



Tom 26/2017, ss. 435–449  
ISSN 1644-888X  
e-ISSN 2449-7975  
DOI: 10.19251/ne/2017.26(29)  
[www.ne.pwspzlock.pl](http://www.ne.pwspzlock.pl)

---

**Katarzyna Racka**

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Płocku

## **TECHNOLOGIE INFORMACYJNE W PROCESIE REKRUTACYJNYM**

INFORMATION TECHNOLOGIES IN RECRUITING PROCESS

### **Streszczenie**

Czas odręcznego pisania podań i życiorysów oraz osobistego dostarczania go do firm przy obecnie rozwijającej się komputeryzacji już mija. Również proces rekrutacyjny przeprowadzany przez firmy, przy ogólnodostępnym Internecie radykalnie się zmienia.

Obecnie coraz więcej firm, decyduje się stosować nowe technologie informacyjne, które pozwalają firmie dotrzeć z ogłoszeniem do większej liczby odbiorców, pozyskać większą liczbę lepiej wykwalifikowanych kandydatów, zmniejszyć czas i koszty związane z procesem rekrutacyjnym. Ponadto stosowanie niektórych rozwiązań, takich jak profil firmy, pozwala na poprawę wizerunku firmy, co jest istotne w pozyskaniu najlepszych kandydatów

### **Summary**

The time of handwriting of applications and CVs and of personal delivery to companies with current computerization is already passing. Also the recruitment process carried out by companies, on the public Internet is radically changing..

Nowadays, more and more companies are choosing to use new information technologies that allow the company to reach out to more people, gain more qualified candidates, reduce time and costs associated with the recruitment process. In addition, the use of certain solutions, such as a company profile, allows you to improve your company's image, which is important in winning the best job seekers and increasing the number of clients.

poszukujących pracę jak i w zwiększeniu liczby klientów firmy.

Celem artykułu jest prezentacja zastosowań technologii informacyjnych w procesie rekrutacji i selekcji. W artykule omówiono znaczenie Internetu w procesie rekrutacyjnym, jako miejsca poszukiwania przyszłych pracowników i pracodawców. Zaprezentowano portale zajmujące się umieszczaniem ogłoszeń rekrutacyjnych. Przedstawiono zastosowanie aplikacji mobilnych, dzięki którym za pomocą smartfonu można brać udział w procesie rekrutacyjnym. Wyjaśniono zalety stosowania formularzy i systemów informatycznych do wstępnej selekcji kandydatów na podstawie nadesłanych aplikacji. Ponadto zaprezentowano możliwości stosowania platform e-learningowych w procesie rekrutacji i selekcji.

**Słowa kluczowe:** IT w rekrutacji, platformy e-learning w selekcji, aplikacje mobilne do celów HR,

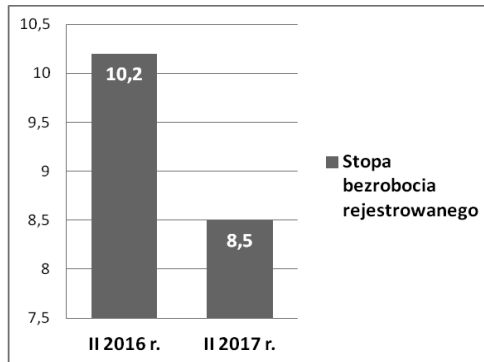
## Wprowadzenie

Z badań Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że liczba pracujących według stanu na 30 września 2016 r. wyniosła 8898,5 tys. osób i była wyższa niż przed rokiem o 2,7%. Poziom przeciętnego zatrudnienia w okresie trzech kwartałów 2016 r. wyniósł 8452,9 tys. osób i był o 2,4% wyższy niż przed rokiem (odpowiednio w ub. roku wzrost o 0,8%) [www 2].

Liczba bezrobotnych na koniec lutego 2017 r. wyniosła 1,38 mln osób i w porównaniu do końca stycznia 2017 roku spadła o 12,8 tys. osób (o 0,9%). W porównaniu wyników z lutego 2016 r. do lutego 2017 r. stopa bezrobocia rejestrowanego spadła o 1,7 punktu procentowego [www 6].

The aim of the article is to present information technology applications in the recruitment and selection process. The article discusses the importance of the Internet in the recruitment process as a place to look for future employees and employers. Portals dealing with placement of recruitment advertisements are presented. The application of mobile applications is presented, which enables the smartphone to participate in the recruitment process. The benefits of using forms and information systems to pre-select candidates based on submitted applications are explained. Additionally, the possibility of using e-learning platforms in the recruitment and selection process is presented.

