SAĦĦA U SIKUREZZA OKKUPAZZJONALI BĦALA FATTUR EWLIENI BIEX JIĠI ATTIRAT PERSUNAL ĠDID

Introduzzjoni

Il-kriżi riċenti tal-pandemija kellha impatt fuq ħafna aspetti tal-ħajja (tax-xogħol) tagħna, kif ukoll fuq is-sitwazzjoni fis-suq tax-xogħol. Anke jekk f'dimensjoni kwantitattiva l-bidla ma tidhirx li hija spettakolari, analiżijiet u rapporti differenti jindikaw li l-aspettattivi u l-attitudnijiet tal-impjegati ġew affettwati mill-kriżi tal-pandemija, li se jkollha l-konsegwenzi tagħha fil-proċessi kollha relatati mar-reklutaġġ u mar-riżorsi umani b'mod ġenerali.

Wara l-kriżi tal-pandemija tal-COVID-19, l-ekonomisti bassru li l-ekonomija se tirkupra aktar malajr milli mistenni (Carlsson-Szlezak, *et al*., 2020). Madankollu, il-kriżi diġà żvelat bidliet fl-imġiba tal-impjegati potenzjali u problemi emerġenti fil-proċessi tar-reklutaġġ. Ħafna nies sabu li ż-żmien li qattgħu f'iżolament kien stressanti u diffiċli. Għaldaqstant, xi wħud iddeċidew li jintroduċu bidliet fil-ħajja personali u professjonali tagħhom, l-aspettattivi tagħhom tal-post tax-xogħol u l-attitudni tagħhom lejn is-saħħa u s-sikurezza okkupazzjonali (OSH). L-indikaturi tal-attitudnijiet tagħhom li qed jinbidlu diġà jistgħu jinstabu fir-riċerka (inkluż il-mixja lejn ir-reklutaġġ elettroniku, l-użu ta' siti ta' evalwazzjoni tal-impjegaturi, l-istennija ta' benefiċċji u prijoritizzazzjoni tas-saħħa u s-sikurezza fuq il-post tax-xogħol, forom alternattivi ta' reklutaġġ u oħrajn. Madankollu, jista' jkun mistenni li se tiġi osservata skala akbar ta' fenomeni soċjali differenti fl-oqsma diskussi matul is-snin li ġejjin, speċjalment fil-qasam tar-reklutaġġ.

Dan id-dokument jiftaħ id-diskussjoni dwar ir-rwol li s-saħħa u sikurezza okkupazzjonali jista' jkollha biex jiġi attirat persunal ġdid billi tippreżenta l-bidliet li seħħew dan l-aħħar fis-settur tar-reklutaġġ. Barra minn hekk, tiġi eżaminata wkoll in-naħa tad-domanda tas-suq tax-xogħol, inkluż kif is-sejba tal-impjiegi nbidlet u kif l-aspettattivi lejn min iħaddem inbidlu wkoll. Issir enfasi partikolari fuq dawk li se jaffettwaw ix-xenarju tal-forza tax-xogħol bl-aktar mod sinifikanti fil-futur qrib. Fl-aħħar nett, jiġi diskuss ir-rwol tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fl-immarkar tal-impjegatur, u jiġu ppreżentati s-suġġerimenti ewlenin dwar is-suġġetti diskussi.

Il-proċess ta' reklutaġġ – is-sitwazzjoni attwali u l-bidliet possibbli fil-futur

Sitwazzjoni attwali

Ix-xejra ewlenija osservata fil-qasam tar-reklutaġġ hija tranżizzjoni lejn reklutaġġ li jsir online. F'dan il-kuntest, ta' spiss nitkellmu dwar ir-reklutaġġ elettroniku bħala kwalunkwe tip ta' reklutaġġ jew attivitajiet relatati mar-reklutaġġ li jitwettaq permezz ta' għodod ibbażati fuq il-web. Minn perspettiva ta' impjegatur, ir-reklutaġġ elettroniku jnaqqas il-kost tar-reklutaġġ bi 80 %. Itejjeb ukoll it-tfittxijiet ġeografiċi, jippermetti feedback kostanti, u jidentifika l-ħtiġijiet u l-aspettattivi ta' dawk li qed ifittxu impjieg b'mod aktar effettiv (Ziesing, 2013).

Kif ġie rrapportat, il-pandemija tal-COVID-19 ma waqqfitx lill-organizzazzjonijiet milli jfittxu impjegati u lanqas lil dawk li qed ifittxu impjieg milli jsibu impjiegi, madankollu l-mezz ta' komunikazzjoni bejn il-partijiet inbidel, u għalhekk saħħaħ it-tkabbir tar-reklutaġġ elettroniku. Forom differenti ta' networks soċjali, bħal portali online, midja soċjali, u portali ta' reklutaġġ saru aktar popolari (Wiliam u Regina, 2020). Meta jiġu analizzati l-metodi ta' reklutaġġ, id-*data* miksuba minn aktar minn 50 miljun persuna li qed tfittex xogħol indikat li fi ħdan ir-reklutaġġ elettroniku, l-aktar prattiki effettivi jitwettqu minn maniġers tar-reklutaġġ u minn proċessi interni ta' reklutaġġ (Dipartiment tar-Riċerka Statista, 2021).

L-użu tal-midja soċjali għar-reklutaġġ tal-persunal huwa wieħed mix-xejriet ewlenin bħalissa. Il-persuni li jirreklutaw jużaw networks soċjali minħabba li jagħtu l-impressjoni ta' komunikazzjoni inqas formali u aktar awtentika u jippermettu l-istabbiliment ta' relazzjonijiet diretti u armonjużi. In-networks soċjali

jistgħu jintużaw fil-proċess ta' reklutaġġ b'ħafna modi: dawn jaġixxu bħala rabta bejn dawk li qed ifittxu impjieg u dawk li jirreklutaw, jistgħu jgħinu biex iħeġġu aktar relazzjonijiet umani bbażati fuq il-fiduċja u t-trasparenza u jipprovdu lill-organizzazzjonijiet bid-*data* proposta dwar l-impjiegi, li tippermetti l-ikklassifikar gradwali tal-applikanti skont kriterji idjosinkratiċi u oġġettivi (Allal-Cherif *et al*., 2021). Barra minn hekk, bl-użu tal-midja soċjali, huwa possibbli li tinħoloq immaġni ta' impjegatur kredibbli, aċċessibbli u affidabbli, u li jinkiseb aċċess għal ġabra ġdida ta' talent mill-bogħod (Patnaik, 2021). Għalhekk illum il-ġurnata, il-biċċa l-kbira tal-persuni li jirreklutaw jaħdmu f'ambjent ta' network soċjali li qed isir aktar naturali għall-kandidati wkoll. Il-maġġoranza tal-organizzazzjonijiet u ta' dawk li qed ifittxu impjieg għandhom tal-anqas paġna waħda tal-midja soċjali, jużaw il-midja soċjali regolarment u qed jitgħallmu kif jużawha b'mod aktar effettiv (Alexander *et al*., 2019).

Konsegwenza tar-reklutaġġ ta' persunal f'ambjent diġitali hija ż-żieda fil-pressjoni fuq il-persuni li jirreklutaw biex jipproċessaw ammonti akbar ta' informazzjoni dwar kandidati potenzjali, minħabba li l-kontenut tal-midja soċjali ppreżentat mill-kandidati jinfluwenza d-deċiżjonijiet meħuda mill-persuni li jirreklutaw (Alexander *et al*., 2019; Dominique-Ferreira *et al*., 2021). Il-kontenut jista' jqajjem dubji dwar il-kandidati fil-persuni li jirreklutaw u saħansitra jġegħluhom jirrifjutaw l-applikazzjonijiet. Minħabba li l-kandidati huma konxji minn dan il-fatt, 18 % minnhom iddikjaraw li bidlu l-kontenut fuq il-profili tagħhom meta kienu qed japplikaw għal impjieg (Dipartiment tar-Riċerka Statista, 2021).

Fattur ieħor li jinfluwenza l-proċess ta' reklutaġġ huwa bidla li ġejja fis-suq tax-xogħol minħabba l-livelli allegatament għoljin ta' eżawriment tal-impjegati, stress għoli u tagħbijiet tax-xogħol mhux maniġġabbli. Speċjalisti minn LinkedIn jindikaw li dawn il-fatturi jikkorrelataw ħafna mal-possibbiltà li n-nies jibdew ifittxu impjiegi ġodda (Lewis *et al*., 2021). Madankollu, ħafna impjegati għadhom qed jistennew qabel ma jieħdu deċiżjoni finali biex jibdlu l-impjieg, minħabba li s-sitwazzjoni għadha mhijiex stabbli. Dawn mhumiex qed ifittxu impjiegi ġodda b'mod attiv, iżda huma miftuħa li jbiddlu l-post li jaħdmu fih u qed jikkunsidrawha. B'riżultat ta' dan, il-kompetizzjoni għall-aqwa talent dalwaqt se tkun aktar intensiva minn qatt qabel, li ġiet prevista wkoll minn Gartner (HBR, 2021). Għalhekk, l-organizzazzjonijiet għandhom jitħejjew għal din is-sitwazzjoni ġdida li tista' saħansitra thedded l-eżistenza tagħhom u jintroduċu għodod ġodda biex iżidu l-effettività tar-reklutaġġ tagħhom. L-għodod huma deskritti hawn taħt.

