



VÄRBAMINE JA VALIK E-KESKKONNA ABIL

E-keskkonna kaudu värbamine on dünaamilisem võrrelduna traditsiooniliste võtetega, kuid toetab samuti värbamise ja valiku eesmärgi. Milline on Eesti organisatsioonide kogemus e-võimaluste kasutamisel töötajate värbamiseks?



TEKST: **KADI NIGGULIS**
Tripodi värbamiskonsultant

E-keskkonna kasutamine on võrrelduna traditsiooniliste võtetega dünaamilisem ning toetab värbamise ja valiku eesmärgi. Seda mõjutab vähenenud lojaalsus tööandjale ja töösuhte lühiajalisus. Ent millised on praegused suundumused, mida peaksid silmas pidama tööandjad? Mida tunnetavad kandidaadid e-keskkonna ohtude ja eelistena? Mida ootavad töötajad e-keskkonna abil värbamisest? Neile küsimustele otsi-

sin vastust oma magistritöös „E-keskkonna kasutamine töötajate värbamisel ja valikul Eesti näitel” (TTÜ).

UURINGU TAUST

Tööjõuturu globaliseerumine, üha tugevnev konkurents kvalifitseeritud tööjõu pärast, vajadus tegutseda kiiremini kui konkurendid ja surve kulusid kokku hoida (sh värbamise ja valikuprotsessis) on sundinud ka Eesti tööandjaid otsima uusi ja tõhusaid võimalusi töötajate värbamise ja valiku korraldamisel. Üks võimalus keerulist olukorda leevendada on kasutada e-keskkonda, mille abil juhitud protsess toetab samamoodi värbamise

ja valiku eesmärgi, kuid on dünaamilisem kui traditsiooniline lähenemine.

E-KESKKONNA ARENG

Internet ja e-keskkonna areng on viimastel kümnenditel tugevalt kujundanud personalitöötajate tegevust värbamisel, kandidaatide hindamisel ja valikul. CV-de vahendamise internetileheküljed olid esimesed e-keskkonna värbamiskanaliid. Ameerika Ühendriikides loodud maailma suurim tööportaal Monster alustas tegevust 1994. aastal ja Eesti esimene sarnane leht tehti vaid kaks aastat hiljem.

Sama kümnendi lõpus algas veebipõhiste infosüsteemide ajajärk ja mitu ettevõtet hakkasid arendama personalivaldkonna tarkvara, mis ühilduks interneti arhitektuuriga. Samal ajal arenesid ka erinevad suhtlusvõimadused, näiteks äriühingustik LinkedIn alustas tegevust 2003. aastal ja populaarne sotsiaalühingustik Facebook 2004. aastal.

E-keskkonnas värbamise ja valiku uurimiseks Eesti kontekstis tein

uuringu nii tööandjate (vastajaid 37) kui ka töötajate ja tööotsijate (vastajaid 104) seas.

E-KESKKONNA EELISED JA PUUDUSED

Magistritöö uuringus küsiti nii e-keskkonna puuduste kui ka eeliste kohta. E-keskkonna suurima eeliseks saidid töötajad välja võimaluse leida soovi korral organisatsiooni ja töö kohta rohkem infot kui töökuulutuses. Kõige vähem nimetati eeliseks asjaolu, et tänu sellele ei pea igaks kohtumiseks kohale sõitma.

Tööandjad näevad e-keskkonna suurima eeliseks kiirust, mis võimaldab teha kuulutus või teade kättesaadavaks kohe. Samuti hinnatakse eri kanalites sama kuulutuse jagamise lihtsust, võimalust kaasata ja kandideerima kutsuda suurt hulka kandidaate, ning kasutamislisust.

Suurima probleemina saidid töötajad välja mure eraelu privaatsuse pärast ja teadmatus, kas võimalik töötaja säilitab kandideerimise käigus kogutud andmeid konfidentsiaalselt. Tööandjad mainisid murekohana kõige enam, et inimest ja tema kehakeelt ei saa vahetult näha. Samuti teeb ettevaatlikuks võimalik valetamine või oma kogemuse ilustamine ja tasuliste teenuste kasutamise kaasnev väljaminek.

Kõige väiksema puudusena tunnetasid nii töötajad kui ka töötajad oma oskuste taset e-keskkonnas tegutsemisel, nad hindasid oskusi piisavaks.

