

دراسة العلاقة بين محددات الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة¹

أ.د/ أمل عبد الرحمن السيد
أستاذ إدارة الموارد البشرية بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة – جامعة القاهرة

نرمين عاطف أحمد حجازي
مدرس مساعد بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة – جامعة القاهرة

١٤٤٢ هـ – ٢٠٢١ م

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة محددات الاستقطاب الإلكتروني وعلاقتها بجاذبية المنظمة، حيث شهدت الألفية الثالثة تطوراً هائلاً في تكنولوجيا المعلومات والإنترنت، وما صاحب ذلك من تطبيقات متنوعة في مجال إدارة الموارد البشرية، وتزايد استخدام الأفراد للإنترنت في البحث عن وظائف، وهو ما يدعو إلى الاهتمام بالتعرف على محددات الاستقطاب الإلكتروني من وجهة نظر الباحثين عن عمل وأثرها على جاذبية المنظمة.

كل هذا يدعو إلى الاهتمام بالتعرف على محددات الاستقطاب الإلكتروني من وجهة نظر الباحثين عن عمل – وخاصة جيل الألفية فهو أحدث جيل يدخل ضمن قوى العمل في الوقت الحالي بالإضافة أنه يُعرف بجيل التكنولوجيا لذا فإنه يُمثل مجموعة مُستهدفة مثيرة للاهتمام للاستقطاب عبر الإنترنت (Jansson, 2016)- وأثرها على جاذبية المنظمة.

الكلمات الدالة:

الاستقطاب الإلكتروني، محددات الاستقطاب الإلكتروني، جاذبية المنظمة، الباحثين عن عمل.

¹ هذا البحث ضمن متطلبات مناقشة رسالة دكتوراة الفلسفة في إدارة الأعمال بعنوان "دراسة العلاقة بين محددات الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة: الإتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني كمتغير وسيط" (دراسة ميدانية)، كلية التجارة، جامعة القاهرة.

مقدمة:

أدى ظهور الإنترنت إلى حدوث تغيير جذري في حياتنا اليومية، فعلى سبيل المثال أصبح هناك اختلاف في الطريقة التي نبحث بها عن المعلومات، الطريقة التي يفكر بها الباحثون عن عمل والشركات حول وظيفة الاستقطاب الإلكتروني. حيث انتشر استخدام الإنترنت كوسيلة لإيجاد فرص عمل واستقطاب المتقدمين للوظائف بشكل ملحوظ.

وقد بدأت العديد من المنظمات في استخدام الاستقطاب الإلكتروني لرغبتها في تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف وذلك بسبب الانكماش العالمي (Leonard, 2012)، وحدثت تغييرات هائلة في السنوات الأخيرة مع ارتفاع مستوى البطالة، ونقص المهارات في العديد من المجالات، مما أدى إلى ازدياد حدة المنافسة على استقطاب أفضل الأفراد في ظل بيئة تنظيمية تنافسية معقدة أدت إلى تغييرات في عملية الاستقطاب.

وأوضحت دراسة (Hafeez & Farooq, 2017) تأثير مصادر الاستقطاب على جذب الباحثين عن عمل تجاه المنظمات، حيث تؤثر على قراراتهم للالتحاق بالعمل بتلك المنظمات، كما قد يتأثر قرار المتقدمين المحتملين للوظيفة بمصدر أو وسيلة الاستقطاب (Vonhoye, 2012)، والذي يُمكن أن يكون عامل جذب أساسي للمنظمة، حيث رصدت العديد من الدراسات السابقة (Jansson, 2016) وجود علاقة ارتباط إيجابية معنوية للاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني على جاذبية المنظمة لدى الباحثين عن عمل.

وعلى ذلك يكتسب الاستقطاب الإلكتروني أهمية متزايدة مع مرور الوقت (Brandão, et al., 2019)، مما يقتضى إجراء مزيد من الدراسات للتعرف على كافة الجوانب المرتبطة بهذا المفهوم، وقد دعا ذلك الباحثة لدراسة محددات الاستقطاب الإلكتروني وعلاقتها بجاذبية المنظمة.

مشكلة البحث:

يمكن بلورة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي:
" ما هي طبيعة العلاقة بين محددات الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة (جهة التوظيف)؟ "

أهداف البحث:

- يهدف هذا البحث إلى ما يلي:
- تحديد محددات الاستقطاب الإلكتروني الخاصة بالعلاقة بين المتقدم للوظيفة والمنظمة.
 - بيان العلاقة بين محددات الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة.
 - تسليط الضوء على كيفية رؤية الباحثين عن عمل للأنواع المختلفة من وسائل الاستقطاب الإلكتروني.
 - تقديم إطار مقترح وبعض التوصيات التي قد تساهم في حل مشكلة البحث.

أهمية البحث:

- يستمد هذا البحث أهميته من عدة اعتبارات او عوامل تتمثل فيما يلي:
- أشار العديد من الباحثين إلى ضرورة إجراء المزيد من البحوث التي تتناول الاستقطاب الإلكتروني من منظور المتقدمين للوظائف (الباحثين عن عمل) مما يُمثل فجوة بحثية بحاجة إلى الدراسة (Jansson, 2016).
 - قلة الأبحاث التي تناولت محددات الاستقطاب الإلكتروني (Alateyah, 2018).
 - لم تواكب الأبحاث التي تم إجراؤها التغييرات في ممارسات الاستقطاب الإلكتروني، حيث ركزت معظم الدراسات السابقة على تصميم مواقع الإنترنت، وتصميم نظام الاستقطاب الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت (Holm, 2012).
 - توصلت الباحثة بعد الاطلاع على الدراسات السابقة إلى قلة الأبحاث التي تناولت الاستقطاب الإلكتروني في الدول النامية والتي تتميز بسمات خاصة تختلف من ناحية مدى تأثيرها على الباحثين عن عمل والمنظمات عن الدول المتقدمة.