**Keywords:** IT Recruiting, e-learning platform in recruitment, Mobile Apps for Recruiters.



**Wykres 1. Wartości stopy bezrobocia rejestrowanego w lutym 2016 r. i w lutym 2017 r.**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Departamentu Rynku Pracy Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Większość bezrobotnych rejestrujących się w urzędach pracy to osoby o stosunkowo niskim poziomie wykształcenia. Dwie najliczniejsze grupy wśród bezrobotnych to osoby posiadające wykształcenie zasadnicze zawodowe oraz gimnazjalne, podstawowe i niepełne podstawowe (odpowiednio 26,3% i 27,3% w ogólnej liczbie bezrobotnych zarejestrowanych w końcu września 2016 r.) Obie te populacje łącznie stanowiły 53,6% ogólnej liczby bezrobotnych [www 1].

Na rynku pracy jest coraz większe zapotrzebowanie na dobrze wykwalifikowanych pracowników. Pracodawcy mają coraz większy problem ze znalezieniem odpowiednio wykwalifikowanych pracowników. Aby poradzić sobie z problemem niedoboru kadry, pracodawcy muszą korzystać z narzędzi, które umożliwiają dotarcie z ogłoszeniem rekrutacyjnym do większej grupy osób, oraz które pozwalają na tworzenie wizerunku firmy jako miejsca atrakcyjnego dla przyszłych pracowników.

## **Rekrutacja z pomocą portali internetowych**

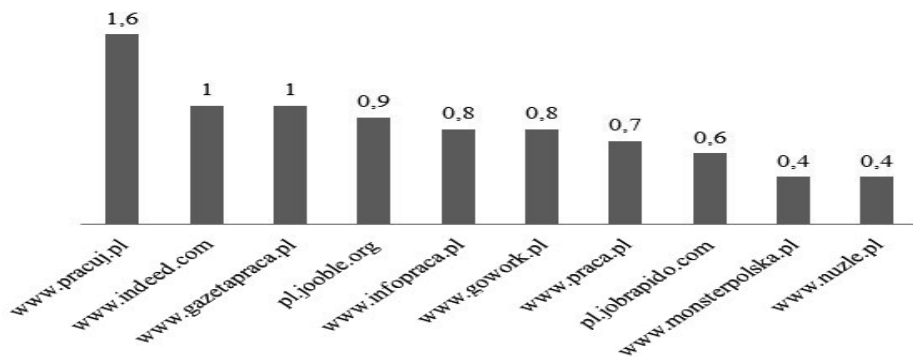
Rosnący postęp technologiczny oraz nieograniczony dostęp do Internetu sprawił, że obecnie firmy umieszczają ogłoszenia rekrutacyjne na portalach internetowych specjalizujących się w publikacji ofert pracy. Rozwiązanie to pozwala przekazać informacje rekrutacyjne do większej liczby osób, pozyskać większą liczbę kandydatów, co daje firmie większe prawdopodobieństwo znalezienia pracownika z lepszymi kwalifikacjami. Poszukującemu pracę daje

dostęp do większej liczby ofert pracy na preferowanym stanowisku i miejscu zatrudnienia.

W celu uatrakcyjnienia oferty strony, a co za tym idzie pozyskania większej ilości odbiorców, portale publikujące oferty pracy:

- udostępniają formularze za pomocą których można odnaleźć ofertę pracy z uwzględnieniem preferowanego stanowiska, firmy i miejsca pracy lub wartości wynagrodzenia;
- umożliwiają użytkownikom zakładanie kont lub profili pozwalających na zarządzanie usługami dostępnymi na stronie, gromadzenie danych związanych z historią edukacji, przebiegiem kariery, tworzenie dokumentów rekrutacyjnych takich jak np. CV i przysyłanie ich pracodawcom, otrzymywanie na konto i pocztę elektroniczną rekomendowanych ofert, aplikowanie za pomocą profilu na wybraną ofertę pracy, informacje o statusie złożonej aplikacji na podstawie aktywności pracodawcy;
- stosują technologie, które dopasowują kandydatów do określonej oferty;
- prezentują poradniki, w których publikują artykuły doradzające jak dobrze przygotować się do procesu rekrutacyjnego, adresowane zarówno do osób poszukujących prace jak i samych pracodawców;
- oferują narzędzia takie jak: raporty i kalkulatory wynagrodzeń, kreatory umożliwiające tworzenie CV, wzory listów motywacyjnych i CV.

