Πτυχιακή Εργασία

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

Φοιτητής: Στέργιος Σώζος

Επιβλέπων καθηγητής : Διομήδης Σπινέλλης

Αριθμός Μητρώου: 8170129

Αθήνα, Ιούλιος 2021

Περιεχόμενα

Μέρος Ι: Πτυχιακή Εργασία 3
Εισαγωγή 4
1. Βιβλιογραφική επισκόπηση 5
1.1 Εισαγωγή στο E-recruiting 5
1.2 Πηγές Προσέλκυσης Υποψηφίων 7
1.3 Διαχείριση αιτήσεων, screening και επιλογή υποψηφίων 18
1.3.1 Συστήματα Παρακολούθησης Αιτούντων 19
1.3.2 Συνεντεύξεις 23
1.4 E-recruiting vs Παραδοσιακό recruiting 24
1.5 Σύγχρονες προσεγγίσεις και περιορισμοί 27
1.5.1 AI και τα οφέλη του στην επιλογή υποψηφίων 27
1.5.2 Προσωπικά δεδομένα και κανονισμοί 30
2. Ερευνητικό ερώτημα: Αλλαγές στην συμπεριφορά των υποψηφίων και προτιμήσεις στο e-recruiting 34
2.1 Διατύπωση ερευνητικού ερωτήματος 34
2.2 Ερευνητική μεθοδολογία 35
2.3 Ανάλυση ευρημάτων 36
Συμπεράσματα 45
Βιβλιογραφία 47
Παράρτημα 52

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
SCHOOL OF BUSINESS

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE & TECHNOLOGY

Μέρος Ι: Πτυχιακή Εργασία

E-recruiting:

Τι είναι και ποιες αλλαγές επέφερε το e-recruiting στην συμπεριφορά των υποψηφίων και των εργοδοτών

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

Φοιτητής: Στέργιος Σώζος

Επιβλέπων καθηγητής : Διομήδης Σπινέλλης

Αριθμός Μητρώου: 8170129

Αθήνα, Ιούνιος 2021

Εισαγωγή

Η παρούσα πτυχιακή εργασία διερευνά το θέμα του e-recruiting και εξετάζει την επιρροή του στις προτιμήσεις και στην συμπεριφορά των αιτούντων και των εργοδοτών. Αφορμή για την ενασχόληση με το συγκεκριμένο θέμα αποτέλεσε η προσωπική μου εμπειρία στην διαδικασία εύρεσης εργασίας και η συνειδητοποίηση πως η τεχνολογία χρησιμοποιείται πλέον στα περισσότερα στάδια της διαδικασίας πρόσληψης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον μάλιστα παρουσιάζει η εκδοχή του e-recruiting στην σημερινή εποχή. Συγκεκριμένα, από τον Μάρτιο του 2019 έως και σήμερα, λόγω των μέτρων που έχουν ληφθεί για την πανδημία, όλα τα στάδια της πρόσληψης υλοποιούνται αποκλειστικά με τις διαδικασίες του e-recruiting. Συνεπώς είναι η κατάλληλη εποχή για να αξιολογηθεί η δυνατότητα της εξ ολοκλήρου χρήσης του e-recruiting αλλά και να εντοπισθούν πιθανές αλλαγές στις συμπροφορές των ατόμων που εμπλέκονται στην διαδικασία αυτή.

Σχετικά με την δομή της εργασίας, στο πρώτο μέρος της εργασίας ακολουθείται θεωρητική έρευνα μέσω βιβλιογραφικής επισκόπησης, με σκοπό την ανάλυση των διαδικασιών του e-recruiting και την εξέταση του πώς επωφελούνται οι επιχειρήσεις από τη χρήση του. Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται η έννοια του e-recruiting, αρχικά με μία πιο γενική προσέγγιση, και στην συνέχεια πιο αναλυτικά με την επεξήγηση των μοντέλων και των διαδικασιών που χρησιμοποιούνται. Παράλληλα, γίνεται και σύγκριση του e-recruiting με το παραδοσιακό recruiting και τα σημεία στο οποίο φαίνεται να υπερέχει το e-recruiting. Έπειτα εξετάζονται και πιο σύγχρονες προσεγγίσεις στο e-recruiting όπως η χρήση του Artificial Intelligence στην διαδικασία πρόσληψης. Φυσικά δεν παραλείπονται σύγχρονα εμπόδια που έχουν εμφανιστεί, όπως οι κανονισμοί για την χρήση των δεδομένων των υποψηφίων. Στην συνέχεια γίνεται εισαγωγή στο ερευνητικό ζήτημα της εργασίας, και αφού διατυπώνεται το πρόβλημα που εξετάζεται, γίνεται χρήση της εμπειρικής μεθόδου για να προσεγγιστεί η έρευνα. Κατόπιν, παρουσιάζονται τα ευρήματα της έρευνας μαζί με την οπτικοποίηση τους, και τέλος ακολουθεί η ανάλυση και ο σχολιασμός αυτών των ευρημάτων ώστε να εξαχθούν και να διατυπωθούν ορισμένα συμπεράσματα πάνω στα ερωτήματα που έχουν τεθεί.

1. Βιβλιογραφική επισκόπηση

Προκειμένου να οδηγηθούμε στο ερευνητικό πρόβλημα που θα εξεταστεί στην παρούσα πτυχιακή χρειάζεται πρώτα να αποκτήσουμε εξοικείωση με το κεντρικό θέμα, δηλαδή το recruiting στην ψηφιακή εποχή. Μετά την εισαγωγή, εξετάζονται μέσω βιβλιογραφίας τα παρακάτω ερωτήματα:

1. Ποιες είναι οι πηγές προσέλκυσης που χρησιμοποιούνται στο e-recruiting και ποια τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κάθε πηγής;
2. Ποια εργαλεία και ποιες μέθοδοι χρησιμοποιούνται για την διαχείριση των αιτήσεων, το screening και την τελική επιλογή των υποψηφίων;
3. Πως διαφοροποιούνται οι διαδικασίες του παραδοσιακού recruiting από του e-recruiting και σε ποια σημεία υπερτερεί το e-recruiting;
4. Ποιες είναι οι σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις που συναντώνται στο e-recruiting;

1.1 Εισαγωγή στο E-recruiting

Ξεκινώντας με τον ορισμό του e-recruiting, όπως προδίδει και η ονομασία του αναφέρεται σε διαδικασίες και δραστηριότητες πρόσληψης οι οποίες διενεργούνται από μια εταιρία – οργανισμό με ηλεκτρονικά μέσα (Lee,2005). Άλλες ονομασίες που έχουν δοθεί στις συγκεκριμένες πρακτικές είναι το web-based recruitment (Parry & Wilson, 2009) και το online recruitment (Cappelli, 2001), ωστόσο για την παρούσα εργασία θα χρησιμοποιείται ο όρος e-recruiting. Βασικός στόχος του e-recruiting είναι η αναγνώριση και η προσέλκυση υποψηφίων, καθώς και η επιρροή των επιλογών των υποψηφίων, προκειμένου να καλυφθούν οι κενές θέσεις εργασίας όσο πιο αποτελεσματικά και αποδοτικά γίνεται (Lee, 2005).

Για να επιτευχθεί ο παραπάνω στόχος το e-recruiting επηρεάζει διάφορες διαδικασίες, οι οποίες αφορούν διαφορετικά βήματα στην διαδικασία πρόσληψης. Συγκεκριμένα στο e-recruiting περιλαμβάνεται η διαφήμιση στα websites, οι μηχανές αναζήτησης που αναζητούν σε βάσεις βιογραφικών, τα συστήματα που συγκεντρώνουν τις αιτήσεις, τα συστήματα που διαχειρίζονται και επεξεργάζονται τα δεδομένα των υποψηφίων καθώς και τα λεγόμενα «hiring» συστήματα. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι το e-recruiting χρησιμοποιείται και ως ένα μέσο marketing της εταιρίας -στις δραστηριότητες που σχετίζονται με την διαφήμιση (Cappelli, 2001). Συνεπώς, ο όρος e-recruiting είναι αρκετά ευρύτερος, αφού περιλαμβάνει διαφορετικά είδη πρακτικών, δραστηριοτήτων και εργαλείων στην διαδικασία πρόσληψης. Γι' αυτό το λόγο θεωρείται ένας γενικός όρος ο οποίος καλύπτει σχεδόν όλες τις recruiting δραστηριότητες οι οποίες είτε χρησιμοποιούν είτε υποστηρίζονται από το internet και τις σχετικές τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών (ICTs) (Holm, 2012).

Έχοντας ορίσει το e-recruiting ως το recruiting με την χρήση της τεχνολογίας, εύλογα γεννιέται η ανάγκη για περαιτέρω επεξήγηση του recruiting και των σταδίων από τα οποία αποτελείται. Με τον όρο recruiting (ή στελέχωση) αναφερόμαστε στις λειτουργίες οι οποίες εξασφαλίζουν σε ένα

οργανισμό ότι τόσο στο παρόν όσο και στο μέλλον θα κατέχει το απαιτούμενο ανθρώπινο δυναμικό -σε αριθμό και σε γνώσεις- (Bush & Middlewood, 2006). Η διαδικασία του recruiting είναι εκτενής και αποτελείται από πολυάριθμα βήματα. Ξεκινάει από τον προγραμματισμό του ανθρώπινου δυναμικού όπου παρατηρείται και εξετάζεται η επάρκεια του υπάρχοντος προσωπικού από το HR της εταιρίας. Συνεχίζοντας, οι υπεύθυνοι κάθε τμήματος σε συνεργασία με το τμήμα HR προχωρούν στον καθορισμό και στην σύνταξη των περιγραφών των θέσεων που χρειάζεται να καλυφθούν από την εταιρία. Κατόπιν το HR συνεχίζει με την δημιουργία του προφίλ του κατάλληλου υποψηφίου για κάθε θέση και έτσι ολοκληρώνονται οι προετοιμασίες ώστε να ξεκινήσει η διαδικασία της προσέλκυσης. Αφού ολοκληρωθεί και η διαδικασία της προσέλκυσης ακολουθεί η διαδικασία της επιλογής των υποψηφίων που είναι κατάλληλοι για την κάθε θέση που πρόκειται να καλυφθεί. (Σαΐτης, 2002). Κατανοώντας ότι όλες αυτές οι ενέργειες εστιάζουν στον ανθρώπινο παράγοντα και επηρεάζονται από αυτόν, γίνεται αντιληπτή και η δυσκολία του σωστού recruiting, καθώς εξαρτάται σε τεράστιο βαθμό από τους ανθρώπους. Αξίζει να σημειωθεί ότι η έννοια της στελέχωσης εστιάζει κυρίως σε όλες αυτές τις διαδικασίες που συμβαίνουν πριν την πρόσληψη των υπαλλήλων, και εξαρτώνται από την συλλογή πληροφοριών τόσο για τις απαιτήσεις της θέσης όσο και για τα προσόντα των ενδιαφερόμενων φορέων. Βάσει αυτών των πληροφοριών γίνεται εν τέλει και η επιλογή του υποψηφίου που θα προσληφθεί. (Νικολάου Ι., 2004). Για να μπορέσουμε να μελετήσουμε λοιπόν την διαδικασία του e recruiting θα λάβουμε υπόψιν την ανάλυση του M. Armstrong για το recruiting, σύμφωνα με την οποία η στελέχωση στοχεύει στην απόκτηση εργαζομένων με το ελάχιστο κόστος που απαιτείται για την ικανοποίηση των αναγκών του HR τμήματος της εταιρείας και υπάρχουν τα εξής στάδια:

1. Καθορισμός απαιτήσεων των θέσεων
2. Καθορισμός πηγών προσέλκυσης
3. Επιλογή υποψηφίων (Armstrong M., 2003)

Στα τρία αυτά στάδια του recruiting έχουν υπάρξει αλλαγές και βελτιώσεις με την πάροδο του χρόνου. Ωστόσο οι διαθέσιμες πηγές προσέλκυσης και οι διαδικασίες επιλογής των υποψηφίων άλλαξαν ριζικά με την εφαρμογή της τεχνολογίας, δηλαδή την μεταβολή από το παραδοσιακού recruiting στο e-recruiting. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιάσει αυτή την εξέλιξη, και στην συνέχεια βάσει των εξελίξεων που θα διερευνηθούν, να εξεταστεί η επιρροή αυτών των αλλαγών στην συμπροφορά των υποψηφίων. Φυσικά, θα παρουσιαστούν και ορισμένες προϋπάρχουσες διαδικασίες, από τις οποίες πολλές συνεχίζουν να χρησιμοποιούνται στο e recruiting με αλλαγές ώστε να αξιοποιείται η τεχνολογία. Πέρα από την μελέτη που θα υλοποιηθεί ανά στάδιο, θα εστιάσουμε και σε παράγοντες και τεχνολογικές εξελίξεις που έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του e recruiting τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα θα εστιάσουμε στην χρήση της τεχνητής νοημοσύνης για την επιλογή υποψηφίων και στους κανονισμούς που επιβάλλονται για την διαχείριση και την προστασία των προσωπικών δεδομένων των υποψηφίων.

1.2 Πηγές Προσέλκυσης Υποψηφίων

Σχετικά με το πρώτο ερώτημα της έρευνας, αν και οι μέθοδοι ηλεκτρονικής πρόσληψης έχουν χρησιμοποιηθεί ευρέως στην προσέλκυση υποψηφίων από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, δεν έχει αναπτυχθεί ένα επίσημο σύστημα ταξινόμησης για τις διαφορετικές πηγές ηλεκτρονικής πρόσληψης. Ωστόσο, στα πλαίσια της παρούσα πτυχιακής θα μελετήσουμε και θα συνθέσουμε μία κατηγοριοποίηση, στην οποία θα βασιστεί και ένα κομμάτι της έρευνας που θα υλοποιηθεί στην συνέχεια. Συγκεκριμένα, προτείνονται οι παρακάτω κατηγορίες πηγών ηλεκτρονικής πρόσληψης :

- Πίνακες εργασίας γενικού σκοπού (Breaugh, 2008)
- Εξειδικευμένοι πίνακες εργασίας (Lee, 2007)
- Πάροχοι εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης (Lixin Tao, 2001; Lee, 2007)
- Υβριδικοί (online και offline) πάροχοι υπηρεσιών πρόσληψης (Lee, 2007)
- Ανέγερση κοινοπραξίας (Lee, 2007)
- Εταιρικές ιστοσελίδες σταδιοδρομίας (Backhaus & Tikoo, 2004)
- Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης (Melanthiou, Pavlou, & Constantinou, 2015)

Πίνακες εργασίας γενικού σκοπού: Παρέχουν μια ολοκληρωμένη διαδικτυακή πρόσληψη τόσο σε εργοδότες όσο και σε άτομα που αναζητούν εργασία σε διάφορες βιομηχανίες. Οι αιτούντες μπορούν να αναζητήσουν θέσεις εργασίας ανά κατηγορία, εμπειρία, εκπαίδευση, τοποθεσία ή οποιονδήποτε συνδυασμό αυτών των χαρακτηριστικών εργασίας. Από την άλλη, οι εξατομικευμένοι πράκτορες εργασίας ταιριάζουν τα προφίλ των ατόμων που αναζητούν εργασία με τις πιο πρόσφατες θέσεις εργασίας και αποστέλλουν με email τη λίστα των θέσεων στους αιτούντες. Οι υπεύθυνοι για την πρόσληψη μπορούν επίσης να αναζητήσουν τις βάσεις δεδομένων των πινάκων εργασίας βάσει δεξιοτήτων, επιπέδου εμπειρίας, προτίμησης εργασίας, μισθού, εκπαίδευσης και οποιουδήποτε συνδυασμού λέξεων-κλειδιών για την εύρεση κατάλληλων υποψηφίων. Όταν είναι διαθέσιμοι οι συγκεκριμένοι υποψήφιοι, ο πράκτορας εργασίας ειδοποιεί τον εργοδότη μέσω μιας λίστας με τους διαθέσιμους υποψηφίους. Επίσης, για την αντιμετώπιση της αυξανόμενης δυσαρέσκειας των ατόμων που αναζητούν εργασία και των εργοδοτών σχετικά με τους περιορισμούς και το κόστος, οι πίνακες εργασίας γενικού σκοπού έχουν εξελιχθεί σε ολοκληρωμένες υπηρεσίες όπου παρέχονται προσαρμοσμένες υπηρεσίες τοποθέτησης, αξιολόγησης και διαχείρισης των σχέσεων των υποψηφίων (Breaugh, 2008).

Εξειδικευμένοι πίνακες εργασίας : Εξυπηρετούν εξαιρετικά εξειδικευμένες αγορές εργασίας, όπως , τοποθεσία ή με οποιονδήποτε συνδυασμό. Συνήθως λειτουργούν με εξειδικευμένες διαδικτυακές κοινότητες ή ομάδες συζήτησης που προσελκύουν επαγγελματίες, που μοιράζονται συγκεκριμένο ενδιαφέρον, δεξιότητες, εμπειρία και γνώσεις. Τα πλεονεκτήματα της χρήσης εξειδικευμένων πινάκων εργασίας περιλαμβάνουν την πρόσβαση σε μια μεγάλη ομάδα εργοδοτών και εξειδικευμένων επαγγελματιών που αναζητούν εργασία και την ύπαρξη σύγχρονων εργαλείων

πρόσληψης. Τα μειονεκτήματα, από την άλλη, περιλαμβάνουν τη χαμηλή αναγνώριση μάρκας για την εταιρία που δεν έρχεται σε επαφή με όλη την κοινότητα, αλλά και την πιθανότητα κλοπής ταυτότητας των αιτούντων μέσω απάτης. Συγκεκριμένα, υπάρχουν περιπτώσεις όπου ψευδείς θέσεις εργασίας αναρτώνται στο διαδίκτυο και χρησιμοποιούνται για την κλοπή προσωπικών πληροφοριών από ανυποψίαστα άτομα που αναζητούν εργασία (Lee, 2007).

Πάροχοι εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης: Οι πάροχοι υπηρεσιών εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης (ASP) αναπτύσσουν και εμπορεύονται λογισμικό recruiting που συνδυάζει την διαχείριση της διαδικασίας πρόσληψης, την εκπαίδευση και την κατάρτιση των αιτούντων. Αρχικά η στενή αγορά εργασίας που επικρατούσε για τους επαγγελματίες πληροφορικής ήταν αυτή που οδήγησε πολλούς μικρούς και μεσαίους υπαλλήλους σε παρόχους υπηρεσιών εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης (ASP). Μάλιστα, πολλοί εργοδότες στράφηκαν στην χρήση εξειδικευμένου λογισμικό με σκοπό την ανάπτυξη μιας προσωπικής ιστοσελίδας σταδιοδρομίας στον δικό τους διακομιστή. Τα μειονεκτήματα αυτής της λύσης περιλαμβάνουν προβλήματα ενσωμάτωσης του νέου συστήματος της εταιρίας στα υπάρχοντα συστήματα καθώς και την πιθανότητα «κλειδώματος» της εταιρίας στο συγκεκριμένο εργαλείο καθώς το κόστος μετάβασης σε άλλη πηγή προσέλκυσης αυξάνεται όλο και περισσότερο με την πάροδο του χρόνου (Lixin Tao, 2001;Lee, 2007).

Υβριδικοί (online και offline) πάροχοι υπηρεσιών πρόσληψης: Οι υβριδικοί πάροχοι υπηρεσιών πρόσληψης είναι συνήθως εταιρείες συμβούλων (εταιρίες recruiting) που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής πρόσληψης τόσο σε εργοδότες όσο και σε άτομα που αναζητούν εργασία. Η διαφήμιση χωρίς την χρήση του διαδικτύου γινόταν συνήθως στις εφημερίδες και η τάση για την αντικατάσταση τους από το διαδίκτυο δεν άργησε να φανεί. Πιο συγκεκριμένα, η διαφήμιση θέσεων εργασίας στις εφημερίδες υπέστη ιστορική ποσοστιαία πτώση όταν οι εργοδότες άρχισαν μεταβαίνουν σε πιο αποδοτικές και οικονομικά εφικτές μεθόδους πρόσληψης. Μάλιστα, ο Help Wanted Index (προκύπτει από το γνωστό «ζητείται βοήθεια»), ένας μετρητής του αριθμού των αγγελιών που ζητούν υπαλλήλους σε εφημερίδες, σημειώνει συνεχή πτώση τα τελευταία χρόνια. Το πλεονέκτημα των υβριδικών (online και offline) παρόχων υπηρεσιών προσλήψεων προέρχεται από την χρήση υπαρχόντων πόρων στην online έκδοση. Δηλαδή, χρησιμοποιείται η γνώση που αναπτύχθηκε στην παραδοσιακή βιομηχανία διαφημίσεων εργασίας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί και το μειονέκτημα αυτής της μεθόδου, όπου στην offline έκδοση της φαίνεται να «δυσφημίζει» τις εταιρίες καθώς τις κάνει να φαίνονται εκτός εποχής και να μην είναι σχετικές με την τεχνολογικά μέσα (Lee, 2007).