- نظراً لأهمية مواكبة التطور في ظل المتغيرات السريعة التي نعيشها في ظل العصر الحالي يعتبر البحث محاولة جادة لاثراء التراث الفكري في هذا المجال.
- فهم كيفية تأثير محددات الاستقطاب الإلكتروني على اتجاه الباحثين عن عمل نحو جاذبية المنظمة، وعلى ذلك فإنه من الضروري أن تولى المنظمات المزيد من الإهتمام تجاه العوامل المؤثرة على الاستقطاب الإلكتروني لدورها الهام في جذب المتقدمين للمنظمة.
- يعتبر هذا البحث والنتائج المنبثقة عنه مهمة بالنسبة لإدارة الموارد البشرية في المنظمات وخاصة القائمين بعملية الاستقطاب، من حيث لفت النظر إلى أهمية ممارسة الاستقطاب الإلكتروني وتأثير ذلك على جاذبية المنظمة.

متغيرات البحث:

يمكن عرض كل متغير من متغيرات البحث والعلاقة بينها على النحو التالي:

أولاً: الاستقطاب الإلكتروني:

سيتم التطرق إلى ماهية الاستقطاب الإلكتروني، ومحدداته، وذلك على النحو

التالي:

(1) ماهية الاستقطاب الإلكتروني:

على الرغم من تناول العديد من الباحثين لمفهوم الاستقطاب الإلكتروني إلا أنه لا يوجد تعريف محدد لهذا المفهوم، فعلى سبيل المثال عرف (Xu, et al., 2014) الاستقطاب الإلكتروني للموارد البشرية بأنه استخدام تكنولوجيا الإنترنت في ممارسة أنشطة الاستقطاب، ويشمل ذلك نشر المعلومات عن الوظائف الشاغرة، تجميع السير الذاتية، إجراء المقابلات عبر الإنترنت، وكذا التقييم الإلكتروني لها.

وعرف أيضاً (Raymond, 2012) الاستقطاب الإلكتروني بأنه نظام يمد الباحثين عن عمل بمعلومات مكثفة عن منظمات الأعمال، والوظائف الشاغرة بها، كما أنه يسمح لهم بالتسجيل في المواقع الخاصة بهذه المنظمات عبر الإنترنت. حيث يُعد الاستقطاب الإلكتروني جزءاً هاماً من إدارة الموارد البشرية حيث أنه يؤدي وظيفة أساسية ألا وهي جذب رأس المال البشري للمنظمة (Alateyah, 2018).

(٢) مزايا الاستقطاب الإلكتروني:

يحقق الاستقطاب الإلكتروني العديد من المزايا للمنظمات التي تعتمد عليه لاتمام عملية التوظيف بها، وهو ما يمكن توضيحه كما يلي: (Karim, et al., 2015; Xu, et al., 2014)

- انخفاض تكلفة الاستقطاب الإلكتروني بالنسبة لكل من المنظمة والباحثين عن عمل، مما يعنى فعالية الاستقطاب الإلكتروني من حيث التكلفة.
- تتمتع شبكة الانترنت بميزة التغطية الواسعة فى فترة زمنية قصيرة للغاية والتي يصعب على الوسائط الأخرى مقارنتها بها.
- تتميز اتصالات الاستقطاب الإلكتروني بالوضوح، حيث لا يوجد حدود للكلمات، ويمكن التعبير عن جميع التفاصيل ذات الصلة بشكل لا لبس به، بالإضافة إلى أنه يمكن تقديم ردود فورية.
- يتجنب الاستقطاب عبر الإنترنت قيود أساليب الاستقطاب التقليدى من حيث الوقت والمكان.
- يعمل الاستقطاب الإلكتروني على تحسين صورة المنظمة.
- يتم جمع البيانات وحفظ السجلات وجميع الأعمال الإدارية ذات الصلة إلكترونياً.
- يمكن تشكيل قاعدة بيانات مركزية للمستخدمين من خلال جمع وتصنيف البيانات والمعلومات التى أنشأها المستخدمون وهو ما يتماشى مع عصر البيانات الضخمة (Big Data).

(٣) محددات الاستقطاب الإلكتروني:

اتفق الغالبية العظمى من الباحثين على ان محددات الاستقطاب الإلكتروني تتمثل فى أربعة محددات هى الثقة فى الاستقطاب الإلكتروني، سمعة المنظمة، سهولة استخدام مواقع الاستقطاب الإلكتروني، والفائدة المُدرَكة من الاستقطاب الإلكتروني، والتي كان لها بالغ الأثر على الاستقطاب الإلكتروني، وبالتالي على كل من الباحثين

عن عمل والمنظمات (Marler & Fisher, 2013; Kashi & Zheng, (2016; Chiwara, et al., 2017; Mahmood & Ling, 2017; Alateyah, 2018).

ثانياً: جاذبية المنظمة:

يمكن تعريف جاذبية المنظمة بأنها الدرجة التي يرى فيها الموظفون المحتملون المنظمات على أنها أماكن جيدة للعمل، كما يمكن أن يُشار إليها أيضاً على أنها القوة التي تجذب انتباه الباحثين عن عمل للتقدم للعمل بالمنظمة، فهي تجعل المتقدمين ينظرون إلى المنظمة كمكان إيجابي للعمل (Bakanauskienė, et al., 2017).

كما توصل (Flecke, 2016) إلى أن كمية المعلومات عن المنظمة تلعب دوراً هاماً في التأثير على الجاذبية في المراحل الأولى للاستقطاب، وذلك لأن رسائل الاستقطاب توفر مزيداً من المعلومات حول خصائص الوظيفة والمنظمة، والتي تؤثر إيجابياً على جذب الباحثين عن عمل للمنظمة، كما أن عملية الجذب تتضمن تقدير الباحث عن عمل لمدى تناسب قيمه واحتياجاته الشخصية مع ثقافة المنظمة.

