

PROMENE U TEHNOLOGIJI ZAPOŠLJAVANJA POD UTICAJEM NOVIH TEHNOLOGIJA

CHANGES IN EMPLOYMENT TECHNOLOGY UNDER THE INFLUENCE OF THE NEW TECHNOLOGIES

Vasković Vojkan | Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, Srbija | vojkan.vaskovic@vspep.edu.rs

Sažetak

Uspostavljanje komunikacije između kandidata za posao i kompanije kojoj su potrebni zaposleni je oduvek predstavljao prioritetni zadatak za obe strane. Internet i Internet tehnologije značajno su promenile metode komunikacije i proširile mogućnosti za obe strane. Sa stanovišta kompanije nalaženje odgovarajućih kandidata za posao predstavlja zahtevan posao. Ona treba da javno oglasi slobodna radna mesta ali tako da to bude vidljivo velikom broju potencijalnih zainteresovanih. Od prispelih prijava za posao potrebno je odabrati i selektovati one koji ispunjavaju tražene uslove. Nove tehnologije u ovom segmentu omogućavaju da se preSelekcija obavi bez potrebe da se kandidati pozivaju da dođu lično u kompaniju, što značajno smanjuje troškove.

Sa stanovišta kandidata za posao promene u komunikaciji su donele znatne prednosti. Pretraživanje potencijalnih mesta za zaposlenje je jednostavnije putem Interneta, apliciranje i slanje CV i dokumentacije je olakšano i sa minimalnim troškovima. Mogućnost da kandidat prikaže svoje radove ili da kroz testove ili probne zadatke pokaže šta može i zna da radi, stvaraju dobre preduslove za zapošljavanje.

U radu se analiziraju mogućnosti za izbor zaposlenih od strane kompanija i potencijal koji internet pruža pojedincima da pronađu slobodna radna mesta i apliciraju za posao. Posebno su analizirane baze podataka sa ponudom poslova kao i baze podataka onih koji su voljni da ponude svoje znanje i pronađu posao.

Abstract

Establishing communication between job candidates and companies has always been a priority for both sides. The Internet and Internet technologies brought significant changes in communication methods and expanded opportunities for both parties. From the company's point of view finding the adequate candidates is a demanding task. It needs to broadcast vacancies publicly and make them visible to a large number of potential employees. Based on the received job applications, it is necessary to select the right applicants. New technologies allow pre-selection without the need of candidates physical presence, which significantly reduces costs.

From the aspect of job candidates, changes in communication have brought significant advantages. Exploring for a potential jobs is easier via the Internet, applying and sending application documents is simplified and with minimal costs. The opportunity for the candidates to present their skills, creates good preconditions for the employment.

The paper analyzes the possibilities for the selection of employees by companies and the potential that the Internet provides to individuals to find vacancies and apply for jobs. Special attention has been put on the analysis of the job databases as well as databases of those who are willing to offer their knowledge and find an employment.

Ključne reči: *elektronsko poslovanje, zapošljavanje, internet baze podataka,*

Keywords: *e-business, employment, internet databases*

JEL klasifikacija: *M10*

DOI: *10.5937/trendpos2201069V*

UDK: *331.5.021:005.591.6
005.332.3:005.952]:004.738.5*

COBISS.SR-ID *69782025*

1. Uvod

Kompjuterske tehnologije a posebno masovna primena Interneta dovele su do velikih promena u metodama komunikacije za pronalaženje poslova. Kada se posmatraju raniji periodi kada su oglasne table i novine bile jedini put za uspostavljanje komunikacije između onih koji traže posao i poslodavaca jasno su vidljivi veliki problemi u nedostatku informacija između učesnika u poslovanju. Kandidati za posao su morali da obilaze kompanije, čitaju oglasne table na njima ili da pretražuju različite specijalizovane časopise ili dnevne novine kako bi pronašli odgovarajući oglas za posao. Novine i časopisi koji objavljuju oglase za posao izlaze na dnevnom, nedeljnom ili mesečnom nivou i traju na tržištu par dana. Oglasi objavljeni u dnevničkim novinama uobičajeno su lokalnog karaktera i neko ko nije u regionu gde je dostupan taj časopis ili nije uspeo da pročita kada se oglas pojavio ima male izgleda da će za slobodno mesto uopšte da sazna. Radio i TV stanice retko se koriste za komunikaciju između poslodavaca i kandidata za posao, osim kada su u pitanju mediji lokalnog karaktera. Sva ova ograničenja odnose se na lokalno okruženje gde se oglasni materijal plasira ali ostaje problem da savremeno poslovno okruženje zahteva kandidate sa specifičnim znanjima koji se teško nalaze na lokalnom nivou. Internet je doneo revoluciju u komunikaciji poslodavaca i kandidata za posao, praktično je ovaj posao globalizovao. Jedini problem u ovoj komunikaciji je koliko se kandidat dobro služi novim računarskim tehnologijama a posebno mobilnim uređajima jer se u poslovima traženja posla sve češće koriste mobilne komunikacije. E-zapošljavanje, je termin koji označava pronalaženje i regrutovanje kandidata za posao putem Interneta. To je korišćenje tehnologije i web orijentisanih alata za pronalaženje, privlačenje, selekciju, procenjivanje i angažovanje novih zaposlenih radnika.[1]

