

1. UVOD

Internet je kao alat otvorio nove mogućnosti u oblasti tržišta rada, novi pristup i način traženja informacija za zapošljavanja i traženja radne snage, ali ga poslodavci kao i tražioci posla nisu iskoristili na dovoljno dobar način, budući da informacije o slobodnim radnim mjestima nisu dovoljno dobro uređene i jednostavno dostupne u pravo vrijeme. Mogućnost koje ovaj medij pruža su toliko bogate da ponekad poslodavci i oni koji traže posao ne vide iglu u plastu sijena (Tang i Roobol, 2011)¹[15].

Razlog propadanja poslovnih prilika leži u činjenici da se često dešava situacija u kojoj ako su tražioci posla u mogućnosti da se prijave na oglase, većina njih nema šansi, jer ne ispunjavaju očekivanja poslodavaca. To nije uvijek zbog nedostatka kompetencija već i zbog slabe prezentacije i negativne percepcije među poslodavcima. Proces traženja kandidata i selekcije od strane poslodavaca je usporen zbog nedostatnih kapaciteta i nedovoljnog znanja i iskustva iz oblasti upravljanja ljudskim resursima, posebno kad su u pitanju srednja i mala poduzeća, kao i nedostatka novih modela i pristupa za prezentiranjem dostupnih informacija (takozvano animiranje)[2],[9],[43]. Veoma bitan razlog propadanja poslovnih prilika ogleda se i u nedovoljnoj afirmiranosti o programima poticaja u zapošljavanju namijenjenih poslodavcima, posebno mladim ambicioznim ljudima kojima je pored poslovne ideje, hrabrosti i smisla za poduzetništvo, potreban inicijalni kapital, koji stoji na raspolaganju u fondovima institucija, zarobljen, i često neiskorišten zbog nedovoljne informiranosti o načinu utroška istog[57],[58].

Nedostatak informacija i razlike u kvaliteti, su odraz nesavršenosti tržišta koje zahtijeva promjene i nove modele posredovanja u zapošljavanju. Ovdje su jako bitne aktivnosti javnih službi za zapošljavanje koje prikupljaju informacije o tražiocima posla (nezaposlenim osobama), kao i poslodavcima, te vrše širenje informacija između ova dva entiteta podataka.

Njihova uloga se mora pojačati, a poslovni procesi modifikovati shodno zahtjevima tržišta rada i uočenih nedostataka kod širenja uskladištenih podataka, što je i tema ovoga rada. Službe trebaju nuditi usluge pretrage poslodavaca, odnosno slobodnih radnih mjesta i tražioca posla, savjetovanja i obučavanja poslodavaca i nezaposlenih lica da optimiziraju svoje načine

¹Tang i Roobol (2011) su analizirali ponašanje tražioca posla i poslodavaca na internetu. Zaključili su da su poslodavci i tražioci posla prilično pasivni u traženju posla/kandidata. Tražioci posla su orijentisani samo na određene internet stranice, a veliki broj njih ne posjeduje dovoljne vještine za korištenjem interneta za efikasno traženje posla.