هذا بالإضافة إلى ان هناك مجموعة من المتغيرات تؤثر على جاذبية المتقدمين للمنظمة عبر الانترنت، وتشمل هذه المتغيرات ردود فعل الباحثين عن عمل واتجاههم السابق نحو المنظمة، ومدى سهولة استخدام موقع المنظمة عبر الانترنت، حيث تؤثر هذه المتغيرات على جذب الباحثين عن عمل للمنظمة وتشجيعهم على التقدم للوظائف الشاغرة بالمنظمة (Sayed, 2010).

وإلى جانب ما تقدم أشار (Lange, et al., 2011) إلى أن الأفراد يجدون أن المنظمات جذابة بناءً على توافر بعض السمات المرغوبة بها مثل أن تكون المنظمة جديرة بالثقة، ذات سمعة طيبة، وأن تتوافق هذه السمات مع ثقافة المجتمع.

ثالثاً: الدراسات السابقة:

(١) الدراسات السابقة التي تناولت الاستقطاب الإلكتروني:

يُعد استقطاب المورد البشري من أهم وظائف إدارة الموارد البشرية، حيث يتمثل تعريف الاستقطاب في أنه أنشطة البحث عن الموارد البشرية التي تحتاجها المنظمة وجذبها لشغل الوظائف الخالية بها (Dessler, 2013)، فالاستقطاب الجيد يفتح

المجال أمام مسئولى إدارة الموارد البشرية لإنتقاء أفضل المتقدمين كماً وكيفاً، ومن ثم فهو يُشكل الخطوة الأولى على طريق تشكيل هيكل موارد بشرية فعّال.

وتجدر الإشارة إلى أن عملية الاستقطاب مرت بتحول جذرى مع استخدام الإنترنت، حيث ظهر أول استخدام للإنترنت كأداة للاستقطاب فى منتصف التسعينيات (Handlogten, 2009)، فاستخدام الإنترنت كأداة للاستقطاب يُمكن المُتخصصين فى إدارة الموارد البشرية من الوصول إلى مجموعة أكبر من المُتقدمين المحتملين لشغل الوظائف بشكل أسرع وبتكلفة أقل، والتي تُعد ميزة واضحة للمنظمات فى ظل السوق التنافسية، فهى عملية ذات اتجاهين تشمل جهات التوظيف (المنظمات) ومُقدمى الطلبات (الباحثين عن عمل) (Leonard, 2012; Ahmed, et al., 2015).

هدفت دراسة (Handlogten, 2009) إلى تطوير إطار نظرى للاستقطاب الإلكتروني نظراً للنقص فى المعرفة المتعلقة به، بالإضافة إلى التعرف على عوامل تمكين ومؤشرات النجاح فى تنفيذ الاستقطاب الإلكتروني، وقام بتطبيق الدراسة من خلال إجراء مقابلات مع (٢٩ باحث عن عمل) فى هولندا، وتوصل إلى أن الاستقطاب الإلكتروني يُعد أحد أشهر تقنيات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية، حيث تغيرت فى السنوات القليلة الماضية الطريقة التى يتم الاستقطاب بها بشكل كبير، إلا أن فلسفة الاستقطاب العامة لا تزال كما هى، ولكن التكنولوجيا الحديثة المتاحة الآن لها تأثير كبير على كيفية أداء عملية الاستقطاب، حيث يستخدم الأفراد الإنترنت فى الوقت الحالى بسهولة للبحث عن وإيجاد فرص العمل (Leonard, 2012).

وعلى ذلك يُمكن تعريف الاستقطاب الإلكتروني للموارد البشرية بأنه استخدام تكنولوجيا الإنترنت فى ممارسة أنشطة الاستقطاب، ويشمل ذلك نشر المعلومات عن الوظائف الشاغرة، تجميع السير الذاتية، إجراء المقابلات عبر الإنترنت، وكذا التقييم الإلكتروني لها (Xu, et al., 2014). حيث تستخدم معظم المنظمات الاستقطاب الإلكتروني عبر الإنترنت فى مرحلة الجذب (الإعلان عن الوظائف، تلقى الطلبات والسير الذاتية من المرشحين المحتملين) (Leonard, 2012).

كما تطرقت دراسة (Alateyah, 2018) إلى توضيح الاختلاف بين الاستقطاب التقليدي والإلكتروني؛ فبالنسبة للاستقطاب التقليدي يتم من خلال استخدام مصادر إعلامية غير تكنولوجية (non-technological media sources) مثل: الإعلانات- النشرات- المتحدثون الرسميون لجذب أكبر عدد ممكن من المرشحين للتقدم للوظائف الشاغرة بالمنظمة، أما فيما يتعلق بالاستقطاب الإلكتروني فإن المنظمة تستخدم سمعتها، صورتها، والتكنولوجيا عبر الإنترنت لجذب انتباه الباحثين عن عمل للتقدم للمنظمة عبر موقعها الإلكتروني على الإنترنت.

وفى هذا السياق، فقد تناولت العديد من الدراسات السابقة (e.g., Marler & Fisher, 2013; Kashi & Zheng, 2016; Mahmood & Ling, 2017; Chiwara, et al., 2017; Alateyah, (2018) الاستقطاب الإلكتروني (على سبيل المثال: الثقة في الاستقطاب الإلكتروني، سمعة المنظمة، سهولة استخدام مواقع الاستقطاب الإلكتروني، الفائدة المدركة من الاستقطاب الإلكتروني) والتي كان لها بالغ الأثر على الاستقطاب الإلكتروني، وبالتالي على كل من الباحثين عن عمل والمنظمات. وسيتم فيما يلي التطرق إلى هذه المحددات، كما أشارت إليها الدراسات السابقة.