Ανέγερση κοινοπραξίας: Η κοινοπραξία είναι μια πιο οικονομική λύση και αποτελεί εναλλακτική για τις υπηρεσίες που παρέχονται από τους πίνακες που αναφέρθηκαν παραπάνω. Πρόκειται για συνεταιρισμούς που δημιουργούνται από στελέχη εταιρειών ή για ομίλους εταιριών, με σκοπό την ευκολότερη εύρεση υπαλλήλων για τις κενές θέσεις που προσπαθούν να καλύψουν. Η μηχανή αναζήτησης μιας κοινοπραξίας οδηγεί απευθείας στον ιστότοπο σταδιοδρομίας του αντίστοιχους

μέλους. Τα μειονεκτήματα μιας κοινοπραξίας περιλαμβάνουν πιθανές συγκρούσεις μεταξύ μελών της κοινοπραξίας και χαμηλή έκθεση σε άτομα που αναζητούν εργασία, λόγω της μικρής βάσης μελών (Lee, 2007).

Εταιρικές ιστοσελίδες σταδιοδρομίας: Οι εταιρικές ιστοσελίδες σταδιοδρομίας είναι η πηγή πρόσληψης που χρησιμοποιείται περισσότερο από τις εταιρείες του Fortune 500, σύμφωνα με μελέτη iLogos Research. Η ανάπτυξη της εταιρικής ιστοσελίδας σταδιοδρομίας αποτελεί μια επέκταση του χαρτοφυλακίου της εταιρίας, κυρίως όταν η εταιρεία έχει ήδη δημιουργήσει έναν ιστότοπο και έχει μεγάλη κίνηση σε αυτόν. Το αρχικό κόστος ανάπτυξης είναι υψηλό σε σύγκριση με άλλες πηγές πρόσληψης. Παρ' όλα αυτά, το κόστος δημοσίευσης νέων θέσεων εργασίας αυξάνεται οριακά, ενώ το κόστος για την δημοσίευση νέων θέσεων εργασίας σε άλλες πηγές είναι σημαντικά υψηλότερο. Πέρα από το κόστος, μία εταιρική ιστοσελίδα σταδιοδρομίας έχει επίσης το πλεονέκτημα της ευελιξίας στις πληροφορίες που δημοσιεύονται σχετικά με την εταιρία, όπως προσλήψεις αποφοίτων πανεπιστημίου, πληροφορίες για τον χώρο εργασίας, επιπλέον παροχές, και ανάδειξη της κουλτούρας της εταιρίας (Backhaus & Tikoo, 2004).

Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης: Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, που αναφέρονται επίσης και ως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι υπηρεσίες στο διαδίκτυο όπου οι άνθρωποι μπορούν να δημιουργήσουν ένα προφίλ και στην συνέχεια να ξεκινήσουν συνδέσεις με άλλα άτομα ώστε να δουν τα προφίλ και τις ενημερώσεις μεταξύ τους (Melanthiou, Pavlou, & Constantinou, 2015). Το πιο δημοφιλές SNS για την πρόσληψη υπαλλήλων στο δυτικό ημισφαίριο είναι το LinkedIn, και ακολουθούν σε μικρότερα ποσοστά το Facebook, το Twitter, το Instagram και το Snapchat, τα οποία χρησιμεύουν όλο και περισσότερο ως χώρος για αλληλεπιδράσεις μεταξύ ατόμων και εργοδοτών (Roth, Bobko, Van Iddekinge, & Thatcher, 2013). Τα SNS χρησιμοποιούνται ευρέως ως πηγή πρόσληψης, καθώς παρέχουν εύκολη πρόσβαση σε μια μεγάλη ομάδα ατόμων που αναζητούν εργασία, είτε ενεργά είτε όχι. Επίσης, οι υπεύθυνοι προσλήψεων χρησιμοποιούν συστηματικά τα SNS για να «αλιεύσουν» πληροφορίες, δηλαδή για να αναλύσουν τα δεδομένα από τα SNS, και για να ταιριάξουν τους χρήστες με κενές θέσεις που χρειάζεται να καλυφθούν. Φυσικά, δεν μπορεί να παραληφθεί ο ρόλος που παίζουν τα SNS ως κανάλι επικοινωνίας των εταιριών με τους χρήστες τους για σκοπούς διαφήμισης, είτε προς τους πιθανούς πελάτες είτε προς τους πιθανούς υποψηφίους. Μάλιστα, οι εταιρίες ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους τους να ενεργούν ως «πρεσβευτές» της στα μέσα κοινωνικά δικτύωσης, ακόμα και να κοινοποιούν νέες θέσεις εργασίας, το οποίο βέβαια είναι μία πρόκληση για τους εργοδότες (Cervellon & Lirio, 2017). Ένα ακόμα πλεονέκτημα των SNS είναι ότι παρέχουν γρήγορη πρόσβαση σε ένα μεγάλο αριθμό μη φιλτραρισμένων πληροφοριών σχετικά με τους υποψηφίους, οι οποίες χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο για διαδικτυακό έλεγχο. Με την απόκτηση πρόσβασης σε δεδομένα που δεν σχετίζονται με την εργασία, οι εργοδότες μπορούν ενδεχομένως να ελέγξουν πληροφορίες σχετικά με την ταυτότητα του αιτούντος (Berkelaar & Buzzanell, 2014), την προσωπικότητα του (Schroeder & Cavanaugh, 2018) και δραστηριότητες του, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης ναρκωτικών ή αλκοόλ. Αν και οι οργανισμοί υποθέτουν ότι αυτή η τακτική μπορεί να αποκαλύψει

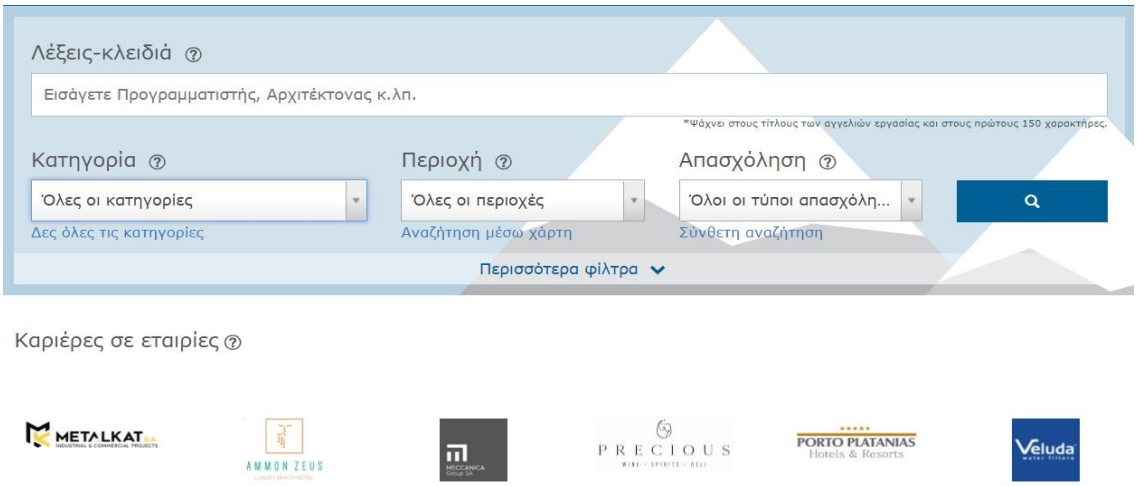
την «αληθινή» ταυτότητα ενός ατόμου (Jeske & Shultz, 2016), οι πληροφορίες σχετικά με τα SNS είναι συχνά ανακριβείς, ξεπερασμένες και αναξιόπιστες και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα την επαγγελματική συμπεριφορά ενός ατόμου. Επιπλέον, ο έλεγχος υποψηφίων στα SNS προσβάλλει το απόρρητο των ανθρώπων και μπορεί να αποκαλύψει ευαίσθητες πληροφορίες, όπως σεξουαλικό προσανατολισμό, φυλή, πολιτικές απόψεις και θρησκευτικές πεποιθήσεις, και έτσι δημιουργείται ο κίνδυνος της διάκρισης (Slovensky & Ross, 2012).

Σύγκριση πηγών προσέλκυσης στην Ελλάδα

Έχοντας αναλύσει τις διαφορετικές κατηγορίες πηγών e-recruiting θα επιλεχθεί ένα παράδειγμα από την ελληνική αγορά για την καθεμία. Στην συνέχεια θα συγκριθούν οι υπηρεσίες που προσφέρουν αυτές οι πηγές ώστε να γίνει κατανοητή η κατάταξη τους στην αντίστοιχη κατηγορία. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η αντιστοίχιση των επιλεγμένων παραδειγμάτων με την κατηγορία που ανήκουν και έπεται η ανάλυση τους.

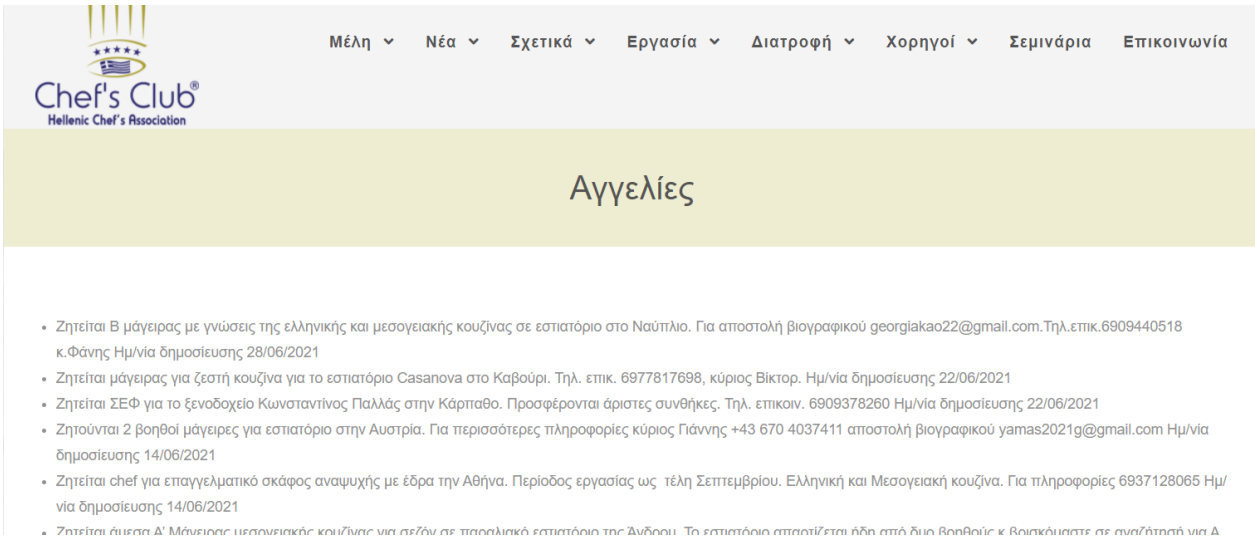
Κατηγορία Πηγής Προσέλκυσης	Παράδειγμα ελληνικής υπηρεσίας
Πίνακες εργασίας γενικού σκοπού	Skywalker
Εξειδικευμένοι πίνακες εργασίας	Chefclub
Πάροχοι εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης	Oracle taleo
Υβριδικοί πάροχοι υπηρεσιών πρόσληψης	Adecco
Ανέγερση κοινοπραξίας	Autohellas
Εταιρικές ιστοσελίδες σταδιοδρομίας	Σελίδα σταδιοδρομίας της IBM
Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης	LinkedIn
Συνδυασμός πλεονεκτημάτων	Workable

Ξεκινώντας με την ιστοσελίδα Skywalker, όταν επισκεπτόμαστε την αρχική της σελίδα βλέπουμε το εξής:



Όπως παρατηρούμε, σε ένα άτομο που αναζητά εργασία δίνεται η δυνατότητα να αναζητήσει θέσεις από οποιαδήποτε κατηγορία, σε οποιαδήποτε περιοχή και με οποιοδήποτε τύπο απασχόλησης. Επίσης υπάρχει επιλογή για ακόμα περισσότερα φίλτρα, συνδυασμό τους, ή και εισαγωγή συγκεκριμένων λέξεων κλειδιών. Επίσης ακριβώς από κάτω παρουσιάζονται εταιρίες οι οποίες παρέχουν θέσεις εργασίας μέσω της Skywalker, και αν κάποιος αναζητήσει περισσότερες πληροφορίες θα παρατηρήσει ότι οι πρώτες εταιρίες που εμφανίζονται ανήκουν όλες σε διαφορετικούς κλάδους (τουριστικά, λιανεμπόριο, τρόφιμα). Οι παραπάνω παρατηρήσεις έρχονται σε απόλυτη συμφωνία με τον ορισμό των πινάκων εργασίας γενικού σκοπού, που όπως σημειώθηκε στον ορισμό τους, μέσω αυτών οι υποψήφιοι μπορούν «να αναζητήσουν θέσεις εργασίας ανά κατηγορία, εμπειρία, εκπαίδευση, τοποθεσία ή οποιονδήποτε συνδυασμό αυτών των χαρακτηριστικών εργασίας».

Συνεχίζοντας με την ιστοσελίδα Chefclub, όταν επισκεπτόμαστε την σελίδα αγγελιών βλέπουμε το εξής:

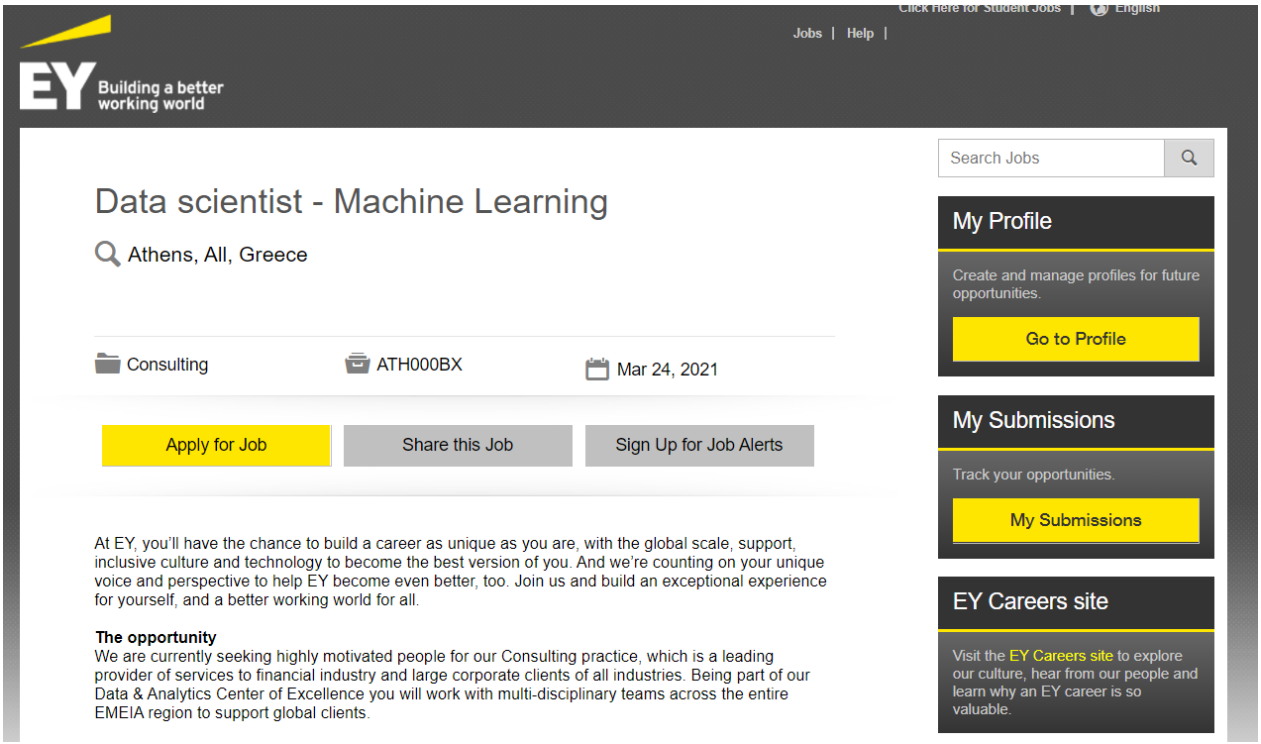


Παρατηρούμε ότι όλες οι αγγελίες σχετίζονται με το επάγγελμα της μαγειρικής και δεν δίνεται καμία δυνατότητα σύνθετης αναζήτησης, με οποιοδήποτε φίλτρο. Επίσης το site στο οποίο έχουμε βρεθεί για την αναζήτηση αγγελιών πρόκειται για μια διαδικτυακή κοινότητα ατόμων που ασχολούνται με την μαγειρική. Τέλος, ήδη από την πρώτη αγγελία που εμφανίζεται παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει μεγάλη διαφάνεια σχετικά με την εταιρία η οποία έχει καταθέσει την θέση εργασίας, και τα στοιχεία επικοινωνίας δεν είναι εταιρικά αλλά προσωπικά, κινώντας υποψίες σχετικά με την αυθεντικότητα της θέσης και την ασφάλεια της κοινοποίησης προσωπικών στοιχείων με το άτομο που αναφέρεται στην περιγραφή. Ανακαλώντας τα χαρακτηριστικά των εξειδικευμένων πινάκων εργασίας, δηλαδή:

- Εξειδικευμένες διαδικτυακές κοινότητες ή ομάδες συζήτησης που προσελκύουν επαγγελματίες, που μοιράζονται συγκεκριμένο ενδιαφέρον, δεξιότητες, εμπειρία και γνώσεις
- Μεγάλη ομάδα εξειδικευμένων επαγγελματιών
- Περιπτώσεις ψευδών θέσεων εργασίας

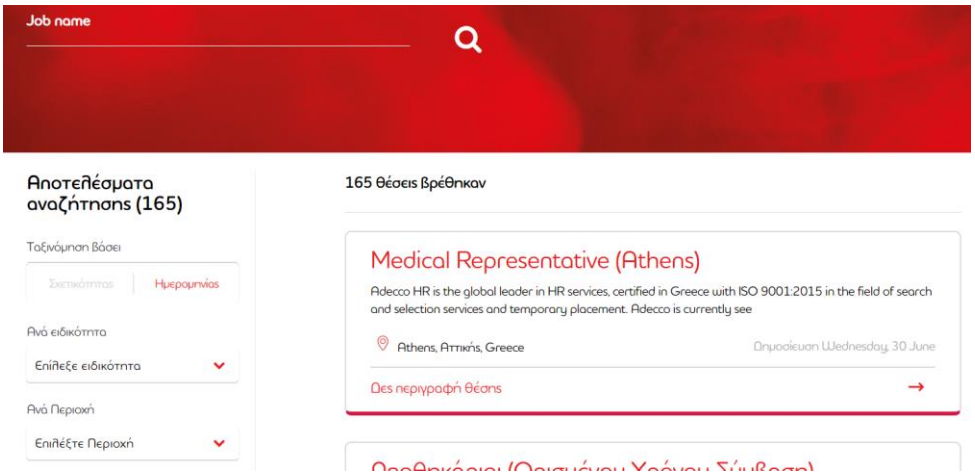
Γίνεται άμεσα αντιληπτό ότι το παρόν site ανήκει αναμφίβολα στην συγκεκριμένη κατηγορία πηγών προσέλκυσης υποψηφίων.

Αμέσως μετά, έρχεται το προϊόν taleo που παρέχεται από την Oracle και χρησιμοποιείται από πολλές εταιρίες για την διαδικασία της αίτησης, και της παρακολούθησης της πορείας των αιτήσεων. Παρακάτω φαίνεται η ιστοσελίδα taleo που χρησιμοποιείται για την αίτηση σε μία θέση εργασίας της ΕΥ



Από τα χαρακτηριστικά που προσφέρει λοιπόν το taleo, συμπεραίνουμε ότι η Oracle με το συγκεκριμένο προϊόν κατέχει τη θέση ενός παρόχου εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης, αφού όπως ορίστηκε και παραπάνω οι πάροχοι αυτοί «αναπτύσσουν και εμπορεύονται λογισμικό recruiting που συνδυάζει την διαχείριση της διαδικασίας πρόσληψης».