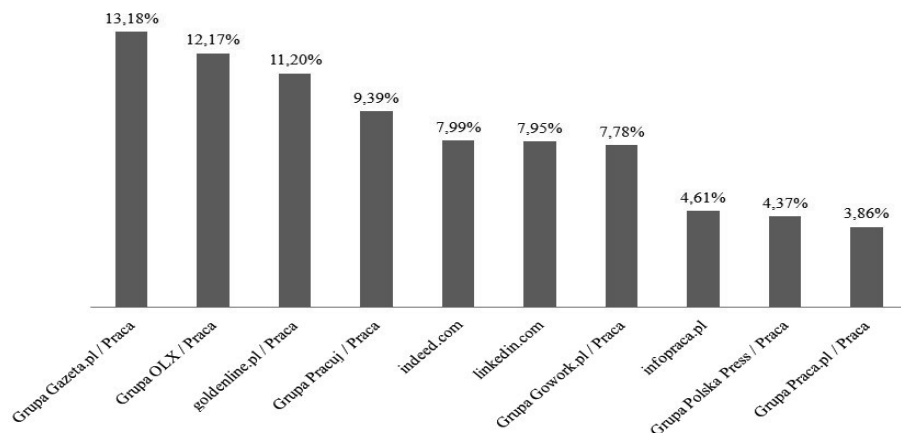
Z ogólnopolskiego badania oglądalności witryn i aplikacji internetowych, przeprowadzonych przez Megapanel PBI/Gemius w 2014 r. wynika, że polscy internauci najczęściej poszukiwali ofert zatrudnienia na portalu [www.pracuj.pl](http://www.pracuj.pl). Na podstawie badań policzono, że korzystała z niego ponad jedna czwarta internautów poszukujących pracy online (1,6 mln). Dużą popularnością cieszyły się również strony [www.indeed.com](http://www.indeed.com) oraz [www.gazetapraca.pl](http://www.gazetapraca.pl) (1 mln) [www 5].



**Wykres 2. Lista Top10 stron WWW, na których polscy internauci poszukują pracy (w mln) z roku 2014.**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2014 r. .

Badanie Gemius/PBI realizowane przez Polskie Badania Internetu sp. z o. o. i Gemius Polska sp. z o. o. przygotowane w sierpniu 2016 r. pokazało, że największy zasięg wśród internautów odnotowały Grupa Gazeta.pl / Praca (13,8%), Grupa OLX / Praca (12,17%), goldenline.pl / Praca (11,20%), oraz Grupa Pracuj / Praca (9,39%).



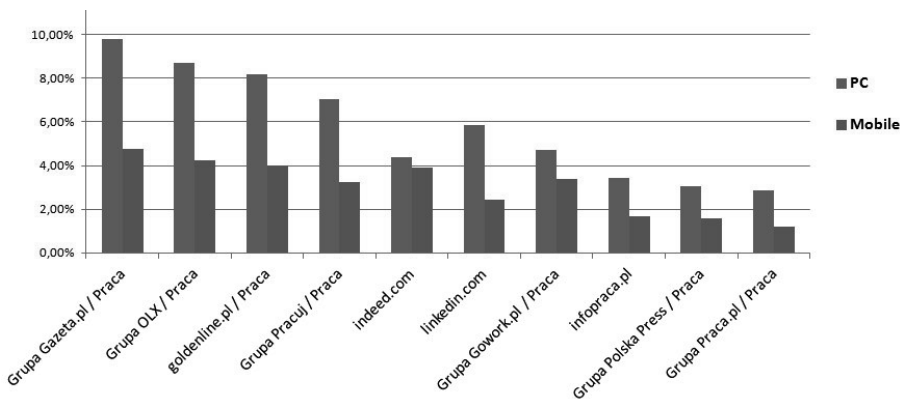
**Wykres 3. Dziesięć portali wspierających działania w obszarach HR, które odnotowały największy zasięg wśród internautów w I kwartale 2016 r.**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Gemius/PBI realizowane przez Polskie Badania Internetu sp. z o. o. i Gemius Polska sp. z o. o. w sierpniu 2016 r.

## Mobilne wersje stron i mobilne aplikacje

Wzrost sprzedaży smartfonów, tabletów, sprawia że ich posiadacze stają się coraz bardziej znaczącą grupą korzystającą z internetu. Rośnie liczba witryn internetowych posiadających mobilne wersje, ułatwiające przeglądanie ich za pomocą urządzeń mobilnych.

Badanie Gemius/PBI realizowane przez Polskie Badania Internetu sp. z o. o. i Gemius Polska sp. z o. o. przygotowane w sierpniu 2016 r. pokazało, że liczba odwiedzin stron wspierających poszukiwanie pracy i pracownika za pomocą urządzeń mobilnych wynosiła ponad 52% w stosunku do liczby odwiedzin tych stron za pomocą komputera PC.