أ. الثقة في الاستقطاب الإلكتروني:

تعتبر الثقة أحد المحددات الرئيسة للاعتماد على التكنولوجيا الحديثة وقبولها، حيث أنها تقف بين معتقدات الأفراد نحو التكنولوجيا واتجاههم نحو استخدامها (Ghazizadeh, et al., 2012)، وتعد مصداقية المعلومات بُعدًا هامًا للباحثين عن عمل في عملية البحث عن وظيفة والتقدم لها، حيث هدفت دراسة (Sayed, 2010) والتي أجريت في إنجلترا على ١٢٨ باحث عن عمل إلى دراسة تأثير مصداقية المعلومات المقدمة، فمصادر المعلومات التي تقدم معلومات أكثر شمولية ومصداقية هي الأكثر جاذبية بالنسبة للمتقدمين، كما توصلت الدراسة إلى أن المعلومات المتعلقة بالوظيفة تلعب دورًا رئيساً في فعالية المصدر وجذب المتقدمين للعمل، حيث أن تقديم المزيد من المعلومات سيعطى إشارات أقوى للباحثين عن عمل مما سيؤدي بدوره إلى

تقليل عدم التأكد، وتشكيل صورة أولية للوظيفة التي سيؤديها المتقدم، كل هذه الأشياء ستزيد من الاتجاه الإيجابي للمتقدم نحو المنظمة وفكرة المتابعة في عملية التقدم للوظيفة.

لذا فإنه من الضروري التدقيق في كيفية إدراك المُستخدمين ما إذا كان يمكن الوثوق بمواقع التوظيف عبر الإنترنت، وهو ما حاول (Mahmood & Ling, 2017) القيام به، حيث حاولا استكشاف النظريات المتعلقة بالعوامل التي تؤثر على ثقة الباحثين عن عمل في الاستقطاب عبر الإنترنت في ماليزيا، وقد توصلا إلى أن الثقة تعتبر أحد العوامل التي تؤثر على الباحثين عن عمل، بالإضافة إلى أن الاستقطاب الإلكتروني يساعد الأفراد على التقدم للوظائف بشكل أسرع.

وهو ما أكدته أيضاً دراسة كل من (Acarlar & Bilgic, 2013; Liu, et al., 2018) فالباحثين عن عمل يكونون أكثر إنجذاباً نحو المنظمات التي يشعرون بأن مصادر المعلومات الخاصة بها أو التواصل معها ذا مصداقية، حيث اتفقت كلا الدراستين على نفس الهدف وهو التعرف على تأثير مصداقية المعلومات المُقدمة عن الوظيفة على قرارات الباحثين عن عمل ورغبتهم في التقدم للوظيفة على الرغم من أن الدراسة الأولى طُبقت في إنجلترا على ٣٥١ مُشاركاً، بينما طُبقت الدراسة الثانية في تركيا على ١٥٤ طالباً جامعياً. وقد توصلا إلى أن مصداقية التواصل هي أحد أهم العناصر التي تؤثر على فعالية معلومات الاستقطاب، وأيضاً على استعداد الباحثين عن عمل للانضمام للمنظمة.

وعلى ذلك فإن أصحاب الأعمال بحاجة إلى التفكير بعناية في كيفية إقناع الباحثين عن عمل بأنهم صادقين معهم فيما يتعلق بالمعلومات المُقدمة عن المنظمة والوظائف الشاغرة بها.

ب. سمعة المنظمة:

يلعب مفهوم سمعة المنظمة دوراً رئيساً في الكثير من الدراسات الخاصة بالإدارة، وهو ما شجع (Lange, et al., 2011) على مراجعة الأدبيات السابقة بهدف المساعدة في توضيح مفهوم سمعة المنظمة، بالإضافة إلى التركيز على

النظريات الخاصة بها، وذلك لتوفير مصدر للباحثين في المستقبل لمساعدتهم على وصف سمعة المنظمة، فكانت النتيجة التي توصلوا إليها أن الرؤية المتعددة الأبعاد لسمعة المنظمة تمثل تحدياً لأنها تتطلب تحديداً دقيقاً للأبعاد، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن سمعة المنظمة تتطلب أكثر من بُعد واحد عند قياسها، كما تتأصل سمعتها بتاريخ سلوكها، حيث لخص (Warren Buffett, 1995) الفكرة الأساسية لسمعة المنظمة بقوله "إن بناء السمعة يستغرق عشرين عاماً، ويستغرق تدميرها خمسة دقائق فقط".

وقد أشارت دراسة (Alateyah, 2018) والتي هدفت إلى التعرف على المحددات الداخلية والخارجية للاستقطاب الإلكتروني، ودراسة تأثير الاستقطاب الإلكتروني على أداء المنظمات السعودية، إلى أن المنظمة تستخدم كل من سمعتها والتكنولوجيا عبر الإنترنت وغيرها من الطرق الأخرى لجذب انتباه المتقدمين المحتملين للتقدم لها عبر موقعها على شبكة الإنترنت، لذا فإن المعلومات غير المكتملة على الموقع الإلكتروني للمنظمة من الممكن أن تؤثر سلباً على إدراك المستخدمين فيما يتعلق بسمعة المنظمة.

لذا فإن الارتباط بمنظمة حسنة السمعة أمر جذاب لأنه يحقق فائدة مباشرة للأفراد، كما نصت نظرية الإشارة (Signaling Theory) إلى أن المتقدمين للوظائف غالباً ما يستخدمون سمعة المنظمة كإشارات للتعرف على طبيعة العمل في المنظمة، حيث يكون تأثير إشارات سمعة صاحب العمل أو المنظمة أقوى بشكل خاص بين أولئك الذين ليست لديهم خبرة سابقة كبيرة بتلك المنظمة (Yu & Davis, 2019).

وتوصلت دراسة (Williamson, et al., 2010) والتي تم اجراؤها على ٢٧٧ طالباً جامعياً في أستراليا، إلى وجود تأثير لسمعة المنظمة على الاستقطاب الإلكتروني، والذي بدوره يؤثر على جذب الباحثين عن عمل للتقدم للعمل في المنظمة، كما أوضحت الدراسة أن هناك طريقتان لتأثير سمعة المنظمة على الباحثين أو المتقدمين للعمل تتمثلان فيما يلي:

أولاً: تُشير النظرية الاقتصادية إلى أن سمعة المنظمة تعمل كإشارة للتقليل من عدم التأكد بشأن جودة المنظمة – وهو ما اتفقت معه أيضاً نظرية الإشارة - وبناءً على

هذا المنظور قد يستعين المتقدمون للعمل بسمعة المنظمة كمؤشر حول ظروف العمل.

