Álláskeresési technikák

A munkaerőpiacok történő információáramlásnak, az álláskeresés módszereit (sajátosságaik alapján) két kategóriába sorolható: a formális és informális álláskeresésre. A formális vagy hivatalos álláskereséssorán a munkáltató aktivitása és az állást kereső személy erre a meglévő objektív igényre (álláshirdetések) történő reagálása jellemzi, amelyhez a hagyományosabb álláskeresési eszközrendszert (pl. hirdetés, telefonálás, munkaügyi központ, esetleg munkaközvetítő iroda) alkalmazza. Vagyis a munkáltató egyértelműen a meghatározott üres álláshelyek betöltéséért tesznek erőfeszítéseket (megüresedett vagy új álláshely létrejöttének jelzése, munkaerő toborzás, majd kiválasztás).A formális álláskeresés menete az álláskereső szemszögéből:

* a munkahely keresés igényének megfogalmazása, pl. munka nélkül állapot megszüntetése vagy munkahelyváltás;
* a lehetőségek feltérképezése, pl. hirdetések böngészése újságban vagy interneten. Jellemzően a keres többnyire nem célirányosan, inkább kizárásos alapon történik.
* egy vagy néhány álláslehetőség kiválasztása;
* jelentkezés, de az önéletrajz aktualizálás, konkretizálás hiánya jellemzi;
* állásnak megfelelő visszajelzés várása munkáltatótól.

A formális álláskeresés során az álláskereső oldaláról tehát nem olyan egyértelmű a személyes aktivitása (mint a munkáltató esetében), bár gyakran úgy tűnhet, hogy az egyén mindent megtesz az elhelyezkedés érdekében: naponta nézi a hirdetéseket, bekarikázza a megfelelőeket az újságban, gyakran telefonál, várja a munkáltatók visszajelzését, még a munkaügyi központban is megjelenik a megbeszélt időpontokban, de jellemzően eredménytelenül. Ennek a magatartás hátterének vizsgálata során egyrészt az egyén bizalomvesztett állapot és önértékelési problémák megjelenését, másrészt a felelősség objektív körülményekre való áthárítását tárták fel.

Az informális álláskeresésezzel szemben rendhagyó, személyes aktivitást igénylő módszer, amelyet a szubjektív motivációk hatására alkalmazzák, vagyis az álláskereső saját belső motivációit, önérvényesítő magatartását mozgósítja a munkakeresés során. Az informális álláskeresés lépései az álláskereső szemszögéből:

* itt is a munkahely keresés igényének megfogalmazása, pl. munka nélkül állapot megszüntetése vagy munkahelyváltás;
* annak eldöntése, mely pályaterületen, milyen munkakörben szeretne dolgozni;
* azon cégek, munkáltatók meghatározása, ahol szívesen végezne munkát;
* párhuzamos és folyamatos informálódás a keresett területről, cégekről;
* kapcsolati háló működtetése az álláskeresés érdekében;
* több módszer, technika alkalmazása akár egymás mellett;
* jelentkezés és portfólió kiválasztása a munkáltatókhoz, de az önéletrajzot minden esetben aktualizálja a konkrét állásnak megfelelően és egyedi motivációs levelet is készít;
* a munkáltatóknál időnként ismét jelentkezik, egy személyes találkozó egyeztetése céljából.

Az informális álláskeresést az álláskereső aktivitása jellemzi és a saját érdekeit tartja szem előtt és eszerint cselekszik. Ez persze nem jelenti azt, hogy nem alkalmaz hagyományos álláskeresési eszközöket, úgy, mint pl. hirdetések olvasása, állami vagy magán munkaközvetítői rendszer, azonban az álláskeresés során az információáramlás a személyes kapcsolatok hálózatán keresztül történik pl. barátokon, rokonokon, ismerősökön keresztül.

A munkáltatókat vizsgálva az álláskeresés folyamatában a jelentkezők aktivitása sokkal megnyerőbb, hiszen ez a viselkedés előzetesen sejteti a beválás valószínűségét, és a keresés fázisára jellemző aktivitást feltételezi a munkaviszony, foglalkoztatás alatti időszakban is. Az álláskeresőket vizsgálva feltehetően viszont az álláskeresés passzív formájának alkalmazása jellemezné: legtöbben vélhetően az álláshirdetéseket neveznék meg. Ennek oka abban is kereshető, hogy hosszú időn keresztül a nyomtatott sajtóban megjelenő hirdetések voltak talán a munkáltatók számára is a legnépszerűbb toborzási eszközök, azonban az internet gyors térhódítása átalakította a munkaerő-kereslet kielégítésének metodikáját is. (Fehér 2009:25-27)

Az álláskeresési technikák kiválasztása majd azok alkalmazása függenek tehát az állást kereső motivációitól, elképzeléseitől. A technikák ismeretében (azok pozitív és negatív jellemzőivel együtt) megkönnyítik az álláskeresés folyamatát.

**A formális és informális álláskeresés során leggyakrabban alkalmazott keresési technikák:**

**Állásbörze** – Vállalatok, cégek bemutatkozó fóruma a potenciális munkaerő toborzása céljából, személyes kapcsolat-felvételi lehetőséget is biztosít a munkaerő-piac szereplői (állást és munkaerőt kereső) között. Előnye a személyes kapcsolatfelvétel és tanácsadás lehetősége, előadásokon és próbainterjúkon való részvétel lehetősége, hátránya a konkurencia nagyarányú jelenléte. Elsősorban frissen végzettek, pályakezdők számára eredményes álláskeresési eszköz**.**

**Munkaerő-kölcsönzők** – a munkáltató az erre szakosodott cégek valamelyikével felveszi a kapcsolatot, akik állandó alkalmazásba veszik fel a dolgozókat, majd a munkáltatók igényeinek megfelelően kiközvetítik őket. A munkaerő kölcsönzés elsősorban a termeléssel összefüggő, illetve az adminisztratív és szolgáltatási jellegű munkakörök esetén jellemző.