**Wykres 3. Sposób przeglądania stron wspierających poszukiwanie pracy i pracownika w I kwartale 2016 r.**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Gemius/PBI realizowane przez Polskie Badania Internetu sp. z o. o. i Gemius Polska sp. z o. o. w sierpniu 2016 r.

Ponadto pojawia się coraz więcej aplikacji mobilnych, umożliwiających, za pomocą na przykład smartfona czy tabletu, na wykonywanie czynności takich jak:

- sprawdzanie ofert pracy dopasowanych do użytkownika,
- odpowiadanie na wybrane ogłoszenia rekrutacyjne,
- dołączanie listów motywacyjnych lub CV do zgłoszenia,
- założenie profilu zawodowego, który często jest rekomendowany rekruterom szukającym pracowników.

W Internecie dostępnych jest coraz więcej aplikacji mobilnych. Poniższa lista prezentuje przykładowe aplikacje mobilne dostępne na Google Play [www 8]:

- Indeed Jobs;
- JOB TODAY;
- Oferty pracy na Monster;
- CareerBuilder Jobs

Ponadto portale specjalizujące się w poszukiwaniu pracy i pracowników rekomendują aplikacje, za pomocą których można w sposób mobilny korzystać z funkcji dostępnych na ich stronie. Przykładami takich aplikacji są:

- Aplikacja „GazetaPraca.pl - Oferty Pracy” na Windows Phone to oficjalna aplikacja serwisu rekrutacyjnego gazetaprac.pl, wymagany system operacyjny Windows Phone 8.0 i wyższe, Producent: Agora S.A. [www 13]
- Aplikacja OLX.pl (dawniej Tablica.pl) na Androida to aplikacja serwisu www.olx.pl/praca, wymaga systemu iOS 9.0 lub nowszego bądź Android 4.0.3 lub nowszego, sprzedawca: Naspers Classifieds sp. z o. o. © Naspers Classifieds sp. z o. o. [www 14]
- LinkedIn Job Search - rekomendowany przez stronę www.linkedin.com/jobs, wymaga systemu iOS 8.0, Android 4.1 lub nowszego, sprzedawca: LinkedIn Corporation © 2015 LinkedIn; [www 15]
- Aplikacja Pracuj.pl – rekomendowana przez stronę www.pracuj.pl, sprzedawca: Grupa Pracuj Sp. z o.o., wymaga systemu iOS 8.0 lub nowszego bądź Android 4.1 lub nowszego. [www 12]
- Aplikacja mobilna infoPraca.pl – rekomendowana przez portal www.infopraca.pl/, sprzedawca infoPraca Sp. z o.o., wymaga systemu: Android 4.1 lub nowszego, bądź iOS 7.0 lub nowszego. [www 10]

### **Serwisy społecznościowe i profil firmy.**

Na obecnym rynku pracy nie wystarczy podać ogłoszenia rekrutacyjnego.

Aby zachęcić do pracy nowych dobrych pracowników, należy zadbać o wizerunek firmy Employer Branding (EB, ang. *budowanie wizerunku pracodawcy*).

Dla kandydata poszukującego pracy, w wyborze nowego miejsca pracy nie jest jedynie ważna wartość wynagrodzenia. Osoba poszukująca pracę zwraca również uwagę na:

- możliwość własnego rozwoju,
- atmosferę panującą w firmie.

Dobra opinia o firmie to ogromna wartość dla firmy.

Chcąc poprawić wizerunek, firmy często korzystają z serwisów społecznościowych takich jak np. Facebook, Twitter, w ramach których mogą dzielić się wiadomościami z „życia firmy”:

- umieszczając informacje dotyczące szkoleń pracowników, ich osiągnięć, prezentują w ten sposób możliwości rozwoju dla przyszłych i obecnych pracowników;
- publikując zdjęcia np. z organizowanych imprez oraz wyjazdów integracyjnych, mają na celu zaprezentowanie atmosfery pracy.

Działania mające na celu budowanie wizerunku firmy sprawiają, że obecni i potencjalni pracownicy daną firmę dostrzegają jako atrakcyjne środowisko dla rozwoju swojej kariery.

E-marketing oparty na promocji poprzez media społecznościowe to łatwy, niedrogi a zarazem skuteczny sposób na kreowanie marki firmy oraz budowanie relacji firmy z klientem lub przyszłym pracownikiem.

Coraz więcej firm decyduje się na stworzenie profilu firmy na stronach WWW z ofertami pracy.