ثانياً: تُشير النظرية المؤسسية (Institutional Theory) إلى أن سمعة المنظمة تعكس المكانة الاجتماعية لها، لذا من المرجح أن تكون المنظمات ذات السمعة الطيبة قادرة على جذب انتباه الباحثين عن عمل، وتحفيز الحالة العاطفية الإيجابية لديهم نحو المنظمة، والتي بدورها تولد رد فعل إيجابي تجاه المنظمة.

كما تعزز دراسة (Alateyah, 2018) من فهم العوامل التي تؤثر على الاستقطاب الإلكتروني وتأثيرها على أداء المنظمات في الأسواق الناشئة، والتي أشارت أن سمعة المنظمة تعتبر أحد أهم محددات الاستقطاب الإلكتروني، وبالتالي يجب على المنظمات إعطاء المزيد من الاهتمام لهذه المحددات والتي تؤثر على سمعة المنظمة من أجل تحسين أداء المنظمات.

ج. سهولة استخدام مواقع الاستقطاب الإلكتروني:

تُشير إلى مدى سهولة البحث عن عمل عبر المواقع الإلكترونية، حيث أنه مع تعقد نظام الإنترنت قد يتجنب الباحثين عن عمل البحث عن الوظيفة إذا كان من الصعب استخدام الموقع الإلكتروني، لذا فإن مواقع البحث عن عمل لابد وأن تكون سهلة الاستخدام. وبشكل عام إذا كان النظام سهل الاستخدام ويحتاج إلى جهد أقل، فإن ذلك يزيد من احتمال استخدامه من قبل المستخدمين، وهو ما ينطبق على الاستقطاب الإلكتروني أيضاً حيث يُفضل مستخدمي هذه المواقع استخدامها مقارنة بالطرق التقليدية الأخرى للاستقطاب (Tong, 2009).

وقد تمثل الهدف الأساسي لدراسة (Tong, 2009) في فحص تصورات الباحثين عن عمل وسلوكياتهم نحو تبني تكنولوجيا الاستقطاب الإلكتروني من خلال فحص عينة قوامها (٣١ باحثاً عن عمل) في ماليزيا، وتوصل إلى أن نظام الاستقطاب الإلكتروني بحاجة إلى مزيد من التحسين لجذب الباحثين الموهوبين، وذلك قد يتم عن طريق إيجاد الطريقة الصحيحة لجذبهم في المرحلة الأولية من عملية الاستقطاب.

د. الفائدة المُدرَكة من الاستقطاب الإلكتروني:

أشار (Davis, et al., 1989) أن المحدد الرئيس لنوايا الأفراد لاستخدام التقنيات التكنولوجية هو الفوائد التي يُمكن للأفراد الحصول عليها من تبنى التكنولوجيا واستخدامها. وفيما يتعلق بالفائدة المُدرَكة في سياق الاستقطاب الإلكتروني ذكر (Brahmana & Brahmana, 2013) أنها تُشير إلى إيمان الباحث عن عمل بقدرته على الحصول على المعلومات المهنية التي يحتاجها، وتعزيز فعالية البحث عن وظيفة، بالإضافة إلى زيادة فرص العثور على الوظيفة المناسبة.

وأظهرت نتائج دراسة (Mahmood & Ling, 2017) أن الفائدة المُدرَكة لتكنولوجيا الاستقطاب الإلكتروني تُعتبر مهمة للباحثين عن عمل، وهو ما اتفق معه (Khan, 2017) حيث قام بهذه الدراسة نتيجة لنقص الأبحاث الخاصة باستخدام الاستقطاب الإلكتروني في منطقة الشرق الأوسط وخاصةً المملكة العربية السعودية، وتوصل إلى أن الباحثين عن عمل يجدون أن الاستقطاب الإلكتروني يقدم لهم فوائد عديدة، حيث أن المعلومات التفصيلية عن الوظيفة سُسُاعدهم على اتخاذ القرارات بشكل أفضل.

حيث أوضح كلٌّ من (Brahmana & Brahmana, 2013) أن الاستقطاب الإلكتروني يُمكن الباحثين عن عمل من إنجاز مهمة البحث عن عمل بسرعة أكبر وهو ما يُعتبر أمراً هاماً، وبالتالي فإن الفائدة المُدرَكة من الاستقطاب الإلكتروني قد تتمثل في توفير المزيد من الوقت والجهد، والوصول إلى كل ما يحتاجون إلى معرفته عن الوظيفة، حيث هدفت دراساتهم إلى التعرف على كيفية استخدام الباحثين عن عمل للاستقطاب الإلكتروني، وذلك من خلال التطبيق على (٣٨٠) طالباً جامعياً حديث التخرج) بماليزيا.

كما أكدت الدراسة التي قام بها (Khan, 2017) أن فائدة الوسائل التفاعلية (Utility of Interactive Tools) – مثل مواقع الاستقطاب الإلكتروني الخاصة بالمنظمات عبر الإنترنت- تعتمد على مدى تقييم المستخدمين لهذه المواقع للفائدة المُدرَكة منها. لذا يجب على مُقدمي الوظائف عبر الإنترنت (المنظمات) التأكيد على

تحسين جودة وأداء الاستقطاب الإلكتروني، حيث أن المعلومات غير الدقيقة أو غير المكتملة يكون لها تأثير سلبي على المنظمة.

(٢) الدراسات السابقة التي تناولت جاذبية المنظمة:

تشير جاذبية المنظمة إلى الطريقة التي يحاول بها أصحاب العمل بشكل استراتيجي استغلال نقاط قوتهم من أجل جذب الباحثين عن عمل (Gomes & Neves, 2011).

