

Христова, Мариета. **Политики за виртуализация на институционалните участници на пазара на труда.** В: „Преструктуриране на политическото и идеологическото пространство в България, Европа и Света”. Издателски комплекс – УНСС, С., 2015, с. 171-179.

## ПОЛИТИКИ ЗА ВИРТУАЛИЗАЦИЯ НА ИНСТИТУЦИОНАЛНИТЕ УЧАСТНИЦИ НА ПАЗАРА НА ТРУДА

*д-р Мариета Христова*

Катедра „Икономическа социология”, УНСС

## POLITICS OF VIRTUALIZATION OF INSTITUTIONAL ACTORS IN THE LABOR MARKET

*Marieta Hristova, Ph.D.*

Department „Economic Sociology”, UNWE

### Анотация

В доклада е представено едно от конкретните измерения на функционирането на виртуалния пазар на труда в България и трансформацията на властта. Търси се отговор не на въпроса дали институционалните участници на пазара на труда се включват във виртуалното пространство, а дали могат да използват новите технологии креативно, за да модернизират начина си на действие и да се „възродят” в новата икономика, т.е. доколко и как техните политики в тази насока съответстват на реалните потребности. Аргументира се твърдението, че е нужна стратегия за внедряване, използване и разширяване на информационните и комуникационните технологии (ИКТ) в дейността на институционалните участници на пазара на труда, както и

търсене на начини не само как да се правят старите неща по нов начин, но и как да се правят наистина нови неща. Уеб-присъствието на институционалните участници на пазара на труда се разбира като съвкупност от процесите по информиране, комуникиране и осигуряване на потенциални и реални възможности за осъществяване на форми на взаимодействие между организацията и потребителите ѝ при реализирането на потребностите и интересите им. Аргументите са на базата на получени резултати от изработен и приложен методически инструмент за измерване на уеб-присъствието на институционалните участници на пазара на труда, както и на информация от проведени дълбочинни интервюта с представители на участниците.

**Ключови думи:** *виртуално пространство, уеб-присъствие, виртуален пазар на труда, институционални участници на пазара на труда, стратегия за внедряване, използване и разширяване на ИКТ.*

### Abstract

The report presents one of the specific aspects of the functioning of the virtual labor market in Bulgaria and the transformation of power. The research question is not whether the institutional actors in the labor market are included in the virtual space, but whether they can use the new technology creatively to modernize the way they operate and to „revive” in the new economy, i.e. whether and how their policies in this area correspond to the real needs. It is argued that a strategy to implement, use and expansion of ICT in the activities of institutional participants in the labor market is required, as well as looking for ways not only how to do old things in new ways, but also how to make really new things. The Web presence of institutional actors in

the labor market is understood as a set of processes of information, communication and the provision of real and potential opportunities for the realization of forms of interaction between the organization and its users in the realization of their needs and interests. It is argued that the web presence of institutional actors in the labor market is the first prerequisite for participation in the distribution of power between these participants. The arguments are based on results obtained from developed and applied methodological tool for measuring web-presence of institutional actors in the labor market, as well as information from in-depth interviews with representatives of the institutional actors.



**Key words:** *virtual space, web-presence, virtual labour market, the institutional actors in the labor market, a strategy to implement, use and expansion of ICT.*

Използването на новите информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в съвременния живот води до промени във всички основни сфери на обществото. С развитието на технологиите се променя и създаването, разпространението, достъпността и използването на информацията и знанието.

България е една от първите страни в Европа, която през 1999 г. приема Стратегия и Национална програма за развитие на информационното общество. В тези документи „информационното общество“ се определя като „общество с качествено нова структура, организация и обществени отношения, основани на глобалния достъп и използване на информационни и комуникационни мрежи и услуги без национални, географски или други ограничения за обмен на информация, научни, духовни, културни и други постижения“.<sup>1</sup>

В анализа по изпълнението на *Националната програма за ускорено развитие на информационното общество 2008-2010* са констатирани редица проблеми,<sup>2</sup> но това не променя факта, че виртуалното пространство в България възниква, развива се и може да се разглежда в зависимост от основните социални агенти и техните способности за използване на ИКТ, както и действителната употреба на новите технологии и най-вече ползването на интернет във всекидневните им дейности с другите.