Επόμενη η Adecco, μια εταιρία παροχής υπηρεσιών ανθρώπινου δυναμικού στους τομείς της εύρεσης και της επιλογής προσωπικού και προσωρινής απασχόλησης. Η Adecco έχει ηλεκτρονική παρουσία με την προσωπική της ιστοσελίδα, ωστόσο δραστηριοποιείται από το 2000 στον τομέα αυτό και δραστηριοποιείται και με φυσική παρουσία. Στην ιστοσελίδα της η αναζήτηση θέσεων φαίνεται παρακάτω:



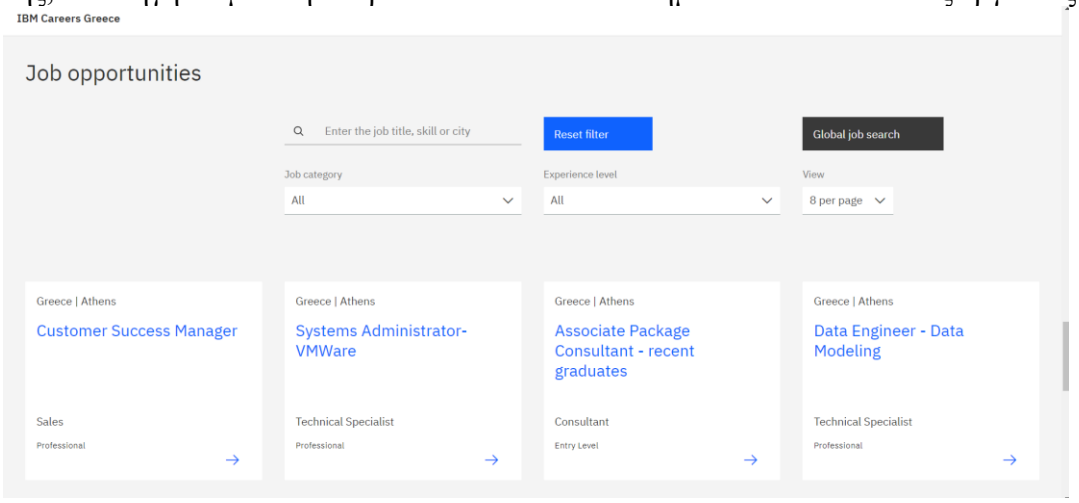
Αυτό που παρατηρούμε είναι ότι σε οποιαδήποτε θέση είναι αναρτημένη δεν υπάρχει καμία πληροφορία για την εταιρία που αναζητά το συγκεκριμένο ρόλο, καθώς η Adecco αναλαμβάνει την πλήρη διαδικασία πρόσληψης και η εταιρία δεν εμπλέκεται, πέρα από το τελικό στάδιο. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω οι υβριδικοί πάροχοι υπηρεσιών πρόσληψης ειναι «συνήθως εταιρείες συμβούλων που παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής πρόσληψης τόσο σε εργοδότες όσο και σε άτομα που αναζητούν εργασία». Η Adecco δραστηριοποιείται ακριβώς με αυτόν τον τρόπο και συνεπώς ανήκει στην συγκεκριμένη κατηγορία.

Προχωρώντας με τον όμιλο Autohellas, οι βασικοί πυλώνες πάνω στους οποίους στηρίζονται οι δραστηριότητες του είναι η ενοικίαση αυτοκινήτων (Βραχυχρόνια και Μακροχρόνια Μίσθωση) η διεθνής δραστηριότητα (Βραχυχρόνια, Μακροχρόνια Μίσθωση και Εμπορία Αυτοκινήτων) και τέλος η εμπορία αυτοκινήτων (Εισαγωγή/ Διανομή/ Λιανική Πώληση). Όταν επισκεπτόμαστε την ιστοσελίδα με τις αγγελίες του ομίλου βλέπουμε το εξής:

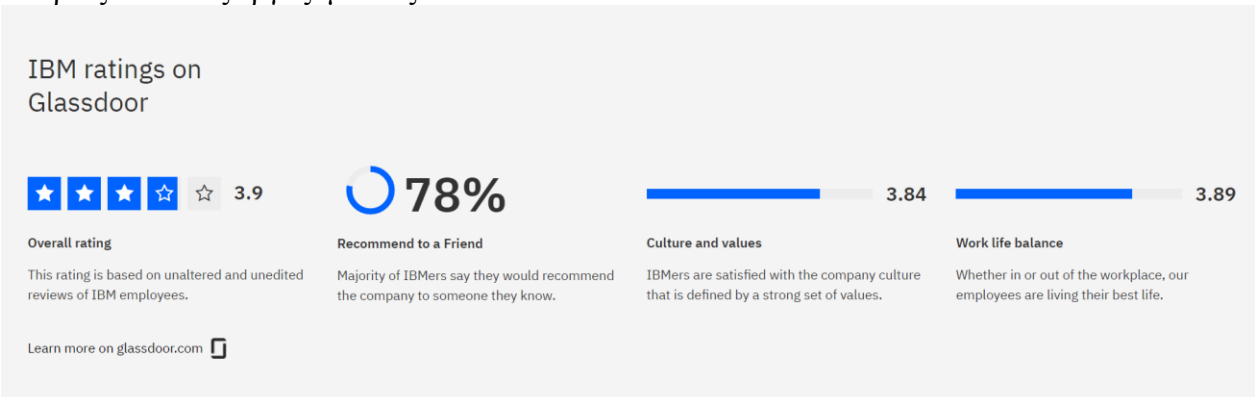


Όπως παρατηρούμε πρόκειται για θέσεις εργασίας από διαφορετικές εταιρίες, ανεξαρτήτως ειδικότητας, οι οποίες όμως ανήκουν όλες στον ίδιο όμιλο. Σύμφωνα με τον ορισμό της ανέγερσης κοινοπραξίας, το site της Autohellas κατατάσσεται σε αυτή την κατηγορία ως όμιλος.

Συνεχίζοντας με την εύρεση αγγελιών εργασίας από την εταιρία IBM, αν περιηγηθούμε στο site της, θα οδηγηθούμε στην παρακάτω σελίδα όπου δημοσιεύονται οι θέσεις εργασίας της εταιρίας:

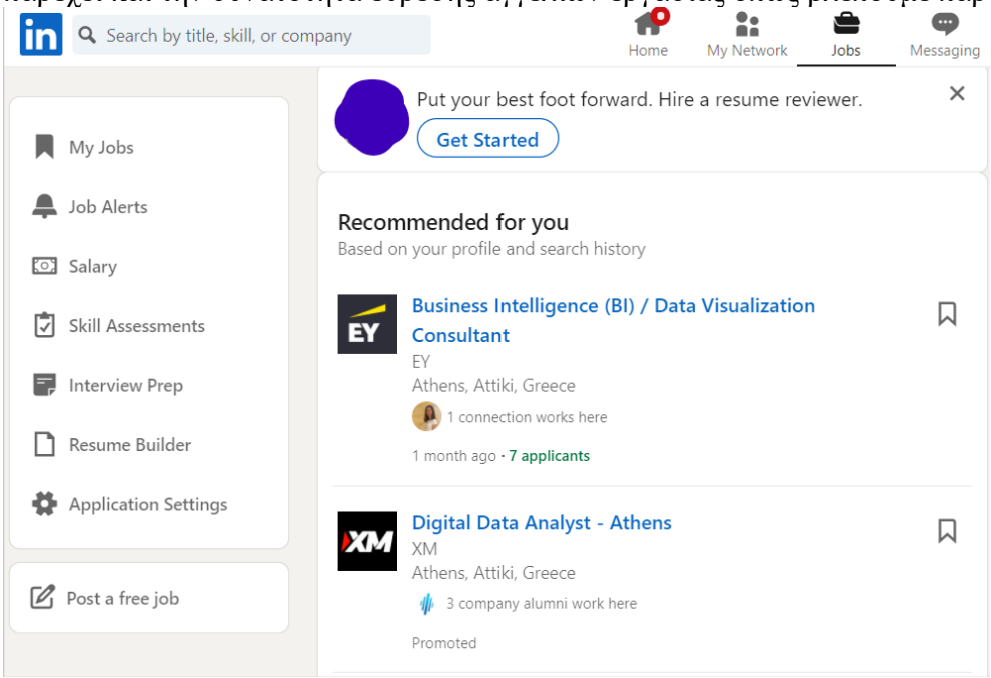


Πέρα όμως από τις δημοσιευμένες αγγελίες μπορούμε να εντοπίσουμε και άλλες πληροφορίες για την εταιρία όπως στην παρακάτω φωτογραφία, όπου αναδεικνύεται η υψηλή βαθμολόγηση της εταιρίας από τους εργαζομένους:



Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι η συγκεκριμένη ιστοσελίδα αποτελεί την ιστοσελίδα σταδιοδρομίας της IBM, και παρουσιάζονται όλα τα στοιχεία που έχουν περιγράφει για την αντίστοιχη πηγή.

Τέλος, θα εξετάσουμε το LinkedIn, το οποίο είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που εστιάζει στην εταιρική δραστηριότητα και στην σύνδεση επιχειρηματιών μεταξύ τους. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα, παρέχει και την δυνατότητα εύρεσης αγγελιών εργασίας όπως βλέπουμε παρακάτω:



Όπως σημειώθηκε και στον ορισμό των κοινωνικών δικτύων οι υποψήφιοι «δημιουργήσουν ένα προφίλ και στην συνέχεια να ξεκινήσουν συνδέσεις με άλλα άτομα ώστε να δουν τα προφίλ και τις ενημερώσεις μεταξύ τους» αλλά και οι εργοδότες προκειμένου να καλύψουν θέσεις εργασίας, είτε δημοσιεύουν αγγελίες είτε χρησιμοποιούν «τα SNS για να αλιεύσουν πληροφορίες, δηλαδή για να αναλύσουν τα δεδομένα από τα SNS, και για να ταιριάξουν τους χρήστες με κενές θέσεις». Συνεπώς, όπως ήδη έχει αναφερθεί , το LinkedIn είναι το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείται περισσότερο για τον σκοπό της προσέλκυσης εξαιτίας του επαγγελματικού του σκοπού και γι' αυτό ανήκει στην κατηγορία «Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης» από τις πηγές προσέλκυσης υποψηφίων.

Αξιοσημείωτη περίπτωση αποτελεί αυτή της Workable, μίας εταιρία που ιδρύθηκε το 2012 με σκοπό τη δημιουργία ενός εργαλείου το οποίο θα κάνει την διαδικασία πρόσληψής ευκολότερη για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μέσω της χρήσης του διαδικτύου (iefimerida.gr, 2021). Σήμερα η Workable είναι μια κορυφαία πλατφόρμα προσλήψεων και δραστηριοποιείται σε παγκόσμιο επίπεδο. Συγκεκριμένα, παρέχει λογισμικό το οποίο χρησιμοποιείται τόσο για την αναζήτηση νέων ταλαντούχων υποψηφίων αλλά και για την διαχείριση της πρόσληψης τους. Μέσω της πλατφόρμας, οι εργοδότες έχουν τη δυνατότητα να ανεβάζουν νέες αγγελίες, να εξετάζουν τις αιτήσεις των υποψηφίων, να επικοινωνούν μαζί τους, να προγραμματίζουν συνεντεύξεις και να κάνουν την τελική προσφορά τους. Συνεπώς ως προς το βασικό σκοπό της, η Workable μπορεί να καταταχθεί στους παρόχους εφαρμογών ηλεκτρονικής πρόσληψης (Workable, 2021). Ωστόσο, αν μελετήσει κάποιος προσεκτικότερα τις υπηρεσίες που προσφέρει θα παρατηρήσει ότι συνδυάζει τα πλεονεκτήματα όλων των κατηγοριών μέσω του SaaS που προσφέρει. Αναλυτικότερα, η Workable συνδυάζει τις παρακάτω δραστηριότητες:

- Ανέβασμα αγγελιών σε πάνω από 200 ιστοσελίδες

  Με αυτόν τον τρόπο, η Workable καταφέρνει να αξιοποιήσει πλήρως τα χαρακτηριστικά των πινάκων εργασιών (είτε γενικού σκοπού είτε εξειδικευμένου), ανεβάζοντας τις αγγελίες αυτόματα σε αυτούς και επιτυγχάνοντας την προσέλκυση εκατομμύριων εργαζομένων με ένα μόνο κλικ (Workable, 2021).

- Προτάσεις κατάλληλων υποψηφίων με την χρήση τεχνητής νοημοσύνης

  Για κάθε αγγελία που ανεβάζουν οι εργοδότες μέσω της Workable,μπορούν να λάβουν μία λίστα με τους καλύτερους υποψηφίους για την αντίστοιχη θέση. Η λίστα αυτή προκύπτει με την χρήση τεχνητής νοημοσύνης. Η παροχή αυτή μπορεί να παρομοιαστεί ως ένα βαθμό με τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι εταιρίες συμβούλων, και έτσι η Workable εκμεταλλεύεται τα πλεονεκτήματα των παρόχων υπηρεσιών πρόσληψης (Workable, 2021).

- Ιστοσελίδες σταδιοδρομίας με την επωνυμία της επιχείρησης

Η Workable γνωρίζει ότι για να γίνει μία επιχείρηση ελκυστική για τον υποψήφιο χρειάζεται να αναδείξει την κουλτούρα της και την νοοτροπία της, το οποίο επιτυγχάνεται μέσω των ιστοσελίδων σταδιοδρομίας της. Έτσι, δίνεται στις επιχειρήσεις η δυνατότητα να ενσωματώσουν το brand τους (logo, γραμματοσειρά, παλέτα χρωμάτων) στην προσωπική τους ιστοσελίδα σταδιοδρομίας που φιλοξενείται στην Workable και να παρέχουν ελκυστικές πληροφορίες που θα ωθήσουν τους υποψηφίους στην αίτηση. Ταυτόχρονα, μέσω αυτών των ιστοσελίδων παρέχονται και οι διευκολύνσεις που παρέχεται από μια προσωπική ιστοσελίδα σταδιοδρομίας, όπως η προηγμένη αναζήτηση και το φιλτράρισμα αγγελιών της επιχείρησης, η αυτόματη συμπλήρωση των αιτήσεων, και η αίτηση με ένα κλικ (Workable, 2021).

- Διαφημιστικές καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Γνωρίζοντας την δυναμική των κοινωνικών δικτύων για την προσέλκυση υποψηφίων η Workable δεν παραμελεί την δραστηριότητα της σε αυτά. Πιο συγκεκριμένα, οργανώνει διαφημιστικές καμπάνιες και πετυχαίνει ταυτόχρονα 2 στόχους. Πρώτον, την προσέλκυση υποψηφίων που αναζητούν ενεργά για εργασία, και δεύτερον, την μετατροπή των ανενεργών υποψηφίων σε ενεργούς, χάρη στις ελκυστικές και στοχευμένες διαφημίσεις (Workable, 2021). Έτσι, χρησιμοποιεί και ορισμένα από τα πλεονεκτήματα των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης.

- Ενσωματωμένο σύστημα εύρεσης παθητικών υποψηφίων.

Μία νέα πηγή έρχεται να προσθέσει η Workable, η οποία περιλαμβάνει μία λίστα υποψηφίων που έχουν καταθέσει το βιογραφικό τους και θα μπορούσαν να ταιριάζουν στην θέση που ζητά να καλύψει ο εργοδότης. Δίνεται, λοιπόν, η δυνατότητα στους εργοδότες να έχουν μια επιπλέον πηγή προσέλκυσης. Αυτή η πηγή, δεν αφορά αποκλειστικά την θέση που έχει αναρτηθεί, ωστόσο, μέσω της τεχνητής η Workable μπορεί να φιλτράρει τους 400 εκ παθητικούς υποψηφίους και να βρει τον κατάλληλο (Workable, 2021).

Συνεπώς, γίνεται αντιληπτό, ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας και οι πρωτότυπες ιδέες όπως αυτή της Workable μπορούν να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα των βασικών πηγών προσέλκυσης ταυτόχρονα, δημιουργώντας νέες υβριδικές πηγές προσέλκυσης και μεγιστοποιώντας την αποτελεσματικότητα τους για τους εργοδότες.

1.3 Διαχείριση αιτήσεων, screening και επιλογή υποψηφίων

Έχοντας κατανοήσει τους τρόπους και τις πηγές προσέλκυσης υποψηφίων στην ψηφιακή εποχή, θα συνεχίσουμε με το επόμενο στάδιο, δηλαδή αυτό της επιλογής των υποψηφίων και θα απαντήσουμε στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα που έχει τεθεί. Για την επιλογή των υποψηφίων στο e-recruiting χρησιμοποιούνται συστήματα και τεχνολογίες οι οποίες διευκολύνουν τόσο την διαχείριση των αιτήσεων όσο και το screening των υποψηφίων. Στην συνέχεια για την τελική

επιλογή και την διαδικασία των συνεντεύξεων γίνεται επίσης χρήση ηλεκτρονικών μέσων δημιουργώντας έτσι νέες μεθόδους συνεντεύξεων.

1.3.1 Συστήματα Παρακολούθησης Αιτούντων

Πολλές διαδικασίες και εργαλεία του παραδοσιακού recruiting συνεχίζουν να αξιοποιούνται από οργανισμούς και δεν έχουν αντικατασταθεί από τις αντίστοιχες μεθόδους του e-recruiting. Ωστόσο, τα Συστήματα Παρακολούθησης Αιτούντων ,ή ΣΠΑ (Applicant Tracking Systems), τα οποία συχνά αναφέρονται και ως «E-recruitment συστήματα» έχουν ενσωματωθεί στην διαδικασία της στελέχωσης και αποτελούν βασικό εργαλείο της, ακόμα και σε αυτούς τους οργανισμούς που δεν χρησιμοποιούν εξ ολοκλήρου το e-recruiting. Τα περισσότερα ΣΠΑ προσφέρουν λύσεις ενσωμάτωσης και ολοκλήρωσης, μέσω της σύνδεσης τους με εξωτερικές πηγές προσέλκυσης, όπως οι πίνακες θέσεων εργασίας και τα κοινωνικά δίκτυα. Πέρα από αυτή την σύνδεση που παρέχουν μεταξύ συστημάτων, τα ΣΠΑ χρησιμοποιούνται επίσης και για το pre-screening των υποψηφίων, αξιολογώντας ορισμένα κριτήρια μέσω της εξόρυξης δεδομένων (data mining). Σχετικά με τον τρόπο διάθεσης τους και τον τρόπο ενσωμάτωσης τους στα συστήματα μιας εταιρίας, συνήθως προσφέρονται ως Software-as-a-Service (SaaS), ενώ σε κάποιες περιπτώσεις είναι μέρος ενός μεγαλύτερου Enterprise Resource Planning (ERP) συστήματος που χρησιμοποιείται από την εταιρία (Eckhardt et al., 2014). Ακολουθεί μια εκτενέστερη περιγραφή των ΣΠΑ όπου αναλύονται οι επιμέρους λειτουργείες τους.

Ξεκινώντας με τον ορισμό του, το Συστήμα Παρακολούθησης Αιτούντων αποτελεί ένα πρόγραμμα το οποίο υποστηρίζει την διαδικασία πρόσληψης χρησιμοποιώντας βάσεις δεδομένων οι οποίες περιέχουν πληροφορίες για τις θέσεις εργασίας της εταιρίας καθώς και για τους υποψήφιους για την κάθε θέση. (Eckhardt et al., 2014). Συχνά το σύστημα αυτό προσφέρεται ως μία αυτόνομη εφαρμογή και συγκεκριμένα ως software-as-a-service, με συνδρομή. Σε μεγαλύτερες εταιρίες, ωστόσο, μπορεί να είναι ενσωματωμένο και στο ευρύτερο σύστημα μιας εταιρίας, όπως για παράδειγμα στο σύστημα HRIS (human resource information system) (HR.com, 2021). Άλλες ονομασίες που χρησιμοποιούνται για τα ΣΠΑ είναι:

- Σύστημα E-recruitment (Holm, 2012)
- Σύστημα διαχείρισης προσλήψεων (Cappelli, 2001),
- Σύστημα διαχείρισης υποψηφίων
- Σύστημα διαχείρισης (ή απόκτησης) ταλέντων (Reynolds & Dickter, 2017)

Το πλήθος και η ποικιλία των παραπάνω ορισμών δείχνει ότι με την πάροδο του χρόνου τα ΣΠΑ ξέφυγαν από τον αρχικό τους χαρακτήρα , δηλαδή αυτόν του καθαρά διοικητικού ρόλου, και άρχισαν να προσφέρουν πολλές καινοτόμες δυνατότητες. Καθώς, λοιπόν, ξεκίνησαν να προσφέρουν νέες δυνατότητες οι πάροχοι των ΣΠΑ, ο όρος «ΣΠΑ» έπαψε να είναι επαρκής για το εύρος των δυνατοτήτων αυτών των συστημάτων. (Schweyer, 2010). Πολλά ΣΠΑ, μάλιστα, έχουν γίνει ολοκληρωμένες πλατφόρμες πρόσληψης και επιτρέπουν στους εργοδότες να επιβλέπουν

ολόκληρη τη διαδικασία πρόσληψης (Brienza, 2018) με πρόσθετες λειτουργίες διαχείρισης των υποψηφίων (Zielinski, 2015). Όπως ήταν αναμενόμενο, τα συστήματα αυτά θεωρούνται συχνά αναπόσπαστο μέρος των προγραμμάτων απόκτησης ταλέντων των οργανισμών (HR.com 2021). Παρακάτω αναλύονται οι λειτουργίες που παρέχονται από τα ΣΠΑ για την διαδικασία της πρόσληψης.

Screening υποψηφίων

Τα ΣΠΑ είναι σε θέση να διενεργούν βασικούς ελέγχους για τους υποψηφίους (screening) και ελέγχους πάνω στο background των υποψηφίων, το οποίο συμβάλλει σημαντικά στη μείωση του χρόνου που αφιερώνεται στην άμεση απόρριψη ακατάλληλων αιτούντων (Heneman III, Judge, & Kammeyer-Mueller, 2015).