Osnovne prednosti zbog kojih se uvodi sistem e-zapošljavanja je sledeći:

- Unapređuje se ugled korporacije i stvara profil inovativne organizacije.
- Redukuju se troškovi izbora zapošljavanja.
- Redukuju se angažovanje administracije.
- Angažuju se bolji kadrovi koji će raditi.
- Proširuje se baza potencijalnih kandidata.

2. Internet kao komunikacioni kanal za zapošljavanje

Traženje i pronalaženje odgovarajućeg posla je oduvek bio težak i komplikovan posao kako za kandidata koji posao traži, tako i za kompaniju poslodavca. U ovom poslu uspostavljanja komunikacije osnovni zahtev je da obe strane koje učestvuju imaju odgovarajuće informacije. Pristup preko Interneta olakšava komunikaciju ali se od strane kandidata pre svega očekuje da realno sagledaju svoje mogućnosti pre nego što apliciraju za posao, a od kompanije da precizno definiše zahteve koji se očekuju od kandidata. Dobro bi bilo da pojedinac pre nego što započne sa traženjem odgovarajućeg posla postavi sebi nekoliko pitanja na koja mora da odgovori bez bilo kakve pristrasnosti. Pre svega se mora rešiti pitanje da li želi da radi i ako je odgovor pozitivan u tom slučaju se mora zapitati šta zna da radi.[2] Odgovor na ovo pitanje od početnika je teško dobiti jer posle formalnog obrazovanja završeni studenti malo znaju šta ih očekuje na radnom mestu tako da se masovno dešava da se prijavljuje veliki broj neodgovarajućih kandidata. Dobar početak za izbegavanje ovakvih neodgovarajućih prijavi daju studije koje svoje studente šalju na praksu u kompanije kako bi se oni upoznali sa osnovnim elementima poslovnog okruženja. Sa svoje strane kompanije moraju da precizno definišu zahteve koje očekuju da njihovi kandidati ispune. Sa druge strane kandidati su u mogućnosti da pokažu svoje znanje i umeće svojim budućim poslodavcima (ovo je prvenstveno u novim tehnologijama) putem svog ličnog sajta, postavljanjem uspešnih projekata, programa, dizajnerskih rešenja ili sajtova koje su uradili.

Uspostavljanje kontakta između kandidata za posao i kompanije moguće je na sledeći način:[3]

- Preko poznanika
- Direktan kontakt sa poslodavcem
- Reklamni oglasi
- Preko agencija za zapošljavanje
- Volontiranje i praksa u kompaniji
- Preko profesionalnih udruženja
- Pretraživanjem interneta
- Ostavljanje ličnih informacija na sajtovima
- Putem sajmova zapošljavanja

Savremeni modeli komunikacije prilikom uspostavljanja kontakata poslodavca i kandidata za posao gotovo po pravilu se odvijaju putem interneta i pratećih tehnologija.

