

NATALIA MICHAŁEK

Uniwersytet Gdański

**SPOŁECZNOŚCIOWY CHARAKTER SERWISÓW
Z OFERTAMI PRACY
– BUDOWA I ICH FUNKCJONALNOŚĆ**

Wysokie bezrobocie i coraz większa popularność szukania pracy przez Internet wpływa na zainteresowanie portalami rekrutacyjnymi. Obecnie takie strony nie są jedynie bazą ofert, ale stronami o rozbudowanej strukturze i zróżnicowanej funkcjonalności. Wprowadzane ulepszenia służą zmianie charakteru takich witryn, czyniąc te serwisy stronami społecznościowymi.

Wprowadzenie

W 2010 roku prawie 70% gospodarstw domowych w Polsce miało przynajmniej jeden komputer. Jest to wyższy wynik w porównaniu z 2009 rokiem (66%), natomiast na tle Unii Europejskiej to ciągle niewiele, o 5 punktów procentowych mniej niż średnia dla 27 krajów UE¹. Liczba osób korzystających z komputerów w Polsce wyniosła 19,8 mln w 2010 roku. Wśród tych osób odnotowano 16,7 mln regularnych użytkowników.

Powszechność Internetu, coraz elastyczniejszy infrastrukturalnie dostęp do sieci i zmniejszające się ceny usług providerów wyrażają się w ciągle rosnącej

¹ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_nts_spolecz_inform_w_polsce_2006-2010.pdf (3.04.2011).

liczbie gospodarstw z łączami internetowymi. Od 2006 roku rósł odsetek gospodarstw z dostępem do Internetu w domu. W 2009 roku było to 59%, a rok później o 5 punktów procentowych więcej². Wynik ten zbliża Polskę do średniej UE, różnica w 2010 roku wyniosła 6%.

Rosnąca popularność komputerów z dostępem do Internetu ma znaczenie dla osób poszukujących pracy, a serwisy rekrutacyjne są poważnym narzędziem w rękach osób bezrobotnych.

1. Budowa i funkcjonalność serwisu

Niezależnie od języka implementacji serwisu, rodzaju bazy danych, serwera, na którym serwis jest utrzymywany, portal rekrutacyjny składa się z kilku podstawowych modułów. Liczba, rodzaj i funkcjonalność modułów (elementów strony) zależy od witryny. Poniżej zaprezentowano najważniejsze z nich.

1. Wyszukiwanie proste

Każdy serwis rekrutacyjny powinien umożliwiać wyszukiwanie ofert pracy, choćby po słowie kluczowym. Wyszukiwarka pozwala szybciej dotrzeć do pożądanych ofert. Szybkość jej działania w dużej mierze jest uzależniona od sposobu implementacji danego serwisu oraz wielkości bazy ogłoszeń.

2. Wyszukiwanie zaawansowane (filtry)

Wyszukiwanie złożone, czasami w postaci filtru ogłoszeń, pozwala w bardzo precyzyjny sposób dotrzeć do potrzebnej oferty. Im większa liczba kryteriów, które możemy określić, tym bardziej zawężona lista pożądanych ofert. Wiele portali prócz standardowych kryteriów, czyli słów kluczowych, województwa, branży/kategorii, wprowadza dodatkowe warunki, na przykład formę zatrudnienia (cały etat lub jego część, praca czasowa), kraj, a nawet wysokość wynagrodzenia. Bardzo interesującym pomysłem, aczkolwiek rzadko spotykanym, są specjalne oferty dla osób niepełnosprawnych (pracuj.pl), osób po 50. roku życia (50+), ogłoszenia firm przyjaznych matkom (gazetapraca.pl), czy też oferty kierowane bezpośrednio do mam na urlopie wychowawczym (zawodmama.pl).

3. Baza ogłoszeń

Baza ogłoszeń to sedno portali rekrutacyjnych. Dane są najczęściej przechowywane w bazach Oracle i MySQL.

² Tamże.

4. Eksport ogłoszeń

Bardzo często jedną z funkcjonalności portali rekrutacyjnych jest eksport ogłoszeń do innych portali społecznościowych. Taka możliwość jest korzystna zarówno dla pracodawcy (ponieważ jego ogłoszenie dotrze do większego grona odbiorców), dla portalu eksportującego (bardzo często warunkiem eksportu takiej oferty jest otwieranie się ogłoszenia w domenie portalu, z którego pochodzi – co bezpośrednio wpływa na wzrost liczby odwiedzin serwisu) oraz dla portalu, który importuje ogłoszenia (zwiększenie bazy ofert pracy). Dane są udostępniane w formacie XML.