В този доклад акцентът е върху партньорите в социалния диалог, тъй като в Лисабонската стратегия на тях е отредена решаващата роля в управлението на прехода към икономика и общество на познанието. „Икономиката на познанието трябва да черпи импулси от ефикасен социален диалог“.<sup>3</sup> Аспектите на икономиката на познанието, в които трябва да насочат своите усилия социалните партньори, са преди всичко: усвояването на знания през целия живот, годността за трудова заетост, социалното приобщаване и новите форми на участие на работниците и служителите, в т.ч. схемите за участие в собствеността.

## **Присъствие на институционалните участници във виртуалното пространство**

За целите на настоящия анализ ще разбираме уеб-присъствието на институционалните участници на пазара на труда като съвкупност от процесите по информиране, комуникиране и осигуряване на потенциални и реални възможности за осъществяване на форми на взаимодействие между организацията и потребителите ѝ при реализирането на потребностите и интересите им. Присъствието им е измерено чрез степента, в която те са се включили и участват в това пространство и е оценено чрез изградените към 5 юли 2014 г. уеб-сайтове и предлагани електронни услуги от съответните участници.

Търси се отговор не на въпроса дали институционалните участници на пазара на труда се включват във виртуалното пространство, а дали могат да използват новите технологии креативно, за да модернизират начина си на действие и да се „възродят“ в новата икономика<sup>4</sup>, т.е. доколко и как техните политики в тази насока съответстват на реалните потребности. Нужна е стратегия за внедряване, използване и разширяване на ИКТ в дейността на институционалните участници на пазара на труда, както и търсене на начини не само как да се правят старите неща по нов начин, но и как да се правят наистина нови неща.

За да се отговори на този въпрос, е направена проверка на някои хипотези и предположения от типа на:

- Има ли значими разлики в използването на ИКТ и интернет в зависимост от участника и интересите, които той представлява и защитава?
- До каква информация от сайта на съответния участник има достъп интернет потребителят?
- Предлагат ли се чрез уеб-сайтовете на тези участници електронни услуги и какви са те?
- Какви виртуални взаимодействия със съответните институционални участници са потенциално и реално възможни и с каква цел?

Обект на настоящия анализ е съдържанието на уеб-сайтовете<sup>5</sup> на няколко институционални участника:

- МТСП и АЗ като държавни институционални посредници на пазара на труда и като разполагащи с най-значителна власт в това социално-икономическо поле, с преки потребители на предоставяната от тях информация – безработните лица в България, и непряки потребители – работещите, работодателите. Към тази група подобекти е включена и уеб-страницата на мрежата ЮРЕС<sup>6</sup>.
- КНСБ и КТ „Подкрепа” като синдикални организации – потребители на информацията, която те предоставят, са както синдикалните им членове, така и всеки работещ, който е повлиян от тяхната дейност.
- АИКБ, БСК, БТПП, КРИБ, ССИ, БСЧП „Възраждане”<sup>7</sup> като работодателски организации – преки потребители на информацията, която се предоставя от тези организации, са на първо място членовете им, както и всички останали потенциални бизнес субекти, чиято бизнес дейност е повлияна до някаква степен от дейността на работодателските организации.

За съставяне на оценка на уеб-присъствието в Мрежата е разработен инструмент за измерване на интересуващите ни променливи.

При избора на индикаторите за оценка на уеб-присъствието на посочените институционални участници във виртуалното пространство са взети предвид: 1) тяхната институционална същност; 2) целевите групи, към които е насочена дейността им; 3) спецификите на задачите, които си поставят чрез собствените уеб-сайтове; 4) електронните услуги, които предлагат; 5) възможностите за виртуално взаимодействие, което осигуряват; 6) посоката и времето, в което се осъществява това взаимодействие. За целта е направен обзор на литературата по съставяне на индекси и оценки на уеб-сайтове в публичния и частния сектор<sup>8</sup>. Избрани са 5 основни индикатора, със съответни показатели и критерии.