Promene na tržištu radne snage koje su se dogodile u poslednjih trideset godina, zahtevaju od kompanije da njihovi zaposleni (HR) pri izboru budućih zaposlenih, budu inovativni kreativni i dobri u selekciji kandidata za posao kao i da budu prilagodljivi pri formiranju timova. Na internetu postoji čitav niz mogućnosti da se uspostavi kontakt između kandidata i kompanije koja traži buduće zaposlene. Sajtovi za zapošljavanje nude mogućnost kompanijama da postavie svoj oglas za posao i na taj način dođu do potencijalno većeg broja kandidata. Osnovna prednost ovako postavljenog oglasa za kompaniju je što veliki broj kandidata može da vidi ponudu za posao i da se prijavi. Druga prednost je što kompanija može da preko Interneta na daljinu proveri znanje svojih potencijalnih kandidata, i izvrši predselekciju dajući im zadatke koje treba da urade kako bi stekli pravo da uđu u uži izbor.

2.1. Svetski poznati sajтови za uspostavljanje komunikacije kompanije i kandidata za posao

Kada se na pretraživaču www.google.com unesu ključne reči (best online job sites) dobija se preko 16 miliona stranica koje su kreirane na ovu temu. Veliki broj su sajтови koji direktno uspostavljaju komunikaciju pri zapošljavanju. Kontakt preko interneta između kandidata i kompanije može da se ostvari na dva načina i to: da kandidat pronađe kompaniju koja je raspisala konkurs za radno mesto ili da kompanija pronađe kandidata koji je ostavio svoj CV na nekom od popularnih mesta za poslovne ponude ali treba napomenuti da su na nekim od njih moguće obe varijante. Na sajtovima kompanija koje traže kandidate za posao, po pravilu postoji deo stranice gde se oglašavaju slobodna radna mesta. Takođe kompanije često imaju deo sajta gde kandidati mogu da ostave svoj CV bez obzira da li je kompanija tražila takav profil kandidata.

Odgovor na upit preko sajta Google daje i liste najpopularnijih sajtova za posao. Najpoznatiji sajтови koji nude uspostavljanje kontakata kompanija i kandidata za posao su:

- Indeed.com.
- CareerBuilder.com.
- Jovite.com
- Monster.com
- Upwork.com
- Dice.com.
- Glassdoor.com.
- Google for Jobs.
- Idealist.com.
- LinkedIn.com.
- LinkUp.com.

Ovde su navedeni samo neki od najpoznatijih sajtova, dok je ukupan broj sajtova koji se bave zapošljavanjem veliki i teško bi bilo sve pobrojati jer su mnogi na jezicima naroda gde povezuju poslovne partnere.

Specifičnosti i usluge koje nude pojedini sajтови su neverovatni. Od toga da samo uspostavljaju kontakte, preko usluga prikazivanja prethodnih projekata kandidata za posao ili do usluge šminkanja CV-a kandidata. Interesantne su mogućnosti da se postavljaju upiti po principu "plata koju želim" do specifičnih zahteva koje kandidati ili kompanije očekuju od svojih zaposlenih. Većina usluga ovih sajtova se ne plaćaju ali posebni zahtevi za specifične poslove ili plaćena radna mesta se naplaćuju u vidu članarine.

Baze podataka pojedinih sajtova su impresivne. Careerbuilder.com ima u svojoj bazi podataka oko 150 miliona korisnika koji imaju profil na ovom sajtu. Sajt Indeed.com ima bazu podataka od 250 miliona korisnika a svakih 10 sekundi se pojavi nova lista poslova. Sajt Glassdoor.com ima u svojoj bazi podataka 1,3 miliona poslodavaca. Sajt LinkedIn je u Srbiji popularan a to je ujedno i najveća svetska platforma za profesionalno umrežavanje sa preko 750 miliona registrovanih korisnika.

Posebno su interesantni "Freelance" sajтови. Ovo su platforme, gde ljudi koji traže posao i poslodavci postavljaju svoje ponude. Na ovim sajtovima se nude pojedinačni poslovi i nisu isključivo vezani za IT sektor. Ovaj oblik poslovnog angažovanja popularan je u Republici Srbiji.