5. Import ogłoszeń

Możliwość automatycznego pobierania (najczęściej za pomocą *crona*³) ofert pracy w formacie XML.

6. Baza profili (CV)

Z portali rekrutacyjnych nie korzystają jedynie osoby poszukujące pracy, ale także te, które poszukują pracowników. Omawiana funkcja daje możliwość umieszczenia swojego CV w bazie lub utworzenia tak zwanego profilu. Na swoim koncie użytkownik może opisać swoje wykształcenie oraz doświadczenie zawodowe. Z tego modułu bardzo często korzystają *headhunters*, czyli osoby rekrutujące na stanowiska pracy.

7. Porady

Baza wiedzy to stały element niemal każdego serwisu rekrutacyjnego. Porady radcy zawodowego, radcy prawnego czy psychologa mają pomagać użytkownikowi w skutecznym znalezieniu pracy.

8. Kalkulator wynagrodzeń

Kalkulator w szybki sposób pozwoli obliczyć kwotę netto przy podaniu wysokości zarobków brutto i odwrotnie.

9. Newsletter

Newsletter to elektroniczna forma biuletynu – czasopisma, rozsyłanego za pomocą poczty elektronicznej do prenumeratorów.

10. Subskrypcja na e-mail

Subskrypcja to mechanizm służący do pobierania od użytkowników ich adresów e-mail, które są katalogowane w bazach danych i używane do wysyłania określonych informacji. Przykładowo można otrzymywać na skrzynkę mailową oferty pracy po ustawieniu odpowiednich filtrów.

³ Cron jest ważnym elementem systemowym, którego zadaniem jest uruchamianie programów cyklicznie lub o określonej porze.

11. RSS

Kanał RSS to umowna rodzina języków znacznikowych do przesyłania nagłówków wiadomości i nowości na wybranych przez użytkownika RSS stronach. Wystarczy dodać daną stronę (musi ona obsługiwać system RSS) do czytnika RSS. Wszystkie w większym lub mniejszym stopniu bazują na XML. Aby skorzystać z kanału RSS, potrzebny jest odpowiedni program, tak zwany czytnik kanałów.

12. Konto facebook.com

Odpowiednik serwisu rekrutacyjnego na portalu facebook.com. Użytkownicy takiej witryny (zwani potocznie „fanami”) na bieżąco są informowani o najnowszych wydarzeniach na danym portalu rekrutacyjnym.

13. Konto twitter.com

Odpowiednik portalu Facebook na twitter.com.

14. Polecanie ofert w serwisach społecznościowych (gg, wykop.pl, blip.pl)
Możliwość polecania i dzielenia się ogłoszeniami lub poradami ze swoimi znajomymi na portalach społecznościowych lub komunikatorach.

15. Polecanie ofert na e-mail

Możliwość polecenia oferty pracy przez wysłanie jej na konto e-mailowe osoby znajomej.

16. Zgłaszanie nadużycia

Możliwość informowania administratora portalu o (domniemanym nawet) oszustwie. Jest to bardzo przydatne w wypadku nieuczciwych ofert pracy.

17. Grupy

Grupa społeczna to co najmniej trzy osoby współdziałające ze sobą na zasadzie odrębności, w celu zaspokajania własnych potrzeb, która charakteryzuje się trwałą strukturą i względnie jednolitym systemem norm i wartości. Powyższą definicję można odnosić do świata wirtualnego i grupy w serwisie www.

2. Społecznościowy charakter serwisów z ofertami pracy

Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, Internet jest najczęściej wykorzystywany do odbierania i wysyłania korespondencji za pomocą poczty elektronicznej. Z tej formy przesyłania informacji w 2010 roku skorzystała prawie połowa Polaków. Coraz więcej osób korzysta z Internetu, żeby wyszukiwać informacje

o towarach i usługach – 39,2% społeczeństwa⁴. Rośnie także popularność czatów i forów dyskusyjnych (32,2% w 2010 r., wzrost o 14,5% w porównaniu z 2006 r.), a także czasopism online (17,4% w 2010 r., wzrost o 1,3% w porównaniu z 2006 r.). Na liście GUS-u znalazły się także: granie w gry, pobieranie plików z gram, muzyką i filmami (22%), szukanie informacji dotyczących zdrowia (25,3%), słuchanie radia i oglądanie telewizji online (22%), korzystanie z usług bankowych (25,3%), telefonowanie przez Internet, telekonferencje (20%), korzystanie z serwisów turystycznych (17,4%), pobieranie programów komputerowych (16,5%), korzystanie z aukcji (7,9%).