Ένα χαρακτηριστικό των ΣΠΑ που χρησιμεύει στο screening, είναι η δυνατότητα εξόρυξης δεδομένων από τα βιογραφικά, ώστε να δημιουργηθούν λεπτομερή προφίλ που περιλαμβάνουν ενότητες όπως εκπαίδευση, ιστορικό εργασίας, δεξιότητες (soft και hard skills), χαρακτηριστικά συμπεριφοράς, κοινωνικό υπόβαθρο και απαιτήσεις μισθού. Τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την εξόρυξη δεδομένων αξιοποιούν την αναζήτηση λέξεων-κλειδιών που έχουν προκαθοριστεί και την αναζήτηση κειμένου. Αυτό που επιτυγχάνουν τα εργαλεία είναι να αποδομούν αυτόματα το βιογραφικό και να μεταφέρουν τα δεδομένα στις αντίστοιχες ενότητες (π.χ. εκπαίδευση, στοιχεία επικοινωνίας) , και στην συνέχεια με την χρήση των λέξεων-κλειδιών να ανιχνεύουν λέξεις και φράσεις που σχετίζονται με τις κενές θέσεις. Οι εργοδότες, μπορούν στη συνέχεια να επικοινωνήσουν με τους αιτούντες που είχαν την υψηλότερη βαθμολογία από τα συστήματα και να τους καλέσουν να συμμετάσχουν σε μια πιο προσωπική επικοινωνία μαζί τους, μέσω συνέντευξης. Σημειώνεται επίσης ότι μπορεί να μην χρησιμοποιείται μόνο το βιογραφικό για την εξόρυξη δεδομένων, αλλά και άλλες πηγές όπως τα μέσα κοινωνικά δικτύωσης ή άλλες online δραστηριότητες των υποψηφίων. Βέβαια, ένα από τα πλεονεκτήματα των ΣΠΑ -αυτό του screening- στην πραγματικότητα αποτελεί και το σημαντικότερο μειονεκτήματα τους. Συγκεκριμένα, υπάρχουν περιορισμοί και αναποτελεσματικότητα στην αντιστοίχιση των υποψηφίων με τις κατάλληλες θέσεις εργασίας , με αποτέλεσμα να χάνονται -εφόσον αποκλείονται από το σύστημα- υποψήφιοι οι οποίοι ήταν οι κατάλληλοι για μία θέση (HR.com, 2021). Αυτό μπορεί να συμβαίνει γιατί η μορφή του βιογραφικού ενός υποψηφίου ίσως δεν είναι η κατάλληλη για τα ΣΠΑ ώστε να ληφθούν οι σημαντικότερες ικανότητες του. Συνεπώς, αν και εν τέλει τα εργαλεία των ΣΠΑ δεν μπορούν να αντικαταστήσουν εντελώς τους ανθρώπους για την επιλογή προσωπικού, μπορούν να φανούν χρήσιμα στη μείωση του αριθμού των αιτήσεων που πρέπει να χειριστεί ένας υπεύθυνος πρόσληψης και έτσι να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας πρόσληψης όταν υπάρχουν πολλοί υποψήφιοι για μία συγκεκριμένη θέση (Reynolds & Dickter, 2017).

Όταν έχουν μείνει πλέον λίγοι υποψήφιοι, μπορούν οι εργοδότες να προσδιοριστούν πιο εξειδικευμένα χαρακτηριστικά που αναζητούν στους υποψηφίους με τη βοήθεια πιο προηγμένων τεχνικών, όπως τεστ αξιολόγησης δυνατοτήτων και συνεντεύξεις. Ένα ΣΠΑ, δηλαδή, μπορεί να βοηθήσει στην επιλογή, προσφέροντας τεστ γνώσεων -γενικών ή σχετικών με την θέση- ή ερωτηματολόγια προσωπικότητας. Τα ΣΠΑ μπορούν επίσης να παρέχουν οδηγίες στους εργοδότες για το στάδιο της συνέντευξης και να διευκολύνουν έτσι την διαδικασία. Οι υπεύθυνοι για τις συνεντεύξεις μπορούν να αποθηκεύσουν τις σημειώσεις και τις βαθμολογίες για κάθε υποψήφιο στο σύστημα. Ορισμένα συστήματα προσφέρουν ακόμη και βιομετρικά εργαλεία όπως φωνητική ανάλυση και αναγνώριση προσώπου για να επιβεβαιώσουν την ταυτότητα των ερωτώμενων και να βοηθήσουν στη αυτοματοποίηση της διαδικασίας (Reynolds & Dickter, 2017).

Τέλος, αρκετά συστήματα προσφέρουν επιπλέον δυνατότητες, όπως την ενσωμάτωση τους σε τεχνολογίες πρόσληψης τρίτων, για παράδειγμα σε εταιρίες που προσφέρουν διενέργεια συνεντεύξεων ή τεστ αξιολόγησης δεξιοτήτων και προσωπικότητας. Έτσι διευρύνονται ακόμα περισσότερο οι ικανότητες των ΣΠΑ στο screening των υποψηφίων (Zielinski, 2015)

Ανάλυση δεδομένων

Τα ΣΠΑ μπορούν να φανούν χρήσιμα στην αποθήκευση και στην επεξεργασία δεδομένων. Για παράδειγμα, η παρουσία των υποψηφίων σε διάφορες online πηγές προσέλκυσης δίνει την δυνατότητα στα συστήματα να κάνουν εξόρυξη δεδομένων για τον κάθε υποψήφιο και να σχηματίσουν την προσωπικότητα του βάσει αυτών (Faliagka et al., 2012). Συγκεκριμένα, η χρήση προγραμμάτων όπως το Linguistic Inquiry και το Word Count για την εξαγωγή γλωσσικών δεδομένων από κείμενα όπως blogs και δημοσιεύσεις δίνει μια ένδειξη στους υπευθύνους σχετικά με τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των υποψηφίων (Oberlander & Nowson, 2006).

Εκτός από την εξόρυξη δεδομένων για τους υποψηφίους, ένα ΣΠΑ μπορεί επίσης να παράγει και να παρακολουθεί ορισμένες μετρικές για την διαδικασία της πρόσληψης, όπως :

- Ο χρόνος πρόσληψης (ο αριθμός των ημερών από την δήλωση της κενής θέσης εργασίας έως την τελική πρόσληψη)
- Η απόδοση των πηγών προσέλκυσης που χρησιμοποιούνται (το ποσοστό των αιτούντων από μια συγκεκριμένη πηγή πρόσληψης)
- Το ποσοστό αποδοχής (το ποσοστό των αιτούντων που δέχονται τις προσφορές της εταιρίας)
- Το κόστος πρόσληψης (το άθροισμα των διαφημιστικών δαπανών, των προμηθειών , των μπόνους παραπομπής και άλλων δαπανών, δια του αριθμού των προσλήψεων) (Snell, Morris, & Bohlander, 2016).

Επιπλέον, τα ΣΠΑ μπορούν να επεξεργαστούν και να δημιουργήσουν αναφορές πάνω στους βασικούς δείκτες απόδοσης (KPI) ολόκληρης της διαδικασίας πρόσληψης. Έτσι, η απόδοση των υπεύθυνων πρόσληψης μπορεί να παρακολουθείται και, εάν είναι απαραίτητο, να βελτιώνεται βάσει των δεικτών (Eckhardt et al., 2014). Έρευνες, μάλιστα, έδειξαν ότι χρησιμοποιώντας ένα ΣΠΑ που υποστηρίζει τον υπολογισμό και την αξιολόγηση των KPIs, ο χρόνος ολοκλήρωσης μιας πρόσληψης μπορεί να μειωθεί σημαντικά μέσω της ανάλυσης και του ελέγχου των επιχειρηματικών διαδικασιών (Laumer et al, 2015).

Επικοινωνία με τους υποψηφίους

Τα ΣΠΑ διευκολύνουν την επικοινωνία με τους υποψηφίους και προσφέρουν οφέλη τόσο στο HR όσο στα άτομα που αναζητούν εργασία.

Για παράδειγμα, παρέχουν στους υπεύθυνους για τις προσλήψεις μια αναδυόμενη φόρμα αποστολής e-mail προς τους υποψηφίους που έχουν απορριφθεί, ώστε να μην τους αφήνουν να περιμένουν άσκοπα, αλλά και να μην χρειάζεται να συγγράφουν προσωπικά email στον καθένα, ξοδεύοντας πολύτιμο χρόνο. Πολλά ΣΠΑ επιτρέπουν επίσης την ενσωμάτωση και τη διαχείριση του marketing που χρειάζεται να γίνει από το HR για τις προσλήψεις. Πιο συγκεκριμένα, τα ΣΠΑ βοηθούν στην κοινοποίηση και στην επικοινωνία των θέσεων εργασίας της εταιρίας, έτσι ώστε οι υπεύθυνοι να μπορούν να προωθήσουν τις νέες θέσεις ευκολότερα, αλλά και να ελέγξουν πώς το κοινό αντιμετωπίζει τη δραστηριότητα της εταιρίας στα social media (Zielinski, 2015).

Τα ΣΠΑ προσφέρουν επίσης ορισμένα οφέλη στους υποψηφίους σχετικά με την άμεση επικοινωνία. Για παράδειγμα, τα άτομα που αναζητούν ενεργά εργασία μπορούν εύκολα να υποβάλουν αίτηση για μια θέση από τον υπολογιστή τους, από το κινητό τους , ή και απευθείας μέσω των κοινωνικών τους δικτύων. Κατόπιν μπορούν να λαμβάνουν ενημερώσεις σε πραγματικό χρόνο σε σχέση με την πορεία της αίτησης τους Επίσης, αν οι υποψήφιοι γίνουν αποδεκτοί σε μια θέση από το τμήμα HR, μπορούν, μέσω του ΣΠΑ, να λάβουν μια προσφορά εργασίας και στην συνέχεια να την αποδεχτούν ή να την απορρίψουν. Μπορούν, επίσης, να ανακτήσουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την θέση, τον εργοδότη, τον νέο χώρο εργασίας και, σε ορισμένες περιπτώσεις, να επικοινωνήσουν και με μελλοντικούς τους συναδέλφους (Laumer et al., 2015). Ωστόσο, σύμφωνα με ορισμένες εκθέσεις του κλάδου, πολλά ΣΠΑ εξακολουθούν να αποτυγχάνουν να προσφέρουν στους υποψηφίους μια εξατομικευμένη εμπειρία (HR.com, 2021).

Ανησυχίες σχετικά με την αποτελεσματικότητα

Στην πράξη, ο βασικός λόγος που χρησιμοποιούνται τα ΣΠΑ από τις εταιρίες είναι κυρίως η βελτίωση της αποτελεσματικότητας της διαδικασίας απόκτησης ταλέντων, με τα κύρια επιδιωκόμενα οφέλη να είναι:

- Ο μειωμένος χρόνος πρόσληψης,
- Η βελτιωμένη εξέταση (μέσω του pre-screening) των υποψηφίων,

- Η ευκολότερη διαχείριση των αιτήσεων και των βιογραφικών και
- Οι καλύτερες μετρικές σε ότι αφορά την απόκτηση ταλέντων (HR.com, 2021)

Παρά την άμεση και προφανή εξοικονόμηση κόστους, οι μεγάλοι οργανισμοί ξοδεύουν περίπου το 7% του προϋπολογισμού τους για τις προσλήψεις σε ΣΠΑ. Ενδεικτικά ένα ΣΠΑ μπορεί να κοστίσει από 5.000 μέχρι και πολλά εκατομμύρια ευρώ (Weber, 2012).

Επίσης, επιπλέον κόστη προκύπτουν από την εκπαίδευση των τελικών χρηστών για τη σωστή χρήση των συστημάτων, το οποίο θεωρείται κρίσιμο για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία τους. Το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού πρέπει να διαθέτει τις γνώσεις και τις δεξιότητες για να χρησιμοποιήσει τις διάφορες λειτουργίες των ΣΠΑ για το κάθε στάδιο της διαδικασίας πρόσληψης. Ως εκ τούτου, οι υπάλληλοι πρέπει να μάθουν πράγματα όπως πώς να αναπτύσσουν περιεχόμενο για την ιστοσελίδα σταδιοδρομίας της εταιρίας, πώς να δημοσιεύουν διαφημίσεις εργασίας σε διαδικτυακούς πίνακες εργασίας, πως να επικοινωνούν με τους αιτούντες και με τους manager των άλλων τμημάτων, πως να αναζητούν στις βάσεις δεδομένων κ.α. Επιπλέον, οι υπεύθυνοι για τις προσλήψεις ενδέχεται να χρειαστούν συγκεκριμένες δεξιότητες προκειμένου να αξιοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης , π.χ. πώς να εκτελούν διαδικτυακό μάρκετινγκ και πώς να βελτιστοποιήσουν τα αποτελέσματα στις μηχανές αναζήτησης, το γνωστό search-engine optimization (Eckhardt et al., 2014). Τέλος, ένα επιπλέον κόστος των ΣΠΑ προέρχεται από την πιθανή ευπάθειά τους σε μια ενδεχόμενη κυβερνοεπίθεση στον κυ, η οποία απαιτεί την ασφαλή αποθήκευση και διαχείριση των προσωπικών δεδομένων των υποψηφίων. Οι χρήστες των ΣΠΑ πρέπει, επομένως, να διασφαλίσουν ότι τα συστήματα συμμορφώνονται με τους κανονισμούς σχετικά με το απόρρητο των δεδομένων, ότι τα συστήματα είναι πλήρως ενημερωμένα, και ότι τα σφάλματα (bugs) στο λογισμικό διορθώνονται άμεσα (Dorsey et al., 2017).

1.3.2 Συνεντεύξεις

Η τεχνολογία χρησιμοποιείται ευρέως στις συνεντεύξεις, ώστε να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας. Συγκεκριμένα, η τεχνολογία βοηθά να εξαχθεί πιο γρήγορα μια πρώτη εντύπωση για τους υποψηφίους και να ολοκληρωθεί το pre-screening, προτού κληθούν οι τελικοί υποψήφιου σε μία πιο προσωπική συνέντευξη, δια ζώσης (Bauer, Truxillo, Paronto, Weekley, & Campion, 2004).

Τα τελευταία χρόνια, η τεχνολογία χρησιμοποιείται με ποικίλους τρόπους στο στάδιο των συνεντεύξεων:

1. Στο πλαίσιο των τηλεφωνικών συνεντεύξεων, η επικοινωνία γίνεται από έναν υπάλληλο του τμήματος HR, ο οποίος θέτει στους υποψηφίους ερωτήσεις μέσω τηλεφώνου, πράγμα

που σημαίνει ότι ο συνεντευξιαστής και ο υποψήφιος επικοινωνούν αποκλειστικά μέσω φωνής.

2. Σε συνεντεύξεις μέσω βιντεοδιάσκεψης, ο συνεντευξιαστής και ο υποψήφιος επικοινωνούν με μέσα όπως ο υπολογιστής η το smartphone και μπορούν να ακούσουν και να δουν ο ένας τον άλλον με την χρήση κάμερας και μικροφώνου.
3. Στις αυτοματοποιημένες ψηφιακές συνεντεύξεις, οι υποψήφιοι καταγράφουν τον εαυτό τους ενώ απαντούν σε ερωτήσεις τις οποίες λαμβάνουν μέσω κειμένου, ήχου ή βίντεο και στην συνέχεια οι ο συνεντευξιαστές μπορούν να παρακολουθήσουν και να αξιολογήσουν αυτές τις ηχογραφήσεις ανά πάσα στιγμή (Brenner et al., 2016).

Αν και η τεχνολογία των αυτοματοποιημένων ψηφιακών συνεντεύξεων στη βασική της μορφή δεν διαφέρει εντελώς από τις συνεντεύξεις μέσω βιντεοδιάσκεψης, οι αυτοματοποιημένες συνεντεύξεις έχουν συγκεκριμένα πλεονεκτήματα. Συγκεκριμένα, προσφέρουν πολύ μεγαλύτερη:

- Ευελιξία (δεν χρειάζονται προγραμματισμό)
- Τυποποίηση (δεν υπάρχει καμία επιρροή από τον συνεντευξιαστή προς τον υποψήφιο)
- Δυνατότητες αυτοματοποιημένης αξιολόγησης (αυτόματη αξιολόγηση των υποψηφίων με την χρήση τεχνητής νοημοσύνης).

Χάρη σε αυτά τα πλεονεκτήματα, οι οργανισμοί φαίνεται να ενδιαφέρονται όλο και πιο πολύ για αυτό το είδος συνέντευξης και γι' αυτό το λόγο οι ψηφιακές συνεντεύξεις έχουν χαρακτηριστεί ως ένα από τα ανερχόμενα αστέρια στην επιλογή προσωπικού (Brenner et al., 2016). Ήδη από το 2017, μια αναζήτηση για παρόχους αυτού του είδους συνεντεύξεων επέστρεφε ως αποτέλεσμα περισσότερες από 70 εταιρείες (Software Advice, 2021). Μάλιστα, οι μεγαλύτεροι πάροχοι ήταν η HireVue από την Αμερική και η Viasto από την Γερμανία , οι οποίες προσέφεραν το λογισμικό τους σε πελάτες από διαφορετικούς τομείς της αγοράς.

1.4 E-recruiting vs Παραδοσιακό recruiting

Έχοντας αναλύσει σε βάθος τις μεθόδους του e-recruiting και πώς έχουν φέρει ριζικές αλλαγές στην διαδικασία της πρόσληψης, είναι σημαντικό να απαντήσουμε στο τρίτο ερώτημα που έχει τεθεί και να εντοπίσουμε και τα σημεία στα οποία υπερέχει το e-recruiting έναντι του παραδοσιακού. Προτού παρατηρήσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του καθενός , είναι σημαντικό να κάνουμε μια ανακεφαλαίωση μαζί με μία side-to-side σύγκριση των μεθόδων που χρησιμοποιούνται στην καθεμία από τις 2 μορφές recruiting. Για αυτή την περίληψη και σύγκριση θα χρησιμοποιηθεί ένας πίνακας στον οποίο οι γραμμές θα αντιπροσωπεύουν τα στάδια του recruiting και οι στήλες αντιπροσωπεύουν την κατηγορία του recruiting -παραδοσιακό και e-recruiting- (Beardwell et al, 2004).

Στάδιο πρόσληψης	Παραδοσιακή Μέθοδος	E-recruiting
Προσέλκυση υποψηφίων	Η διαθέσιμη θέση εργασίας κοινοποιείται στον τύπο	Η διαθέσιμη θέση εργασίας κοινοποιείται στο διαδίκτυο
	Ο υποψήφιος-ενδιαφερόμενος γράφει η τηλεφωνεί στην εταιρία για να ζητήσει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την θέση ή για να συμπληρώσει το έντυπο της αίτησης. Στην συνέχεια ο υποψήφιος επιστρέφει την έντυπη αίτηση και επισυνάπτει το βιογραφικό του ταχυδρομικώς.	Όλες οι πληροφορίες για την προκηρυσσόμενη θέση εργασίας και για την εταιρία βρίσκονται στο διαδίκτυο, μαζί με την online αίτηση υποψηφιότητας. Ο υποψήφιος επιστρέφει (η συμπληρώνει απευθείας) την αίτηση και επισυνάπτει το βιογραφικό του ηλεκτρονικά
Επεξεργασία αιτήσεων	Το προσωπικό του HR εξετάζει τις έντυπες αιτήσεις και τα βιογραφικά ώστε να καταλήξει στους υποψήφιους με τους οποίους θα προχωρήσει στο στάδιο της συνέντευξης.	Εξειδικευμένο λογισμικό εξετάζει τις αιτήσεις και κάνει την αρχική αντιστοιχία με τις απαιτήσεις και τα κριτήρια που έχει θέσει η εταιρία.
	Σε περίπτωση που απαιτείται test για την αξιολόγηση των υποψηφίων, τότε αυτό το test γίνεται με την χρήση χαρτιού και η εξέταση είναι δια ζώσης.	Σε περίπτωση που απαιτείται test για την αξιολόγηση των υποψηφίων, τότε αυτό το test γίνεται με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων και η εξέταση είναι εξ αποστάσεως. Χρησιμοποιούνται τυποποιημένα online test τα οποία συνήθως παράγουν και τα αποτελέσματα χωρίς την ανάγκη εξεταστών.
Συνεντεύξεις	Η επικοινωνία με τους υποψηφίους γίνεται τηλεφωνικώς και κανονίζεται συνάντηση στα γραφεία της εταιρίας για να πραγματοποιηθεί η συνέντευξη.	Η επικοινωνία με τους υποψηφίους γίνεται είτε τηλεφωνικώς είτε μέσω email και η συνέντευξη που κανονίζεται υλοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα, μέσω εφαρμογών που παρέχουν κλήσεις με ήχο και εικόνα.

Έρευνες έχουν δείξει ότι η μετάβαση από τις παραδοσιακές μεθόδους, στην χρήση της τεχνολογίας προσφέρει πολλές νέες δυνατότητες στις επιχειρήσεις που την επιχειρούν αλλά είναι πιθανόν να επιφέρει και νέες προκλήσεις.