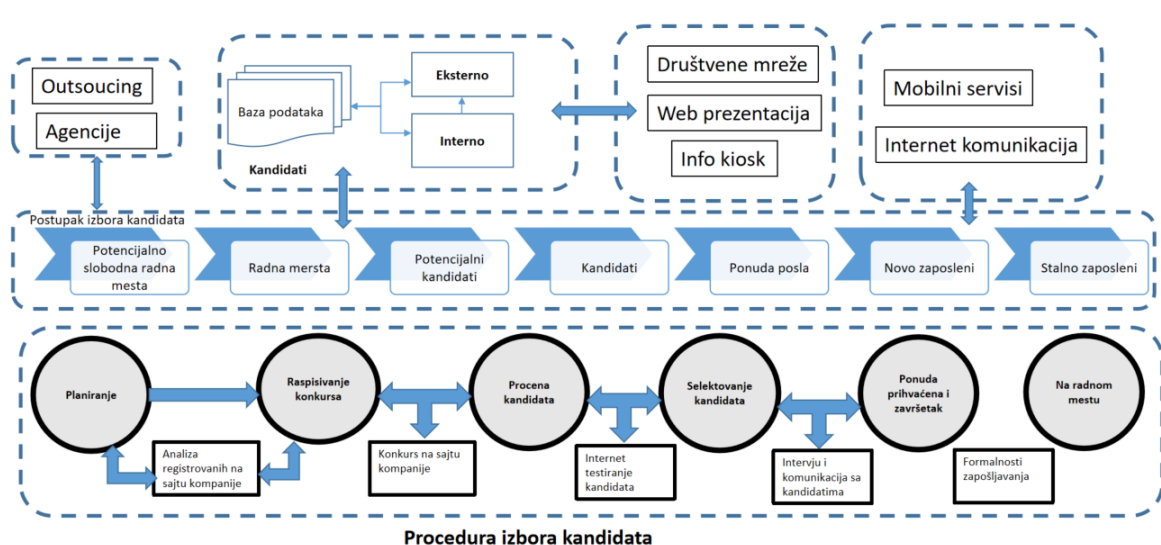
Ustaljeno je mišljenje da samo IT stručnjaci mogu da učestvuju u poslovima koji se obavljaju preko Interneta. Ovo je potpuno pogrešno jer se nude različiti poslovi ali jedno je sigurno a to je da samo oni koji vladaju dobro računarskim tehnologijama mogu da se zaposle na ovaj način. Za ovakav oblik samozapošljavanja neophodno je znanje rada na računaru (što je danas jedan od osnovnih zahteva pismenosti) i dobro znanje stranog jezika najčešće engleskog.[11] Interesantno je da pojedini sajтови, koji su globalni, omogućavaju da se kandidat obavesti o

ponudi poslova na lokacijama koje su bliske mestu odakle se korisnik prijavio na Internet. To znači da je geolokacijsko lociranje korisnika uključeno u pretragu za poslovima. (Primer: SimplyHired Korišćenje interneta u poslovima selekcije kandidata predstavlja jedan značajan pomak i unapređenje u automatizaciji poslova izbora kandidata za posao. Internet omogućava da se lako i brzo komunicira sa kandidatima, da se prikupi znatno veći broj prijava na konkurs i da se zainteresuje veći broj potencijalnih kandidata.

Kompanijski veb-sajt omogućava da se potencijalni kandidati prijavljuju i ostavljaju svoje podatke bez obzira da li su raspisani konkursi za radna mesta ili ne. Veliki broj sajtova kompanija ima deo namenjen za prijavljivanje kandidata (Job - na stranim a na domaćim - Tražite posao ili slično)[6]. Internet poslovanje omogućava službi za HR (Human resources) jednostavnu i brzu predselekciju kandidata koja se obavlja automatski. Prilikom registrovanja kandidata oni ostavljaju svoje podatke i reference tako da je moguće jednostavnim upitom u bazu takvih podataka izvršiti sortiranje po zadatim kriterijumima. Za visoko stručna radna mesta i kandidate od kojih se zahtevaju posebna znanja i iskustva posebno se istražuju baze podataka na internetu kako bi se videlo gde su i šta u prethodnim kompanijama radili. Takođe dobar izvor informacija su baze podataka naučnih i stručnih publikacija jer se preko njih može pratiti stručni i naučni rad kandidata.).

Na sajtovima za angažovanje kandidata često se pojavljuje sistem za njihovo ocenjivanje od strane poslodavaca. Na nekim sajtovima je implementiran sistem veštačke inteligencije koji za određeni posao pronalazi najpogodnijeg kandidata ostale rangira na osnovu veština, iskustva i cene.(Crowded).