Всички изследвани институционални участници на пазара на труда имат уеб-сайтове. При част от тях (АЗ, КНСБ, КТ „Подкрепа”, АИКБ, КРИБ, ССИ) обаче няма засилено онлайн присъствие. За привличане на повече потребители количеството и качеството на предлаганата информация от отделните организации на техните уеб-сайтове трябва да се допълни и систематизира, като по този начин ще се улесни и нейната достъпност. Възможността за обратна връзка чрез персонализирани имейли, анкети, форуми пък повишава доверието на същите тези потребители.

За да се постигне максимална ефективност, сайтовете трябва да имат карта на сайта или азбучен показател, а също и меню, което да се адаптира според нуждите на потребителите, тъй като такива елементи почти няма в момента. Сайтовете трябва да са достъпни както за чужденци, така и за специфични групи – хора с увреждания, хора с достъп от мобилен телефон и др.

Наличието на чуждоезикови версии на сайта е препоръчително, при положение, че в световното виртуално пространство е налице доминация на английския език. Аудиторията в уеб-

мрежата е глобална, затова езиковите версии на интернет страниците задължително трябва да включват английски език. При това не само за началната страница, но и за определени секции от веб-сайта. Половината от разгледаните сайтове има какво да направят в тази посока. Сайтовете на синдикалните организации нямат дори бутони за другоезична версия, при положение, че са членове на европейската и международната конфедерация на профсъюзите. В сайта на Министерството на труда и социалната политика и Агенцията по заетостта бутоните за английска версия не работят. Това предполага, че двете институции или нямат политика по отразяване на тяхната дейност и на чужд език (тъй като в сайтовете им се появява навременна актуална информация за конкретни събития и мероприятия, които организират), или това отразяване не е приоритет за тях.

Актуалната и изчерпателна информация, предоставена от една организация, е най-търсената услуга от интернет потребителите. Информационното съдържание на сайтовете е и най-важния фактор в измерването на потребителната стойност. Доброто съдържание е актуалното, интересното, съобразено с аудиторията. То трябва да е разработено специално за сайта, а не да е заимствано от други сайтове. Разглежданите организации са възприели това разбиране при разработването на сайтовете си.

Полезността на информацията показва доколко организацията възприема веб-сайта като средство за оптимизиране на дейността си и въвличане на потребителите на информацията в начална степен на електронни отношения.

Публикуването на формуляри в електронен вид, като възможност за създаване на култура за използване на интернет като среда за комуникация с дадена организация, е направено от всички организации. Обратната връзка за подаването на тези формуляри е различно за различните организации.

Всяка една от разглежданите организации предоставя информация за структурата, историята, ръководството си, както и информация за връзка със самата организация.

Наблюдават се три модела на описание на информацията за услугите, които организацията предлага или предоставя. Първият модел е изчерпателна обща информация, както и описание на отделните предлагани и предоставяни услуги, в допълнение с посочени контакти на екипа, който ги осъществява (БСК и БТПП). Вторият модел е предоставяне на информация за услугите в общото описание на структурата на организацията (АЗ, ЮРЕС, КНСБ) или непълна информация за предоставяните услуги (АИКБ и КРИБ). Третият модел е липса на всякаква информация за предоставяните услуги от организацията (КТ „Подкрепа”, ССИ, БСЧП „Възраждане”).

По подобен начин стоят нещата с предоставяната информация за ръководството на организацията. Първият модел е изчерпателна информация, която включва биография на всеки от ръководството на организацията и контакти – адрес, телефон, имейл (КТ „Подкрепа”, БСК, БТПП). Вторият модел е непълна информация – в частта с контактите (МТСП, АЗ, КРИБ) или в частта с биографиите (КНСБ). Третият модел е просто списък с лицата, които са включени в ръководството на организацията, без да се предлага биография или контакти с тях (ССИ, АИКБ, БСЧП „Възраждане”). Изключение от моделите представлява ЮРЕС, в сайта на която липсва всякаква информация за ръководството ѝ. Вероятно защото е на подчинение на АЗ.

Осъществяването на електронна комуникация става главно чрез електронни пощи. Персонализирането на имейлите и възможността за задаване на въпроси към конкретен човек, отговарящ за конкретна дейност, услуга или др., би спомогнало за взаимодействието на организациите с техните потребители, би улеснило и информираността им относно административните процеси на организацията. Също така дава възможност на партньорите да се запознаят с провежданата от организацията политика по включването ѝ във виртуалния пазар на труда. Тази възможност е осигурена напълно за всички структури на АЗ и за всички ЮРЕС-съветници, за всички пълноправни членове и синдикални регионални съюзи на КТ „Подкрепа”, за всички центрове и съвети на БСК и БТПП. Такава възможност съществува частично за някои дирекции на МТСП и някои от

структурите на КНСБ. Персонализирани електронни адреси липсват напълно в сайтовете на останалите работодателски организации – АИКБ, КРИБ, ССИ, БСЧП „Възраждане“.

