym oprzeć się na gotowych szablonach (np. usługa „kreator CV” jednego z serwisów). Podobnie komunikują się przedsiębiorstwa poszukujące pracowników o pożądanych kwalifikacjach: zamieszczają specyfikację swojego zapotrzebowania. Następnie klient korzysta ze zgromadzonych zasobów informacji, przeglądając zawartość bazy, jaką jest zainteresowany.

Praktykowane są również rozwiązania przyspieszające proces rekrutacji, jak np. „konto pracodawcy”, na którym gromadzą się wszystkie odpowiedzi na konkretną ofertę pracy; należy tu również usługa „aplikacja *online*”, polegająca na bezpośrednim ubieganiu się na stronie firmy o interesujące stanowisko. Jedna ze stołecznych firm jedynie „oferuje przez Internet” możliwość przesłania CV (pocztą zwykłą lub elektroniczną). Krakowska firma rozszerza zakres swojego „ogłoszeniowego serwisu rekrutacyjnego” także na prasę.

Firmy zagospodarowują swoje witryny umieszczając na nich banery reklamowe oraz banery firmowe pracodawców (przez które możliwe jest wejście bezpośrednio na stronę WWW przedsiębiorstwa). Współpracujące przedsiębiorstwa mogą także zamieszczać swoje prezentacje lub sponsorowane artykuły.

Nieodłączną cechą każdej profilowanej strony jest bogaty zasób informacji z danej dziedziny. Zasób ów jest uporządkowany i przybiera postać serwisu informacyjnego, czy w bardziej zaawansowanej postaci, biblioteki. Omawiane firmy uwypuklają w ramach funkcji informacyjnej wiadomości o aktualnej sytuacji na rynku pracy w postaci analiz, reprodukowanych publikacji prasowych, porad z zakresu prawa pracy. Ponadto oferowane są opracowania (w tym oryginalne, oparte na autorskich badaniach) dotyczące rozmaitych aspektów zarządzania personelem. Wreszcie pojawiają się informacje dotyczące problematyki Nowej Gospodarki (nie tylko pracy). Łódzka firma stworzyła także forum dyskusyjne.

Firmy konsekwentnie trzymają się zasady nieodpłatnego świadczenia usług osobom fizycznym. Regułą jest możliwość darmowego zarejestrowania się w bazie danych. Co więcej, w ramach pośrednictwa firmy informują zarejestrowaną osobę *via* e-mail o nadchodzących propozycjach zatrudnienia. Szukający posady ma również możliwość samodzielnego przeglądania napływających ofert. Wychodząc naprze-

ciw klientom korporacyjnym, którzy złożyli oferty, firmy udzielają im akcesu do bazy kandydatów, nie pobierając dodatkowych opłat⁴. Można spekulować, iż udostępnianie nieodpłatnych usług jest czynnikiem krytycznym dla intensyfikacji obrotów firm pośredniczących.

Przechodząc do zagadnienia jaki obszar rynku pracy znajduje się faktycznie w orbicie zainteresowań firm, odkrywamy w polityce każdej z firm pewne rysy indywidualne. W odniesieniu do firm zajmujących się kompleksowo usługami doradztwa personalnego regułą jest koncentracja na „pracownikach wiedzy”. Dowiadujemy się, że grupy, na obsługę których kładziony jest nacisk to kadra zarządzająca szczebla średniego i wyższego, samodzielni specjaliści oraz (w jednym przypadku) personel biurowy.

Jeden z portali radykalnie ogranicza krąg poszukiwań, obierając strategię niszową ukierunkowaną na branżę IT (a więc przede wszystkim informatyków).

Na przeciwnym biegunie lokują się firmy deklarujące zainteresowanie przedstawicielami różnych zawodów, oświadczając np., że: „zarówno oferty pracy publikowane w serwisie..., jak i kandydaci reprezentują wszystkie kategorie zawodowe”. Inne podmioty udzielają wyjaśnień tyleż lakonicznych, co enigmatycznych: „wszystkie kategorie” zawodowe „na wszystkie” poziomy (szczeble) struktury organizacyjnej itp. Rozpiętość zakresu poszukiwań kolejnej firmy nakreślono obrazowo: „od pracowników fizycznych po specjalistów wysokiego stopnia”. Zacytowanie udzielonych odpowiedzi jest uzasadnione o tyle, że podważają one stereotypowy pogląd jakoby oferty pracy w Internecie dotyczyły przede wszystkim kadr związanych z nowoczesnymi technologiami.