3. Uloga Interneta pri regrutovanju kandidata od strane kompanija



Slika 1. Model sistema za izbor i prijem kandidata uz pomoć Internet tehnologija

Internet u selekciji kandidata može da omogući da se potencijalni kandidati testiraju pre nego što budu pozvani na razgovor. To mogu biti opšti testovi, analize slučaja, rešavanje određenih problema ili ako je u pitanju IT rešavanje problema i pisanje programa. Obzirom da se ovo testiranje sprovodi preko Interneta ona nisu apsolutno pouzdana, ali uz korišćenje određenih softverskih alata to se može učiniti pouzdanijim. Testiranje daje samo deo slike o potencijalnom kandidatu, i predstavlja samo deo celine koja čini kompletnu ocenu njegove podobnosti za potencijalno radno mesto na koje je konkurisao. Lični razgovori koji mogu biti u direktnoj komunikaciji ili u obliku video konferencije i utisak koji kandidat ostavi na komisiju ili odgovornog za izbor i dalje ostaje odlučujući.

4. Uloga Interneta pri traženju posla pojedinca

Kompjuterske tehnologije a posebno primena Interneta su drastično promenile metode za pronalaženje poslova.

Kandidati koji traže zaposlenje najčešće pretražuju sajtove kompanija za koje misle da im mogu pružiti najbolje uslove zapošljavanja. Ovaj metod zahteva strpljenje od kandidata i upornost da svakodnevno obilaze i otvaraju stranice sa ponudom za posao. Druga varijanta je da ostave svoje podatke (CV) na sajtu kompanije i čekaju da ih pozovu na razgovor kada iskrnsne potreba za takvim kadrovima.

Društvene mreže imaju veliki potencijal da unaprede i povećaju vidljivost kandidata na internetu. Sa druge strane poslodavci koriste ovu vidljivost da bi pronašli kandidate za popunjavanje svojih upražnjenih radnih mesta. Sa stanovišta poslodavca društvene mreže su korisne pri traženju kandidata ali sa druge strane su i problem jer su kandidati koji su zaposleni kod njih vidljivi za druge kompanije koje mogu dati bolju ponudu uspešnim radnicima.

Društvene (socijalne) mreže su postale globalni fenomen i sve češće se koriste u poslovima pronalaženja kandidata za posao. Korisnici na njima ostavljaju svoje podatke i to se danas sve više koristi pri izboru kandidata za posao od strane kompanija[10]. Službe za HR, prilikom regrutovanja budućih radnika često se služe društvenim mrežama (Facebook, LinkedIn...) kako bi bolje sagledale profil svojih potencijalnih kandidata. Podaci sa profila na društvenim mrežama sadrže značajan set informacija koje se mogu iskoristiti pri selekciji kandidata kao što su informacije o prethodnom poslu, preporuke (Likedin), hobiji, pripadnost specifičnim grupama. Treba napomenuti da profili na društvenim mrežama nisu odlučujući za izbor jer vlasnici profila kontrolišu podatke koji će o njima biti objavljeni kao i informacije koje su dostupne na drugim internet stranicama.

Kada se analiziraju savremeni trendovi u domenu traženja posla, primetno je da se sve više koriste savremeni alati za pravljenje i slanje CV-a budućim poslodavcima. Postalo je uobičajeno da se uz tekstualni CV budućem poslodavcu prosledi i video materijal čime se prikazuju mogućnosti i znanje kandidata a ujedno se i pojačava utisak kod njega. Kandidat se na video materijalu predstavlja i daje kratke informacije o svom dosadašnjem radu. Ovo je posebno karakteristično za poslove koji su u domenima multimedija, marketinga ili PR-a.[4] Postoji čitav niz preporuka kako da ovaj materijal bude napravljen tako da pojača utisak kod poslodavca.[5]

- Video materijal treba da bude profesionalno urađen.
- Nije dobro čitati pripremljen materijal.
- Video materijal treba pripremiti za svaki konkurs prema zahtevima koji se traže.
- Odlično je ako se na video materijalu prikažu prethodni radovi kandidata.
- Video materijal ne sme da bude duži od minut i po (90 sekundi).
- Pre slanja treba da ga pogleda neko ko je iskusan u pravljenju ovakvih prezentacija.