Информацията за нормативната уредба на организацията показва доколко е прозрачно функционирането ѝ. Всички изследвани организации са публикували нормативните документи, въз основа на които извършват своята дейност.

Интерактивността в интернет се осъществява чрез механизми за обратна връзка и хиперлинкове. Механизмите са различни – форуми, анкети, имейл адреси. Хиперлинковете служат за допълване на съществуващ текст и за насочване на читателите към оригиналния източник или към допълнителна информация. Хиперлинкове липсват единствено в сайтовете на АЗ и КТ „Подкрепа“.

Взаимодействието на организацията с нейните потребители може да бъде еднопосочно или двупосочно. Еднопосочно е, когато информацията излиза от организацията и тя не показва заинтересованост за нуждите и желанията на потребителите си. Нито един от разглежданите сайтове не показва функционалност за персонализация на съдържанието и дизайна на уебсайта според предпочитанията на потребителите, което естествено намалява потребителската стойност на самия уеб-сайт. Друго подобно средство е електронният абонамент за бюлетин, като тази възможност се предоставя единствено от два сайта от групата на работодателските организации (БСК и БТПП). Персонализирана информация е и възможността да се изпраща част от съдържанието в даден сайт по имейл. Такава възможност предоставят два сайта (ЮРЕС и БСК). Предпоставка за повишаване на ефективността и ефикасността на информационната дейност на организацията е използването на мейлинг листове за активно разпространение на информацията. От нея се възползват единствено два сайта от групата на работодателските организации (АИКБ и БТПП).

Двупосочното взаимодействие между организацията и техните потребители служи като средство за установяване на по-висока степен на интерактивност и общуване. Използването на сайтовете за провеждането на анкети, форуми и събиране на специфична информация за потребителите или мнения, свързани със самия сайт или с организацията, е силно подценено от разглежданите организации. То може да се подобри, като се покаже по-голяма заинтересованост към нуждите и желанията на потребителите на съответните сайтове, а би подобрило и имиджа на съответната организация. Този процес би се улеснил, ако всяка от разглежданите организации провежда добре промислена политика по виртуализирането си.

## Количествено измерване на индикаторите

Ако измерим количествено посочените индикатори, с най-голяма тежест е ползваемостта, следвана от информационните характеристики, интерактивността и техническата функционалност.<sup>9</sup>

Таблица. Тежест на отделните индикатори за измерване на съдържанието на уебсайтове

	ОБЩО точки	МТСП	АЗ	ЮРЕС	КНСБ	КТ Подкрепа	АИКБ	БСК	БТПП	КРИБ	ССИ	БСЧП „Възраждане“
Индикатори:												
<b>ПОЛЗВАЕМОСТ</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>6</b>
% от точките		65,2	56,5	56,5	30,4	26,1	60,9	60,9	69,6	69,6	56,5	26,1
<b>ТЕХНИЧЕСКА функционалност</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
% от точките		66,7	55,6	88,9	77,8	55,6	66,7	100,0	77,8	44,4	66,7	66,7
<b>ИНФОРМАЦИОННИ характеристики</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>6</b>

% от точките		77,3	81,8	59,1	86,4	77,3	59,1	81,8	95,5	54,5	31,8	27,3
<b>ИНТЕРАКТИВНОСТ</b>	16	6	4	6	4	1	4	5	10	3	5	1
% от точките		37,5	25,0	37,5	25,0	6,3	25,0	31,3	62,5	18,8	31,3	6,3
<b>ОБЩО точки</b>	70	44	40	40	37	29	37	46	54	35	31	19
% от точките		62,9	57,1	57,1	52,9	41,4	52,9	65,7	77,1	50,0	44,3	27,1

Ранжирането на сайтовете спрямо получените точки по всеки един индикатор и съвкупно от всички индикатори са както следва:

По индикатор ползваемост: сайтовете на четирите работодателски организации, представители на едрия бизнес в България, са с високи рангове; сайтовете на държавните институционални посредници на пазара на труда притежават над половината от изследваните характеристики; сайтовете на синдикалните организации са в долната половина на ранговата скала.