TÖÖOTSIJATE KOGEMUSED

E-keskkonna rakendamise määra personali värbamise kanali ja hindamiskeskonnana mõjutavad organisatsiooni omapära, värbamisega tegelevate spetsialistide eripärad, otsitava tööjõu ja kandidaatide omadused ning tehnoloogia areng. Peab arvestama, et kõik e-keskkonna lahendused

ei pruugi sobida organisatsiooni kõigi töökohtade mehitemiseks.

Töötajad on töötamiseks (info saamiseks või kandideerimiseks) kõige rohkem kasutanud CV-de andmebaasi töökuulutusi ja neid huvitava organisatsiooni kodulehte. Need mõlemad jäävad peamiseks eelistusteks ka tulevikus.

Vaadeldes tuleviku ja praeguse olukorra erinevust, joonistub välja valmisoleku suurenemine pea poole võrra konkreetse eriala professionaale ühendavate veebilehtede ja foorumite (tuleviku ja praeguse olukorra erinevus on 49%), video-töökuulutuste (erinevus 47%) ja LinkedIni töökuulutuste (erinevus 46%) kasutamiseks. Kõige enam kasvab valmidus võimalike töötajatega tulevikus Facebookis ja LinkedInis suhelda (erinevus vastavalt 49% ja 39%).

 Töötaja hindab kõrgelt eraelu puutumatust.

E-keskkonnas kasutatavatest valikumeetoditest on töötajad seni kõige rohkem kokku puutunud testide tegemisega internetikeskkonnas ja selleks ollakse valmis ka edaspidi. Praegusega võrreldes ollakse enam valmis osalema Skype'i-intervjuul, samuti suureneb valmidus video-CV koostamiseks eelvaliku protsessiks (erinevus 40%).

VÄRBAMIS- JA VALIKUVALDKONNA TULEVIK

Värbamis- ja valikuvaheldkonna kaks peamist suundumust on eri autorite uuringute järgi seotud tehnoloogiliste muudatuste ja tööjõuturu vahelistumise. Eesti töötajad ja töötajad on uuringu tulemuste järgi valmis tulevikus pea kõikide e-keskkonna värbamiskanali ja valiku-

meetodite veelgi rohkemaks kasutamiseks või neis osalemiseks. Alati aga ei ole uuenduste ja muudatuste algatajad töötajad, pigem tuleb kaasa minna sellega, mida töötaja ootab.

Töötajatele on ülimalt oluline eraelu puutumatus ja info konfidentsiaalsus. Tähtis pole üksnes näiline tunne kandidaatidele, vaid ka oma seljataguse kindlustamine ja kooskõla seadustega. Värbamise ja valiku lihtsustamiseks kasutatavaid e-keskkonna infotehnoloogilisi vahendeid (infosüsteemid, andmebaasid jm) peab arendama nii, et tagatud on konfidentsiaalsete andmete turvaline hoidmine. Välistada tuleb võimalus, et kõrvalised isikud tutvuvad eraeluliste andmetega, mis võib viia kandidaadi diskrimineerimiseni.

Organisatsioonis on mõistlik välja töötada strateegia e-keskkonna kasutamiseks värbamis- ja valikuvaheldkonnana. Koostöös turundus- ja IT-osakonna ning teiste asjaomaste üksustega tuleb organisatsioonis koostada hästi läbimõeldud ja organisatsiooni eesmärkidega haakuv ühtse sõnumiga plaan. Meeles tuleb pidada, et erinevate töökohtade jaoks on vaja oma strateegiat.

Eesti töötajad ja töötajad ei ole minu uuringu tulemustega rahvusvahelistega võrreldes muust maailmast kuigi erinevad. Meie personalivaldkonna spetsialistidel tasub end kursis hoida teistes riikides avaldatud uurimistöödega, et uuendusmeelseid kogemusi sobivuse korral oma organisatsioonile kohandades rakendada. Tasub arvestada väljajoonistunud suundumust, mille järgi 60% minu uuringule vastajatest ei otsi aktiivselt tööd, kuid nad on sellest hoolimata pakkumistele avatud. Huvi teistsuguste lahenduste vastu pälvib kandidaatide ja konkurentide tähelepanu ning tugevdab töötaja mainet, sest uuendusmeelset kuvandit seostatakse teadusuuringute põhjal hea töökeskkonnaga. ♦