Jeżeli idzie o liczbę współpracujących firm, to rekordowy wynik w stawce odnotowuje jedna z firm stołecznych (podmiot kontrolujący dwa serwisy, z których pierwszy koncentruje się na pośrednictwie, a drugi na szkoleniach), obliczając krąg swoich klientów korporacyjnych na „ponad 2000”. Krakowska firma szacuje liczbę współpracujących przedsiębiorstw na 300–500. Przedsiębiorstwo z Wrocławia ma w granicach 300 klientów. Firma z Łodzi legitymuje się ok. 160 klientami z grupy firm, a firma z Warszawy ok. 150. Pozostałe wielkości oscylują pomiędzy 40 a 109. Firmy nie zawężające zakresu poszukiwań do określonych nisz zawodowych osiągają wyższe rezultaty.

Spojrzenie na drugą stronę stosunków pracy, czyli osoby fizyczne szukające zatrudnienia ujawnia, że największa baza danych gromadzi ponad 60 000 życiorysów. Najmniej liczna zawiera dokładnie 2212, ale posiadająca ją firma zajmuje się tylko rynkiem pracy IT.

Wskaźniki dotyczące efektywności obejmują aktualną liczbę ofert zatrudnienia oraz liczbę obsadzonych stanowisk. Palma pierwszeństwa należy do podmiotu dysponującego największym zbiorem życiorysów, w tym wypadku z liczbą 2430. Jedna

⁴ W przypadku dostępu warunkowego (tj. tylko dla użytkowników) stosowane są rozwiązania ograniczające: hasła dostępu przyznawane po zarejestrowaniu się.

z firm warszawskich szacuje liczbę ofert na ok. 550. Gdyńska firma ma ich 133. Pozostałe firmy deklarują dwucyfrowe liczby ofert.

Ostateczną miarą skuteczności działań jest liczba dotychczas obsadzonych stanowisk. Firmy okazywały powściągliwość w ujawnianiu tego rodzaju danych. Jedynie cztery zechciały udostępnić wyniki. Krakowska firma podaje rząd wielkości 1000–1500 na przestrzeni 10 lat. Jeden z serwisów warszawskich – 160 stanowisk (lata 1999–2001) obsadzonych kandydatami z bazy (liczba osób, które znalazły pracę odpowiadającą na oferty, nieokreślona). Drugiej z krakowskich firm udało się to w 500 przypadkach. Łódzka firma w latach 1999–2000 pomogła znaleźć pracę 280 osobom.

Wskaźnikiem o istotnym znaczeniu jest liczba odsłon witryn internetowych. Nieodzowną czynnością w procesie poszukiwania czy to zatrudnienia, czy pracownika w cyberprzestrzeni jest wizyta na stronie firmy pośredniczącej. Firma wrocławska utrzymuje, że liczba osób odwiedzających w ciągu ubiegłego roku wyniosła 8.785.248 (dawałoby to średnią przeszło 25 tysięcy gości dziennie). Znamienna jest wyższa częstotliwość odwiedzin „serwisów pracy” (adresat masowy) niż stron firm doradczych ze zdywersyfikowanym pakietem usług (adresat elitarny).

Podsumowanie

Firmy zajmujące się pośrednictwem pracy w Internecie prezentują bogatą gamę usług oferowanych on-line bądź dostępnych na swoich stronach. Godna uwagi jest polityka nieodpłatnego świadczenia usług klientom indywidualnym. Nie zapominając, że to ogólna sytuacja na rynku pracy w znacznym stopniu wpływa na skuteczność alokowania zasobów pracy wszelkimi metodami, należy docenić liczne zalety wirtualnego pośrednictwa, z szybkością przepływu i dostępnością informacji kolportowanych tą drogą na czele. Rozbudowane formy większości witryn uwzględniają aspekty edukacyjne, naświetlając problematykę prawną dotyczącą zatrudnienia, syntetyzując dane na temat rynku pracy, a wreszcie unaoczniając wagę włączania nowoczesnych technologii informacyjnych w główny nurt życia gospodarczego i społecznego.

Bibliografia

- [1] Doktorowicz K. (1997): *Europejska definicja społeczeństwa informacyjnego*. „Transformacje”, nr 1–4 (11–14), s. 54–60
- [2] *Dwadzieścia tysięcy po raz pierwszy*. Serwis Informacyjny HRK, 2001.05.28, <http://www.hrk.pl>
- [3] *Europa dogania Amerykę*. „PC World Computer”, 2001.03.15, <http://www.idg.pl>
- [4] *Gięda*. „Wprost”, nr 48, 2000.11.26, s. 40
- [5] *Gięda*. „Wprost”, nr 11, 2001.03.18, s. 40
- [6] *Level of Internet access*. „Eurostat”, 2001, <http://europa.eu.int>
- [7] Kuhn P., Sketerud M. (2000): *Job search methods: Internet versus traditional*. „Monthly Labor Review”, 123 (10), s. 3–11