**Munkaügyi központok** – állami munkaközvetítő, a munkanélküliséget csökkenteni igyekvő szolgáltató szervezet. Előfeltétel, a munkanélküliek elektronikus nyilvántartási rendszerbe történő regisztráció. Előnye, hogy szolgáltatásaik díjmentesek, mind a munkanélküliek mind a munkáltatók számára. Ez a módszer a közepesen vagy az alatti kvalifikációval rendelkező munkakeresők számára eredményes.

**Karrieriroda** – Személyre szóló tanácsadással és információszolgáltatással segít eligazodni a munkaerő-piacon és a saját szakmai életút kibontakoztatásában. Elsősorban a munkát kereső végzős hallgatók és a cégek között közvetít.

**Személyes kapcsolatok** – úgy, mint család, rokonság, barátok, osztálytársak/csoporttársak, régi tanárok/munkatársak, szomszédok stb. de akár a közösségi oldalakon is tájékozódhatunk és böngészhetünk potenciális kapcsolat után, akik segíthetnek felfedezni az álláslehetőségeket. Lényeges a folyamatos kapcsolattartás és érdeklődés.

**Fejvadászok** – olyan munkaközvetítő személy, akiket vállalatok alkalmaznak személyzeti tanácsadóként a megfelelő munkaerő felkutatására. Elsősorban közép- és felső szintű vezetői, illetve nehezen betölthető, különleges munkakörök jelöltjeinek felkutatására alkalmazzák. Azok a cégek veszik igénybe, akik nem tudnak, vagy nem akarnak saját személyzeti szakembereket alkalmazni. Tehát a fejvadászok nem fognak egyének számára állást keresni, de érdemes adatbázisukba bejelentkezni. Előnyei, hogy a szolgáltatásaik az álláskeresők számára ingyenesek és a jelentkezők adatait pár hónapig díjmentesen tárolják az adatbázisukban, valamint szakterületekre specializálódott cégek találhatók közöttük. Hátránya a közvetítésből fakadó időigényesség, hiszen a cég végső beleegyezésére is szükség van az állásajánlat elnyeréséhez, Pl.: grafton.hu.

**Sajtó** – ezen belül is el kell különíteni a nyomtatott- és az elektronikus sajtót, valamint az internetet. A nyomtatott sajtó körébe tartoznak a napi megjelenésű hirdetési újságok (pl.: Expressz), az országos vagy megyei napilapok (pl.: Népszabadság, Szolnok Megyei Új Néplap), a területi reklámújságok (pl.: Montázs), vagy a szaklapok (pl.: HVG). A formális álláskeresés klasszikus módszere. Előnye, hogy könnyen hozzáférhető, hátránya, hogy csak bizonyos álláskereső réteget szólít meg (napilapról vagy tudományos folyóiratról legyen szó), valamint az is problémát jelenthet mind a munkáltató, mind pedig az álláskereső szemszögéből nézve, ha túl sokan olvassák azt.

**Elektronikus média** megjelenései közé tartozik a teletext vagy a helyi televíziók (és ezek képújságai). Előnye, hogy a helyi televíziók, a környezetünkben közel található hirdetéseket tartalmazzák, beosztotti, de akár vezetői állásra pályázók számára is egyaránt eredményes álláskeresési eszköz lehet.

**Internet:**

**Munkaközvetítő irodák oldalai (állami és magán):** Magán munkaközvetítők/toborzóirodák – hasonlóan az állami munkaközvetítőkhöz, telefonon és interneten beérkező igények alapján a sajtóban hirdetnek a munkáltatók nevében, majd elküldik őket a megrendelőkhöz. A munkaközvetítő irodáknak a munkáltató jutalékot fizet a megfelelő munkaerő sikeres kiközvetítésének fejében.

**Cégek saját weblapja:** Vállaltok vagy szervezetek saját honlapjukon feltüntetik állás- vagy karrierlehetőségeket, ahol pontos leírás található a betölthető pozíciók és a hozzá szükséges feltételekről, továbbá, hogy kivel kell felvenni a kapcsolatot, hová kell tovább küldeni az önéletrajzokat, motivációs leveleket. Előnye, hogy könnyen tájékozódhat az állást kereső a szervezetről, a vállalti kultúráról, szervezeti filozófiáról, elvárásokról; hátránya, hogy a megküldött önéletrajzok „elkallódhatnak”, vagy nem érkezik visszajelzés. Beosztotti állásra pályázók számára eredményes álláskeresési eszköz.

**Állásportálok:** karrierportálok vagy internetes munkaközvetítők – Az állást kínálók és keresők adatbázisa. Ezek a virtuális munkaközvetítők a Világháló előretörésével jelent meg. Olyan internetes oldalak, ahol tájékozódhat, kereshet a munkaerőt kereső cégek hirdetései és a munkát keresők adatbázisában. Előnye, hogy könnyen elérhető, otthonról is alkalmazható így energia- és költséghatékony, feltölthetőek és kereshetőek a kiválasztott opciók, értesítések és hírlevél kapható. Bizonyos karriertanácsok mellett segít az önéletrajz elkészítésében, amelyet tárol is bizonyos hirdetési oldalakon és megkísérli összekötni azokat a beérkező munkáltatói igényekkel. Hátránya lehet, hogy nincs visszajelzés. Frissen végzettek, pályakezdők, vagy beosztotti állásra pályázók számára eredményes álláskeresési eszköz. Pl. allas.lap.hu, monster.com, jobmonitor.hu, jobline.hu, professional.hu, workani.hu, index karrier rovata.