Għodod biex tiġi influwenzata l-effettività tar-reklutaġġ

Wieħed jista' jara li teknoloġiji ġodda u l-pandemija tal-COVID-19 bidlu b'mod irriversibbli l-prattiki tal-immaniġġjar tar-riżorsi umani (HRM), inkluż ir-reklutaġġ. Ix-xejriet ewlenin fir-reklutaġġ illum, minbarra l-użu tal-midja soċjali, jistgħu jinstabu fost l-użu tal-IA, il-ludifikazzjoni, il-korsijiet online miftuħa massivi (MOOCs), u l-crowdstaffing. Dawn kollha jippermettu t-tnaqqis tal-kostijiet tar-reklutaġġ, inaqqsu l-livell ta' fatturat tal-impjegati, u jrawmu forom alternattivi ta' impjieg.

L-intelliġenza artifiċjali[1] tista' tgħin biex titkejjel il-konformità bejn il-ħtiġijiet ta' kumpanija mal-għarfien u l-ħiliet tal-kandidati (Suciu *et al*., 2019). Din tipprovdi wkoll lin-negozji b'forma moderna ta' komunikazzjoni - chatbots li jistgħu jappoġġaw il-proċess ta' reklutaġġ billi jibagħtu informazzjoni lil kandidati potenzjali, billi jagħmlu skrinjar minn qabel bl-użu ta' kriterji sempliċi, billi jwieġbu mistoqsijiet dwar l-offerta u l-kumpanija, billi jippjanaw u jippreparaw għal intervista u billi jinnavigaw il-kandidati permezz tal-proċess ta' reklutaġġ. Iċ-chatbots huma estremament utli f'każijiet fejn il-kumpaniji jeħtiġilhom jipproċessaw numru kbir ta' applikazzjonijiet u joperaw f'ħafna swieq, billi jirreklutaw persuni minn postijiet differenti li jitkellmu lingwi differenti (Allal-Chérif *et al*., 2021). Sa issa għadhom ma jistgħux jissostitwixxu lil dawk li jirreklutaw, iżda jistgħu jappoġġaw il-prestazzjoni tagħhom. B'mod sinifikanti, l-użu tal-IA fil-proċess tar-reklutaġġ huwa aċċettat l-aktar minn dawk li qed ifittxu impjieg u ma taqtagħlhomx qalbhom milli japplikaw. Barra minn hekk, jekk il-kandidati jkunu jafu li l-IA hija involuta fil-proċess ta' reklutaġġ, l-opinjoni tagħhom dwar organizzazzjoni spiss tkun aktar pożittiva (Zacny *et al*., 2019). Għodda oħra li tista' tintuża biex tiżdied l-effettività tar-reklutaġġ hija l-**ludifikazzjoni**. Fir-reklutaġġ, din tista' tintuża f'ħafna forom differenti, bħal kwiżżijiet interattivi, tiftix relatat mal-kumpanija, testijiet tal-immaġiba u sfidi tal-industrija, li jissejħu *recrutainment* (divertiment fir-reklutaġġ). Dawn itejbu l-involviment tal-kandidati u jipprovdu lill-persuni li jirreklutaw b'opportunità aħjar biex janalizzaw il-ħiliet tal-kandidati, il-prestazzjoni, il-kreattività, l-innovazzjoni, il-kapaċità, u l-kapaċitajiet għas-soluzzjoni tal-problemi tagħhom (Korn *et al*., 2017). Il-ludifikazzjoni għandha wkoll impatt kwantifikabbli fuq l-impjegati attwali. Din ittejjeb il-motivazzjoni, l-involviment, u tista' tappoġġa b'mod effettiv il-proċess ta'

[1] Is-suġġett tal-IA mhux se jiġi diskuss aktar fil-fond fid-dokument minħabba li kien il-qasam tar-riċerka fi ħdan pubblikazzjonijiet riċenti tal-EU-OSHA (pereżempju EU-OSHA 2021a, EU-OSHA 2022). F'dawn ir-rapporti jiġu diskussi l-opportunitajiet kif ukoll ir-riskji għas-saħħa u s-sikurezza okkupazzjonali b'mod ġenerali.

onboarding. Ir-riżultati tar-riċerka jindikaw li dan jista' jgħin biex itejjeb l-involviment b'50 %, u b'fatturat aktar baxx tal-persunal b'36 % (Kirovska *et al.*, 2020)[2],[3]

L-**MOOCs** jinħolqu biex jiġbru flimkien persuni interessati f'suġġett speċifiku biex jaqsmu l-informazzjoni u jikkooperaw. Huma mingħajr ħlas u aċċessibbli għall-pubbliku, sponsorjati minn tipi differenti ta' negozji li jistgħu jibnu r-reputazzjoni u l-immaġni tagħhom fost impjegati potenzjali. L-MOOCs huma l-għodod biex issir aktar riċerka dwar impjegati potenzjali u biex jiġu rikonoxxuti l-ħtiġijiet u l-aspettattivi tagħhom.

Il-**crowdstaffing** huwa wieħed mill-forom ta' crowdsourcing li jistgħu jiġu definiti bħala l-użu ta' sorsi pprovduti minn "folla" jew minn varjetà wiesgħa ta' persuni. Il-mudell tal-crowdstaffing huwa bbażat fuq il-kooperazzjoni ma' speċjalisti tal-akkwist tat-talent li, bl-użu tan-networks tagħhom ta' kuntatti u għarfien tal-industrija, iwasslu talenti skont l-assenjamenti tal-klijenti. L-idea tal-crowdstaffing hija li jinħolqu networks ta' persuni li jirreklutaw, li huma professjonisti indipendenti bin-networks ta' kuntatti tagħhom, sabiex jinstabu l-aħjar kandidati għal pożizzjoni partikolari. Il-proċess kollu jitwettaq permezz ta' pjattaformi speċjali u ddedikati u l-idea ewlenija wara dan l-approċċ hija li timtela pożizzjoni f'kumpanija iżda wkoll li jiġi pprovdut sieħeb kummerċjali b'servizzi ta' mentoraġġ jew ta' taħriġ. L-ispeċjalisti jindikaw li l-crowdstaffing huwa l-futur tar-reklutaġġ (Istitut ta' Riċerka tar-Riżorsi Umani, 2020).

L-IA, il-ludifikazzjoni, l-MOOCs, u l-crowdstaffing huma l-għodod li jgħinu biex tiżdied l-effettività tal-proċess tar-reklutaġġ. Is-sejba ta' kandidati li jissodisfaw l-aspettattivi speċifiċi tal-impjegaturi saret aktar esiġenti hekk kif ix-xenarju tal-forza tax-xogħol għadda minn xi bidliet intensivi riċentement. Il-pandemija żvelat li l-metodi tradizzjonali ta' reklutaġġ huma obsoleti (HBR, 2021).

Jista' jiġi osservat li dan l-aħħar, mhux biss il-metodi biex jiġu attirati l-aħjar kandidati nbidlu, iżda wkoll l-aspettattivi lejhom, u din il-kwistjoni se tiġi diskussa hawn taħt.

Tibdil fl-aspettattivi lejn il-kandidati

Riċerka riċenti tindika li fl-Ewropa, l-impjiegi li qed jikbru l-aktar malajr huma prinċipalment relatati mal-ipproċessar tad-*data*, l-IA, u s-servizz tal-klijenti[4] (LinkedIn, 2020). Id-diġitalizzazzjoni tax-xogħol u r-realtajiet tas-suq turbolenti li l-organizzazzjonijiet jeħtieġ li jiffaċċjaw bidlu l-proċess ta' reklutaġġ fejn jidħlu l-aspettattivi lejn il-kandidati.

Waħda mill-bidliet ewlenin hija relatata mal-ħajja tal-ħżin dejjem iqsar tal-ħiliet mistennija. Pereżempju, fil-finanzi, fl-IT u fil-bejgħ, l-impjegati potenzjali kienu meħtieġa jitgħallmu sa 10 ħiliet ġodda fi żmien 18-il xahar biss. B'riżultat ta' dan, żdiedet l-inċertezza dwar il-ħiliet meħtieġa. Barra minn hekk, il-gruppi li l-persuni li jirreklutaw kienu jimmiraw għalihom (pereżempju, studenti universitarji) qed isiru skaduti. In-nies jiksbu għarfien u ħiliet waħedhom, u l-edukazzjoni formali u ċ-ċertifikazzjoni ma għadhomx jitqiesu bħala l-uniċi kriterji ta' valutazzjoni (HBR, 2021).