Τα σημαντικότερα προτερήματα της χρήσης των μεθόδων του e-recruiting συνοψίζονται παρακάτω:

- Πρώτον, δίνει στους εργοδότες την δυνατότητα να αποκτήσουν πρόσβαση σε μια μεγαλύτερη ομάδα δυνητικών υποψηφίων και από νέα μέρη καταργώντας τα γεωγραφικά σύνορα, χωρίς όμως να αυξάνουν υπερβολικά το κόστος της πρόσληψης (Breaugh & Starke, 2000).
- Δεύτερον, χάρη στους αυτοματισμούς μειώνεται ο φόρτος εργασίας για το διοικητικό προσωπικό, δίνοντας έτσι περισσότερο χρόνο στην τελική επιλογή των υποψηφίων (Singh & Finn, 2003).
- Τρίτον, είναι σημαντικά πιο οικονομική μέθοδος, σε σχέση με μία παραδοσιακή διαδικασία πρόσληψης που δεν κάνει καθόλου χρήση της τεχνολογίας (Maurer & Liu, 2007).
- Τέταρτον, υπάρχει πιο εύκολη και άμεση πρόσβαση σε άτομα που δεν αναζητούν ενεργά εργασία, αλλά έχουν κρατηθεί τα στοιχεία τους σε μία βάση δεδομένων.
- Πέμπτον, η τεχνολογία επιτρέπει στους manager να συνδυάζουν τις προσλήψεις με άλλα καθήκοντα, όπως για παράδειγμα η στρατηγική χρήση του e-recruting με σκοπό την βελτίωση του εμπορικού σήματος της εταιρίας (Cappelli, 2001).

Φυσικά δεν είναι μόνο τα προτερήματα του e-recruting που ωθούν τους εργοδότες στην ενσωμάτωση του, αλλά και οι πιέσεις και οι τάσεις της εποχής. Για παράδειγμα, οι περισσότεροι υποψήφιοι αναζητούν προσλήψεις οι οποίες πραγματοποιούνται με την χρήση της τεχνολογίας και του διαδικτύου (Holm, 2014).

Ολοκληρώνοντας, γίνεται αντιληπτό από τα παραπάνω ότι το e-recruiting παρά τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει σε ορισμένα στάδια, μπορεί να προσδώσει μεγάλη αξία στην εταιρία, από την μείωση κόστους και χρόνου, ως την αποδοτικότερη εύρεση υπαλλήλων. Αξίζει να σημειωθεί , ωστόσο, ότι και οι 2 μορφές recruiting (παραδοσιακό και e-recruiting) μπορούν να προσδώσουν αξία στην εταιρία που τις χρησιμοποιεί, αρκεί αυτό να γίνεται με μέτρο και έπειτα από ανάλυση των επιλογών. Είναι δηλαδή σημαντικό οι παραδοσιακές μέθοδοι recruiting να μην αντικαθίστανται από αυτές του e-recruiting αλλά να αλληλοσυμπληρώνονται καλύπτοντας η μία τις αδυναμίες της άλλης, όπως για παράδειγμα η αδυναμία λήψης της τελικής επιλογής από τα ΣΠΑ αλλά μόνο το pre screening και στην συνέχεια τελική επιλογή από ανθρώπους.

1.5 Σύγχρονες προσεγγίσεις και περιορισμοί

Τα τελευταία χρόνια μαζί με την εξέλιξη της τεχνολογίας έχει επέλθει και μεταβολή στις διαδικασίες του e-recruiting. Συγκεκριμένα οι νέες προσεγγίσεις για την βελτίωση των διαδικασιών περιλαμβάνουν την χρήση της τεχνητής νοημοσύνης σε όλα τα στάδια της πρόσληψης, ενώ στους περιορισμούς πρωταρχικό ρόλο κατέχουν οι νέοι κανονισμοί που επιβάλλονται σχετικά με την χρήση των δεδομένων των υποψηφίων. Στην συνέχεια αναλύεται η επίδραση αυτών των παραγόντων στο e-recruiting και ο λόγος που αυτές οι εξελίξεις απασχολούν όλο και περισσότερο τα τμήματα ανθρωπίνου δυναμικού. Έτσι θα έχει απαντηθεί το τέταρτο και τελευταίο ερώτημα της βιβλιογραφικής έρευνας.

1.5.1 AI και τα οφέλη του στην επιλογή υποψηφίων

Τα πρώτα χρόνια που δοκιμάστηκε το AI στην διαδικασία πρόσληψης φάνηκε να προσφέρει πολλές δυνατότητες στους εργοδότες και άρχισε να υιοθετείται όλο και πιο πολύ. Στην συνέχεια όμως, τα νέα δεδομένα και οι τάσεις της εποχής κατέστησαν απαραίτητη την χρήση του AI στο recruiting, και όχι απλά χρήσιμη. Βάσει μιας πρόσφατης έρευνας, το 2018 το 38% περίπου των επιχειρήσεων χρησιμοποιούσαν ήδη εργαλεία με δυνατότητες AI στις βασικές δραστηριότητες της διαδικασίας πρόσληψης (Deloitte, 2021). Συγκεκριμένα, τα εργαλεία στα οποία γίνεται χρήση του AI χρησιμοποιούνται κυρίως στις εξής δραστηριότητες:

- Προσέλκυση υποψηφίων
- Pre-Screening υποψηφίων
- Αξιολόγηση δεξιοτήτων των υποψηφίων
- Διαχείριση και συντονισμός υποψηφίων

Αναλυτικότερα, στο στάδιο της προσέλκυσης, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να εντοπίσουν τους κατάλληλους υποψηφίους και να τους προωθήσουν τις αντίστοιχες θέσεις με τρόπο που θα τους παρακινήσουν να υποβάλουν αίτηση. Η υποβολή της αίτησης μπορεί να περιλαμβάνει τη συμπλήρωση μιας online φόρμας στο site της εταιρίας ή την αποστολή του βιογραφικού με τεχνολογικά μέσα. Μόλις οι υποψήφιοι υποβάλουν την αίτηση τους, ο εργοδότης έχει το δύσκολο και χρονοβόρο έργο να τις εξετάσει. Πολλές εταιρείες λαμβάνουν περίπου 20-200 αιτήσεις για κάθε θέση που ανακοινώνουν και γι' αυτό το λόγο πέρα από τον χρόνο που χρειάζεται το pre-screening δυσκολία παρουσιάζει και η εύρεση του καλύτερου υπαλλήλου για την θέση. Έτσι, για τους υποψηφίους που περνούν τον αρχικό έλεγχο του pre screening , οι εργοδότες πρέπει να αξιολογήσουν περαιτέρω τις δεξιότητες και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας τους ώστε εν τέλει να καθορίσουν τα άτομα που θα περάσουν στις συνεντεύξεις. Τέλος η συνολική διαδικασία που αναφέρεται παραπάνω αφορά ταυτόχρονα και την επικοινωνία και την διαχείριση εκατοντάδων ατόμων. Παρακάτω θα εξετάσουμε, λοιπόν, πως η χρήση τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να διευκολύνει τους εργοδότες σε αυτές τις δραστηριότητες. (Allal-Chérif et al., 2021)

Προσέλκυση υποψηφίων

Δεδομένης της σημασίας που έχει η εξεύρεση υπαλλήλων, οι εταιρείες πρέπει να να εκτελούν όσο το δυνατόν ευρύτερη αλλά ταυτόχρονα και στοχευμένη αναζήτηση. Είναι λογικό οι επιχειρήσεις να θέλουν να προσεγγίσουν όσο το δυνατόν περισσότερους ενεργούς υποψηφίους γίνεται (δηλαδή άτομα που συμμετέχουν ενεργά στην διαδικασία εύρεσης εργασίας). Ωστόσο, η πλειονότητα των ανθρώπων δεν αναζητούν ενεργά εργασία και, ως εκ τούτου, είναι παθητικοί υποψήφιοι. Θα περίμενε κάποιος ότι μια εταιρία δεν θα ασχοληθεί με τους παθητικούς υποψηφίους, όμως έρευνα έχει δείξει ότι το ογδόντα τοις εκατό των ατόμων που δεν αναζητούν ενεργά θέση εργασίας θα επέλεγαν μια ευκαιρία εργασίας εάν τους παρουσιαζόταν από κάποιον (Smith & Kidder, 2010). Επίσης, έχει υπολογισθεί ότι ο αριθμός των παθητικών υποψηφίων είναι τρεις φορές μεγαλύτερος από ότι αυτός των ενεργητικών. Συνεπώς, είναι ύψιστης σημασίας για τις εταιρείες να δημιουργήσουν την καλύτερη δυνατή ομάδα υποψηφίων και από τα δύο είδη, ενεργητικούς και παθητικούς (Guinan et al., 2014). Γι' αυτό τον λόγο εταιρείες όπως η Pandologic, η Talenya και η HireScore χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη για να εξορύξουν δεδομένα από το LinkedIn, το Facebook, το Instagram, το Pinterest, το Twitter και στη συνέχεια να ταιριάξουν τους υποψηφίους με ανοιχτές θέσεις εργασίας (Campbell et al., 2020). Με την πάροδο του χρόνου, τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης μαθαίνουν όλο και καλύτερα ποιες μέθοδοι λειτουργούν με επιτυχία σε κάθε τύπο υποψηφίου, και έτσι άλλες μέθοδοι χρησιμοποιούνται στους ενεργητικούς και άλλες στους παθητικούς. Πιο συγκεκριμένα, μαθαίνουν να τοποθετούν ευκαιρίες εργασίας μέσω banners, αναδυόμενων παράθυρων, email, κ.λπ. για τη βέλτιστη προσέλκυση του κάθε τύπου υποψηφίων, παρατηρούν τα αποτελέσματα και αποφασίζουν πως θα συνεχίσουν. Η διαδικασία αυτή επαναλαμβάνεται μέχρι να βρεθεί η βέλτιστη λύση. Εκτός από το μέσο προβολής, η τεχνητή νοημοσύνη έχει τη δυνατότητα να καθορίσει ποιες πτυχές της κουλτούρας, της ηγεσίας, και άλλων χαρακτηριστικών της εταιρίας χρειάζεται να προβληθούν στο κάθε είδος υποψηφίου ώστε να του τραβήξουν το ενδιαφέρον. Τέλος, επειδή οι αιτήσεις των υποψηφίων βρίσκονται:

1. Σε διάφορα μέσα αποθήκευσης (π.χ. σε servers στις εγκαταστάσεις της εταιρίας ή στο cloud) και
2. Σε διάφορες μορφές (διαφορετικά είδη αρχείων, με διαφορετική μορφοποίηση)

είναι δαπανηρό να εξετασθεί χειροκίνητα ένα μεγάλο σύνολο αιτήσεων. Τα εργαλεία AI έχουν τη δυνατότητα να εξετάζουν τις αιτήσεις ανεξάρτητα από τη μορφή τους και το μέρος που βρίσκονται και συνεπώς προσφέρουν μεγάλα οφέλη στις επιχειρήσεις.

Pre-Screening Υποψηφίων

Σχετικά με την διαδικασία του pre-screening, δηλαδή του πρώτου «ξεκαθαρίσματος» των αιτήσεων, εκτός από την ταχύτητα και την αποδοτικότητα, υπάρχει επίσης εντυπωσιακή βελτίωση

στην αποτελεσματικότητα. Για παράδειγμα, έρευνες έχουν δείξει ότι τα εργαλεία με δυνατότητες AI, ήταν τουλάχιστον 25% καλύτερα από τους ανθρώπους στο pre-screening, ακόμη και όταν οι άνθρωποι χρειάστηκαν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα για να αξιολογήσουν ένα βιογραφικό (Kuncel et al., 2014).

Σήμερα, ο έλεγχος υποψηφίων με τη χρήση AI έχει προχωρήσει πέρα από την αναζήτηση λέξεων-κλειδιών στην αναζήτηση δυνατότητων που δεν αναφέρονται με συγκεκριμένες λέξεις. Για παράδειγμα, η επιμονή μπορεί να είναι ένα χαρακτηριστικό που απαιτείται σε μια συγκεκριμένη εργασία και δεν μπορεί να αξιολογηθεί μέσω μιας μονολεκτικής αναφοράς του υποψηφίου. Δηλαδή, αντί να σαρώνει ένα εργαλείο AI έναν όρο όπως «επιμονή» ή τα συνώνυμα του, μπορεί να το συμπεραίνει από την επεξεργασία προτάσεων φυσικής γλώσσας (nlp) που περιγράφουν ότι ο υποψήφιος δεν σταματά όταν αντιμετωπίζει ένα εμπόδιο. Έτσι αντιλαμβανόμαστε ότι η ανάλυση που εκτελεί ένα εργαλείο με AI πλησιάζει εντυπωσιακά αυτή ενός ανθρώπου. (Black and van Esch, 2020)

Αξιολόγηση δεξιοτήτων των υποψηφίων

Μόλις οι εταιρείες ολοκληρώσουν το pre-screening των υποψηφίων και έχουν εξαλείψει το 50%-80% από αυτούς, τότε προχωράνε στο επόμενο βήμα, δηλαδή τις αξιολογήσεις γνώσεων και δεξιοτήτων με την χρήση τεχνητής νοημοσύνης. Αυτές οι αξιολογήσεις μπορούν να έχουν διάφορες μορφές όπως για παράδειγμα την παιχνιδοποίηση η και απλά ερωτηματολόγια, και παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τις δεξιότητες, τις ικανότητες, η ακόμη και την προσωπικότητα των υποψηφίων.

Για παράδειγμα, η Unilever χρησιμοποίησε το Pymetric για να δημιουργήσει 12 παιχνίδια βασισμένα στη νευροεπιστήμη και οι υποψήφιοι καλούνται να τα ολοκληρώσουν σε μόλις 20 λεπτά (Feloni, 2017) Στην συνέχεια, οι κορυφαίοι σε σκορ υποψήφιοι καλούνται να συμμετάσχουν σε μια βιντεοσκοπημένη συνέντευξη όπου χρησιμοποιείται τεχνητή νοημοσύνη και υπολογίζονται διάφορες μετρικές μέσω του προγράμματος HireVue. Κατά τη διάρκεια αυτής της συνέντευξης, το σύστημα AI θέτει στους υποψηφίους διάφορες ερωτήσεις και οι υποψήφιοι υποβάλουν τις ηχογραφημένες απαντήσεις τους. Οι ερωτήσεις και η αξιολόγηση των απαντήσεων βασίζονται στην σύγκριση με άλλους επιτυχημένους υπαλλήλους που έχουν υπάρξει σε αυτή τη θέση στο παρελθόν. Γίνεται δηλαδή πρώτα μία έρευνα, και με βάση αυτήν, η Unilever καθορίζει ποιες δυνατότητες και χαρακτηριστικά είναι πιο πιθανό να οδηγήσουν στην επιτυχία και έτσι καταλήγει στις ερωτήσεις που θα πρέπει να θέτει το σύστημα της HireVue. Το σύστημα με την σειρά του, αναλύει όχι μόνο το περιεχόμενο των απαντήσεων των υποψηφίων, αλλά και την επιλογή των λέξεων που χρησιμοποιούν, τον τόνο της φωνής τους και τις εκφράσεις του προσώπου τους ώστε να τα συσχετίσει με αυτά των επιτυχημένων υπαλλήλων της Unilever. (Allal-Chérif et al., 2021)

Έτσι, λοιπόν, μπορεί να αυτοματοποιηθεί και να βελτιστοποιηθεί το στάδιο της αξιολόγησης των υποψηφίων, μειώνοντας τον αριθμό των ατόμων από τα εκατοντάδες που μπορεί να έχουν κάνει αίτηση και επιλέγοντας με αποδοτικότερο τρόπο τους τελικούς υποψηφίους. Φυσικά η τελική απόφαση λαμβάνεται από ανθρώπους.

Προκλήσεις στην χρήση της τεχνητής νοημοσύνης

Μία από τις βασικότερες προκλήσεις της πρόσληψης με την χρήση τεχνητής νοημοσύνης είναι το κόστος δημιουργίας, διατήρησης και ενσωμάτωσης των εργαλείων στα συστήματα της εταιρίας. Η πολυπλοκότητα των εργαλείων που χρησιμοποιούνται στις δραστηριότητες του recruiting είναι αυξημένη, συνεπώς εάν μια εταιρεία δεν έχει μεγάλο αριθμό προσλήψεων κάθε χρόνο και δεν μπορεί να αποσβέσει το κόστος ανάπτυξης αυτών των εργαλείων, τότε ίσως η λύση βρίσκεται στην απόκτηση αντίστοιχων εργαλείων από εξωτερικούς συνεργάτες. Επιπλέον, ακόμη και αν μια εταιρεία μπορούσε να δικαιολογήσει οικονομικά την ανάπτυξη εργαλείων πρόσληψης με την χρήση AI, οι άνθρωποι που μπορούν να αναλάβουν την ανάπτυξη ενός τόσο περίπλοκου έργου είναι λίγοι και υπάρχει τεράστια ζήτηση για αυτούς οπότε η εσωτερική ανάπτυξη καθίσταται ανέφικτη.

Μια άλλη πρόκληση που συναντάται στην χρήση της τεχνητής νοημοσύνης είναι η προστασία της ιδιωτικότητας των υποψηφίων. Για παράδειγμα, αν στο μέλλον ψηφιστούν νόμοι κατά της χρήσης των δεδομένων ή εάν οι υποψήφιοι αρχίσουν να περιορίζουν σημαντικά τα δεδομένα που μοιράζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή στα επαγγελματικά τους προφίλ, θα μπορούσε να μειωθεί σημαντικά η αποτελεσματικότητα των εργαλείων προσέλκυσης που χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη. Ακόμα χειρότερα, εάν ψηφιστούν νόμοι που δεν επιτρέπουν στις εταιρείες να διατηρούν πληροφορίες σχετικά με παλιούς τους υποψηφίους, τα εργαλεία τεχνητής λίμνης που έχουν κατασκευαστεί ειδικά για την εξόρυξη αυτής της συγκεκριμένης ομάδας υποψηφίων θα έχουν περιορισμένη έως μηδενική αξία (Canhoto & Clear, 2020).

Τέλος, οι εργαζόμενοι σε τμήματα διοίκησης ανθρωπίνου δυναμικού είναι πολύ πιθανό να δουν τα εργαλεία πρόσληψης με AI ως απειλή για τη δουλειά τους και αυτό αποτελεί άλλη μια πρόκληση για την εισαγωγή αυτών των εργαλείων στην εταιρία. Βέβαια, το κατά πόσον οι υπεύθυνοι για τις προσλήψεις θα βλέπουν την τεχνητή νοημοσύνη ως απειλή ή ως ευκαιρία θα εξαρτηθεί κατά πάσα πιθανότητα από τον τρόπο με τον οποίο θα εφαρμόζεται, δηλαδή ως συμπληρωματικό εργαλείο ή ως εργαλείο που τους υποκαθιστά (Black and van Esch, 2020).

1.5.2 Προσωπικά δεδομένα και κανονισμοί

Παράλληλα με τα οφέλη της χρήσης της τεχνολογίας προκύπτουν και ορισμένα εμπόδια. Ένα πρόσφατο παράδειγμα που επέβαλε – και συνεχίζει να επιβάλει- ριζικές αλλαγές στις επιχειρήσεις είναι η τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών και η νομοθεσία για την προστασία τους.

Σε μια διαδικασία πρόσληψης, οι οργανισμοί επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα των υποψηφίων κατά την συλλογή τους και κατά την αποθήκευσή τους. Σε μία πρόσληψη, μάλιστα, που πραγματοποιείται με την χρήση της τεχνολογίας, τα δεδομένα στα οποία έχει πρόσβαση ένας εργοδότης είναι πολύ περισσότερα σε σχέση με την παραδοσιακή μέθοδο. Τα τελευταία χρόνια η συλλογή και η επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων των χρηστών έχει αποτελέσει συχνά θέμα συζήτησης και γι' αυτό η ευρωπαϊκή ένωση έχει προβεί στην λήψη σημαντικών μέτρων για προστασία των πολιτών (e-Recruiting, 2020).