Profil firmy to możliwość zaprezentowania i promowania firmy, jej działalności, produktów. Ponadto jest to sposób na zwiększenie liczby kontaktów z klientami, ułatwienie im możliwości komunikacji z firmą, ułatwienie obsługi klienta oraz zainteresowanie firmą osób poszukujących pracy.

Przemyślany i dobrze przygotowany profil firmy to odzwierciedlenie charakteru firmy, umożliwiający zaprezentowanie firmy od środka, przedstawienie panującej w niej atmosfery, pracujących w niej pracowników, ich opinii, przebiegu ich ścieżek kariery zawodowej. Profil firmy umożliwia także zaprezentowanie rozwoju firmy, planowanych inwestycji. Ponadto pozwala firmie na przedstawienie jej atutów i osiągnięć.

Jak powinien wyglądać dobry profil firmy?

Krok 1. Zaplanowanie strategii - zanim przystąpimy do stworzenia profilu firmy, należy ustalić jego cel, co chcemy uzyskać dzięki niemu.

Krok 2. Zapoznanie się z profilami firm tej samej branży – profil powinien wyróżniać się na tle konkurencji.

Krok 3. Określenie grupy docelowej – należy ustalić do kogo będzie skierowana informacja umieszczona na profilu. Jakie cechy mają potencjalni klienci i kandydaci? Wszystkie posty i wygląd graficzny profilu powinny być dopasowane do płci, wykształcenia oraz wieku grupy docelowej. Ogłoszenia rekrutacyjne, mogą być wtedy targetowane do ściśle określonej grupy docelowej.



Krok 4. Sformułowanie tematyki publikowanych treści, które powinien zawierać firmowy profil. Treść umieszczana na profilu firmy powinna być zgodna z zainteresowaniami odbiorców. Nie należy umieszczać ich za dużo. Większe korzyści przyniosą niewielkie ale za to ciekawe i rzetelnie przygotowane informacje. W procesie rekrutacyjnym, dokładny opis stanowiska pracy, sprecyzowanie wymagań i profilu osoby rekrutowanej pozwoli kandydatowi właściwie zrozumieć wymagania i obowiązki, a firmę uchroni przed zatrudnieniem nieodpowiedniego kandydata.

Krok 5. Komunikacja firmy z klientami i kandydatami poszukującymi pracę. Profil firmy utworzony na serwisie społecznościowym daje możliwości komunikacji poprzez możliwości zadawania pytań, wyrażania opinii, oceniania. Taka komunikacja może być dla firmy doskonałym źródłem wiedzy oraz sposobem na otwarcie się na odbiorcę i zyskanie jego zaufania. Dla klientów i kandydatów poszukujących pracę jest to sposób poznania firmy.

Krok 6. Organizowanie konkursów, nagradzanie czytelników. W celu uatrakcyjnienia profilu firmy warto pomyśleć o przygotowaniu konkursów z nagrodami, rabatów dla stałych czytelników profilu, doceniając w ten sposób zainteresowanie jakie okazały te osoby zaglądając na profil firmy i zachęcając je do częstego śledzenia informacji ukazujących się na nim. [www 4]

Większość kandydatów poszukujących pracy, zanim odpowie na ogłoszenie rekrutacyjne odwiedza strony internetowe firmy, w której chciałoby podjąć pracę, zapoznaje się z jej profilem jeśli taki posiada, chętnie zagląda na opinie na jej temat, które wystawili klienci, co o niej piszą jej obecni lub byli pracownicy. Również sami przedsiębiorcy na rozmowach kwalifikacyjnych doceniają kandydatów, którzy starali się poznać firmę, jej działalność, produkty, przed przyjściem na rozmowę kwalifikacyjną. Osoba rekrutująca chce widzieć zaangażowanie kandydata oraz jego zainteresowanie oferowanym stanowiskiem i firmą.

### **Strona internetowa firmy jako narzędzie do celów rekrutacyjnych**

Pracodawcy często korzystają z własnych stron internetowych firmy, aby dotrzeć z informacjami rekrutacyjnymi do potencjalnych kandydatów. Najczęściej stosowane są zakładki Praca lub Kariera na stronie internetowej firmy, gdzie na bieżąco uaktualnia się informacje o wolnych miejscach pracy. Ponadto zamiast publikować oferty oddzielnie na każdym zewnętrznym

portalu rekrutacyjnym, firma może stworzone przez siebie ogłoszenie wyeksportować do wybranych portali rekrutacyjnych.