Speċjalisti minn McKinsey ippruvaw jidentifikaw elementi distinti ta' talent li fihom il-profiċjenza tipprevedi eżiti aħjar għall-impjieg, filwaqt li qiesu: il-ħiliet meħtieġa mill-impjegaturi abbażi tal-bidliet identifikati fid-dinja tax-xogħol ikkawżati mit-teknoloġiji diġitali u tal-IA; it-tipi ta' impjiegi li se jintilfu, u dawk li għandhom jinħolqu; u l-impatt tal-kriżi tal-COVID-19 li kkawżat lil ħafna nies jitgħallmu ħiliet ġodda u jadattaw. Ir-riżultati żvelaw li l-adattabilità, l-adattament għall-inċertezza, is-sinteżi tal-messaġġi u l-orjentazzjoni lejn il-kisba, kienu l-aktar assoċjati sew mal-impjiegi. Bħala riżultat tal-istħarriġ tagħhom, ir-riċerkaturi affermaw li "*il-ħtieġa għal ħiliet manwali u fiżiċi, kif ukoll għal dawk konjittivi bażiċi, se tonqos, iżda se tikber id-domanda għal ħiliet teknoloġiċi, soċjali u emozzjonali, u ħiliet konjittivi ogħla*" (Dondi *et al.*, 2021). Fost il-ħiliet ewlenin mistennija mill-impjegaturi, dawn li ġejjin huma indikati fil-grupp ta' ħiliet personali: il-kreattività, il-persważjoni, il-kollaborazzjoni, l-adattabilità, l-intelliġenza emozzjonali

---

[2] Kemm l-IA kif ukoll il-ludifikazzjoni jista' jkollhom ukoll implikazzjonijiet/riskji negattivi importanti għas-saħħa u s-sikurezza okkupazzjonali (EU-OSHA 2019a, u ara wkoll https://osha.europa.eu/en/themes/digitalisation-work.

[3] Ara wkoll ir-regolament dwar l-IA fil-livell tal-UE Ewropew, pereżempju l-Proposta għal Regolament li jistabbilixxi regoli armonizzati dwar l-intelliġenza artifiċjali disponibbli fuq: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/proposal-regulation-laying-down-harmonised-rules-artificial-intelligence, and "Ethics guidelines for trustworthy AI" available at: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai

[4] Franza: Uffiċjal għall-Protezzjoni tad-*Data*, Speċjalista tal-IA, Aġent tal-Proprjetà Immobbli Kummerċjali; il-Ġermanja: Speċjalista tal-IA, Inġinier tal-Affidabbiltà tas-Sit, Speċjalista tas-Suċċess tal-Klijenti; l-Irlanda: Speċjalista tal-IA, Speċjalista taċ-Ċibersigurtà, Speċjalista tas-Suċċess tal-Klijenti; l-Italja: Uffiċjal għall-Protezzjoni tad-*Data*, Konsulent tal-Forza tal-Bejgħ, Żviluppatur tal-Big *Data*; in-Netherlands: Uffiċjal għall-Protezzjoni tad-*Data*, Hacker tat-Tkabbir, Uffiċjal għall-Privatezza; l-Iżvezja: Uffiċjal għall-Protezzjoni tad-*Data*, Speċjalista tal-IA, Żviluppatur tal-JavaScript; u l-Iżvizzera: Speċjalista tal-IA, Speċjalista tas-Suċċess tal-Klijenti u Inġinier tal-Cloud.

u fost il-ħiliet tekniċi: il-blockchain, il-cloud computing, ir-raġunament analitiku, l-intelliġenza artifiċjali u d-disinn UX (Anderson, 2020a).

Is-sitwazzjoni ekonomika dinamika influwenzat ix-xenarju tal-forza tax-xogħol b'mod sinifikanti f'dawn l-aħħar ftit snin. It-tibdil fl-aspettattivi lejn l-impjegati u t-tfittxija għall-aktar modi effettivi ta' reklutaġġ jirriżultaw prinċipalment mid-diġitalizzazzjoni u mill-kriżi kkawżata mill-pandemija tal-COVID-19. Fit-taqsima li ġejja, se jiġi diskuss l-impatt ta' dawn iż-żewġ fatturi fuq il-proċessi tat-tfittxija ta' impjieg u l-aspettattivi lejn l-impjegaturi.

Xejriet fil-proċess tas-sejbien tal-impjiegi

Modi ppreferuti biex wieħed ifittex impjieg

Id-diġitalizzazzjoni ttrasformat kompletament il-modi li bihom l-impjegati potenzjali jfittxu l-impjiegi u japplikaw għalihom. Bħalissa, l-aktar modi komuni biex tinġabar l-informazzjoni qabel ma ssir applikazzjoni għal impjieg huma li jżuru s-sit web tal-kumpanija (53 %), LinkedIn (38 %), il-magni tat-tiftix (35 %), il-kuntatti ġewwa l-kumpanija (32 %), kuntatti u dipartimenti tar-riżorsi umani oħra (Clement, 2017). Il-biċċa l-kbira tal-kandidati jaqraw mill-inqas ħames evalwazzjonijiet mis-siti ta' evalwazzjonijiet u mill-midja soċjali, qabel ma jiffurmulaw l-opinjoni tagħhom dwar kumpanija. Kważi 70 % tal-kandidati ma jaċċettawx impjieg f'ditta b'reputazzjoni ħażina anke jekk ikunu qiegħda (Zojceska, 2018). Dawk li qed ifittxu impjieg isegwu l-opinjoni tal-kumpaniji fuq siti ta' evalwazzjonijiet ddedikati u josservaw kif il-kumpaniji jwieġbu għal opinjonijiet differenti espressi mill-utenti. Mill-utenti tal-pjattaforma għat-tiftix ta' impjieg ta' Glassdoor 76 % jsibu li t-tweġibiet huma siewja (Glassdoor, 2019). Ta' min isemmi wkoll li r-riċerka mwettqa minn Deloitte tindika li 30 % tal-kandidati li kellhom esperjenza ta' reklutaġġ mhux sodisfaċenti qed jaqsmu b'mod attiv l-esperjenza tagħhom ma' persuni oħra, u jinfluwenzaw il-perċezzjoni tal-organizzazzjoni fost kandidati oħra u gruppi differenti ta' partijiet ikkonċernati (Deloitte, 2017).

Skont is-servizz statista.com, fl-2018, l-applikazzjonijiet għall-impjiegi ntbagħtu bl-użu ta' bordijiet tal-impjieg (49 %), siti tal-karrieri (35 %), siti ta' riferiment (2.6 %), persuni li jirreklutaw (1.96 %) u aġenziji (1.41 %). Fl-istess ħin, il-bords tal-impjieg kienu jammontaw għal kważi 20 % tal-impjiegi madwar id-dinja. L-aktar mod ta' kanal popolari huwa l-email. Madankollu, minkejja li ħafna kandidati applikaw għal impjiegi fuq il-bords tax-xogħol jew fuq siti tal-karriera ta' min iħaddem, 35 % tal-persuni li qed ifittxu impjieg sabu impjiegi fuq il-midja soċjali, 50 % semgħu dwar impjiegi mill-ħbieb u 37 % tgħallmu dwar pożizzjonijiet miftuħa minn networks professjonali (Jobvite, 2019).

L-impjegati potenzjali u l-immġiba tagħhom fis-suq tax-xogħol għaddew minn bidliet sinifikanti f'dawn l-aħħar ftit snin, mhux biss minħabba l-aċċessibbiltà tal-informazzjoni dwar impjegaturi potenzjali, iżda prinċipalment bħala riżultat tal-pandemija tal-COVID-19. Fil-paragrafu li ġej, se jiġu ppreżentati l-bidliet li seħħew fil-qasam tal-aspettattivi fir-rigward tal-impjegaturi.