Συγκεκριμένα, οι εργοδότες που βρίσκονται σε χώρες εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να συμμορφώνονται με τον Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (ΓΚΠΔ ή GDPR), ο οποίος τέθηκε σε ισχύ στις 25 Μαΐου του 2018. Στον ΓΚΠΔ καθορίζονται λεπτομερώς οι απαιτήσεις για τη συλλογή, την αποθήκευση και τη διαχείριση των προσωπικών δεδομένων από επιχειρήσεις και οργανισμούς. Ως Προσωπικά δεδομένα νοούνται «όλες οι πληροφορίες που αφορούν έναν ταυτοποιημένο ή ταυτοποιήσιμο πρόσωπο, το οποίο καλείται υποκείμενο των δεδομένων» (GDPR | Προσωπικά δεδομένα & ΓΚΠΔ, 2021). Τα προσωπικά δεδομένα περιέχουν πληροφορίες όπως το όνομα η διεύθυνση, ο αριθμός Δ.Τ., το εισόδημα και άλλα στοιχεία του υποψηφίου. Επίσης, ο ΓΚΠΔ καλύπτει και δραστηριότητες επεξεργασίας δεδομένων εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης όταν τα δεδομένα αυτά προέρχονται από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τέλος όταν προσωπικά δεδομένα μεταφέρονται εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η προστασία που παρέχεται από τον ΓΚΠΔ εξακολουθεί να ισχύει για τα εν λόγω δεδομένα. Μάλιστα, αξίζει να σημειωθεί ότι ο ΓΚΠΔ διαθέτει ειδικούς κανόνες για τη διαβίβαση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ακόμη και όταν τα δεδομένα περνούν απλώς μέσω ενός διακομιστή κάποιου κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Έχοντας λοιπόν αντιληφθεί το μέγεθος και το εύρος αυτού του νέου κανονισμού, μπορούμε να εξετάσουμε τις βασικές αρχές του, οι οποίες επηρεάζουν κάθε εργοδότη που έχει πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα των υποψηφίων. Το άρθρο 5 του ΓΚΠΔ ορίζει ότι κάθε φορά που υποβάλλονται σε επεξεργασία προσωπικά δεδομένα, είναι απαραίτητο να τηρούνται οι εξής αρχές:

- Νομιμότητα, αντικειμενικότητα και διαφάνεια.

  Η αρχή αυτή ορίζει ότι τα δεδομένα πρέπει να υποβάλλονται σε σύννομη και θεμιτή επεξεργασία, καθώς και με διαφάνεια για το υποκείμενο των δεδομένων, στην περίπτωση μας τον εργαζόμενο.

- Περιορισμός του σκοπού

Σύμφωνα με την αρχή αυτή, τα δεδομένα συλλέγονται για καθορισμένους, ρητούς και νόμιμους σκοπούς. Σε καμία περίπτωση δεν επιτρέπεται να υποβληθούν σε περαιτέρω επεξεργασία κατά τρόπο ασύμβατο προς τους σκοπούς αυτούς.

- Ελαχιστοποίηση των δεδομένων

Η συγκεκριμένη αρχή απαιτεί τα δεδομένα να είναι κατάλληλα, συναφή και να περιορίζονται στο αναγκαίο για τους σκοπούς για τους οποίους υποβάλλονται σε επεξεργασία.

- Ακρίβεια

Τα δεδομένα, χρειάζεται να είναι ακριβή και, όταν είναι αναγκαίο, να επικαιροποιούνται. Για να επιτευχθεί αυτό είναι ανάγκη να λαμβάνονται όλα τα εύλογα μέτρα για την άμεση διαγραφή ή διόρθωση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα τα οποία είναι ανακριβή, σε σχέση με τους σκοπούς της επεξεργασίας.

- Περιορισμός της περιόδου αποθήκευσης

Η παραπάνω αρχή σχετίζεται με την διατήρηση των δεδομένων υπό μορφή που επιτρέπει την ταυτοποίηση των υποκειμένων των δεδομένων μόνο για το διάστημα που απαιτείται για τους σκοπούς της επεξεργασίας των δεδομένων. Επίσης, αναφέρεται ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα μπορούν να αποθηκεύονται για μεγαλύτερα διαστήματα, εφόσον θα υποβάλλονται σε επεξεργασία μόνο για σκοπούς αρχειοθέτησης προς το δημόσιο συμφέρον, για σκοπούς επιστημονικής ή ιστορικής έρευνας ή για στατιστικούς σκοπούς.

- Ακεραιότητα και εμπιστευτικότητα

Η τελευταία αρχή που πραγματεύεται την ακεραιότητα και την εμπιστευτικότητα ορίζει πως τα δεδομένα πρέπει να υποβάλλονται σε επεξεργασία κατά τρόπο που εγγυάται την ενδεδειγμένη ασφάλεια των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Για παράδειγμα, την προστασία τους από μη εξουσιοδοτημένη ή παράνομη επεξεργασία με τη χρησιμοποίηση κατάλληλων τεχνικών ή οργανωτικών μέτρων.

Σύμφωνα λοιπόν με τις παραπάνω αρχές, οι αρμόδιοι για τις διαδικασίες πρόσληψης θα πρέπει συνεχώς να εξετάζουν γιατί χρειάζονται τα προσωπικά δεδομένα, πόσα από αυτά χρειάζονται και για ποιο χρονικό διάστημα τα χρειάζονται. Επίσης μερικά ενδεικτικά ερωτήματα που πρέπει να απαντηθούν από τους εργοδότες σχετικά με τα προσωπικά δεδομένα είναι:

- Τι πρέπει να γνωρίζουν οι αιτούντες κατά την συμπλήρωση της αίτησης τους σχετικά με την χρήση των δεδομένων τους;

- Είναι τα συστήματα που χρησιμοποιεί η εταιρία ικανά να διαγράψουν τα δεδομένα ενός χρήστη;
- Ποια διαδικασία ακολουθείται αν ο χρήστης αιτηθεί διαγραφή των δεδομένων του;

Κατανοούμε λοιπόν ότι η χρήση της τεχνολογίας, πέρα από πιθανά προνόμια που δίνει στους εργοδότες για την απόκτηση δεδομένων, επιβάλει και πολλούς περιορισμούς οι οποίοι ενέχουν και ένα σημαντικό κόστος για το τμήμα της εταιρίας που καλείται να τους αντιμετωπίσει. (Christine R. Scheu, 2020)

2. Ερευνητικό ερώτημα: Αλλαγές στην συμπεριφορά των υποψηφίων και προτιμήσεις στο e-recruiting

2.1 Διατύπωση ερευνητικού ερωτήματος

Έχοντας διερευνήσει διάφορες πτυχές του e-recruiting και έχοντας παρατηρήσει τις διάφορες μορφές που μπορεί να λάβει σε κάθε στάδιο της πρόσληψης, αναλύσαμε την επίδραση αυτών των αλλαγών στις επιχειρήσεις. Ωστόσο, γεννιέται εύλογα και το ερώτημα σχετικά με την αντιμετώπιση αυτών των αλλαγών από τους υποψηφίους. Καθώς έχουμε ήδη αναφερθεί στα πλεονεκτήματα και στα μειονεκτήματα της εκάστοτε μεθόδου για τους εργοδότες, θα προσπαθήσουμε μέσω έρευνας να αποκωδικοποιήσουμε τα συναισθήματα των υποψηφίων σχετικά με την χρήση της τεχνολογίας στην διαδικασία πρόσληψης.

Αρχικά, θα θέσουμε το ερευνητικό πρόβλημα το οποίο θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε στην παρούσα εργασία, το οποίο μπορεί να γίνει αντιληπτό μέσα από τα εξής τρία βασικά ερωτήματα;

1. Πως αισθάνονται οι υποψήφιοι για την χρήση τεχνολογίας στην διαδικασία πρόσληψης;

   Στο συγκεκριμένο ερώτημα θα διερευνηθούν τα συναισθήματα των υποψηφίων σχετικά με τους ποικίλους τρόπους που χρησιμοποιείται η τεχνολογία στην πρόσληψη, για παράδειγμα από την χρήση του διαδικτύου για την εύρεση θέσεων, ως την χρήση τεχνητής νοημοσύνης για την επιλογή των τελικών υποψηφίων για συνέντευξη. Στην ουσία εξετάζονται 3 μεταβλητές, η χρησιμότητα της τεχνολογίας για τους υποψηφίους, πόσο δίκαιη του φαίνεται η χρήση της τεχνολογίας και ποια η άποψη τους για την διατήρηση του ιδιωτικού τους απορρήτου. Το συγκεκριμένο θέμα έχει ήδη εξεταστεί από την άποψη της «δικαιοσύνης» που νιώθουν οι υποψήφιοι για την χρήση της τεχνολογίας στην πρόσληψη τους (Thielsch et al., 2012)

2. Ποιες μορφές του e-recruiting προτιμούν οι υποψήφιοι στο κάθε στάδιο πρόσληψης;

   Στο συγκεκριμένο ερώτημα θα χρησιμοποιηθούν διάφορες κατηγοριοποιήσεις που έγιναν κατά την βιβλιογραφική επισκόπηση και θα ζητηθεί από τους υποψήφιους να τις κατατάξουν σε σειρά προτίμησης ή να τις αξιολογήσουν για την αποδοτικότητα τους. Για παράδειγμα, ποιον τρόπο συνεντεύξεων προτιμούν; Ή ποιες πηγές εύρεσης εργασίας;

3. Έχει αλλάξει η συμπεριφορά των υποψηφίων εξαιτίας της χρήσης τεχνολογίας στο recruiting;

   Στο συγκεκριμένο ερώτημα οι υποψήφιοι θα κληθούν να συγκρίνουν την συμπεριφορά τους με και χωρίς την χρήση της τεχνολογίας στην διαδικασία πρόσληψης. Για παράδειγμα, στο στάδιο της αναζήτησης πιστεύουν ότι θα κάνουν περισσότερες αιτήσεις όταν έχουν πρόσβαση

σε ένα site με μεγαλύτερη και πιο ευρεία ποικιλία από θέσεις εργασίας, ή όταν αναζητούν μέσω μιας τοπικής εφημερίδας;

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα παραπάνω ερωτήματα που εξετάζονται αφορούν το κάθε στάδιο ξεχωριστά, όπως αναλύθηκαν τα στάδια στην βιβλιογραφική επισκόπηση, και έτσι τα αποτελέσματα που θα εξαχθούν θα αφορούν συγκεκριμένες μεθόδους από κάθε στάδιο.

2.2 Ερευνητική μεθοδολογία

Για να διεξαχθεί η έρευνα που εξετάζει τα παραπάνω ερωτήματα ακολούθησα την εμπειρική ανάλυση ως τύπο ερευνητικής μεθοδολογίας. Έχοντας ήδη διεξάγει μια θεωρητική ανάλυση στο κομμάτι της βιβλιογραφικής επισκόπησης σε σχέση με τις επιχειρήσεις, προχώρησα στην συλλογή πραγματικών δεδομένων και στην ανάλυση αυτών ώστε να απαντηθούν τα ερωτήματα που έχουν τεθεί για τους υποψηφίους. Αν και έχουν διεξαχθεί ανάλογες εμπειρικές έρευνες, δεν υπάρχει ευρεία διαθέσιμη βιβλιογραφία για το σύνολο των ερωτημάτων και θα προσπαθήσω μέσω αυτής μου της έρευνας να συμβάλλω σε αυτό το ζήτημα και να θέσω μερικά ερωτήματα για μελλοντική έρευνα προς τους αναγνώστες. Σημειώνεται ότι για την παρούσα έρευνα αξιοποιήθηκε σε μεγάλο βαθμό η βιβλιογραφική επισκόπηση από την οποία προέρχονται τα περισσότερα ερωτήματα, καθώς για κάθε στάδιο που αναλύθηκε, εξετάζεται η αποδοχή του από τους υποψήφιους.

Για την συλλογή δεδομένων θα χρησιμοποιηθεί ένα ερωτηματολόγιο το οποίο συνέταξα μέσω google form, ώστε η συμπλήρωση του να γίνει ηλεκτρονικά και τα αποτελέσματα να παραχθούν άμεσα. Η διαδικασία που ακολούθησα για την συλλογή των δεδομένων ήταν η εξής:

1. Όρισα (όπως αναλύθηκε παραπάνω) τα ερωτήματα στα οποία θέλω δώσω απάντηση μέσω της έρευνας.
2. Σχεδίασα την μορφή του ερωτηματολόγιου, το οποίο χωρίστηκε σε τρείς ενότητες, μία για κάθε στάδιο πρόσληψης.
3. Συνέταξα τις επιμέρους ερωτήσεις οι οποίες θα απαντήσουν στο καθένα από τα 3 ερωτήματα ξεχωριστά - και για κάθε στάδιο.
4. Μοίρασα το ερωτηματολόγιο μέσω των κοινωνικών μου δικτύων ώστε να συμπληρωθεί από πρώην, νυν ή δυνητικούς υποψηφίους.
5. Εξήγαγα τις απαντήσεις μετα από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα ώστε να αναλύσω τα δεδομένα και να προχωρήσω στην διατύπωση συμπερασμάτων.

Το ερωτηματολόγιο είναι διαθέσιμο στην παρούσα διεύθυνση καθώς και στο παράρτημα.

2.3 Ανάλυση ευρημάτων

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα ευρήματα του ερωτηματολογίου ανά ερώτημα, σύμφωνα με τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν παραπάνω. Για το κάθε ερώτημα θα εξεταστεί η απάντηση των υποψηφίων για τα επιμέρους στάδια, Αναζήτηση-Αίτηση-Συνέντευξη.

Σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία των υποψηφίων, το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από 178 άτομα εκ των οποίων το 73% είχε ηλικία από 18 έως 24 ετών, το 11% από 45 έως 64 , το 10% από 25 έως 34 και τέλος το 6% από 35 έως 44. Σχετικά με το φύλλο των υποψηφίων που απάντησαν, το 72,5% ήταν γυναίκες ενώ το υπόλοιπο 27,5% ήταν άνδρες. Τέλος, σχετικά με την ολοκληρωμένη εκπαίδευση των υποψηφίων το 40% είχε ολοκληρώσει το προπτυχιακό του σε ΑΕΙ ή ΤΕΙ, το 46% είχε ολοκληρώσει το λύκειο ενώ υπήρχαν και άτομα με πτυχίο ΙΕΚ ή μεταπτυχιακό (7,5% η κάθε κατηγορία).

Σχετικά με το πρώτο ερώτημα, το οποίο εξετάζει την άποψη των υποψηφίων σχετικά με την χρησιμότητα, την δικαιοσύνη και το απόρρητο κατά την χρήση της τεχνολογίας στην διαδικασία εύρεσης εργασίας, εξήγαγα τα παρακάτω αποτελέσματα:

1. Στο στάδιο της αναζήτησης θέσεων εργασίας:

   Η χρησιμότητα της τεχνολογίας για την εύρεση θέσεων εργασίας θεωρήθηκε μέγιστη από την πλειοψηφία. Συγκεκριμένα, το 58% θεώρησε απολύτως χρήσιμη την τεχνολογία για το συγκεκριμένο στάδιο βαθμολογώντας την με 5/5, το 30% είχε παρόμοια άποψη αξιολογώντας την με 4/5 ενώ ελάχιστα άτομα (12%) έδωσαν μικρότερη βαθμολογία. Αξιοσημείωτη είναι η έλλειψη της βαθμολογίας 1/5, η οποία έδειξε ότι δεν υπάρχει κανένας υποψήφιος που να θεωρεί ανούσια την χρήση της τεχνολογίας για την εύρεση εργασίας.

   Όσον αφορά το απόρρητο των υποψηφίων και την παραβίαση του κατά την αναζήτηση θέσεων εργασίας, φαίνεται να υπάρχουν αμφιβολίες από τους υποψηφίους, οι οποίες όμως είναι σχετικά μετριασμένες. Συγκεκριμένα, το 35% θεωρεί ότι το απόρρητο του παραβιάζεται σε μέτριο βαθμό (3/5), το 30% σε λίγο μεγαλύτερο βαθμό (4/5), ενώ δεν λείπει και ένα σεβαστό ποσοστό, 23%, που πιστεύει ότι το απόρρητο του παραβιάζεται στο μέγιστο βαθμό (5/5). Το υπόλοιπο 12% δεν φαίνεται να ανησυχεί ιδιαίτερα βαθμολογώντας την παραβίαση μόνο με 2/5 ή 1/5.

2. Στο στάδιο της κατάθεσης της αίτησης για εργασία:

   Η χρησιμότητα της τεχνολογίας για την εύρεση θέσεων εργασίας θεωρήθηκε μέγιστη από την πλειοψηφία. Συγκεκριμένα, το 59% θεώρησε απολύτως χρήσιμη την τεχνολογία για το συγκεκριμένο στάδιο βαθμολογώντας την με 5/5, το 30% είχε παρόμοια άποψη αξιολογώντας την με 4/5 ενώ ελάχιστα άτομα (11%) έδωσαν μικρότερη βαθμολογία.

Αξιοσημείωτη είναι και σε αυτό το στάδιο η έλλειψη της βαθμολογίας 1/5, η οποία έδειξε ότι δεν υπάρχει κανένας υποψήφιος που να θεωρεί ανούσια την χρήση της τεχνολογίας για την κατάθεση αίτησης για εργασία.

Όσον αφορά το απόρρητο των υποψηφίων και την παραβίαση του κατά την αίτηση εργασίας, φαίνεται να υπάρχουν λιγότερες αμφιβολίες από τους υποψηφίους. Συγκεκριμένα, το 39% θεωρεί ότι το απόρρητο του δεν παραβιάζεται καθόλου ή σε ελάχιστο βαθμό, το 25% θεωρεί ότι παραβιάζεται σε μέτριο βαθμό (3/5), ενώ δεν λείπει και ένα σεβαστό ποσοστό, 35%, που πιστεύει ότι το απόρρητο του παραβιάζεται σε μεγάλο βαθμό (4/5 ή 5/5).

Τέλος, όσον αφορά την δικαιοσύνη που πιστεύουν οι υποψήφιοι ότι υπάρχει για την διαχείριση της αίτησης τους από τα αυτοματοποιημένα συστήματα, δεν φαίνεται να υπάρχουν ακραίες απόψεις, δηλαδή η πλειοψηφία βρίσκεται περίπου στην μέση. Τα δύο άκρα, δηλαδή η έλλειψη δίκαιης επεξεργασίας, ή η απολύτως δίκαιη επεξεργασία συγκεντρώνουν συνολικά 13%, υψηλότερα ποσοστά συναντώνται στα 2/5 και 4/5, με 26% και 20% αντίστοιχα, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό βρίσκεται στην μέση, με 39%. Συνεπώς, αν και οι απόψεις διίστανται φαίνεται να υπάρχει μία ενδιάμεση άποψη για την δικαιοσύνη των συστημάτων αξιολόγησης αιτήσεων.

3. Στο στάδιο της συνέντευξης για εργασία:

Η χρήση της τεχνολογίας για την διενέργεια συνεντεύξεων θεωρήθηκε σε μεγάλο βαθμό χρήσιμη. Συγκεκριμένα, το 25% θεώρησε απολύτως χρήσιμη την τεχνολογία για το συγκεκριμένο στάδιο βαθμολογώντας την με 5/5, το μεγαλύτερο ποσοστό με 39% είχε παρόμοια άποψη αξιολογώντας την με 4/5 ενώ λιγότερα άτομα (36%) έδωσαν μικρότερη βαθμολογία. Αξιοσημείωτη είναι ξανά η έλλειψη της βαθμολογίας 1/5, η οποία έδειξε ότι δεν υπάρχει κανένας υποψήφιος που να θεωρεί ανούσια την χρήση της τεχνολογίας για την διαδικασία της συνέντευξης.

Όσον αφορά το απόρρητο των υποψηφίων και την παραβίαση του κατά την συνέντευξη, φαίνεται να υπάρχουν λιγότερες αμφιβολίες από τους υποψηφίους. Συγκεκριμένα, το 47% θεωρεί ότι το απόρρητο του δεν παραβιάζεται καθόλου ή σε ελάχιστο βαθμό, το 23% θεωρεί ότι παραβιάζεται σε μέτριο βαθμό (3/5), ενώ δεν λείπουν και τα μικρότερα ποσοστά, 20% και 9% , που πιστεύουν ότι το απόρρητο τους παραβιάζεται σε μεγάλο βαθμό (4/5 και 5/5 αντίστοιχα).

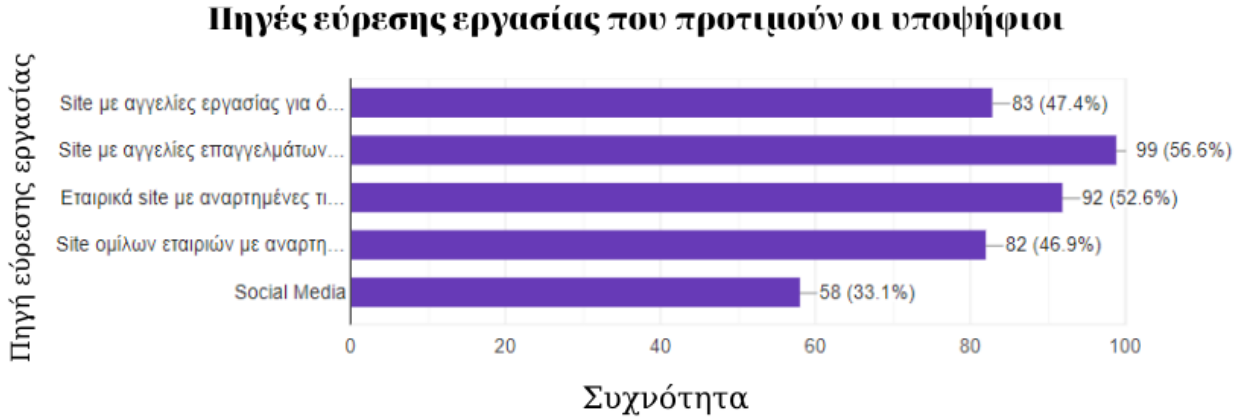
Τέλος, όσον αφορά την δικαιοσύνη που πιστεύουν οι υποψήφιοι ότι υπάρχει για την αξιολόγηση της συνέντευξης τους από τα αυτοματοποιημένα συστήματα, δεν φαίνεται να υπάρχουν ακραίες απόψεις, δηλαδή η πλειοψηφία βρίσκεται περίπου στην μέση, με μία

τάση προς την αίσθηση αδικίας. Τα δύο άκρα, δηλαδή η έλλειψη δίκαιης αξιολόγησης, ή η απολύτως δίκαιη αξιολόγηση συγκεντρώνουν 17% και 6% αντίστοιχα, ενώ υψηλότερα ποσοστά συναντώνται στα 2/5 με 30%, αμέσως μετά στα 3/5 με 27%, και τέλος στα 4/5 με 19%. Συνεπώς, αν και οι απόψεις διίστανται φαίνεται να κυριαρχούν αμφιβολίες για την δικαιοσύνη που παρέχεται από τα συστήματα αξιολόγησης συνεντεύξεων.

