

עבודת ביניים – אוריינות אקדמית

נושא העבודה: גיוס עובדים באמצעים מתקדמים

שאלת המחקר: מדוע הארגונים בוחרים להשתמש באינטרנט לגיוס עובדים למרות השיטות גיוס מסורתיות?

מאמרים:

1. Waldner, C. (2010). *Do public and private Recruiters look for the different employees? The role of public service motivation in public recruitment*. Paper presented at the 14th IRSPM Conference 2010
2. Ehrhart, K.H., Mayer, D.M. & Ziegert, J.C. (2011). *Web-based recruitment in the Millennial generation: Work-life balance, website usability, and organizational attraction*. *European Journal of Work and Organizational Psychology*
3. Morgeson, F.V., & Mithas, S. (2009). *Does E-Government Measure Up to E-Business? Comparing End User Perceptions of U.S. Federal Government and E-Business Web Sites*. *Public Administration Review*
4. Cappelli: "Making the Most of On-Line Recruiting" FROM THE MARCH 2001 Harvard Business Review.
5. Pin, Jose R. Laorden, Miriam Saenz-Diez, Inés "Internet recruiting power: Opportunities and effectiveness" IESE Business School

סוג המקור:

1. מאמר מחקרי איכותני
2. מאמר עיוני איכותני
3. מאמר עיוני איכותני
4. מאמר מחקרי איכותני
5. מאמר מחקרי איכותני

נימוק רלוונטיות המחקר:

1. מאמר זה בא להציג את התכונות של השיטות המסורתיות (מודעות בעיתון, חברות כוח אדם..). שאנים מאפשרות למועמד לפעול בסביבה שמתאימה לו כנדרש לפי Waldner ומוסיף עלויות מיותרות למגייס. לעומת זאת, הגישה האינטרנטית נותן למגייס להציג ולהעביר הרבה מידע במחיר מוזל.

מחקרים מדגישים את הפער בין השוק הפרטי וממשלתי מצד גיוס העובדים. אכן, במגזר הציבורי מודעות יבשות, בלי תוכן ופרטים שיוצר בטיחות עם המועמד. הסיבה לכך היא שהצוות המגייס לא מוכשרת לשיטות גיוס מתקדמות (שימוש בטכנולוגיה, יצירתיות..).

הכלים חדשים אלו נותנים אפשרות לגייס בעלות נמוכה יותר באיכות וכמות גדולה יותר. אכן, השימוש באינטרנט מהקל באופן מהותי את תהליך החיפוש, וגם מוסר מידע בצורה אינטוטיבי יותר למועמד דרך התרבות החברה (סלוגן, סרטונים, תמונות..). לאור כל המידע זה, יוצר תחרות אמיתית

בין המעסיקים על מנת לשכנע מועמדים ללכת אצלם כי למועמד הרבה אופציות עבודה של כמה חברות שהוא צריך לבחור תוך קליק אחד ולהשוות תנאי עבודה, משכורת... למרות זה, השימוש בטכנולוגיות אלו יוצר כל כך פרמטרים שזה יכול לגרום לאפליה בגלל המין, הגיל או המוצא של המועמד.

2. לפי Capelli הגיוס העובדים דרך אינטרנט נעשה שוק בעצמו : תחרות בין החברות על המועמדים, מיתוג שיווקי של החברה...בגישה זו, היחס הנוצר בין השחקנים הוא של מוכר ולקוח פוטציאל. בנוסף, בגלל הגולובליזציה וכל האופציות הקיימות בשוק, המגייס צריך להיות זמין לתת מענה מהיר "ללקוח" שלו אם הוא רוצה לשמור עליו. זה למה המגייס צריך לדעת בדיוק מה הוא מחפש על מנת להחזיק כוח אדם.

אחד הדרכים המשומשים הוא תרבות הארגון והמיתוג שלה שמטרתם להפוך את התפקידים כאטרקטיביים וכדאים. הביג דאטה ועוד כלים של people analytics התפתחו ומספקים ומנתחים כמות עצומה של נתונים זה על מנת ליצור פרופיל מתאים למועמדים עשוי לנבא כמעט במדויק התאמה והצלחה בתפקיד.

3. נכון שהשימוש באינטרנט נותן הרבה יתרונות לארגונים כמו חיסרונות בעלויות ישירות ועקיפות, אפשרויות גיוס אינסופיים בכל העולם, ליצור דימוי ומיתוג לחברה דרך הרבה כלים...אבל ליד כל היתרונות אלו, מקיימים הרבה חסרונות מהותית : שלבים בגיוס שאין תחליף כמו ראיון אישי, שינוי ביחס מעשיק-עובד בגלל התחרות של חברות אחרות שנוצר השוואה תמידה, שימוש בתוכנות בעיתיות התופסים נתונים אישיים רגשיים של מועמדים שניתן לפסול.