Tibdil fl-aspettattivi lejn min iħaddem

Ħafna riċerka tindika li l-aspettattivi lejn min iħaddem inbidlu f'dawn l-aħħar ftit snin. Ir-riċerka ta' Glassdoor li saret fl-2018 qabel il-pandemija, żvelat li dawk li qed ifittxu impjieg taw attenzjoni partikolari lill-elementi li ġejjin tar-reklamar fuq l-impjieg: salarji (67 %), benefiċċji u vantaġġi (63 %), post (59 %) u ħin tal-ivvjaġġar (43 %). Huma fittxew ukoll opinjonijiet dwar l-impjegatur potenzjali (32 %). Meta ġew mistoqsija x'fatturi attirawhom għal pożizzjoni partikolari, huma indikaw benefiċċji u vantaġġi attraenti (48 %), ivvjaġġar faċli (47 %), salarju għoli (46 %), bilanċ tajjeb bejn ix-xogħol u l-ħajja privata (43 %), u flessibbiltà għax-xogħol mid-dar (41 %), kultura tal-kumpanija (35 %), prestazzjoni finanzjarja tal-kumpanija (26 %), u familjarità mal-marka (23 %) (Glassdoor, 2018). Bħalissa, kif jindikaw ir-riżultati tar-riċerka, il-kandidati jistennew affarijiet oħra mill-impjegaturi potenzjali tagħhom. Huma jfittxu l-istabbiltà tal-impjiegi, l-opportunitajiet ta' tkabbir u żvilupp, xogħol sinifikanti u ta' sfida, flessibbiltà totali komprensiva tal-pakkett ta' kumpens, bilanċ bejn ix-xogħol u l-ħajja privata ("*il-kandidati jridu jaraw li l-bilanċ bejn ix-xogħol u l-ħajja privata huwa prijorità ġenwina*"), u awtonomija (ML6, 2021). Kandidati b'talent ta' livell għoli jiżnu opportunitajiet li jipprovdu l-libertà ta' xogħol mill-bogħod u l-possibbiltà li wieħed ikun jista' jimmaniġġja l-iskeda tiegħu, iżda wkoll is-sinifikat tax-xogħol u l-prossimità għall-familja (HBR, 2021).

Barra minn hekk, ir-riċerka mwettqa minn Clutch fost dawk li qed ifittxu impjieg indikat li:

- is-salarju huwa kklassifikat bħala l-aktar fattur importanti, u għal terz ta' dawk li qed ifittxu impjieg huwa aktar importanti minn aspetti oħra tax-xogħol,
- it-tieni l-aktar fattur importanti kkunsidrat mill-impjegati potenzjali huwa l-iżvilupp professjonali (18 %),
- għan-nisa, il-flessibbiltà hija kemxejn aktar importanti milli għall-irġiel. Xi persuni li qed ifittxu impjieg isibuha aktar importanti mill-benefiċċji tradizzjonali,
- Għal 5 % l-valuri u l-missjoni tal-kumpanija kienu l-aktar importanti (Delgado, 2018).

Kif imsemmi diġà, wieħed jista' jara li l-aspettattivi tal-impjegati nbidlu matul il-pandemija. L-ispeċjalisti tar-riżorsi umani jindikaw li ħafna persuni li qed ifittxu impjieg ifittxu stabbiltà, u l-benefiċċji li jipprovduhom b'sens ta' stabbiltà, pereżempju: għażliet tal-kura tas-saħħa mħallsa, benefiċċji tad-diżabilità, kontribuzzjonijiet tal-pjan ta' tfaddil għall-irtirar, u liv tal-familja mħallas (McKeon, 2020). L-impjegati potenzjali janalizzaw kif il-kumpaniji rrispondew għall-pandemija u jekk u kif għenu lill-impjegati tagħhom isibu bilanċ bejn ix-xogħol u l-ħajja privata (HBR, 2021). Ir-riċerkaturi jindikaw li l-kandidati tal-impjiegi tal-lum jikklassifikaw bilanċ tajjeb bejn ix-xogħol u l-ħajja privata u kumpens eċċellenti, kif ukoll benefiċċji, bħala l-aktar fatturi importanti meta jikkunsidraw li jidħlu f'organizzazzjoni (Kitto, 2021; Glint, 2021). Huwa interessanti li, minħabba l-kriżi tal-pandemija, l-aspettattivi dwar id-daqs ta' kumpanija nbidlu wkoll. Il-kandidati jridu japplikaw ma' negozji żgħar u ta' daqs medju, anke hekk kif ir-reklamar minn dawn il-postijiet naqas. Huwa paradossali li fi żminijiet ta' inċertezza l-applikanti jduru għal negozji iżgħar (is-sehem tal-applikazzjonijiet kollha żdied b'25 % bejn Jannar u Awwissu tal-2020). Dawn ma jipprevedux benefiċċji jew kumpens għoli, iżda missjoni bi skop u promozzjoni rapida (Anderson, 2020b). Barra minn hekk, ir-riċerka ta' Glassdoor li saret bejn Ġunju 2019 u Ġunju 2021 żvelat li s-sehem ta' dawk li qed ifittxu pożizzjonijiet ta' xogħol mill-bogħod żdied bi 360 % u baqa' l-istess anke meta s-sitwazzjoni tas-saħħa pubblika tjiebet. Fl-opinjoni tal-ispeċjalisti, jidher li x'aktarx ma jirritornax għal-livell ta' qabel il-pandemija (Zhang, 2021).

Kif diskuss, dawk li qed ifittxu impjieg jeżaminaw ħafna sorsi ta' informazzjoni dwar impjegaturi prospettivi qabel ma japplikaw. Dawn iduru siti ta' evalwazzjoni iżda wkoll materjali mħejjija mill-kumpaniji mqiegħda fuq il-paġni web tagħhom u fuq il-midja soċjali. Dan il-kontenut joħloq immaġni ta' organizzazzjoni bħala impjegatur, li tissejjaħ "markar tal-impjegaturi". Għandu jiġi enfasizzat li l-markar tal-impjegaturi huwa deċiżiv għall-kandidati li applikaw ma' kumpaniji differenti u joqogħdu lura meta jagħżlu bejn impjegaturi differenti (Sivertzen *et al.*, 2013). Huwa għalhekk li għandha tingħata attenzjoni kbira lill-marka tal-impjegatur matul il-proċess ta' tħejjija u ta' tnedija, minħabba li tista' żżid b'mod sinifikanti l-effettività tar-reklutaġġ. Għalhekk, fit-taqsima li jmiss, se jiġi diskuss il-kunċett tal-markar tal-impjegaturi u r-rwol li għandha s-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fih.

Rwol tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fil-markar tal-impjegaturi

Markar tal-impjegaturi bħala forma ta' komunikazzjoni bejn l-impjegaturi u l-kandidati

Il-markar tal-impjegaturi jipprovdi lill-kandidati b'informazzjoni dwar il-kumpanija, l-isforzi soċjali tagħha, il-viżjoni u l-missjoni tagħha, il-promozzjoni tal-prinċipji u l-kultura tan-negozju (permezz tal-kummerċjalizzazzjoni virali, pereżempju), l-avviżi dwar avvenimenti, il-promozzjoni ta' pożizzjonijiet miftuħa, eċċ. (Allal-Chérif *et al.*, 2021). Il-markar tal-impjegaturi jista' jiġi kkomunikat permezz ta' ħafna kanali differenti. Il-kontenut jista' jiġi ppubblikat fuq il-midja soċjali, fuq il-paġni tal-web uffiċjali, fuq ir-reklami dwar l-impjiegi, fuq il-profili personali tal-impjegati, eċċ. L-idea ewlenija wara l-kunċett hija li min iħaddem jikkomunika u jenfasizza elementi li huma importanti mhux biss għall-kumpanija iżda għar-riċevituri tal-messaġġi wkoll (impjegati, impjegati prospettivi, sħab, awtoritajiet lokali, eċċ.).

Kaxxa 1. L-importanza tal-markar tal-impjegaturi fir-reklutaġġ

Ir-riċerka minn LinkedIn uriet li 75 % tal-kandidati janalizzaw ir-reputazzjoni ta' organizzazzjoni (eż. billi jfittxu l-bords tal-impjiegi u s-siti ta' klassifikazzjoni) u l-markar tal-impjegaturi qabel ma japplikaw għal impjieg.

Jekk il-markar tal-impjegatur jkun immaniġġjat tajjeb 94 % tal-kandidati x'aktarx li japplikaw, 91 % tal-kandidati jsibu li preżenza online mmexxija ħażin tagħmel ħsara lill-markar tal-impjegatur, u 50 % ma jaħdmux għal intrapriża b'reputazzjoni ħażina (li spiss tirriżulta minn kummenti negattivi minn (eks-) impjegati fuq bords ta' impjieg/siti ta' klassifikazzjoni), anke jekk il-benefiċċji offruti kienu ogħla fin-numru (Pilurzu, 2019).

Fl-istess ħin, 83 % tal-impjegaturi jemmnu li l-markar tal-impjegaturi huwa indikatur importanti tal-kapaċità tagħhom li jimpjegaw it-talent (Zojceska, 2018). Huwa importanti li wieħed jirrealizza li r-reputazzjoni ta' organizzazzjoni maħluqa mill-miżuri differenti meħuda, inkluż il-markar tal-impjegatur, tintuża mill-kandidati biex titnaqqas l-inċertezza.