По индикатор техническа функционалност: сайтът на БСК се отличава от другите по това, че притежава всички изследвани характеристики; останалите сайтове притежават над 50% от елементите на индикатора, като единствено сайтът на КРИБ има 44%.

По индикатор информационни характеристики: сайтовете на работодателските организации, представители на едрия бизнес в България, се разделят на две групи – БСК и БТПП притежават около и над 80% от изследваните характеристики, а АИКБ и КРИБ – около 50-60%; сайтовете на синдикалните организации притежават около 80% от изследваните характеристики и заемат места в горната половина на ранговата скала; сайтовете на държавните институционални посредници на пазара на труда заемат средните места в ранговата скала с 60-80% от изследваните характеристики; сайтовете на работодателските организации, представители на МСП, са в дъното на скалата.

По индикатор интерактивност: сайтът на БТПП се отличава от всички останали по това, че притежава над 60% от изследваните характеристики, докато всички останали сайтове притежават между 20% и 40% от тях; сайтовете на КТ „Подкрепа” и БСЧП „Възраждане” притежават по един от изследваните елементи, включени в този индикатор.

При крайното ранжиране на сайтовете се очертават следните тенденции:

Ранг	Индикатор ПОЛЗВАЕМОСТ
1	БТПП, КРИБ
2	МТСП
3	АИКБ, БСК
4	АЗ, ЮРЕС, ССИ
5	КНСБ
6	КТ Подкрепа, БСЧП Възраждане

Ранг	Индикатор ТЕХНИЧЕСКА функционалност
1	БСК
2	ЮРЕС
3	КНСБ, БТПП
4	МТСП, АИКБ, ССИ, БСЧП Възраждане
5	АЗ, КТ Подкрепа
6	КРИБ

Ранг	Индикатор ИНФОРМАЦИОННИ характеристики
1	БТПП
2	КНСБ
3	АЗ, БСК
4	МТСП, КТ „Подкрепа”
5	ЮРЕС, АИКБ
6	КРИБ
7	ССИ
8	БСЧП „Възраждане”

- сайтовете на четирите работодателски организации, представители на едрия бизнес в България, се разделят на две групи – сайтовете на БСК и БТПП са на първо и второ място със съответно 77% и 66% от всички изследвани елементи; сайтовете на АИКБ и КРИБ са в долната половина на ранговата скала (7-мо и 8-мо място и съответно 53% и 50% от всички изследвани елементи).

Ранг	Индикатор ИНТЕРАКТИВНОСТ
1	БТПП
2	МТСП, ЮРЕС
3	БСК, ССИ
4	АЗ, КНСБ, АИКБ
5	КРИБ
6	КТ Подкрепа, БСЧП „Възраждане“

Бизнесът може да си осигури необходимия финансов ресурс, професионалното изработване и поддръжка на своя уеб-сайт. Той е способен и стратегически, да планира развитието на дейността си, да използва модерните и съвременни канали за разпространяване на информация за дейността си.

- сайтовете на държавните институционални посредници на пазара на труда заемат места в горната половина на ранговата скала.

Като институции тяхната дейност се определя от и управлява спрямо определена политика. При тях нововъведенията стават по-трудно, отнемат повече време, необходима е координация и съгласуваност на действията на групи от хора, цели отдели, дирекции и ръководства.

- сайтовете на двете синдикални организации се отличават съществено един от друг – сайтът на КНСБ е в средата на класацията и притежава над 50% от всички изследвани характеристики, докато сайтът на КТ „Подкрепа“ е в дъното на класацията и има нужда от сериозни подобрения и модернизирание.

Ранг	Крайно ранжиране – ОБЩО
1	БТПП
2	БСК
3	МТСП
4	ЮРЕС
5	АЗ
6	КНСБ
7	АИКБ
8	КРИБ
9	ССИ
10	КТ Подкрепа
11	БСЧП „Възраждане“

Явно стратегиите за развитие на онлайн присъствието на двете организации се различават коренно една от друга. КНСБ се опитва да отговоря бързо и своевременно на предизвикателствата, пред които е изправена. КТ „Подкрепа“ не отговаря на съвременните условия и темпове на развитие на онлайн присъствието в Мрежата.