Ogłoszenia rekrutacyjne umieszczane na stronie firmy są zazwyczaj szeregowane ze względu na obszary działalności firmy, stanowiska, miejsca pracy. Dzięki taki rozwiązaniu kandydat odwiedzający taką stronę ma możliwość szczegółowego poznania firmy, jej obszarów działalności, porównania ofert pracy, wymagań i zakresu obowiązków.

W celu sprawnego zarządzania danymi, na stronach firm stosowane są formularze. Pozwalają one na wystandaryzowanie składanych przez kandydatów dokumentów, a co za tym idzie na uzyskanie informacji o kandydatach opracowanych według jednolitego wzoru, ułatwiając ich porównanie pod względem najistotniejszych cech na danym stanowisku.

Do analizy i zarządzania zgromadzonymi z formularzy aplikacjami używane są systemy informatyczne umożliwiające tworzenie bazy kandydatów. Stosowane są tu bazy np. MySQL gdy mamy nieduże ilości danych, lub rozwiązania Big Data jeśli zbierane dane są tak duże i złożone, że tradycyjne aplikacje przetwarzania danych są niewystarczające do analizy tych danych. Odpowiednio zaprojektowane wyszukiwarki, filtry i narzędzia do porównań i sortowań pozwalają przeszukiwać bazę pod kątem kompetencji, umiejętności oraz doświadczenia kandydatów.

Zastosowanie takich rozwiązań wspiera rekruterów pozwalając szybko wyselekcjonować przyszłych pracowników spełniających oczekiwania lub odrzucić kandydatów nie spełniających wymagań bez konieczności zapraszania ich na rozmowę kwalifikacyjną. Dodatkowo pozwala na komunikację z kandydatami, umożliwiając na przykład automatyczne przesłanie informacji o kolejnych etapach rekrutacji lub o zakończeniu procesu rekrutacji.


### **Platformy e-learning w procesie selekcji kandydatów**

Innym sposobem przyspieszenia procesu rekrutacji i selekcji kandydatów, są platformy e-learningowe. Popularne i chętnie stosowane w edukacji oraz w wewnętrznych szkoleniach pracowników firm, od niedawna coraz częściej wprowadzane są również do przeprowadzania on-line testów i zadań rekrutacyjnych bez konieczności fizycznej obecności kandydata w biurze rekrutacyjnym.

Stosowanie platform e-learningowych w procesie rekrutacji i selekcji kandydatów pozwala na:

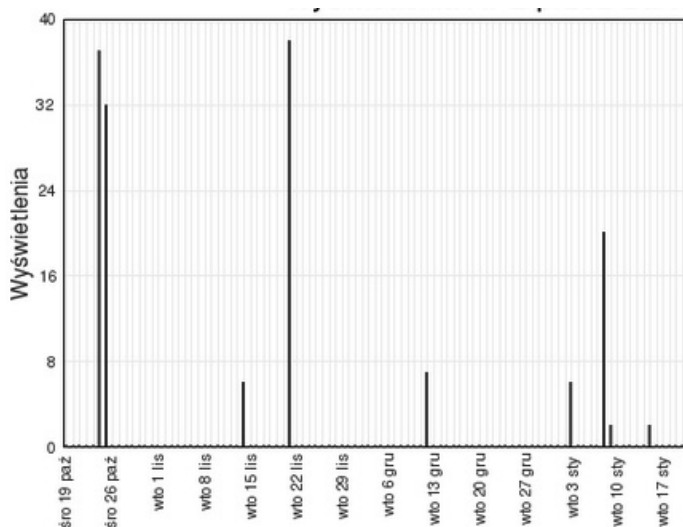
- zmniejszenie czasu potrzebnego na proces rekrutacji i selekcji,

- obniżenie nakładów finansowych jakie musiałaby ponieść firma i kandydaci przyjeżdżający na spotkanie rekrutacyjne,
- stosowanie różnych narzędzi i środków takich jak na przykład: quizy, ankiety krzyżówki, rozsypanki, prezentacje, filmy, chat, wymiany plików,
- powszechny dostęp do testów i zadań;
- ponowne wykorzystanie raz opracowanych zestawów zadań w kolejnych rekrutacjach,
- dowolny czas i tempo pracy potrzebne do rozwiązania zadań przez kandydata (dostęp do zadań można ograniczyć w okresach czasowych),
- raport logowań i aktywności użytkowników (rysunek 1 i rysunek 2),
- szybką i automatyczną ocenę zadań kandydatów (za pomocą platformy) nie wymagającą udziału rekrutera (rysunek 3),
- zarządzanie użytkownikami,
- kontakt z użytkownikami za pomocą platformy.