Il-markar tal-impjegaturi jista' jitwettaq b'modi differenti: testimonjanzi tal-impjegati li jagħtu dettalji dwar l-ambjenti tax-xogħol, il-vantaġġi u l-benefiċċji u l-kultura tal-kumpanija; avvenimenti, attivitajiet ta' karità u kampanji ta' kummerċjalizzazzjoni virali; għotjiet u sistemi ta' motivazzjoni, eċċ. L-isforzi kollha huma mmirati lejn komunikazzjoni effettiva tal-valuri li huma kondiviżi fl-organizzazzjoni u li jippreżentaw lill-kumpanija bħala post li jiffavorixxi lill-impjegati. Il-markar tal-impjegaturi għandu jiffoka fuq l-impenn tal-impjegati tiegħu u jgħin biex tinbena l-integrità tal-membri tal-persunal u l-involviment tagħhom. Kif tindika r-riċerka, il-biċċa l-kbira tan-nies li jkunu qed ifittxu impjieg jagħżlu impjegatur b'immaġni rikonoxxibbli u favorevoli (Aaker, 2002).

Negozji differenti jiddikjaraw li meta tinħoloq marka tal-impjegatur attraenti, l-attirar tat-talent isir aktar faċli u effettiv. Waħda mill-forom użati fl-istrateġiji tal-markar tal-impjegaturi hija l-promozzjoni tal-impjegati. L-impjegati saru l-aktar kelliema effettivi tal-kumpaniji f'dawn l-aħħar ftit snin. Kif jiżvelaw ir-riżultati tar-riċerka, l-applikanti li jaraw evalwazzjoni pożittiva dwar impjegatur minn impjegat huma aktar interessati li japplikaw (Patnaik, 2021). L-ispeċjalisti jindikaw li t-testimonjanzi tal-impjegati huma b'saħħithom u influwenti ħafna (Rowe, 2019).

Sinifikat tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fl-istrateġiji tal-markar tal-impjegaturi

Hemm żewġ perspettivi ewlenin li minnhom jista' jiġi diskuss il-proċess tal-markar tal-impjegaturi u l-promozzjoni tal-impjegati fir-rigward tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali: l-interpretazzjoni tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali u l-komunikazzjoni effettiva fi ħdan l-istrateġija tal-markar tal-impjegaturi.

L-ewwel wieħed huwa relatat mal-approċċ li jmur lil hinn mill-perċezzjoni tradizzjonali ta' fatturi li jinfluwenzaw is-saħħa tal-ħaddiema. Xi studji indikaw il-ħtieġa li l-enfasi tiġi estiża lil hinn mill-mard fuq il-post tax-xogħol u l-prevenzjoni tad-danni lejn il-massimizzazzjoni tas-saħħa u l-benesseri tal-ħaddiema interpretata minn perspettivi usa'. Dan għandu jinkludi mhux biss l-effett tad-domandi tax-xogħol u ż-żieda fil-perikli fuq il-post tax-xogħol, iżda wkoll fatturi ta' stress ġenerali, fatturi fid-djar, fil-komunità u fis-soċjetà u l-effett tagħhom fuq is-saħħa u l-benesseri tal-impjegati bħala riżultat (Felknor, *et al.*, 2020). Il-viżjoni tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali minn din il-perspettiva għandha tibdel il-komunikazzjoni fi ħdan l-istrateġiji tal-markar tal-impjegaturi.

L-organizzazzjonijiet għandhom jintroduċu politiki mhux biss biex jipproteġu s-sikurezza fiżika tal-impjegati, iżda wkoll is-saħħa mentali tagħhom, speċjalment peress li r-riżultati tar-riċerka jindikaw li dan l-aspett sar problema emerġenti. Ippubblikat f'Settembru, ir-rapport minn LinkedIn dwar il-livell ta' benesseri jenfasizza l-problemi tal-eżawriment tal-impjegati. L-indiċi tal-kuntentizza tal-impjegati huwa anqas minn dak ta' April bi 3 % (u 3.6 % minn Lulju 2020). L-eżawriment żdied b'9 % fl-aħħar 4 xhur (u 12 % fl-aħħar 12-il xahar) (Kitto, 2021). Barra minn hekk, l-impjegati jirrapportaw problemi serji tas-saħħa mentali. Minħabba l-pandemija 41 % tal-impjegati osservaw tnaqqis fil-kundizzjonijiet tas-saħħa mentali. Aktar minn 44 % tal-impjegati li jaħdmu mid-dar jgħidu li s-saħħa mentali tagħhom marret għall-agħar. L-istess kundizzjoni ġiet irrapportata minn ħaddiema qiegħda (48.5 %). L-akbar impatt fuq is-sensazzjoni ta' saħħa mentali li marret lura kien prinċipalment l-ansjetà, l-istress u t-tħassib dwar li wieħed jitlef l-impjieg (Qualtrics, 2020). Mingħajr ma wieħed jieħu ħsieb il-benesseri tal-impjegati u s-saħħa mentali, l-involviment u l-promozzjoni effettiva tagħhom ma jkunux possibbli minħabba li s-sikurezza fuq il-post tax-xogħol (flimkien mal-bilanċ bejn ix-xogħol u l-ħajja privata, il-benefiċċji, l-iżvilupp professjonali u ambjent tax-xogħol pjaċevoli) iżżid l-impenn normattiv (it-tip ta' impenn li fih "*l-impjegati jagħmlu sagrifiċċji personali għall-ġid tal-organizzazzjoni minħabba li jqisu dan bħala morali u korrett*") (Botella-Carrubi *et al.*, 2021: 1839). Fl-istess ħin, għandu jiġi enfasizzat li kif tindika l-ispeċjalista ta' LinkedIn, Amy Lavoie , *"filwaqt li l-mexxejja tagħhom taw prijorità għall-benesseri u s-sikurezza tagħhom fl-ewwel parti tal-pandemija, issa qed jiffukaw fuq in-negozju u qed javvanzaw l-aġenda tagħhom akkost ta' kollox, filwaqt li jinjoraw it-tħassib tal-impjegati"* (Kitto, 2021).

Barra minn hekk, skont dan il-punt għandu jitqies ukoll kif il-pandemija tal-COVID-19 affettwat ħafna l-mod kif in-nies jgħixu u jaħdmu llum il-ġurnata. Fl-opinjoni ta' Chihoko Asada-Miyakawa,[5] il-kriżi wriet li l-istandards rigward il-protezzjoni tal-ħaddiema, is-saħħa u l-benesseri ġenerali tagħhom huma aktar

[5] L-Assistent Direttur Ġenerali u Direttur Reġjonali tal-ILO għall-Asja u l-Paċifiku

rilevanti minn qatt qabel. Hemm numru ta' konsegwenzi tal-kriżi li huma relatati mas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali: ir-riskju ta' infezzjoni, riskji addizzjonali li ħarġu minħabba prattiki ġodda tax-xogħol, riskji ergonomiċi u psikosoċjali tat-telexogħol, riskju dejjem akbar ta' vjolenza u fastidju fuq ix-xogħol, ammont kbir ta' xogħol, u diskriminazzjoni. Hemm bżonn li jinħolqu sistemi tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali reżiljenti permezz ta' djalogu soċjali li "*joħloq pedament b'saħħtu għall-bini tar-reżiljenza u l-inkoraġġiment tal-impenn mill-impjegaturi u mill-ħaddiema għall-politika u l-miżuri prattiċi meħtieġa*" (ILO, 2021). Mingħajr l-involviment tal-ħaddiema, il-proċess ma jistax jiġi introdott u fl-istess ħin l-involviment ma jistax jinkiseb mingħajr komunikazzjoni effettiva.

It-tieni element huwa kif il-markar tal-impjegaturi u l-ġestjoni tar-reputazzjoni saru forma ta' komunikazzjoni bejn l-organizzazzjonijiet u l-ambjent tagħhom – prinċipalment impjegati potenzjali u eżistenti. Bil-popolarità dejjem tiżdied tas-siti ta' klassifikazzjoni, ħafna kumpaniji ntebħu bil-ħtieġa li jimmaniġġjaw il-marka tagħhom billi ħolqu kontijiet uffiċjali u jwieġbu għal evalwazzjonijiet negattivi mogħtija minn (eks-) impjegati. Speċjalment issa, fi żmien ta' kriżi, din il-forma ta' komunikazzjoni hija importanti ħafna biex jinżamm il-moral, jiġi evitat il-fatturat mhux mixtieq tal-impjegati u tiġi żgurata okkupazzjoni kostanti. Reazzjoni ta' organizzazzjoni għal kwalunkwe tip ta' kriżi hija sinjal mibgħut lil gruppi differenti tal-partijiet ikkonċernati tagħha dwar il-kundizzjoni, il-valuri u l-effettività tagħha. B'mod sinifikanti, ir-riċerka tindika li dawk li qed ifittxu impjieg kienu qed josservaw kif il-kumpaniji mmaniġġjaw u mexxew l-impjegati tagħhom matul il-kriżi tal-COVID-19. Kif jindikaw l-ispeċjalisti tar-riżorsi umani, "*it-twettiq ta' affarijiet li mhumiex iċċentrati fuq in-nies se jdgħajjef il-messaġġi tal-marka tal-impjegatur. Wasal iż-żmien għal stejjer ta' ispirazzjoni, informazzjoni u gwida għal gruppi ta' udjenzi differenti*" (Maurer, 2020). Jista' jiġi osservat li xi kumpaniji diġà fehmu l-ħtieġa li jfasslu mill-ġdid l-istrateġija ta' komunikazzjoni tagħhom minħabba l-kriżi. Hemm xi regoli ta' komunikazzjoni effettiva fil-kriżi li wrew li kienu effettivi u introdotti minn komunikaturi f'każ ta' kriżi (Mendy *et al.* 2020):

1. Agħti lin-nies dak li jeħtieġu, meta jkollhom bżonn.
2. Ikkomunika b'mod ċar, sempliċi u ta' spiss.
3. Agħżel is-sinċerità minflok il-kariżma.
4. Agħti ħajja mill-ġdid lir-reżiljenza.
5. Sib ir-raġuni mill-kaos.