Rośnie także zainteresowanie internautów poszukiwaniem pracy i wysyłaniem ofert (odpowiednio – 10,4% i 17,7% korzystających z Internetu). Rosnącą popularność tej formy szukania pracy zaprezentowano w tabeli 1.

Tabela 1

Wykorzystanie Internetu do znalezienia pracy

	2006	2007	2008	2009	2010
Populacja (%)	7,2	7,2	8,2	9,1	10,4
Osoby korzystające z Internetu (%)	19,9	16,3	16,6	16,3	17,7

Źródło: GUS, dane z marca 2011 roku.

Oprócz oczywistych funkcji portali rekrutacyjnych, czyli bazy ofert pracy i CV, serwisy są witrynami coraz bardziej społecznościowymi, na łamach których użytkownicy mogą tworzyć profile, umieszczać zdjęcia, a nawet łączyć się w grupy. Uczestnictwo w określonej grupie pozwala na aktywność i dyskusję na zadany temat. Wiele portali ma swoje konta na największych portalach społecznościowych, czyli na facebook.com lub twitter.com. Taka funkcjonalność pozwala użytkownikom na bieżąco śledzić wszystkie nowości na stronie ogłoszenia. Dzięki temu użytkownicy mogą szybko i skutecznie dzielić się ciekawostkami ze swoimi znajomymi, dyskutować na temat danej oferty lub polecić ogłoszenie znajomemu.

Czy serwis rekrutacyjny to portal społecznościowy?

Z portalem społecznościowym mamy do czynienia wówczas, gdy strona www skupia określoną grupę użytkowników, jest przez nich tworzona, a proces

⁴ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_nts_spolecz_inform_w_polsce_2006-2010.pdf.

ten cechuje się interakcją⁵. Na tego typu portalach użytkownik dysponuje wieloma metodami komunikacji, do których można zaliczyć fora, blogi dyskusyjne, grupy⁶. Odnosząc powyższe definicje S. Paszkiela, P. Frankowskiego i A. Juneja do struktury i funkcjonalności serwisów rekrutacyjnych, można stwierdzić, że obecnie witryny z ofertami pracy mają charakter portali społecznościowych.

Niekwestionowaną zaletą serwisów społecznościowych jest możliwość taniego łączenia użytkowników, co w biznesie jest szczególnie istotne dla sektora MSP⁷.

Biorąc pod uwagę liczbę użytkowników indywidualnych, jednym z najpopularniejszych portali społecznościowych na świecie jest facebook.com. Na serwisie tym można znaleźć bardzo dużo ofert pracy, ponieważ portale rekrutacyjne zakładają na nim konta i umieszczają na bieżąco aktualne oferty. Przykładem jest serwis pracuj.pl i jego odpowiednik na Facebooku – facebook.com/pracaIT⁸.

3. Przegląd najpopularniejszych witryn oraz porównanie ich struktur

Obecnie blisko 4 mln Polaków szuka pracy w największych portalach rekrutacyjnych. Wobec wysokiego bezrobocia w Polsce (w lutym br. osiągnęło poziom 13,2%⁹) nie dziwią rosnące statystyki największych polskich serwisów z ofertami pracy (tabela 2).

Tabela 2

Liczba użytkowników trzech największych polskich portali z ofertami pracy

Serwis rekrutacyjny	Liczba użytkowników
Grupa Gazeta.pl – Praca	2 028 164
Grupa Pracuj – Praca	1 573 854
Grupa Wirtualna Polska – Praca	1 226 463

Źródło: Megapanel/PBI Gemius, dane z października 2009 roku.

⁵ S. Paszkiel, *Wpływ portali społecznościowych na wizerunek oraz działania marketingowe firm*, <http://www.pitwin.edu.pl>, 2010.

⁶ P. Frankowski, A. Juneja, *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i moderacja*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2009.

⁷ J. Porter, *Serwisy społecznościowe. Projektowanie*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2009.

⁸ <http://www.facebook.com/pracaIT>, ogłoszenia z serwisu pracuj.pl dla działu IT.

⁹ http://www.stat.gov.pl/gus/5840_1446_PLK_HTML.htm.

Jak wynika z badania Megapanel przeprowadzonego w 2009 roku, tylko w październiku internetowe serwisy z ogłoszeniami pracy zanotowały 272,6 mln odsłon, czyli przeszło 60 mln więcej niż w maju 2009 roku¹⁰.