Aktywność	Wejścia	Podobne wpisy na blogu	Ostatni dostęp
 Forum aktualności	20	-	niedziela, 22 styczeń 2017, 20:54 (55 dni 20 godz.)
<b>Literatura</b>			
 Wykład pdf	69	-	niedziela, 22 styczeń 2017, 20:54 (55 dni 20 godz.)
<b>Dodaj aktywność</b>			
 Pytania do temtu "Dodaj aktywność".	373	-	wtorek, 24 styczeń 2017, 10:47 (54 dni 8 godz.)
<b>Dodaj zasób</b>			
 Quiz do tematu "Dodaj zasób".	254	-	niedziela, 22 styczeń 2017, 20:55 (55 dni 20 godz.)

**Rysunek 1. Obraz raportu aktywności użytkowników platformy e-learningowej moodle**

Źródło: Opracowanie własne



**Rysunek 2. Obraz raportu wszystkich logowań wybranego użytkownika platformy e-learningowej moodle**

Źródło: Opracowanie własne

Waga	Ocena	Zakres	Procentowo	Nazwy stopni	Pozycja na tle grupy	Informacja zwrotna	Udział w całym kursie
19,61 %	100,00	0–100	100,00 %	5	1/43		19,61 %
1,96 %	10,00	0–10	100,00 %	5	1/43		1,96 %
19,61 %	100,00	0–100	100,00 %	5	1/43		19,61 %

**Rysunek 3 Ocena użytkownika platformy e-learningowej moodle**

Źródło: Opracowanie własne

Stosowanie platformy e-learningowej wiąże się również z problemami takimi jak:

- trudność w ocenie samodzielności pracy uczestników,
- trudność w ocenie praktycznych umiejętności uczestnika,
- wymaganie dobrej obsługi komputera przez uczestników,
- potrzeba dobrego połączenia internetowego,
- brak kontaktu fizycznego prowadzącego z uczestnikami.

Z powodu powyższych problemów, platformy e-learningowe powinny być stosowane jako jeden z etapów selekcji na przykład wstępnej selekcji. Proces selekcji kandydatów i wyboru nowych pracowników nie może

ograniczyć się tylko do kontaktu z kandydatami za pomocą platformy. Platformy e-learningowe nie mogą zastąpić spotkania kandydata z rekruterem. Mimo rozwijających się systemów informatycznych, trudno na podstawie samych wyników testów określić na przykład charakter kandydata, jego sposób radzenia z sytuacjami stresującymi, zachowanie w grupie, komunikatywność, kulturę osobistą.

Analogicznie, nie wystarczy wysłane zdjęcie czy video interview, czyli krótki filmik nagrywany za pomocą telefonu komórkowego wysyłany do pracodawców, aby ocenić prezencję przyszłego pracownika. Rozwiązania te są pomocne w procesie rekrutacyjnym ale nie wystarczające.

Z drugiej jednak strony, przy obecnie dynamicznie rozwijającej się technologii informacyjnej i roli Internetu, firmy nie mogą bać się nowych rozwiązań technologicznych stosowanych w procesie rekrutacji i ograniczać się do tradycyjnych form publikacji ogłoszeń i selekcji kandydatów, które były stosowane 20 lat temu.

## Podsumowanie

Szybko rozwijający się postęp technologii informatycznych sprawia, że coraz więcej ludzi korzysta z Internetu.

Przedsiębiorstwa na całym świecie przenoszą część procesów rekrutacyjnych do Internetu w celu przekazywania ogłoszeń rekrutacyjnych większej liczbie osób. Pozwala to pozyskać większą liczbę kandydatów, co daje firmie większe prawdopodobieństwo znalezienia pracownika z lepszymi kwalifikacjami.

Osoby poszukujące pracy dzięki ogłoszeniom rekrutacyjnym umieszczanym na stronach internetowych firm oraz stronach specjalizujących się w pośrednictwie pracy mają możliwość znalezienia większej ilości ofert pracy odpowiadających ich oczekiwaniom niż za pomocą tradycyjnych metod takich jak na przykład ogłoszenia w lokalnej prasie.

Ponieważ coraz więcej osób korzysta z Internetu nie tylko za pomocą komputera, strony internetowe publikujące oferty pracy posiadają także wersje mobilne, dzięki którym strony można przeglądać za pomocą smartfonu lub tabletu. Ponadto powstają aplikacje mobilne umożliwiające śledzenie i odpowiadanie na ogłoszenia rekrutacyjne za pomocą urządzeń mobilnych.