ففي دراسة (Hafeez & Farooq, 2017) عرفا جاذبية المنظمة على أنها رغبة المرشحين أو المتقدمين للوظيفة في السعي للبحث عن وظائف والتعرف على عروض العمل بالمنظمة، كما هدفت دراستهم إلى اكتشاف مدى فعالية نظام الاستقطاب الإلكتروني وتأثيره على جاذبية المنظمة من وجهة نظر الباحثين عن عمل من الخريجين الجدد في باكستان، وتوصلوا إلى أن قرار المتقدمين المحتملين للوظيفة قد يتأثر بمصدر أو وسيلة الاستقطاب، كما أوضحت العديد من الدراسات أن هناك عدة عوامل لجذب المرشحين عن عمل يتمثل بعضها فيما يلي:

- طريقة تقديم الاعلان من قبل المنظمة (Eschleman, et al., 2019).
- موقع المنظمة الإلكتروني وسمعتها (Alateyah, 2018).
- الاستقطاب الإلكتروني (Hafeez & Faroo, 2017).
- مصداقية مصدر المعلومات الخاصة بالوظيفة، مدى الرضا عن المعلومات المقدمة، ادراك المتقدم لمدى جاذبية المنظمة، طريقة تقديم الاعلان عن الوظيفة (وجهاً لوجه/ فيديو/ صوت/ مكتوب) (Acarlar & Bilgic, 2013).

يتضح مما سبق أن الاستقطاب الإلكتروني يعتبر من أهم عوامل جذب المرشحين عن عمل، والذي قد يؤثر على قرارهم في الالتحاق بالمنظمة، فالمنظمات التي تتبنى استراتيجية الاستقطاب الإلكتروني تكون بارزة أو معروفة بين الباحثين عن عمل، وذلك لفائدة ومزايا الاستقطاب الإلكتروني في جذب الباحثين عن عمل، ورغبة الباحثين المهرة

عن عمل في الانضمام لهذه المنظمات (Hafeez & Farooq, 2017). لذا فإنه من الضروري فهم العوامل التي تؤثر على جاذبية الباحثين عن عمل للمنظمات في المرحلة الأولى من عملية الاستقطاب، وذلك لأنه إذا لم يتم جذبهم في هذه المرحلة سوف تخسرهم المنظمة وبصفة خاصة الأكفاء منهم، وهو ما يؤثر على حجم المواهب التي يمكن للمنظمة الاختيار منها، وهو ما توصل إليه (Hoye, 2014) من خلال دراسته التي فحص فيها جميع مصادر الإستقطاب والتي شملت (الاعلانات عبر الإنترنت - الفعاليات (Events) - الدعاية - الكلمة المنطوقة)، وذلك بالتطبيق على (١٨٤ ممرضة باحثة عن عمل) من بلجيكا، كما توصل إلى أنه يجب على المنظمات توفير معلومات موثوقة عن الوظيفة لتعزيز جاذبيتها كصاحب عمل.

كما أشار (Hafeez & Farooq, 2016) إلى أن قرار المتقدمين المحتملين لشغل وظيفة شاغرة قد يتأثر بمصدر أو وسيلة الاستقطاب، كما أوضح أن تأثير مصادر الاستقطاب الإلكترونية اعلى من مصادر الاستقطاب التقليدية (الصحف- المصادر المرجعية- الأصدقاء- الاقارب) في جذب الباحثين عن عمل تجاه المنظمات فمصادر المعلومات المتعلقة بالاستقطاب (Recruitment-related Information Sources) وخصائصها يمكن أن تكون عامل جذب للمنظمة، حيث تؤثر على قراراتهم للالتحاق بالعمل بتلك المنظمات (Gomes & Neves, 2011; Hafeez & Farooq, 2016).

والجدير بالذكر، أن ما سبق عرضه يؤكد على ما أوضحته نظرية الفعل المُبرر (Theory of Reasoned Action) من ناحية أهمية تصورات الباحثين عن عمل نحو جاذبية المنظمة في فهم مرحلة الجذب لعملية الاستقطاب، فجاذبية المنظمة هي مفتاح نجاحها في جذب الباحثين عن عمل (Gomes & Neves, 2011)، فقد هدفت الدراسة التي تم اجراؤها في البرتغال على (٧٣ طالب جامعي في سنة التخرج) إلى توضيح العملية التي تدفع المتقدمين المحتملين للتقدم لشغل الوظائف عبر الإنترنت، والذين يقومون بتقييمها بناءً على خصائص الوظيفة والمنظمة وجاذبيتها.

كما أشار (Brouer, et al., 2015) إلى أن جذب أفضل المتقدمين والاحتفاظ بهم يؤدي إلى امتلاك المنظمة لميزة تنافسية مستدامة، حيث اهتموا بدراسة تأثير المعلومات غير الكافية وغير المتناسقة على جاذبية المنظمة من قبل الباحثين عن عمل في أمريكا، بالإضافة إلى محاولة الاسهام في تقديم المزيد من الأدبيات المتعلقة بالاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة، وتوصلت الدراسة بالفعل إلى وجود تأثير للمعلومات غير الكافية على جاذبية المنظمة من منظور الباحثين عن عمل.

رابعاً: العلاقة بين متغيرات البحث:

أوضحت دراسة (Hafeez & Farooq, 2017) تأثير مصادر الاستقطاب على جذب الباحثين عن عمل تجاه المنظمات، وكذلك تأثيرها على قراراتهم للاتحاق بالعمل بتلك المنظمات، فالمنظمات التي تتبنى استراتيجية الاستقطاب الإلكتروني تكون مفضلة لدى الباحثين عن عمل، وذلك لفوائد الاستقطاب الإلكتروني وشهرة المنظمة، فالباحثين المهرة عن عمل سيرغبون في الانضمام لهذه المنظمات، وعلى ذلك فإن الدراسة أثبتت وجود علاقة بين الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة من وجهة نظر الباحثين عن عمل.