Kada se napravi upit (tražim posao) na sajtu www.google.com na srpskom jeziku dobije se preko 1,3 miliona stranica. Ovaj podatak nije relevantan jer isti upit važi u Srbiji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori. Selektovanje je moguće samo ručno listanjem pojedinačnih sajtova, prema ekstenziji (.rs , co.rs) i ciljano na određenim sajtovima koje korisnik unapred zna.

5. Opasnosti pri traženju posla putem Interneta

Kada se u sajt www.google.com unese ključna reč (find jobs) dobije se preko 300 miliona stranica. Jasno je da veliki broj kompanija traži kandidate za posao ali treba znati da takođe veliki broj sajtova koristi ovu ključnu reč da bi povećao saobraćaj i broj poseta na stranicama svog sajta a da se uopšte ne bavi regrutovanjem budućih zaposlenih.

Sa druge strane postoji veliki broj sajtova koji se agencijski bave poslovima zapošljavanja i to profesionalno a postoje i državne agencije. Na ovim sajtovima je bezbedno tražiti posao.

Sa druge strane postoji impresivan broj sajtova sa ponudom za posredovanje u zapošljavanju ali pripadaju kategoriji sajtova koji pokušavaju prevare da ostvare prihod od ljudi koji traže posao.

Najčešće je slanje masovnih e-mail poruka sa pozivom da se poseti sajt sa ponudom poslova ali je ideja prevare ne da se ponudi posao već da se poveća saobraćaj (poseta) na sajtu i na taj način ostvari profit od marketinških aktivnosti. Ova prevara nema negativne posledice po kandidata za posao osim stvaranja nepoverenja.

Prevare najčešće započinju zahtevom za registracijom na sajtu koji može biti besplatan ali je sledeći nivo preuzimanje liste poslova za koji se traži neka manja suma novca. Nekada dalja komunikacija prestaje, ali ponekad se nastavlja sa zahtevima.

Drugi nivo prevare je "Zagarantovano zaposlenje/prihod" i sastoji se od toga da korisnik treba da kupi nešto sa sajta. To može biti učlanjenje, poslovni plan neki materijal ili softver. Cilja svega ovog je da se korisnik navede da izvrši uplatu s' tim da će verovatno nešto dobiti kako bi se opravdao uloženi novac ali je verovatnoća da će dobiti posao gotovo nikakva.

Česta pojava je da se nude seminari kao pomoć za sigurno pronalaženje posla. Registrovanje za posetu Internet seminaru treba platiti a zatim se dodatno plaća za prilagođavanje CV-a i druge administrativne troškove. Normalno cilj nije da se kandidat zaposli već da mu se uzme novac.

Na internetu se često pojavljuju lažni poslovni profili koji se predstavljaju da su agenti za zapošljavanje. Cilj je da se prikupe podaci i da se kasnije koriste za slanje neželjenih (Spam) poruka ili za "fišing" (pokušaj prevare).

Najopasnija prevara je "Administrator zadužen za plaćanje" gde se nudi direktno zaposlenje korisniku i može neopreznog korisnika dovesti u sukob sa zakonom sa ozbiljnim posledicama. Prevara se sastoji u tome da kriminalci kradene platne kartice koriste za skidanje novca sa računa vlasnika i slanje na adresu korisnika (koga su zaposlili) koji se prijavio za ovaj posao. Korisnik prima novac zadržava proviziju i prosleđuje ostatak na neki drugi račun. U slučaju otkrivanja zakon kažnjava onoga ko je primio novac na svoj račun i koristio ga.

Internet je proširio mogućnosti zapošljavanja ali je otvorio i značajne mogućnosti da se zloupotrebljava. Pri bilo kom poslovanju preko interneta treba biti krajnje oprezan.

6. Zaključak

Masovna primena računara u komunikaciji između kompanija i kandidata za posao učinili su da se u potpunosti promeni način njihovog komuniciranja. Pojava Interneta, Internet tehnologija i mobilnih servisa, učinila je da se ovo međusobno komunikaciono povezivanje učini lakšim jednostavnijim i u krajnjem slučaju ekonomičnijim. Baze podataka kandidata, društvene mreže i veb-sajtovi doveli su do toga da je njihovo informisanje značajno olakšano uz jednovremeno veliko ubrzanje protoka informacija.