W celu poprawy wizerunku firmy, który ma bardzo duże znaczenie w wyborze firmy jako miejsca pracy, przedsiębiorcy coraz chętniej tworzą

profile firmy, które publikują na portalach społecznościowych. Profile takie umożliwiają zaprezentowanie atutów firmy, jej działalności, planów rozwoju.

Technologie informacyjne stosowane są nie tylko w początkowym procesie rekrutacji. Także na etapie wstępnej selekcji kandydatów mogą być bardzo przydatnym narzędziem. Stosowanie formularzy, systemów do gromadzenia i analizy aplikacji kandydatów oraz stosowanie narzędzi takich jak platformy e-learningowe pozwalających na ocenianie kandydatów, umożliwi dokonanie wstępnej selekcji kandydatów.

Technologie informacyjne stosowane w procesie rekrutacyjnym i selekcji umożliwiają zaoszczędzenie czasu i nakładu finansowego zarówno dla firm jak i samych kandydatów. Wstępna selekcja może się odbywać bez fizycznej obecności kandydata w firmie. Nie jest to jednak idealne rozwiązanie. Mimo wielu korzyści jakie dają te rozwiązania, technologie informacyjne nie mogą wyeliminować spotkania kandydata z rekruterem. Nawet najlepiej opracowane oprogramowanie komputerowe, czy najlepiej wyreżyserowane video interview, nie zastąpi fizycznego spotkania kandydata z osobą przeprowadzającą rekrutację. Dlatego technologie informacyjne powinny być stosowane jako narzędzia wspomagające proces rekrutacji, ułatwiające proces selekcji potencjalnych pracowników ale nie zastępujące rekruterów. Technologie informacyjne powinny być stosowane jako narzędzia wspierające rekrutera w zarządzaniu całym procesem rekrutacji: od wyselekcjonowania kandydatów spełniających oczekiwania, przez komunikację z kandydatami, aż po przesłanie uczestnikom procesu informacji o zakończeniu rekrutacji.

## Literatura

Badanie Gemius/PBI realizowane przez Polskie Badania Internetu sp. z o.o. i Gemius Polska sp. z o.o., 08.2016 udostępnione przez firmę Gemius SA.

Hyla Marek. 2012. *Przewodnik po e-learningu*. Oficyna a Wolters Kluwer, Warszawa

Lundén Björn. 2003. *Rekrutacja pracowników: poradnik dla pracodawcy*. Przetł. i oprac. Młodzikowska Danuta. Gdańsk: BL Info Polska.

Plebańska Marlena. 2011. *E-learning : tajniki edukacji na odległość*. Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck.

Plebańska Marlena, Izabela Kula. 2011. *E-learning : treści, narzędzia, praktyka*. Warszawa: Almamery Szkoła Wyższa.

Racka Katarzyna. 2015. Metody eksploracji danych i ich zastosowanie. *Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki Ekonomiczne* tom XXI: 143.

Racka Katarzyna. „Big data - znaczenie, zastosowania i rozwiązania technologiczne”. *Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki Ekonomiczne* tom XXIII: 311. 2016.

Woźniak Jacek. 2014. Crowdsourcing - IV etap rozwoju rekrutacji internetowej. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*. Nr 1, s. 41-55.

Zając Jan, współpraca Joanna Dębska. 2012. *Technologie informacyjne i komunikacyjne a zarządzanie personelem*. Projektu badawczego Trendy rozwojowe i zmiany gospodarcze w regionie. Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych.

[www 1] <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/bezrobocie-rejestrowane-i-iii-kwartal-2016-r-3,25.html> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 2] <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnienie-wynagrodzenia-koszty-pracy/zatrudnienie-i-wynagrodzenia-w-gospodarce-narodowej-w-i-iii-kwartale-2016-r-1,24.html> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 3] <https://www.apple.com/pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 4] <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-firmowy-profil-na-facebooku-porady-i-wskazowki> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 5] <https://www.gemius.pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 6] <https://www.mpips.gov.pl/aktualnosci-wszystkie/zatrudnienie-i-przeciwdzialanie-bezrobociu/art,8671,spadek-bezrobocia-w-lutym.html>

[www 7] <http://www.gowork.pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 8] <https://play.google.com/store/apps> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 9] <https://pl.indeed.com/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 10] <http://www.infopraca.pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 11] <http://polskapress.pl/pl> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 12] <https://www.pracuj.pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 13] <http://gazetapraca.pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 14] <https://www.olx.pl/praca> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 15] <https://www.linkedin.com/jobs> (dostęp: 24 III 2017 r.)

[www 16] <http://www.praca.pl/> (dostęp: 24 III 2017 r.)