Kaxxa 2. Regoli biex tiżdied l-effettività tal-markar tal-impjegaturi fil-kriżi

Billi titqies is-sitwazzjoni attwali kkawżata mill-pandemija tal-COVID-19, l-importanza tas-saħħa u s-sikurezza okkupazzjonali fl-organizzazzjonijiet, u x-xejriet diskussi, jistgħu jiġu fformulati r-regoli li ġejjin biex tiżdied l-effettività tal-markar tal-impjegaturi, u b'riżultat ta' dan jiġi attirat persunal ġdid:

1. Impjegati u gruppi oħra ta' partijiet ikkonċernati għandhom jiġu assigurati dwar is-sikurezza tax-xogħol fi ħdan l-organizzazzjoni. Minħabba li s-saħħa u sikurezza okkupazzjonali hija fost l-ogħla prijoritajiet bħalissa, in-nies għandhom jiġu infurmati dwar il-miżuri tas-sikurezza fi ħdan l-organizzazzjoni u għandhom jiġu pprovduti b'informazzjoni li biha jħossu sens aktar profond ta' skop u stabbiltà.
2. Matul pandemija, in-nies ma jistgħux jassorbu l-informazzjoni b'mod effettiv bħal f'ċirkostanzi "normali". Din hija r-raġuni għaliex huwa importanti li jintużaw il-mezzi kollha disponibbli biex tintbagħtilhom informazzjoni dwar il-passi meħuda biex l-impjegati jinżammu sikuri u b'saħħithom. Dan l-aspett għandu jiġi enfasizzat fil-komunikazzjoni, billi jintuża mhux biss it-test, iżda wkoll l-istampi u l-kuluri adegwati.
3. Il-fiduċja lejn l-organizzazzjoni għandha tinbena wkoll bl-użu ta' mezzi differenti. Kampanji ta' promozzjoni ta' kummerċjalizzazzjoni virali tal-impjegaturi li jippreżentaw sitwazzjonijiet ta' kuljum jistgħu jgħinu biex jintwera li dak li huwa miktub fid-dikjarazzjonijiet uffiċjali huwa introdott ukoll fil-prattiki ta' kuljum fl-organizzazzjoni.
4. Miżuri ta' prevenzjoni tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali bħal linji gwida, taħriġ u forom differenti ta' appoġġ iġiegħlu lin-nies iħossuhom integrati u kunfidenti u jżidu l-livell ta' fiduċja tagħhom lejn l-organizzazzjoni. Ir-rabtiet komunali għandhom jissaħħu biex terġa' tinkiseb il-fiduċja.
5. In-nies jassorbu ammont kbir ta' informazzjoni kuljum. Sabiex jiġi żgurat markar tal-impjegaturi effettiv, l-organizzazzjoni għandha titqies mir-riċevituri tal-messaġġi tagħhom bħala sors affidabbli u stabbli ta' informazzjoni siewja, li tipprovdi għarfien u fehim tal-proċessi li qed iseħħu fl-inħawi tagħhom.

Fir-rigward tal-komunikazzjoni, jista' jiġi osservat li matul il-pandemija, il-kontenut tal-messaġġ fi ħdan il-markar tal-impjegatur inbidel. Pereżempju, il-posts fuq LinkedIn li dan l-aħħar kienu l-aktar popolari ta' spiss użaw il-kliem li ġej: is-saħħa, l-għajnuna, in-nies, l-impjegati, l-appoġġ u t-tbegħid soċjali. F'Marzu 2020, 25 % tal-karigi fuq LinkedIn semmew il-COVID-19, u 15 % kienu relatati ma' xogħol mill-bogħod. Dawn iż-żewġ suġġetti kienu l-aktar popolari (Connaughton u Lewis, 2020).

Minħabba l-pandemija u d-diġitalizzazzjoni, is-suq tax-xogħol għadda minn bidliet sinifikanti, speċjalment fir-rigward tar-reklutaġġ u tal-impjiegi. Ir-riżultati tar-riċerka invokati jappoġġaw ir-rakkomandazzjoni li jinbnew strateġiji ta' markar tal-impjegaturi bl-inklużjoni ta' aspetti tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali biex jiġi reklutat talent ġdid b'mod aktar effettiv.

Konklużjonijiet

Abbażi tar-riżultati tar-riċerka u d-diskussjoni mwettqa fit-taqsimiet preċedenti, jista' jitqies li l-politiki u l-prattiki tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali ġew affettwati mill-pandemija tal-COVID-19, u għalhekk saru aktar importanti biex jiġi attirat persunal ġdid. Firxa wiesgħa ta' azzjonijiet imwettqa biex jipproteġu lill-ħaddiema u lill-familji tagħhom, jipprevjenu u jimminimizzaw il-konsegwenzi negattivi tal-lockdowns u ta' forom alternattivi ta' xogħol, bidlu b'mod definittiv il-perċezzjoni u l-importanza tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fl-ambjent tax-xogħol, u għenu biex tiġi ttestjata l-effettività tas-soluzzjonijiet użati s'issa. Is-sitwazzjoni l-ġdida rawmet lill-organizzazzjonijiet biex jintroduċu strateġiji ta' reklutaġġ ġodda u aktar effettivi biex jirrispondu għall-aspettattivi ta' gruppi differenti ta' partijiet ikkonċernati, li għalihom is-saħħa u s-sikurezza huma parti mit-tħassib ewlieni.

Fil-qosor, ġew ifformulati r-**rakkomandazzjonijiet** li ġejjin.

1. Is-suq tax-xogħol għaddej minn bidliet sinifikanti. In-nies li jaħdmu għadhom mhumiex qed ifittxu impjieg b'mod attiv, iżda meta s-sitwazzjoni tistabbilizza, it-tfittxija għal impjiegi ġodda tista' tiżdied. Xi nies bdew jiddefinixxu ħajjithom mill-ġdid u jistgħu jkunu jixtiequ jintroduċu bidliet. Ir-riżultati tar-riċerka invokati jindikaw li l-proċess diġà beda. L-akkwist ta' talent ġdid u ż-żamma tal-persunal dalwaqt jistgħu jsiru ta' sfida, speċjalment għal dawk li għandhom il-ħiliet diġitali, li issa jitqiesu l-aktar importanti. L-attirar ta' talent ġdid dejjem ġie perċepit bħala wieħed mill-vantaġġi kompetittivi ewlenin, iżda malajr jista' jsir wieħed aktar importanti, għalhekk l-organizzazzjonijiet għandhom iħejju ruħhom għas-sitwazzjoni l-ġdida. In-numri dejjem jiżdiedu ta' (eks-) impjegati li jużaw bords tal-impjiegi u siti ta' klassifikazzjoni tal-kumpaniji biex iħallu evalwazzjonijiet pożittivi u negattivi wasslu lill-kumpaniji biex ikollhom għarfien espert tal-ġestjoni tar-reputazzjoni, jiddefinixxu mill-ġdid l-istrateġiji tagħhom tal-markar tal-impjegaturi u jfittxu modi ġodda biex jinkoraġġixxu l-promozzjoni tal-impjegati. L-użu tal-markar tal-impjegaturi u l-immaniġġjar tar-reputazzjoni biex l-impjegati u l-kandidati jiġu pprovduti b'informazzjoni differenti dwar is-saħħa u s-sikurezza tagħhom mhux biss fuq il-post tax-xogħol, iżda wkoll fil-ħajja ta' kuljum tagħhom, jista' jsir kruċjali. Il-kura u l-appoġġ lejn l-impjegati u l-kandidati jgħinu biex jintlaħqu l-għanijiet tal-istrateġija dwar il-markar korporattiv. Barra minn hekk, l-importanza, l-użu u l-ġestjoni dejjem akbar tal-bords tal-impjiegi u s-siti ta' klassifikazzjoni bħala parti mill-markar tal-impjegaturi jistgħu fil-futur jipprovdu l-opportunità biex l-atturi tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali jinvolvu ruħhom ma' dawn l-organizzazzjonijiet sabiex jagħtu viżibbiltà akbar lill-aspetti tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fil-proċess tar-reklutaġġ.
2. Id-diġitalizzazzjoni bidlet ir-reklutaġġ. Hekk kif ġenerazzjonijiet ġodda jidħlu fis-suq tax-xogħol, il-bidliet se jkomplu. Il-komunikazzjoni online relatata max-xogħol hija ġeneralment marbuta mal-benesseri tal-impjegati. Barra minn hekk, l-affiljazzjoni ma' organizzazzjoni tinfluwenza kif l-impjegati jipperċepixxu lilhom infushom u l-identità soċjali tagħhom. It-tendenza li jiġu kondiviżi aspetti differenti tal-ħajja ta' kuljum (inkluża l-ħajja tax-xogħol) fuq il-midja soċjali llum hija b'saħħitha ħafna, u għalhekk għandha tintuża fi strateġiji ta' markar tal-impjegaturi (fil-forma ta' kampanji ta' kummerċjalizzazzjoni virali, testimonjanzi, eċċ.). Il-kandidati għandhom ikunu evalwati sew u jiġu kkuntattjati b'messaġġi attraenti, inklużi miżuri meħuda fi ħdan l-organizzazzjonijiet li jgħinu fil-prevenzjoni tar-riskji u l-perikli, u jappoġġaw il-benesseri tal-impjegati. Il-komunikazzjoni ma għandhiex tkun ibbażata biss fuq il-pubblikazzjoni ta' dikjarazzjonijiet u politiki, iżda prinċipalment fuq testimonjanzi u rakkomandazzjonijiet, kif ukoll fuq l-esperjenzi tal-impjegati u forom oħra ta' promozzjoni. Il-kumpaniji li jixtiequ jattiraw il-kandidati għandhom jirrealizzaw li l-involviment tal-impjegati huwa element ewlieni tal-markar tal-impjegatur u mingħajru l-istrateġija se tkun diffiċli biex tiġi introdotta u mhux se titqies bħala affidabbli mill-partijiet ikkonċernati.
3. Iż-żieda fid-diġitalizzazzjoni diġà bidlet l-ambjent tax-xogħol ta' ħafna impjegati u żgur li se tkompli tibdlu fil-futur. Uħud mill-aħħar pubblikazzjonijiet tal-EU-OSHA (EU-OSHA, 2021b; EU-OSHA,