وهو ما اتفقت معه دراسة (Acikgoz, 2019) والتي أشارت إلى أن مصادر الاستقطاب والتي من أهمها وأبرزها الاستقطاب الإلكتروني تعد من عوامل الجذب للباحثين عن عمل تجاه المنظمة، حيث كان الهدف الأساسي للدراسة التي تم تطبيقها في الولايات المتحدة الأمريكية محاولة تطوير نموذج متكامل لكيفية البحث عن عمل.

كما أهتمت أيضاً دراسة كلا من (Narmadha & Nagi, 2017; Alateyah, 2018) بدراسة تأثير محددات الاستقطاب الإلكتروني الخاصة بالعلاقة بين المتقدم للوظيفة والمنظمة وجاذبية المنظمة، والتي توصلت إلى كفاءة الاستقطاب الإلكتروني في جذب المواهب من الباحثين عن عمل، وذكروا انه من المرجح نمو الاستقطاب الإلكتروني في السنوات القادمة بصورة ملحوظة.

وفي نفس السياق اتفق كلٌّ من (Allen, et al., 2007; Acarlar & Bilgic, 2013; Yu & (Davis, 2019) على ان سمعة المنظمة كأحد محددات الاستقطاب الإلكتروني تلعب دوراً هاماً جداً في جذب الباحثين عن عمل للمنظمة. كما أشار (Roychowdhury & Srimannarayana, 2013) إلى أن سهولة استخدام نظام الاستقطاب الإلكتروني من قِبل الباحثين عن عمل تؤثر إيجابياً على جاذبية المنظمة، هذا بالإضافة إلى تصور المتقدمين للوظائف للاستقطاب الإلكتروني وأنماطه المختلفة (مواقع الشركات، مواقع الاستقطاب المتخصصة). وتوصلت دراسة (Hafeez & Farooq, 2017) إلى أن العلاقة الإيجابية بين الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة أقوى من العلاقة بين وسائل الاستقطاب التقليدية وجاذبية المنظمة. كما أن لفائدة الاستقطاب الإلكتروني المُدركة من قِبل الباحثين عن عمل تأثير هام على جاذبية المنظمة (Khan, 2017).

نتائج وتوصيات:

- في ضوء ما سبق عرضه من دراسات سابقة في موضوع البحث، يمكن القول بأنه:
- يتضح من الدراسات السابقة والاتجاهات البحثية الحديثة التي تناولها الباحثون في الآونة الأخيرة والخاصة بمتغيرات موضوع البحث أن الاستقطاب الإلكتروني يلعب دوراً هاماً في العلاقة بين المتقدمين للوظائف والمنظمة، مما يؤكد على أهمية الاستقطاب الإلكتروني، حيث أنه يؤدي دوراً هاماً في جذب رأس المال البشري للمنظمة. إلا أنه على الرغم من ذلك فإن الاتصالات (Communication) الخاصة بعملية الاستقطاب – بين الباحثين عن عمل والمنظمة- وخاصةً قبل مرحلة التقييم لم تلق الكثير من الإهتمام في الدراسات السابقة، وبالتالي سوف يُركز هذا البحث على سد هذه الفجوة.
 - توصلت الدراسات السابقة إلى فعالية استخدام التكنولوجيا في تنفيذ الاستقطاب الإلكتروني في المنظمات في جذب المواهب، بالإضافة إلى كفاءته من ناحية التكلفة والوقت، حيث تساعد عمليات الاستقطاب الإلكتروني المنظمات في تنفيذ ممارسات الاستقطاب وتعيين أفضل المواهب المتاحة في السوق. وهو ما يؤدي

إلى توفير فرص عمل أفضل وذلك عبر المواقع الإلكترونية، كما يوفر الاستقطاب الإلكتروني ادوات أكثر فاعلية لإختيار المرشحين المناسبين.

– لم تعطِ الدراسات السابقة الكثير من الاهتمام لتأثير التكنولوجيا على عملية الاستقطاب ككل، وأيضاً كيفية تأثير الاستقطاب الإلكتروني على جاذبية المنظمة. وعلى ذلك فإنه من الضروري إجراء المزيد من البحوث على الاستقطاب الإلكتروني وخاصةً من منظور المتقدمين للوظائف (الباحثين عن عمل). بالإضافة إلى ضرورة سد الثغرة التي أظهرتها الدراسات السابقة فيما يتعلق باستخدام محددات العلاقة بين الباحثين عن عمل والمنظمة من أجل تحديد محددات نجاح الاستقطاب الإلكتروني، لذا فإن هذا البحث سيركز على النقاط سابقة الذكر.

المراجع:

- Acarlar, G., & Bilgiç, R. (2013). Factors influencing applicant willingness to apply for the advertised job opening: the mediational role of credibility, satisfaction and attraction , **The International Journal of Human Resource Management**, 24(1), P.50-77.
- Acikgoz, Y. (2019). Employee recruitment and job search: Towards a multi-level integration. **Human Resource Management Review**, 29, P. 1–13.
- Ahmed, S., Tahir, H., Warsi, S.W. (2015). E-Recruitment Transforming the Dimensions of Online Job Seeking: A case of Pakistan. **International Journal of Human Resource Studies**, 5(1).
- Alateyah, S. (2018). The Determinants of E-recruitment and its effect on HRM Capabilities and the Firm's Performance: Evidence from Saudi Arabia Context. **Thesis**, Plymouth Business School, Plymouth University, UK.
- Allen, D., Mahto, R., & Otondo, R. (2007). Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational Brand, and Attitudes toward a