- сайтовете на двете работодателски организации, представители на МСП, са в дъното на класацията и също имат нужда от сериозни допълнения, подобрения и модернизирание.

Това е разбираемо за сайта на БСЧП „Възраждане“, тъй като той от 2012 г. е в „редиците“ на АИКБ и последната новина от началната му страница е оттогава. ССИ, като представител на МСП, е с малък финансов ресурс, малък персонал и усилията се влагат не толкова в засилване на онлайн присъствието на организацията, колкото в извършване на други, различни от тази дейности.<sup>10</sup>



## Заклучение

Като цяло всеки от изследваните институционални участници на пазара на труда е развил в някаква степен различни електронни услуги или има намерение за това в най-близко бъдеще. Електронните услуги, които всеки от изследваните обекти предлага, са на няколко нива: 1) описание на предоставяните услуги, които могат да се заявят на място в офис на организацията; 2) информация за предоставяните услуги с необходимите електронни формуляри и инструкции за попълване, които могат да се заявят отново на място в офис на организацията; 3) виртуални електронни услуги, които могат да бъдат заявени и получени изцяло по електронен път. Електронните им услуги имат за цел както да предоставят информация на техните членове, така и да развиват комуникацията си с тези и с нови членове, чрез интерактивни платформи и приложения.

Държавните институционални посредници продължават да се развиват. Докато сайтовете на АЗ са по-статични и не предоставят възможности за виртуални взаимодействия, сайта-портал на мрежата ЮРЕС следва модните тенденции в изработването на уеб-сайтове с предоставянето на по-интерактивни и по-виртуални услуги – вероятно защото ползва европейски образци и следва политиката на ЕК в тази насока.

Двата синдиката предприемат различни стратегии – КНСБ разработва повече услуги и свързани уеб-сайтове, включително и такива, чрез които има възможност за комуникация с членовете си и с други потребители на информацията, предоставена на сайтовете им; дейността на КТ „Подкрепа” във виртуалното пространство е повече по посока информиране, отколкото осигуряване на възможности за общуване.

Електронните услуги, предоставяни от работодателските организации, са в пряка зависимост от тяхното влияние на пазара на труда и интересите, които представляват на този пазар. Представителните организации на малките и средни предприятия (ССИ) не предоставят електронни услуги – поради малък бюджет и малкия брой хора, които работят в националната организация. Представителните организации на големите предприятия (АИКБ, КРИБ) не предоставят електронни услуги, освен такива, свързани с информиране на членовете за дейността на организацията. Организациите, на които са делегирани и държавни функции (БСК, БТПП), предлагат най-голям брой услуги, които могат най-малкото да се заявяват по електронен път.

Технологиите не са заместители, а са възможни средства за осъществяване на взаимодействията между участниците на пазара на труда. Използват се както от основните участници на пазара (работодатели, работници и служители, търсещи работа), така и от останалите партньори – синдикати, работодателски организации, държавни и частни трудови посредници и т.н.

Всички изследвани организации, независимо какви са (синдикати, работодателски организации, държавни институционални посредници) залагат и развиват виртуалната комуникация, що се отнася до общуването и процесите на информиране в рамките на националната организация, между националната организация и нейните регионални организации, между националната организация, нейните колективни и индивидуални членове. Те развиват и виртуалната комуникация между организацията и други партньори в страната и чужбина.

Използването на интернет, както и възможностите, които интернет предоставя, са въпрос на интерес и въпрос на достъп. Организация, която няма информационна и комуникационна стратегия за по-мощно включване във виртуалното пространство не прави нищо в тази насока, а усилията са личностни – на работещите в организацията, тъй като статусите им се смесват. Организация, която има такава стратегия, полага усилия и постига определени резултати в тази насока.