2021c; EU-OSHA, 2021d) jiddiskutu l-problemi tal-impjegati kkawżati minn xogħol sedentarju li jinkludu: sigħat tax-xogħol twal; kwistjonijiet ta' bilanċ bejn ix-xogħol u l-ħajja privata; żieda fid-disturbi muskoloskeletali kkawżati minn kundizzjonijiet tax-xogħol mhux flessibbli; u speċjalment il-pressjoni tal-prestazzjoni li qed tikber mill-evalwazzjoni elettronika u mill-monitoraġġ tax-xogħol (sensuri u algoritmi), riskji f'termini ta' ċibersigurtà u kwistjonijiet ta' privatezza. Dawn jindikaw ukoll opportunitajiet li jeżistu minħabba d-diġitalizzazzjoni għal gruppi ta' persuni vulnerabbli, ħaddiema anzjani, ħaddiema b'diżabilità u dawk bi dmirijiet ta' kura fid-dar. Iż-żieda fid-diġitalizzazzjoni u l-konsegwenzi tagħha f'aspetti differenti ċertament se jkunu ta' ispirazzjoni għal ħafna diskussjonijiet u riċerka. Madankollu, jista' jingħad mingħajr ebda dubju li aktar ma l-pożizzjonijiet tax-xogħol jiġu diġitalizzati, aktar se tikber is-sinifikanza tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali.

4. Il-pandemija tal-COVID-19 dgħajfet is-sens ta' kompjaċenza u ta' sigurtà. Is-sikurezza (inkluża s-sikurezza fuq il-post tax-xogħol) u s-saħħa saru kwistjonijiet kruċjali għal ħafna nies. Għalhekk, huwa importanti li tinħoloq jew tinbena mill-ġdid il-kultura kollha tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali fl-organizzazzjonijiet biex tiġi enfasizzata l-kura għall-impjegati u l-benesseri tagħhom. Diġà ġie ppruvat li ambjent tax-xogħol sikur iżid il-parteċipazzjoni tal-impjegati. Mingħajru, l-introduzzjoni ta' kwalunkwe programm ta' promozzjoni tal-impjegati mhux se tkun possibbli. Konsegwentement, wieħed jista' jara li l-aspetti tas-saħħa u sikurezza okkupazzjonali ikkomunikati fil-markar tal-impjegatur qed isiru l-elementi ewlenin fil-proċess li jiġi attirat persunal ġdid.

Awtur: Katarzyna Lazorko, Fakultà tal-Immaniġġjar, Università tat-Teknoloġija ta' Czestochowa, (il-Polonja).

Immaniġġjar tal-proġett: Annick Starren, Kate Palmer, Aġenzija Ewropea għas-Sigurtà u s-Saħħa fuq il-Post tax-Xogħol, (EU-OSHA).

Dan id-dokument ta' diskussjoni kien ikkummissjonat mill-Aġenzija Ewropea għas-Sigurtà u s-Saħħa fuq il-Post tax-Xogħol (EU-OSHA). Il-kontenut tiegħu, inkluż kwalunkwe opinjoni u/jew konklużjoni espressi, huma dawk tal-awturi biss u mhux neċessarjament jirriflettu l-fehmiet tal-EU-OSHA.

©Aġenzija Ewropea għas-Sigurtà u s-Saħħa fuq il-Post tax-Xogħol, 2022

Traduzzjoni pprovduta miċ-Ċentru ta' Traduzzjoni (CdT, Lussemburgu), bbażata fuq test oriġinali bl-Ingliż.

6. Referenzi

Aaker, D. (2002). *Building Strong Brands*. Free Press.

Alexander, E. C., Mader D. R. D. u Mader, F. H. (2019). Using social media during the hiring process: A comparison between recruiters and job seekers. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. *1*(29): 78-87.

Allal-Chérif, O., Aránega, A. u Sánchez, R. C. (2021). Intelligent recruitment: How to identify, select, and retain talents around world using artificial intelligence. *Technology Forecasting & Social Change* (169). http://www.sciencedirect.com/science/journal/00401625

Anderson, B. M. (2020a). *The most in-demand hard and soft skills of 2020.* LinkedIn. https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-strategy/linkedin-most-in-demand-hard-and-soft-skills

Anderson, B. M. (2020b). *New LinkedIn data shows that job seeker interest is shifting to small businesses*. LinkedIn. https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-strategy/data-shows-job-seeker-interest-shifting-to-small-and-medium-businesses

Botella-Carrubi, D., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R. u Jabaloyes-Vivas, J. M. (2021). Employer branding factors as promoters of the dimensions of employee organizational commitment. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. *34*(1), 1836-1849.

Carlsson-Szlezak, P., Swartz, P. u Reeves, M. (2020). Why the global economy is recovering faster than expected. *Harvard Business Review*. https://hbr.org/2020/11/why-the-global-economy-is-recovering-faster-than-expected

Clement, J. (2017). Most common sources of candidates to gather information before applying to jobs as of April 2017. https://www.statista.com/statistics/250165/job-seeker-information-sources

Connaughton, S. u Lewis, G. (2020). *Data shows how coronavirus has influenced employer branding*. LinkedIn. https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-acquisition/data-shows-how-coronavirus-has-influenced-employer-branding

Delgado, M. (2018). *What do job seekers want in a new role?* Clutch. https://clutch.co/hr/recruiting/resources/what-job-seekers-want

Deloitte. (2017). *Your candidate experience. Creating an impact or burning cash?* https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/human-capital/us-human-capital-your-candidate-experience-creating-an-impact-or-burning-cash.pdf

Dominique-Ferreira, S., Queirós, B. u Braga, R. J. (2021). Personal marketing and the recruitment and selection process: Hiring attributes and particularities in tourism and hospitality, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. https://www.researchgate.net/publication/348977064_Personal_marketing_and_the_recruitment_and_selection_process_Hiring_attributes_and_particularities_in_tourism_and_hospitality

Dondi, D., Kiler, J., Panier, F. u Schubert, J. (2021). Defining the skills the citizens will need in future world of work. https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/defining-the-skills-citizens-will-need-in-the-future-world-of-work

ERIN, (2021). Employee referral statistics you need to know for 2021. https://erinapp.com/wp-content/uploads/2021/03/INFOGRAPHIC-2021-1.png

EU-OSHA. (2019a). Id-diġitalizzazzjoni u s-saħħa u s-sikurezza okkupazzjonali - Programm ta' riċerka tal-EU-OSHA. https://osha.europa.eu/en/publications/digitalisation-and-occupational-safety-and-health-eu-osha-research-programme.