- Web Site on Applicant Attraction. **Journal of Applied Psychology**, 92(6), P. 1696–1708.
- Bakanauskienė, I., Bendaravičienė, R., & Barkauskė, L. (2017). Organizational attractiveness: an empirical study on employees attitudes in lithuanian business sector, **Problems and Perspectives in Management**, 15(2).
- Brahmana, R., & Brahmana, R. (2013). What Factors Drive Job Seekers Attitude in Using E-Recruitment? **The South East Asian Journal of Management**, 7(2), P. 39-50.
- Brandão, C., Silva, R., & dos Santos, J. (2019). Online recruitment in Portugal: Theories and candidate profiles. **Journal of Business Research**, 94, P.273–279.
- Brouer, R., Stefanone, M., Badawy, R., Egnoto, M., & Seitz, S. (2015). Losing Control of Company Information in the Recruitment Process: The Impact of LinkedIn on Organizational Attraction. **48th Hawaii International Conference on System Sciences**.
- Chiwara, J., Chinyamurindi, W., & Mjoli, T. (2017). Factors that influence the use of the Internet for job-seeking purposes amongst a sample of final-year students in the Eastern Cape province of South Africa. **SA Journal of Human Resource Management**, 15.
- Davis, F., Bagozzi, R., & Marshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. **Management Science**, 35(8), P. 982-1003.
- Dessler, G. (2013). **Human Resource Management: Global Edition**, 13th edition, Pearson Education Limited.
- Eschleman, K., Mast, D., Coppler, Q., & Nelson, J. (2019). Organizational factors related to attracting job seekers higher in hardiness. **International Journal of Selection and Assessment**, 27, P.169–179.

- Flecke, L. (2016). The Effectiveness of Recruitment Sources in Attracting Qualified Job Candidates. **Thesis**, University of Twente, Netherlands.
- Ghazizadeh, M., Peng, Y., Lee, J., & Boyle, L. (2012). Augmenting the Technology Acceptance Model with Trust: Commercial Drivers' Attitudes towards Monitoring and Feedback, **Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 56th Annual Meeting**, Massachusetts, USA.
- Gomes, D., & Neves, J. (2011). Organizational attractiveness and prospective applicants' intentions to apply. **Personnel Review**, 40(6), P.684-699.
- Hafeez, M., & Farooq, U. (2016). Exploring the Association of E-Recruitment with Organizational Attraction and Mediating Role of Cost Effectiveness and Ease to Use. **Science International**, 28(2), P. 1651-1657.
- Hafeez, M., & Farooq, U. (2017). The Role of E-Recruitment in Attracting Potential Candidates: Evidence from Fresh Graduates Job Seekers. **ICABML Conference Proceedings**, Dubai Business School, Dubai, UAE.
- Handlogten, C. (2009). Implementation of E-Recruitment. **Thesis**, University of Twente, Netherlands.
- Holm, A. B. (2012). E-recruitment: Towards an Ubiquitous Recruitment Process and Candidate Relationship Management. **German Journal of Human Resource Management: Zeitschrift Für Personalforschung**, 26(3), 241-259.
- Hoye, G. (2014). Recruitment Sources and Organizational Attraction: A Field Study of Belgian Nurses. **European Journal of Work and Organizational Psychology**.

- Jasson, K. (2016). Online Recruitment and Millennials: Recruitment Communication and Online Assessment. **Thesis**, Oulu Business School, University of Oulu, Finland.
- Karim, M., Miah, S., & Khatun, A. (2015). E-Recruitment in Practice: A Study on Jobseekers' Perception in Bangladesh, **Global Disclosure of Economics and Business**, 4(1).
- Kashi, K., & Zheng, C. (2016). Extending Technology Acceptance Model to the E-recruitment Context in Iran. **International Journal of Selection and Assessment**, 21(1).
- Khan, T. (2017). Evaluating Saudi Corporate Companies Online Recruitment. **Journal of Business Theory and Practice**, 5(1).
- Lange, S., laumer, S., Maier, C., & [Eckhardt](#), A. (2011). **Drivers, Challenges and Consequences of E-Recruiting – A Literature Review**, SIGMIS-CPR '11: Proceedings of the 49th SIGMIS annual conference on Computer personnel research, USA.
- Leonard, O. (2012). The Capability of The Internet and Its Effectiveness as A Reruitment Tool. **BA Degree in Human Resources Management**, National College of Ireland, Dublin, Ireland.
- Liu, Y., Keeling, K. & Papamichail, K. (2016). Maximising the credibility of realistic job preview messages: the effect of jobseekers' decision-making style on recruitment information credibility, **The International Journal of Human Resource Management**, 29(7), P. 1330-1364.
- Mahmood, N., & Ling, N. (2017). Theoretical Framework for Factors Influencing Job Seekers' Intention to Use Online Recruitment Websites. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 7(11).

- Marler , J. H., & Fisher , S. (2013). An evidence-based review of e-HRM and strategic human resource management. **Human Resource Management Review**, 23(1), P.18-36.
- Narmadha, P., & Nagi, M. (2017). A Conceptual Study on E-Recruitment System and Its Efficiency in Indian MNC Companies. **Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)**, 3(8).
- Roychowdhury, T., & Srimannarayana, M. (2013). Applicants' Perceptions on Online Recruitment Procedures. **Management and Labour Studies**, 38(3), P.185–199.
- Sayed, M. (2010). Internet Recruitment Sources: Which is more Informative, Credible and Safe?, **15th International Business Research Conference**, Sydney, Australia.
- Tong, D. (2009). A study of e- recruitment technology adoption in Malaysia. **Industrial Management & Data Systems**, 109(2), P.281-300.
- Vonhoye, G. (2012). Recruitment sources and organizational attraction: A field study of Belgian nurses. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, 21(3), P.376-391.
- Williamson, I., King, J., Lepak, D., & Sarma, A.(2010). Firm Reputation, Recruitment Web Sites, and Attracting Applicants. **Human Resource Management**, 49(4), P. 669– 687.
- Xu, C., Xia, L., & Ruirui, L. (2014). New Thought of Online Recruitment in the Era of Big Data, **International Journal of Business and Social Science**, 5(10).
- Yu, K., & Davis, H. (2019). Integrating job search behavior into the study of job seekers' employer knowledge and organizational attraction. **The International Journal of Human Resource Management**, 30(9), P. 1448-1476.