Kada se posmatra sa druge strane, poslodavci su pod velikim pritiskom da koriste nove medije kako bi unapredili svoje poslovanje i bili konkurentni na tržištu radne snage. Pronalaženje odgovarajućih kandidata može izgledati lako u uslovima velike nezaposlenosti koja vlada u pojedinim regionima ali kada je posebno pronaći kandidata za specifična radna mesta to zahteva značajna ulaganja truda i novca tako da je prirodno da se koriste novi elektronski alati kako bi se ovi poslovi obavili brže i uz manje troškove.

Prednosti koje internet i novi način rada donosi su: Kompanija koja pri izboru kandidata koristi Internet ima daleko širi izbor potencijalnih kandidata za posao. Analiza podataka dobijenih sa Interneta i društvenih mreža, omogućava dobijanja povratnih informacija o tome kakva je pozicija kompanije na tržištu rada, šta potencijalni kandidati misle o njoj i kakva im je perspektiva u koliko se u njoj zaposle. Ovde posebno treba napomenuti da prilikom intervjuisanja kandidata koji su zaposleni kod konkurencije mogu da se dobiju značajne informacije o aktivnostima konkurencije kao i o postupanju sa zaposlenim u tim kompanijama. Sve ove informacije predstavljaju korisno iskustvo kako bi se izbegle sopstvene greške. Sa stanovišta kompanije koja traži kadrove za popunjavanje radnih mesta, masovno informisanje potencijalnih kandidata omogućava da dobiju veliki broj ponuda i da iz mase potencijalnih, izaberu one koji odgovaraju traženim kvalifikacijama. Komunikacija sa velikim brojem kandidata ako bi se odvijala putem klasičnih slanja poštom zahtevala bi znatne troškove koje treba platiti za ovu namenu. Internet omogućava da se jednostavno, brzo i efikasno razmenjuju poruke a po potrebi i ostvari lični kontakt putem video poziva. Ovakav način komunikacije i selekcije kadrova, posebno je značajan u globalizovanom poslovanju gde regrutovanje kandidata za lokacije koje su udaljene gotovo i da ne može da se radi na drugi način.

7. Bibliografija

- [1] Bryson, J. , James, S. and Keep, E. (2015). Recruitment and Selection. In Managing Human Resources (eds S. Bach and M. R. Edwards). doi:[10.1002/9781119208235.ch7](https://doi.org/10.1002/9781119208235.ch7)
- [2] Johns Hopkins University Career Center, Job Search Strategies, www.jhu.edu/careers
- [3] Thomas J. Denham,. Ten Tips for an Effective Job Search,. Careers In Transition LLC, Colonie, New York. https://labor.ny.gov/stats/PDFs/Ten_Tips_for_FindingAJob.pdf
- [4] Materijal sa sajta <https://www.theguardian.com/careers/careers-blog/how-to-make-video-cv>
- [5] Materijal sa sajta <https://www.thebalance.com/tips-for-creating-a-video-resume-2064219>
- [6] Human Resources Management Session Test 1. S.J. Consulting Co. Ltd. – PMP Certification Preparation Practice: 2003,. www.pmtraining.com.tw/article/.../HR%20Management%20Test%20Example.pdf
- [7] Bedell, M. Kritz, H., (2006). A case study: changing human resource management education to fit the field,. The Coastal Business Journal Spring 2006; Volume 5, Number 1,
- [8] Longworth, J., (2016). The key recruitment trends for 2016. Hopkins Longworth Ltd. Executive Search Somerwood Stud, Shrewsbury,
- [9] Dekay, S. (2009). Are business-oriented social networking web sites useful resources for locating passive jobseekers? Results of a recent study. Business Communication Quarterly, 72(1), 101-105.
- [10] Debora Jeske,. Kenneth S Shultz,. (2015). Using social media content for screening in recruitment and selection: pros and cons. Work, employment and society 2016, Vol. 30(3) 535 –546. DOI: 10.1177/0950017015613746
- [11] Deen, Lango. Skills & careers of the future. U.S. Black Engineer & Information Technology. Conference Issue 2017, Vol. 41 Issue 1, p76-79. 4p
- [12] Bryson, J. , James, S. and Keep, E. (2015). Recruitment and Selection. In Managing Human Resources (eds S. Bach and M. R. Edwards). doi:[10.1002/9781119208235.ch7](https://doi.org/10.1002/9781119208235.ch7)

Datum prijema rada: 27.05.2021.

Datum prihvatanja rada: 09.03.2022.