Σχετικά με το δεύτερο ερώτημα, το οποίο εξετάζει τις μορφές του e-recruiting που προτιμούν οι υποψήφιοι στο κάθε στάδιο πρόσληψης, εξήγαγα τα παρακάτω αποτελέσματα:

1. Στο στάδιο της αναζήτησης θέσεων εργασίας:

   Οι περισσότερες από τις πηγές εύρεσης εργασίας φαίνεται ότι προτιμώνται σε παρόμοια ποσοστά τα οποία είναι κοντά στο 50%. Πρώτη πηγή στις προτιμήσεις των υποψηφίων είναι τα site με αγγελίες επαγγελμάτων από συγκεκριμένους τομείς και με εξειδικευμένες απαιτήσεις, ενώ λιγότερο δημοφιλή είναι τα social media. Παρακάτω παρουσιάζεται το διάγραμμα με τα αναλυτικά ποσοστά της κάθε πηγής:



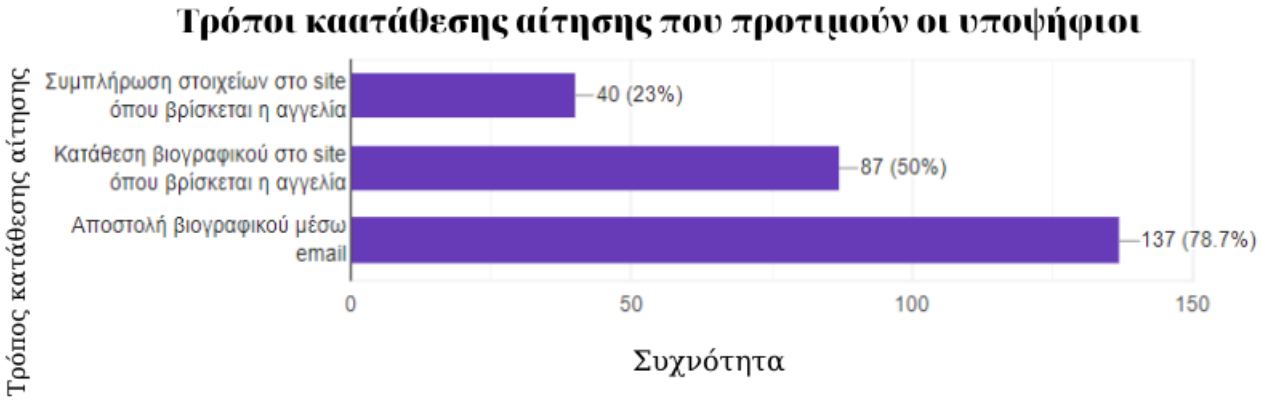
   Συνεχίζοντας με την αξιολόγηση της κάθε πηγής ξεχωριστά:

   - Τα site με αγγελίες εργασίας για όλα τα επαγγέλματα θεωρούνται μέτρια προς καλά ως προς την απόδοση τους, με αποδοτικότητα 3/5 κατά 40% και 4/5 κατά 36%. Οι υπόλοιπες βαθμολογίες συγκεντρώνουν πολύ μικρά ποσοστά.
   - Τα site με αγγελίες επαγγελμάτων από συγκεκριμένους τομείς και με εξειδικευμένες απαιτήσεις θεωρούνται πολύ καλά ως προς την απόδοση τους με 4/5 από ένα σημαντικό ποσοστό, 50%, και ακόμα 22% τόσο στην βαθμολογία 3/5 όσο και στην βαθμολογία 5/5.

- Τα εταιρικά site με αναρτημένες τις θέσεις της αντίστοιχης εταιρίας θεωρούνται εξίσου καλά, με 4/5 από ένα σημαντικό ποσοστό, 46%, με 5/5 από ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό ,26%, και χαμηλότερα ποσοστά στις άλλες βαθμολογίες.
- Τα site ομίλων εταιριών με αναρτημένες τις θέσεις όλων των εταιριών του ομίλου έχουν σχεδόν τα ίδια ποσοστά με τις θέσεις στα site των εταιριών, αποκτώντας επίσης πολύ καλή αξιολόγηση από τους υποψηφίους.
- Τα Social Media φαίνεται να είναι πιο αμφιλεγόμενα, καθώς αν και υπάρχει μια μεγάλη τάση προς τον χαρακτηρισμό τους ως λίγο αποδοτικά, με 2/5 από το 28%, δεν είναι λίγοι αυτοί που τα αξιολόγησαν με μεγαλύτερες βαθμολογίας, όπως 3/5 από το 25%, 4/5 από το 23% και 5/5 από το 21%.

2. Στο στάδιο της κατάθεσης της αίτησης για εργασία:

Ανάμεσα στους τρεις βασικούς τρόπους κατάθεσης αίτησης για εργασία, πρώτος στις προτιμήσεις των υποψηφίων είναι με διαφορά η αποστολή βιογραφικού μέσω email, ενώ λιγότερο προτιμάται η συμπλήρωση στοιχείων στο site όπου βρίσκεται η αγγελία. Τέλος, η κατάθεση βιογραφικού στο site όπου βρίσκεται η αγγελία προτιμάται από τους μισούς υποψηφίους. Παρακάτω παρουσιάζεται το διάγραμμα με τα αναλυτικά ποσοστά του κάθε τρόπου:



Συνεχίζοντας με την αξιολόγηση της απόδοσης του κάθε τρόπου κατάθεσης:

- Η αίτηση μέσω συμπλήρωσης στοιχείων στο site όπου βρίσκεται η αγγελία θεωρείται μέτριος τρόπος, με το 38% να τον βαθμολογεί με 3/5, ενώ όσο απομακρύνεται η βαθμολογία από την μέση μειώνονται ομοιόμορφα τα ποσοστά και προς τα 2 άκρα. Συγκεκριμένα, από 1/5 ως 5/5 υπάρχει η εξής κατανομή των ποσοστών, 4%, 24%, 38%, 26%, 8%.

- Η αίτηση μέσω κατάθεσης βιογραφικού στο site όπου βρίσκεται η αγγελία θεωρείται πολύ καλός τρόπος ως προς την απόδοση του με 4/5 από ένα σημαντικό ποσοστό, 42%. Για τα υπόλοιπα ποσοστά από 2/5 ως 5/5 υπάρχει η εξής κατανομή των ποσοστών, 6.5%, 32%, 42%, 19%.
- Η αίτηση μέσω αποστολής βιογραφικού με email παρουσιάζει παρόμοια ποσοστά με την κατάθεση βιογραφικού στο site, με μια μεγαλύτερη τάση προς την μέγιστη αποδοτικότητα. Συγκεκριμένα από 2/5 ως 5/5 υπάρχει η εξής κατανομή των ποσοστών, 6%, 17%, 42%, 34%.

3. Στο στάδιο της συνέντευξης για εργασία:

   Ανάμεσα στις τρεις βασικές μεθόδους συνεντεύξεων, πρώτη στις προτιμήσεις των υποψηφίων είναι με συντριπτική υποψηφία η συνέντευξη μέσω βιντεοδιάσκεψης, ενώ οι υπόλοιπες 2 συγκεντρώνουν πολύ μικρά ποσοστά. Παρακάτω παρουσιάζεται το διάγραμμα με τα αναλυτικά ποσοστά του κάθε τρόπου:



   Αξιοσημείωτη ήταν η προσθήκη του τρόπου «Δια ζώσης» από 16 άτομα, η οποία αν και δεν μπορεί να γίνει δεκτή μέθοδος e-recruiting αφού δεν χρησιμοποιείται τεχνολογία, δείχνει την έντονη επιθυμία των υποψηφίων να συμμετάσχουν σε συνεντεύξεις οι οποίες πραγματοποιούνται με φυσική παρουσία.

   Συνεχίζοντας με την αξιολόγηση της απόδοσης της κάθε μεθόδου συνέντευξης:

- Η τηλεφωνική συνέντευξη, όπως είναι αναμενόμενο φαίνεται να βαθμολογείται με μέτρια προς κακή απόδοση και ελάχιστα άτομα να την θεωρούν ως πλήρως αποδοτική. Συγκεκριμένα, με 2/5 βαθμολογείται από 36%, με 3/5 από 36% ξανά, και οι υπόλοιπες βαθμολογίες να είναι κοντά στο 10%. Με 1/5 έχει βαθμολογηθεί από 10%, με 4/5 από 12% και τέλος με 5/5 μόνο από 5% των υποψηφίων.
- Η συνέντευξη μέσω βιντεοδιάσκεψης στο site αν και επιλέχθηκε από τους περισσότερους υποψηφίους ανάμεσα στις άλλες μεθόδους, φαίνεται να μην συγκεντρώνει την μέγιστη βαθμολογία ως προς την απόδοσή της. Συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό έχει συγκεντρωθεί στο 4/5, με 50%, ενώ το 5/5 επιλέχθηκε από το 29% των υποψηφίων. Τέλος, το 18% βαθμολόγησε με 3/5 την απόδοση της μεθόδου, ενώ κανένας από τους υποψηφίους δεν την βαθμολόγησε με 1/5.
- Η αυτοματοποιημένη ψηφιακή συνέντευξη αίτηση μέσω αποστολής βιογραφικού με email παρουσιάζει παρόμοια ποσοστά με την τηλεφωνική συνέντευξη, με μεγαλύτερη τάση προς την πλήρως κακή απόδοση, δηλαδή 1/5. Συγκεκριμένα από 1/5 ως 5/5 υπάρχει η εξής κατανομή των ποσοστών, 24%, 39%, 19%, 15%, 4%.

Τέλος, σχετικά με το τρίτο ερώτημα, το οποίο εξετάζει πιθανές αλλαγές στην συμπεριφορά των υποψηφίων εξαιτίας της χρήσης τεχνολογίας στο recruiting, εξήγαγα τα παρακάτω αποτελέσματα:

1. Στο στάδιο της αναζήτησης θέσεων εργασίας:

   Στο συγκεκριμένο στάδιο φαίνεται να υπάρχει μια ξεκάθαρη τάση των υποψηφίων να καταθέτουν περισσότερες αιτήσεις εργασίας, όταν έχουν πρόσβαση σε online αγγελίες. Συγκεκριμένα, το 50% δήλωσε ότι συμφωνεί απολύτως με την αντίστοιχη δήλωση, το 32% δήλωσε ότι συμφωνεί πολύ, βαθμολογώντας την δήλωση με 4/5, ενώ οι μικρότερες βαθμολογίες, δηλαδή 3/5, 2/5 και 1/5 συγκέντρωσαν 13%, 5% και 1% αντίστοιχα. Παρακάτω παρουσιάζεται και το αντίστοιχο διάγραμμα:



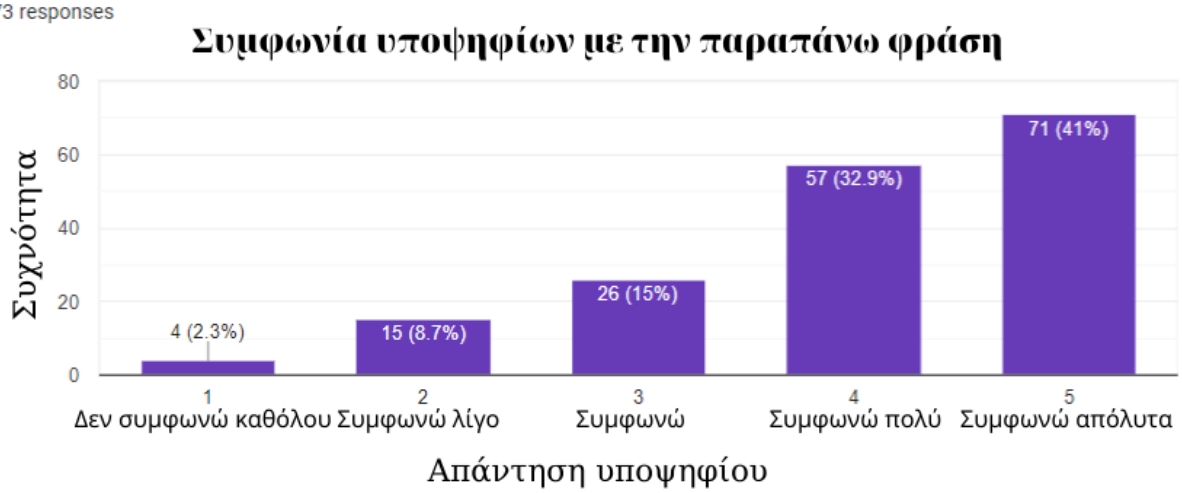
Συνεπώς φαίνεται ότι η πρόσβαση σε αγγελίες με ηλεκτρονικά μέσα επηρεάζει την κατάθεση αιτήσεων των υποψηφίων με θετικό τρόπο, αυξάνοντας δηλαδή τις αιτήσεις τους.

2. Στο στάδιο της κατάθεσης της αίτησης για εργασία:

   Με παρόμοιο τρόπο επηρεάζεται ο αριθμός των αιτήσεων των υποψηφίων, ανάλογα με την ευκολία κατάθεσης της αίτησης τους. Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται τα αντίστοιχα ποσοστά:

Τέλος, σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε με την ακόλουθη πρόταση: Καταθέτω περισσότερες αιτήσεις για εργασία όταν ο τρόπος αίτησης δεν απαιτεί περισσότερο χρόνο απο ότι συνήθως.

173 responses



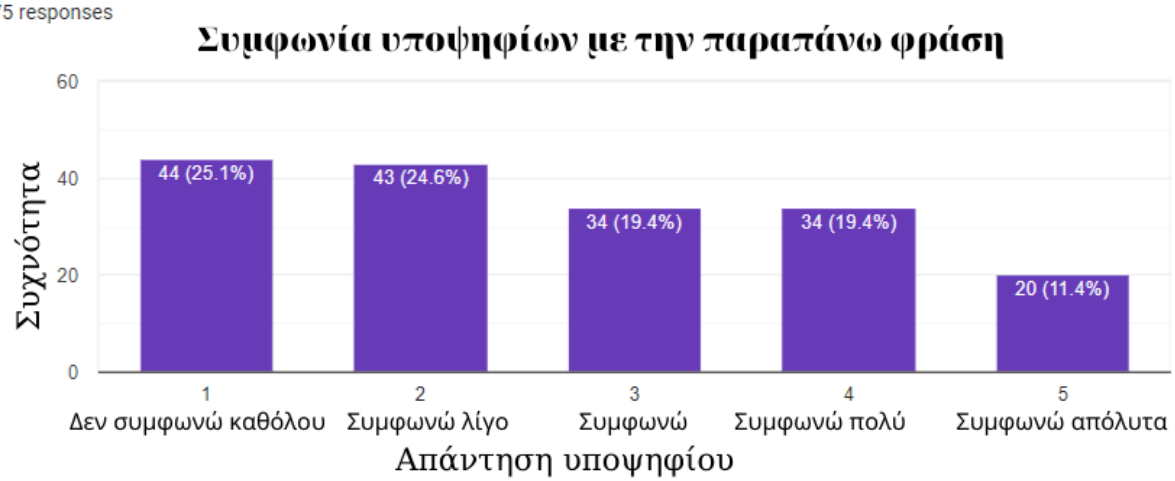
Συνεπώς φαίνεται ότι η ευκολία αίτησης που μπορούν να παρέχουν τα ηλεκτρονικά μέσα επηρεάζει την κατάθεση αιτήσεων των υποψηφίων με θετικό τρόπο, αυξάνοντας τις αιτήσεις τους.

3. Στο στάδιο της συνέντευξης για εργασία:

Στο συγκεκριμένο στάδιο, φαίνεται ότι οι υποψήφιοι δεν είναι αρκετά πρόθυμοι να αλλάξουν την συμπεριφορά τους εξαιτίας της χρήσης της τεχνολογίας. Συγκεκριμένα, το 25% των υποψηφίων δεν θα άλλαζε καθόλου την συμπεριφορά του ανάλογα με το αν οι συνέντευξη διεξαχθεί δια ζώσης ή με ηλεκτρονικά μέσα. Στην συνέχεια τα ποσοστά ακολουθούν φθίνουσα πορεία με 11% των υποψηφίων να δηλώνει ότι θα συμμετείχε σε λιγότερες συνεντεύξεις αν αυτές γίνονταν δια ζώσης. Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται τα αντίστοιχα ποσοστά:

Τέλος, σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε με την ακόλουθη πρόταση: Θα συμμετείχα σε λιγότερες συνεντεύξεις αν γινόντουσαν δια ζώσης αντί με την χρήση τεχνολογίας.

175 responses



Αν και, όπως αναφέρθηκε, το μεγαλύτερο ποσοστό φαίνεται να μην αλλάζει την συμπεριφορά του ανάλογα με τον τρόπο πραγματοποίησης των συνεντεύξεων, δεν μπορεί να παραληφθεί το σημαντικό ποσοστό που δηλώνει απολύτως σίγουρο ότι θα άλλαζε συμπεριφορά, ή θα ήταν πολύ πιθανό, με 11% και 20% αντίστοιχα.

Συμπεράσματα

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι όλοι οι υποψήφιοι θεωρούν χρήσιμη την τεχνολογία για την διαδικασία εύρεσης εργασίας, σε άλλα στάδια σε μικρότερο βαθμό, ενώ σε άλλα σε μεγαλύτερο. Το απόρρητο φαίνεται να ενδιαφέρει τους υποψηφίους περισσότερο κατά την αναζήτηση τους, ενώ μειώνεται για την κατάθεση της αίτησης, και μειώνεται ακομα περισσότερο για τις συνεντεύξεις. Τέλος, σχετικά με την αξιολόγηση των υποψηφίων από συστήματα, φαίνεται να υπάρχει ουδέτερη στάση για το στάδιο του screening, αλλά να προκύπτουν αμφιβολίες για το στάδιο των συνεντεύξεων.

Συνεχίζοντας με τις προτιμήσεις των υποψηφίων, φαίνεται ότι δεν υπάρχει κάποια ξεκάθαρη επιλογή ως προς την πηγή εύρεσης εργασίας, ενώ φαίνεται να υπερισχύει με σημαντική διαφορά η αποστολή βιογραφικού μέσω email έναντι των άλλων τρόπων κατάθεσης αίτησης, με την κατάθεση του βιογραφικού στο site όπου βρίσκεται η αγγελία να προτιμάται επίσης από ένα μεγάλο ποσοστό. Ακόμα, σχετικά με τις μεθόδους συνεντεύξεων, οι υποψήφιοι δείχνουν αποφασισμένοι για την μέθοδο που προτιμούν, δηλαδή την συνέντευξη μέσω βιντεοδιάσκεψης, απορρίπτοντας τις άλλες διαθέσιμες μεθόδους.

Τέλος, σχετικά με τις αλλαγές στην συμπεριφορά των υποψηφίων, οι διαθέσιμες online πηγές και η ευκολία του τρόπου κατάθεσης της αίτησης φαίνεται να επηρεάζει έντονα τους υποψηφίους, αυξάνοντας τον αριθμό των αιτήσεων που καταθέτουν, ενώ δεν επηρεάζονται το ίδιο εύκολα στο στάδιο των συνεντεύξεων.

Από την εμπειρία μου κατά την αναζήτηση εργασίας για την πρακτική άσκηση μπορώ να συμφωνήσω με τα αποτελέσματα της έρευνας σε μεγάλο βαθμό, με ορισμένες εξαιρέσεις. Ένα ενδιαφέρον συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί από την έρευνα είναι η ανάγκη των εργοδοτών να εξισορροπήσουν τον τρόπο που χρησιμοποιούν την τεχνολογία σύμφωνα με τις προτιμήσεις των υποψηφίων, έτσι ώστε να μην χάνουν πιθανούς υποψηφίους. Επίσης, για μελλοντική έρευνα ένα ερώτημα που προκύπτει από την παρούσα έρευνα είναι ο συσχετισμός των προτιμήσεων και των συμπεριφορών των υποψηφίων με την ηλικία τους, το επίπεδο της εκπαίδευσης τους και το φύλου τους.