Стратегиите за внедряване, използване и разширяване на ИКТ в дейността на институционалните участници на пазара на труда, както и идеите не само как да се правят старите неща по

нов начин, но и как да се правят наистина нови неща, са в основата на справянето с предизвикателствата, пред които се изправят институционалните участници на пазара на труда, породени от навлизането на ИКТ във всички сфери на човешкия живот. На базата на получените резултати могат да се изработят практически насоки за усъвършенстването на политиките на институционалните участници относно присъствието и участието им във виртуалния пазар на труда.

## Цитирания и бележки

- <sup>1</sup> *Национална програма за ускорено развитие на информационното общество в Република България 2008-2010 г.*, ДАИТС, Август 2008 г.
- <sup>2</sup> *Национална програма „Цифрова България 2015“*, България@2015. Проект, Март 2012.
- <sup>3</sup> *Европейски съвет от Лисабон – Стратегия за икономическо и социално обновление на Европа*. Документ, представен от ЕК на вниманието на извънредния Европейски съвет в Лисабон, 23-24 март 2000 г. DOC/00/7, Брюксел, 28 февруари 2000 г.
- <sup>4</sup> Freeman, Richard. *The Labour Market in the New Information Economy*. NBER working paper series. Working Paper 9254, National Bureau of Economic Research, 2002. Достъпно на <http://www.nber.org/papers/w9254>, последно посетен на 25.01.2014.
- <sup>5</sup> Под **уеб-сайт** ще разбираме съвкупността от www страници, които са създадени, поддържани и контролирани от съответната организация, представляват организацията в интернет и от нея може да се получава информация, да се комуникира, да се осъществяват форми на взаимоотношения с организацията.<sup>5</sup> По-подробно виж: Граматиков, Мартин. *Изследване потребителската стойност на интернет сайтовете на централната администрация*. сп. „Публична администрация“, бр.1/2003, с. 6. Достъпно на: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UNTC/UNPAN012700.pdf>, последно посетен на 24.09.2014.
- <sup>6</sup> ЮРЕС е мрежа, разработена в рамките на всички европейски агенции по заетост.
- <sup>7</sup> Въпреки че след последната процедура по установяване на национално представените работодателски организации от 2012 г., БСЧП „Възраждане“ и ССИ не са признати за такива, в изследвания период 2002-2014 г. през по-голямата част те са били национално представителни. След 2012 г. БСЧП „Възраждане“ се слива с АИКБ, но въпреки това обстоятелство все пак е удачно да се изследва и неговия уеб-сайт. ССИ обжалва решението и съдът е постановил, че жалбата е правомерна. Сега предстои ново преброяване.
- <sup>8</sup> Съществува широко разнообразие от изследвания и измерения на качеството на уеб-сайтове, като изследователите акцентират върху различни фактори, според авторската си концепция за качество. Основен фактор, присъстващ навсякъде, е информационното съдържание. До него се нареждат техническата страна и дизайна на уеб-сайта. С развитието на така нар. web 2.0 бихме добавили и фактор – „интерактивност“, разбирана като възможност на потребителя на сайта да обменя информация и да осъществява комуникация и правни сделки със съответната организация чрез сайта ѝ. По-подробно виж: Граматиков, Мартин. *Изследване потребителската стойност на интернет сайтовете на централната администрация*. В: сп. „Публична администрация“, бр.1/2003, с. 6. Достъпно на: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UNTC/UNPAN012700.pdf>, последно посетен на 24.09.2014.
- <sup>9</sup> Индикаторът „дизайн“ е с най-малка тежест и предполага в себе си голяма степен на субективност в оценяването, затова е изключен от цялостната оценка.
- <sup>10</sup> Споделено и установено в проведеното дълбочинно интервю с главния секретар на организацията.

## Списък на използваните съкращения

**АЗ** – Агенция по заетостта

**АИКБ** – Асоциация на индустриалния капитал в България

**БСК** – Българска стопанска камара

**БСЧП „Възраждане“** – Български съюз на частните предприемачи „Възраждане“

**БТПП** – Българска търговско-промишлена палата

**КНСБ** – Конфедерация на независими синдикати в България

**КРИБ** – Конфедерация на работодателите и индустриалците в България

**КТ „Подкрепа”** – Конфедерация на труда „Подкрепа”

**МТСП** – Министерство на труда и социалната политика

**ССИ** – Съюз за стопанска инициатива

**ЮРЕС** – Европейски служби по заетостта (EURES – EURopean Employment Services)