Dla potrzeb artykułu przebadano 12 portali rekrutacyjnych o różnej specyfikacji i grupie docelowej:

- gazetapraca.pl** – najpopularniejsza baza ogłoszeń, grupa Gazeta.pl,
- pracuj.pl** – portal eksportujący oferty pracy między innymi do praca.wp.pl, zawodmama.pl,
- praca.wp.pl** – oferty importowane głównie z serwisów pracuj.pl i otopraca.pl,
- otopraca.pl** – baza ofert należąca do grupy Allegro, eksport ogłoszeń między innymi do praca.wp.pl oraz zawodmama.pl,
- praca.gratka.pl** – serwis należący do gratka.pl,
- jobpilot.pl** – portal należący do grupy Monster (monsterpolska.pl),
- workexpress.pl** – serwis ma bazę ofert dla pracowników tymczasowych oraz stałych w kraju i za granicą, eksport ogłoszeń do pracujflexi.pl,
- pracujflexi.pl** – portal preferujący elastyczne formy zatrudnienia,
- zawodmama.pl** – serwis dla mam łączących wychowywanie dziecka z pracą, preferujący elastyczne formy zatrudnienia, pracę w domu, telepracę,
- goldenline.pl** – serwis będący głównie bazą CV, zawierający również oferty pracy,
- pracownicy.it** – serwis przeznaczony dla pracowników branży IT,
- jobexpress.pl** – klasyczny serwis rekrutacyjny.

W przeprowadzonym badaniu wzięto pod uwagę wszystkie elementy budowy klasycznego serwisu rekrutacyjnego, co zaprezentowano w tabeli 3.

¹⁰ <http://praca.money.pl/wiadomosci/artukul/szukasz;pracy;najlepiej;przez;internet,197,0,571589.html>.

Tabela 3

Struktura portalu z ofertami pracy

Kryterium	Liczba portali spełniających kryterium ¹¹
Wyszukiwarka prosta	12
Wyszukiwarka złożona (filtr ogłoszeń)	12
Możliwość eksportu ogłoszeń do innych serwisów	4
Import ogłoszeń z innych serwisów	3
Profile (baza CV)	10
Porady (magazyn karier, baza wiedzy)	7
Kalkulator wynagrodzeń	6
Newsletter	3
Subskrypcja na e-mail	6
Kanał RSS	8
Konto portalu na facebook.com	7
Konto portalu na twitter.com	3
Polecanie ogłoszeń na portale/serwisy społecznościowe (gadu-gadu.pl, wykop.pl, blip.pl, facebook.com, twitter.com itp.)	4
Polecanie ogłoszeń na e-mail	7
Możliwość zgłoszenia nadużycia	3
Grupy	1

Źródło: opracowanie własne, marzec 2011.

Podsumowanie

Szukanie pracy obecnie nie kojarzy się już z długimi kolejkami w Urzędach Pracy, z codziennym kupowaniem gazety i nerwowym przeglądaniem ogłoszeń. Poszukiwanie pracy to regularne przeglądanie portali z ofertami, tworzenie profili w serwisach rekrutacyjnych, korzystanie z internetowych porad specjalistów.

Serwisy z ofertami pracy coraz częściej korzystają z możliwości, jakie dają portale społecznościowe, co w istocie wpływa na przekształcanie tych stron w witryny o charakterze społecznościowym. Budowa takich stron zmienia się każdego dnia. Portale dodają kolejne moduły, czyniąc stronę bardziej funkcjonalną i skuteczniejszą w poszukiwaniu wymarzonej pracy.

¹¹ Badanie dotyczyło 12 portali.

Literatura

- Frankowski P., Juneja A., *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i moderacja*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2009.
- <http://www.facebook.com/pracaIT> (3.04.2011).
- <http://www.praca.money.pl/wiadomosci/arttykul/szukasz;pracy;najlepiej;przez;internet,197,0,571589.html> (3.04.2011).
- http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbr/gus/PUBL_nts_spolecz_inform_w_polsce_2006-2010.pdf (3.04.2011).
- http://www.stat.gov.pl/gus/5840_1446_PLK_HTML.htm (3.04.2011).
- Paszkiel S., *Wpływ portali społecznościowych na wizerunek oraz działania marketingowe firm*, <http://www.pitwin.edu.pl>, 2010 (3.04.2011).
- Porter J., *Serwisy społecznościowe. Projektowanie*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2009.

**THE SOCIAL CHARAKTER OF SITES WITH JOB OFFERS
– CONSTRUCTION AND THEIR FUNCTIONALITY**

Summary

High unemployment and the increasing popularity of Internet job search affects the interest of recruitment portals. Currently, these sites are not only the base job, they are parties with complex structure and diverse functions. Improvements are introduced to change the nature of these sites base job, making social networking sites.

Translated by Natalia Michalek