EU-OSHA. (2021a). L-impatt tal-intelliġenza artifiċjali fuq is-saħħa u s-sikurezza okkupazzjonali. Noti dwar il-politika. https://osha.europa.eu/en/publications/impact-artificial-intelligence-occupational-safety-and-health/view

EU-OSHA. (2021b). Id-diġitalizzazzjoni tax-xogħol: Fatturi ta' riskju psikosoċjali u mard muskoloskeletali relatat max-xogħol. https://osha.europa.eu/en/publications/digitalisation-work-psychosocial-risk-factors-and-work-related-musculoskeletal

EU-OSHA. (2021c). Xogħol fuq pjattaforma diġitali u s-sigurtà u s-saħħa fuq il-post tax-xogħol: Rieżami. https://osha.europa.eu/en/publications/le-travail-sur-plateformes-numeriques-et-la-sante-et-la-securite-au-travail-analyse

EU-OSHA. (2021d). It-telexogħol u r-riskji tas-saħħa fil-kuntest tal-pandemija tal-COVID-19: Evidenza mill-implikazzjonijiet ta' fuq il-post u tal-politika. https://osha.europa.eu/en/publications/telework-and-health-risks-context-covid-19-pandemic-evidence-field-and-policy-implications

EU_OSHA (2022), *Ir-robotika avvanzata, l-intelliġenza artifiċjali u l-awtomatizzazzjoni tal-kompiti: definizzjonijiet, użi, politiki u strateġiji u sigurtà u saħħa fuq il-post tax-xogħol*, 2022. Disponibbli fuq: https://osha.europa.eu/sites/default/files/2022-04/Advanced%20robotics_AI_based%20systems.pdf),

Felknor, S. A., Streit, J. M. K., Chosewood, L. C., McDaniel, M., Schulte, P. A. u Delclos, G. L. (2020). How will the future of work shape the OSH professional of the future? A Workshop Summary. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. *17*(19), 7154.

Glassdoor. (2018). *Glassdoor study reveals what job seekers are looking for*. Glassdoor. https://www.glassdoor.com/employers/blog/salary-benefits-survey/

Glassdoor. (2019). *What is employer branding?* Glassdoor. https://www.glassdoor.com/employers/what-is-employer-branding/

Glint. (2021). Employee wellbeing report. https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions/resources/pdfs/employee_well_being_report_september_2021_final.pdf

HBR. (Marzu-April 2021). Reengineering the recruitment process, Harvard Business Review: 17-21. https://hbr.org/2021/03/reengineering-the-recruitment-process

HR Research Institute (2020). *The future of talent acquisition in uncertain times*. HR.com. https://erinapp.com/wp-content/uploads/2020/09/The_Future_of_Talent_Acquisition_2020_Infographic_hrdotcom_Erin.pdf

ILO. (2021). Pandemic impact highlights need for resilient Occupational Safety and Health systems. https://www.ilo.org/asia/media-centre/news/WCMS_782022/lang--en/index.htm

Indeed. (2021a). 14 common qualities employers are looking for. https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/qualities-employers-want

Indeed. (2021b). 9 Qualities of a Good Employee. https://www.indeed.com/career-advice/career-development/good-employee-qualities

Jobvite. (2019). Job seekers national survey. The strength of the job market in one-sided. https://www.jobvite.com/wp-content/uploads/2019/04/2019_Job_Seeker_Nation.pdf

Kirovska, Z., Josimovski, S. u Kiselicki, M. (2020). Modern trends of recruitment – Introducing the concept of gamification. *Journal of Sustainable Development*. *10*(24): 55-65.

Kitto, K. (2021). Employee wellbeing report: Most people don't see a path forward for internal mobility. https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-management/employee-wellbeing-report

Kolasa, M. (2021). Employee advocacy in the service of employer branding. https://talentplace.pl/blog/dla-pracodawcow/employee-advocacy-w-sluzbie-employer-brandingu

Konkel, A. E. (2021). *Job postings requiring vaccination soar.* Indeed Hiring Lab. https://www.hiringlab.org/2021/09/09/job-postings-requiring-vaccination-soar/

Korn, O., Brenner, F., Börsig, J., Lalli, F., Mattmüller, M. u Müller, A. (2017). *Defining recrutainment: A model and a survey on the gamification of recruiting and human resources*. Springer.

Lewis, G., Knudsen, E. u Huang, Y. (2021). *Stressed employees browse new jobs, unsupported employees actually apply.* LinkedIn. https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-strategy/stressed-employees-browse-unsupported-employee-apply

LinkedIn. (2020). The fastest-growing jobs in the world. https://business.linkedin.com/talent-solutions/emerging-jobs-report?trk=bl-po_fastest-growing-jobs-2019#all

Maurer, R. (2020). Managing employer brand during Covid-19 outbreak. https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/talent-acquisition/pages/managing-employer-brand-during-covid19-outbreak.aspx

McKeon, K. (2020). *How to develop and employer branding strategy in 2020.* The Manifest. https://themanifest.com/digital-marketing/employer-branding-strategy-2020

Mendy, A., Steward, M. L. u VanAkin, K. (2020). A leader's guide: Communicating with teams, stakeholders and communities during COVID-19. https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/a-leaders-guide-communicating-with-teams-stakeholders-and-communities-during-covid-19

ML6. (2021). What candidates want from employers in 2021. https://ml6.ca/what-candidates-want-from-employers-in-2021/

Patnaik, A. (2021). *Employer branding: Emerging trends in the COVID era*. People Matters. https://www.peoplemattersglobal.com/article/employer-branding/employer-branding-emerging-trends-in-the-covid-era-29149

Pilurzu, L. (2019). *7 stunning employer branding facts you need to know*. HRM Info. https://blogs.hrminfo.eu/2019/11/22/7-stunning-employer-branding-facts-you-need-to-know/

Qualtrics. (2020). The other COVID-19 crisis: Mental health. https://www.qualtrics.com/blog/confronting-mental-health/

Rowe C. (2019). 9 elements of a website that converts job seekers into applicants. https://www.business2community.com/human-resources/9-elements-of-a-website-that-converts-job-seekers-into-applicants-02207858

Sakka, G. u Ahammad, M. F. (2020, Ottubru). Unpacking the relationship between employee brand ambassadorship and employee social media usage through employee wellbeing in workplace: A theoretical contribution. *Journal of Business Research. 119*, 354-363. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320301995

Sivertzen, A. M., Nilsen, E. R. u Olafsen, A. H. (2013). Employer branding: Employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product & Brand Management*. *22*(7): 473–483. 10.1108/JPBM-09-2013-0393.

Dipartiment tar-Riċerka Statista. (2020). Effectiveness of recruitment channels worldwide in 2018, by effectiveness score. https://www.statista.com/statistics/881148/effectiveness-of-recruitment-channels-worldwide/

Dipartiment tar-Riċerka Statista. (2021). Online and social media recruiting – Statistics & facts. https://www.statista.com/topics/2727/online-recruiting/

Suciu, G., Pasat, A. u Vasilescu, C. (2019). Novel artificial intelligence technologies for enhanced recruitment campaigns using social media. *The International Scientific Conference eLearning and Software for Education*. 3, 232–239.

Van den Berg, A. C. u Verhoeven, J. W. M. (2017). Understanding social media governance: Seizing opportunities, staying out of trouble. *Corporate Communications*: *An International Journal*. *22*(1): 149-164.

Waasdorp, G. J. (2021). *The 10 most important recruitment trends for the future*. ToTalent. https://totalent.eu/the-10-most-important-recruitment-trends-for-the-future/

Wiliam, R. P. u Regina, K. (2020). *An empirical research on the perception of job seekers towards the use of e-recruitment in Chennai. Journal of Contemporary Issues in Business and Governmen*t. *26(2): 999-1006.*

Zacny, B., Kania, K. and Sołtysik, A. (2019). Stosunek potencjalnych kandydatów do wykorzystania danych z mediów społecznościowych i narzędzi AI w procesie rekrutacji [Attitudni ta' kandidati potenzjali għall-użu ta' *data* minn għodod tal-midja soċjali u tal-IA fil-proċess ta' reklutaġġ]. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi. 5*(130): 39-55.

Zhang, J. (2021). *Out of office: Job seeker interest in remote work persists, up 360%*. Glassdoor. https://www.glassdoor.com/research/remote-job-search-aug-2021/

Ziesing, J. (2013). Online recruitment: Match me if you can. Potential Park's Online Talent Communication Study (OTaC). Potential Park. http://www.potentialpark.com/wpcontent/uploads/2013/02/OTaC-2013-Global-Results-Release.pdf

Zojceska, A. (2018). *15 new recruiting trends you should implement in 2021.* TalentLyft. https://www.talentlyft.com/en/blog/article/87/15-new-recruiting-trends-you-should-implement-in-2021