Σημειώνεται επίσης ότι αν και η χρήση της τεχνολογίας στο recruiting δεν είναι πρόσφατη, η ανάγκη για πλήρη ψηφιοποίηση της διαδικασίας πρόσληψης είναι αποτέλεσμα της πανδημίας και συνεπώς νέες μέθοδοι και τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν δεν έχουν μελετηθεί ακόμα στη βιβλιογραφία. Επίσης, εξαιτίας του περιορισμένου δείγματος και της έλλειψης απαντήσεων από άτομα διαφορετικών ηλικιών και διαφορετικής εκπαίδευσης δεν μπόρεσαν να εξαχθούν συσχετίσεις των ερωτημάτων που τέθηκαν με αυτά τα χαρακτηριστικά και γι’ αυτό αποτελεί ένα ερώτημα για έρευνα από τους αναγνώστες.

Κλείνοντας, από τον συνδυασμό της βιβλιογραφικής και της εμπειρικής έρευνας αντιληφθήκαμε ότι διαφορετικές μέθοδοι προτιμώνται από τους εργοδότες από άποψη κόστους και απόδοσης και διαφορετικές μέθοδοι προτιμώνται από τους υποψηφίους από άποψη δικαιοσύνης, απορρήτου και χρησιμότητας. Η χρυσή τομή δεν έχει βρεθεί ακόμα και διαφορετικές υβριδικές λύσεις δοκιμάζονται ώσπου να μεγιστοποιηθεί η χρησιμότητα και για τις 2 πλευρές. Συνεπώς ένας manager μπορεί να αξιοποιήσει τα αποτελέσματα της παρούσας πτυχιακής ώστε να προβεί σε αλλαγές στην διαδικασία πρόσληψης ώστε να βελτιώσει τα αποτελέσματα της εταιρίας στην εύρεση και απόκτηση κατάλληλων υπαλλήλων.

Βιβλιογραφία

Allal-Chérif, O., Yela Aránega, A. & Castaño Sánchez, R., 2021. Intelligent recruitment: How to identify, select, and retain talents from around the world using artificial intelligence. *Technological Forecasting and Social Change*, 169, p.120822.

Armstrong M., 2003. A Handbook of Human Resource Management Practice. 9th Edition, Kogan Page. pp.394-405.

Backhaus, K. & Tikoo, S., 2004. Conceptualizing and researching employer branding. Career Development International, 9(5), pp.501-517.

Bauer T, Truxillo D, Paronto M, Weekley JA, Campion MA, 2004. Applicant reactions to different selection technology: face-to-face, interactive voice response, and computer-assisted telephone screening interviews. Int J Select Assess 1/2, pp.135–148.

Beardwell, Holden & Claydon, 2004. Human Resource Management, 4th Edition, Prentice Hall Financial Times, p. 209

Berkelaar, B. L., & Buzzanell, P. M., 2014. Cybervetting, person–environment fit, and personnel selection: Employers' surveillance and sensemaking of job applicants' online information. Journal of Applied Communication Research, 42(4), pp.456–476.

Black, J. & van Esch, P., 2020. AI-enabled recruiting: What is it and how should a manager use it?. *Business Horizons*, 63(2), pp.215-226.

Breaugh, J. A., & Starke, M., 2000. Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions. Journal of Management, 26(3), pp.405–434.

Breaugh, J., 2008. Employee recruitment: Current knowledge and important areas for future research. *Human Resource Management Review*, 18(3), pp.103-118.

Brenner, F. S., Ortner, T. M., & Fay, D., 2016. Asynchronous video interviewing as a new technology in personnel selection: The applicant's point of view. Frontiers in Psychology, 7, p.863.

Brienza, L., 2018. 5 reasons why an applicant tracking system makes sense. Canadian HR Reporter, 31(1), p.13.

Bush, T., & Middlewood, D., 2006. "Leading and Managing People in Education". London: Sage.

Bussler, L., & Davis, E., 2002. Information systems: The quiet revolution in human resource management. Journal of Computer Information Systems, 42(2), pp.17–20.

Campbell, C., Sands, S., Ferraro, C., Tsao, J., & Mavrommatis, A., 2020. From data to action: How marketers can leverage AI. Business Horizons, 63(2), pp.227-243.

Canhoto, A., & Clear, F., 2020. Artificial intelligence and machine learning as business tools: A framework for diagnosing value destruction potential. Business Horizons, 63(2), pp.183-193.

Cappelli, P., 2001. Making the most of on-line recruiting. Harvard Business Review, 79(3), pp.139–146.

Cervellon, M., & Lirio, P., 2017. When employees don't 'like' their employers on social media. MIT Sloan Management Review, 58(2), pp.63–70.

Christine R. Scheu, 2020. General Data Protection Regulation (GDPR), Assessment, and HR Considerations. Encyclopedia of Electronic HRM, pp.265-269.

Dorsey, D. W., Martin, J., Howard, D. J., & Coovert, M. D., 2017. Cybersecurity issues in selection. In J. Farr & N. Tippins (Eds.), Handbook of Employee Selection, pp.913–930.

Eckhardt, A., Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T., 2014. The transformation of people, processes, and IT in e-recruiting: Insights from an eight-year case study of a German media corporation. Employee Relations, 36(4), pp.415–431.

Encyclopedia of Electronic HRM, 2020. e-Recruiting. pp.195-201.

Faliagka, E., Tsakalidis, A., & Tzimas, G., 2012. An integrated e-recruitment system for automated personality mining and applicant ranking. Internet Research, 22(5), pp.551–568.

Feloni, R., 2021. Consumer goods giant Unilever has been hiring employees using brain games and artificial intelligence -- and it's a huge success. [online] Business Insider Australia. Available at: <https://www.businessinsider.com.au/unilever-artificial-intelligence-hiring-process-2017-6> [Accessed 27 June 2021].

Gueutal, H. & Stone, D., 2005. *Brave New World of EHR: Human Resources Management in the Digital Age (professional practice series)*. Jossey Bass Inc.

Guinan, P. J., Parise, S., & Rollag, K., 2014. Jumpstarting the use of social technologies in your organization. Business Horizons, 57(3), pp.337-347.

Heneman III, H. G., Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J., 2015. Staffing Organisations (8th ed.). Mishawaka, IN: Pangloss Industries in collaboration with McGraw Hill.

Holm, A. B., 2012. E-recruitment: The move towards a virtually organized recruitment process. In S. de Juana-Espinosa, J. A. Fernandez-Sanchez, E. Manresa-Marhuenda, & J. Valdes-Conca (Eds.), Human

Resource Management in the Digital Economy: Creating Synergy Between Competency Models and Information, pp.80–95.

Holm, A. B., 2014. Institutional context and e-recruitment practices of Danish organizations. Employee Relations, 36(4), pp.432–455.

HR.com, 2021. *The State of Applicant Tracking Systems 2020 report - HR.com*. [online] Hr.com. Available at: <https://www.hr.com/en/resources/free_research_white_papers/the-state-of-applicant-tracking-systems-2020-repor_khoesh6l.html> [Accessed 18 June 2021].

iefimerida.gr, 2021. Ποια είναι η ελληνική εταιρεία Workable που υμνεί ο γερμανικός Τύπος -Δυο νέα παιδιά που αψήφησαν την κρίση [εικόνες] | ΚΟΣΜΟΣ | iefimerida.gr. [online] Available at: <https://www.iefimerida.gr/news/171223/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1-workable-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CF%85%CE%BC%CE%BD%CE%B5%CE%AF-%CE%BF-%CE%B3%CE%B5%CF%81%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%82-%CE%B4%CF%85%CE%BF-%CE%BD%CE%AD%CE%B1-%CF%80%CE%B1%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%AC-%CF%80%CE%BF%CF%85-> [Accessed 4 July 2021].

Jeske, D., & Shultz, K. S., 2016. Using social media content for screening in recruitment and selection: Pros and cons. Work, Employment and Society, 30(3), pp.535–546.

Kuncel, N. R., Klieger, D. M., & Ones, D. S., 2014. hiring, algorithms beat instinct. Harvard Business Review, 92(5), p.32.

Laumer, S., Maier, C., & Eckhardt, A., 2015. The impact of business process management and applicant tracking systems on recruiting process performance: An empirical study. Journal of Business Economics, 85(4), 421–453.

Lee, I., 2005. The evolution of e-recruiting: A content analysis of fortune 100 career web sites. Journal of Electronic Commerce in Organizations, 3(3), pp.57–68.

Lee, I., 2007. An architecture for a next-generation holistic e-recruiting system. *Communications of the ACM*, 50(7), pp.81-85.

Lixin Tao, 2001. Shifting paradigms with the application service provider model. *Computer*, 34(10), pp.32-39.

Maurer, S. D., & Liu, Y., 2007. Developing effective e-recruiting websites: Insights for managers from marketers. Business Horizons, 50(4), pp.305–314.

Melanthiou, Y., Pavlou, F., & Constantinou, E., 2015. The use of social network sites as an e-recruitment tool. Journal of Transnational Management, 20(1), pp.31–49.

n.d., Applicant reactions to different selection technology: Face-to-Face, interactive voice response, and computer-assisted telephone screening interviews. International Journal of Selection and Assessment, 12, pp.135–148.

Oberlander, J., & Nowson, S., 2006. Whose thumb is it anyway? Classifying author personality from weblog text. Paper presented at the Proceedings of the COLING/ACL 2006 Main Conference Poster Sessions.

Parry, E., & Wilson, H., 2009. Factors influencing the adoption of online recruitment. Personnel Review, 38(6), pp.655–673.

Reynolds, D. H., & Dickter, D. N., 2017. Technology and Employee Selection. In J. Farr & N. Tippins (Eds.), Handbook of Employee Selection, pp. 855–873.

Roth, P., L., Bobko, P., Van Iddekinge, C., H., & Thatcher, J., B., 2013. Social media in employeeselection-related decisions: A research agenda for uncharted territory. Journal of Management, 42(1), pp.269–298.

Schroeder, A. N., & Cavanaugh, J. M., 2018. Fake it 'til you make it: Examining faking ability on social media pages. Computers in Human Behavior, 84, pp.29–35.

Schweyer, A., 2010. Talent management systems: Best practices in technology solutions for recruitment, retention and workforce planning. Etobicoke, Canada: John Wiley & Sons.

Singh, P., & Finn, D., 2003. The effects of information technology on recruitment. Journal of Labor Research, 24(3), pp.395–408.

Slovensky, R., & Ross, W. H., 2012. Should human resource managers use social media to screen job applicants? Managerial and legal issues in the USA. info, 14(1), pp.55–69.

Smith, W. P., & Kidder, D. L., 2010. You've been tagged! (Then again, maybe not): Employers and Facebook. Business Horizons, 53(5), pp.491-499.

Snell, S., Morris, S., & Bohlander, G., 2016. Managing Human Resources. Boston, MA: Cengage Learning.

Softwareadvice.com, 2021. Top Video Interview Software - 2021 Reviews & Pricing. [online] Available at: <https://www.softwareadvice.com/hr/video-interviewing-comparison/> [Accessed 18 June 2021].

Thielsch, M., Träumer, L. & Pytlik, L., 2012. E-recruiting and fairness: the applicant's point of view. *Information Technology and Management*, 13(2), pp.59-67.

Weber, L., 2012. Your Résumé vs. Oblivion. The Wall Street Journal

Workable.com, 2021. The world's leading recruiting software and hiring platform | Workable. [online] Available at: <https://www.workable.com/> [Accessed 4 July 2021].

Www2.deloitte.com., 2021. [online] Available at: <https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/HCTrends2018/2018-HCtrends_Rise-of-the-social-enterprise.pdf> [Accessed 18 June 2021].

Your Europe, 2021. *GDPR | Προσωπικά δεδομένα & ΓΚΠΔ*. [online] Available at: <https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_el.htm> [Accessed 7 June 2021].

Zielinski, D., 2015. 7 Reasons to Love Your ATS. HR Magazine.

Νικολάου Ι., 2004. Μέθοδοι επιλογής προσωπικού και χρήση τους στην Ελλάδα, HR Trends

Σαϊτης, Ι., 2002. "Οργάνωση και Διοίκηση της Εκπαίδευσης". Αθήνα: Αυτοέκδοση.

Παράρτημα

Παρακάτω παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο το οποίο συμπληρώθηκε στα πλαίσια της έρευνας των προτιμήσεων των υποψηφίων στο e-recruiting.

E-recruiting: Έρευνα για τις προτιμήσεις των υποψηφίων

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο διενεργείται στα πλαίσια έρευνας για την συγγραφή πτυχιακής εργασίας στο τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Το θέμα της εργασίας είναι το E-recruiting και πως έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις και τους υποψηφίους. Το παρόν ερωτηματολόγιο θα αξιολογήσει την επιρροή του στους υποψηφίους.

Σχετικά με τον όρο, το e-recruiting αναφέρεται σε διαδικασίες και δραστηριότητες πρόσληψης οι οποίες διενεργούνται από μια εταιρία με την χρήση τεχνολογίας.

Οι απαντήσεις είναι ανώνυμες και το ερωτηματολόγιο έχει διάρκεια μικρότερη από 10 λεπτά. Κάθε απάντησή σας θα βοηθήσει πολύ στην εξαγωγή συμπερασμάτων και αποτελεσμάτων για την έρευνα. Ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο σας!

Για οποιαδήποτε απορία μπορείτε να επικοινωνήσετε μέσω e-mail: stergiossozos@outlook.com

*Required

1. Ηλικία *

Mark only one oval.

- ◯ 18 - 24
- ◯ 25 - 34
- ◯ 35 - 44
- ◯ 45 - 64
- ◯ 65+

2. Φύλο *

Mark only one oval.

- ◯ Άνδρας
- ◯ Γυναίκα
- ◯ Other: _____

3. Ολοκληρωμένη εκπαίδευση *

Mark only one oval.

- ◯ Λύκειο (Γενικό ή Τεχνικό)
- ◯ Πτυχίο ΙΕΚ
- ◯ Προπτυχιακό (ΑΕΙ/ΤΕΙ)
- ◯ Μεταπτυχιακό
- ◯ Διδακτορικό

Πηγές Εύρεσης Εργασίας

Οι πηγές εύρεσης εργασίας στο e-recruiting μπορεί να είναι site με δημοσιευμένες θέσεις εργασίας (π.χ. kariera.gr) ή και social media μέσα απο τα οποία επιχειρήσεις δημοσιεύουν θέσεις ή αναζητούν υποψηφίους (LinkedIn,Facebook).

4. Πόσο χρήσιμη σας φαίνεται η χρήση της τεχνολογίας για την εύρεση θέσεων εργασίας;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

5. Πόσο θεωρείτε ότι παραβιάζεται το απόρρητο σας κατά την πλοήγηση σας σε online πηγές εργασίας; (π.χ. cookies που χρησιμοποιεί το site και καταγραφή των κινήσεων σας κατά την περιήγηση στις αγγελίες)

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

6. Απο τις παρακάτω πηγές εύρεσης εργασίας ποιές θα επιλέγατε για την αναζήτηση σας;

Tick all that apply.

- [ ] Site με αγγελίες εργασίας για όλα τα επαγγέλματα
- [ ] Site με αγγελίες επαγγελμάτων από συγκεκριμένους τομείς και με εξειδικευμένες απαιτήσεις
- [ ] Εταιρικά site με αναρτημένες τις θέσεις της αντίστοιχης εταιρίας
- [ ] Site ομίλων εταιριών με αναρτημένες τις θέσεις όλων των εταιριών του ομίλου
- [ ] Social Media
- Other: [ ] _____

Αξιολόγηση πηγών εύρεσης εργασίας

Για καθεμία από τις παρακάτω πηγές αξιολογήστε την αποδοτικότητα τους. Επιλέξτε 1 για τις πηγές οι οποίες δεν σας παρέχουν καθόλου βοήθεια και 5 για αυτές που προβάλλουν θέσεις για τις οποίες ενδιαφέρεστε.

7. Πόσο αποδοτικά θεωρείτε τα Site με αγγελίες εργασίας για όλα τα επαγγέλματα;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

8. Πόσο αποδοτικά θεωρείτε τα Site με αγγελίες επαγγελμάτων από συγκεκριμένους τομείς και με εξειδικευμένες απαιτήσεις;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

9. Πόσο αποδοτικά θεωρείτε τα Εταιρικά site με αναρτημένες τις θέσεις της αντίστοιχης εταιρίας;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

10. Πόσο αποδοτικά θεωρείτε τα Site ομίλων εταιριών με αναρτημένες τις θέσεις όλων των εταιριών του ομίλου;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

11. Πόσο αποδοτικά θεωρείτε τα Social Media;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

12. Τέλος, σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε με την ακόλουθη πρόταση: Καταθέτω περισσότερες αιτήσεις για εργασία όταν έχω πρόσβαση σε online αγγελίες.

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Δεν συμφωνώ καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Συμφωνώ απόλυτα

Επεξεργασία Αίτησης

13. Πόσο χρήσιμη σας φαίνεται η χρήση της τεχνολογίας για την αίτηση σε μία θέση εργασίας;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

14. Πόσο θεωρείτε ότι παραβιάζεται το απόρρητο σας όταν η αίτηση σας κατατίθεται με ηλεκτρονικά μέσα;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

15. Πόσο δίκαιη θεωρείτε την χρήση της τεχνολογίας για την διαχείριση της αίτησης σας; (π.χ. αυτοματατοποιημένο screening μέσω τεχνητής νοημοσύνης)

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

16. Απο τους παρακάτω τρόπους κατάθεσης της αίτησης για εργασία, ποιους θα επιλέγατε;

Tick all that apply.

- [ ] Συμπλήρωση στοιχείων στο site όπου βρίσκεται η αγγελία
- [ ] Κατάθεση βιογραφικού στο site όπου βρίσκεται η αγγελία
- [ ] Αποστολή βιογραφικού μέσω email

Other: [ ] _____

Αξιολόγηση τρόπων κατάθεσης αίτησης για εργασία

Για καθένα από τους παρακάτω τρόπους αξιολογήστε την αποδοτικότητα τους. Επιλέξτε 1 για τον τρόπο ο οποίος είναι ο λιγότερο αποδοτικός (σε χρόνο και αποτελεσματικότητα) και 5 για αυτόν που είναι πιο αποδοτικός.

17. Πόσο αποδοτική θεωρείτε την αίτηση μέσω συμπλήρωσης στοιχείων στο site όπου βρίσκεται η αγγελία;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

18. Πόσο αποδοτική θεωρείτε την αίτηση μέσω κατάθεσης βιογραφικού στο site όπου βρίσκεται η αγγελία;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

19. Πόσο αποδοτική θεωρείτε την αίτηση μέσω αποστολής βιογραφικού με email;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

20. Τέλος, σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε με την ακόλουθη πρόταση: Καταθέτω περισσότερες αιτήσεις για εργασία όταν ο τρόπος αίτησης δεν απαιτεί περισσότερο χρόνο από ότι συνήθως.

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Δεν συμφωνώ καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Συμφωνώ πολύ

Συνέντευξη

21. Πόσο χρήσιμη σας φαίνεται η χρήση της τεχνολογίας για την διενέργεια συνεντεύξεων;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

22. Πόσο θεωρείτε ότι παραβιάζεται το απόρρητο σας όταν η συνέντευξη διενεργείται με ηλεκτρονικά μέσα;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

23. Πόσο δίκαιη θεωρείτε την χρήση της τεχνολογίας για την αξιολόγηση της συνέντευξη σας; (π.χ. ανάλυση και σύγκριση απαντήσεων από έναν υπολογιστή)

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

24. Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους συνεντεύξεων θα επιλέγατε αν είχατε τη δυνατότητα;

Tick all that apply.

- [ ] Τηλεφωνική συνέντευξη
- [ ] Συνέντευξη μέσω βιντεοδιάσκεψης
- [ ] Αυτοματοποιημένη ψηφιακή συνέντευξη

Other: ☐ _____

Αξιολόγηση μεθόδων συνεντεύξεων

Για καθεμία από τις μεθόδους αξιολογήστε την αποδοτικότητα τους. Επιλέξτε 1 για την μέθοδο η οποία είναι η λιγότερο αποδοτική (σε χρόνο και αποτελεσματικότητα) και 5 για αυτή που είναι η πιο αποδοτική.

25. Πόσο αποδοτική θεωρείτε την τηλεφωνική συνέντευξη;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

26. Πόσο αποδοτική θεωρείτε την συνέντευξη μέσω βιντεοδιάσκεψης;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

27. Πόσο αποδοτική θεωρείτε την αυτοματοποιημένη ψηφιακή συνέντευξη;

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Πολύ

28. Τέλος, σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε με την ακόλουθη πρόταση: Θα συμμετείχα σε λιγότερες συνεντεύξεις αν γινόντουσαν δια ζώσης αντί με την χρήση τεχνολογίας.

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Δεν συμφωνώ καθόλου	◯	◯	◯	◯	◯	Συμφωνώ απόλυτα

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms