

التوظيف عبر الشبكات الالكترونية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية وهران

جنان حياة*، صادق شنوف**

الإرسال: 2021/03/01

القبول: 2021/03/29

النشر: 2021/04/27

ملخص: شهد مجال التوظيف أو البحث عن العمل تطورا كبيرا مع بداية القرن الواحد والعشرون، حيث أتاحت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وفي مقدمتها الشبكة العنكبوتية (الأنترنت) للمؤسسات ولطالبي العمل فرصة استخدام التكنولوجيات الجديدة في عملية التوظيف والانتقال من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني والذي يعرف بالتوظيف الإلكتروني E-recruitment.

تبحث هذه الورقة البحثية في مدى فاعلية استخدام التوظيف الإلكتروني بالجزائر من وجهة نظر طالبي العمل بالإضافة إلى دراستها من زاوية المؤسسات (المشغلين). وللإجابة على إشكالية هذه الدراسة وقع اختيارنا على عينة عشوائية من الشباب العاطلين عن العمل والقاطنين بولاية وهران كمجتمع للبحث، أما فيما يتعلق بأدوات البحث فقد تمثلت في الاستبيان كأداة لإجراء الدراسة الميدانية. بحيث تم توزيع 70 استبيان إليهم فرديا في سبيل التوصل إلى مجموعة من النتائج تبين مدى فاعلية التوظيف الإلكتروني أو التوظيف عبر الشبكة العنكبوتية، بالإضافة إلى تقصي مزايا وعيوب التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر. الكلمات المفتاحية: تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، التوظيف الإلكتروني، الشبكة العنكبوتية، وسائل التواصل الاجتماعي.

تصنيف JEL : M15, J64.

Employment via electronic networks in Algeria A field study on a sample of young people from the wilaya of Oran

Abstract: The field of employment or job search witnessed a great development with the beginning of the twenty-first century, as new technologies for information and communication, foremost of which were the Internet (the Internet), provided institutions and job seekers with the opportunity to use new technologies in the recruitment process and to move from the traditional to the electronic form. This is known as E-recruitment.

This research paper examines the effectiveness of using e-recruitment in Algeria from the viewpoint of job seekers, in addition to studying it from the angle of institutions (employers). And to answer the problem of this study, we chose a

* أستاذة محاضرة ب، مخبر LARAFIT، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، djennane.hayat@univ-oran2.dz
** أستاذ محاضر أ، مخبر LARAFIT، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، chennouf.sadok@univ-oran2.dz

random sample of unemployed youth who reside in the wilaya of Oran as a research community as for research tools, it was represented in the questionnaire as a tool for conducting the field study.

So that 70 questionnaires were distributed to them individually in ordre to reach a set of results showing the effectiveness of electronic recruitment or employment via the Internet, in addition to investigating advantages and disadvantages of hiring through social media in Algeria.

Keywords : *New Information and Communication Technologies, E-recruitment, Online recruitment, Social media.*

JEL Classification : J64, M15.

1. مقدمة :

مع ظهور الإعلام الآلي خاصة الانترنت واستخدام المواقع الإلكترونية في جميع العمليات، وزيادة التحول الإلكتروني الرقمي للمؤسسات أصبحت جميع العمليات والعلاقات بين مؤسسات الدولة (الإدارات والمنظمات) والأشخاص تنجز عن طريق تكنولوجيا الإعلام والاتصال وفي مقدمتها الانترنت والشبكات.

في مجال التوظيف تشهد المواقع الإلكترونية ثورة في توظيف طالبي العمل، واستطاعت أن تزيد من كفاءتها للدرجة التي تجعلها تساهم بشكل فعال في اتخاذ قرار التعيين. لقد أصبح هذا الوسيط وأصبح أداة موثوقا بها وأساسية، ويعول عليه طالبي عمل وعارضي العمل كمصدر رئيسي يستخدم بشكل أوحده أو كمكمل للطرق التقليدية في التوظيف. لقد حدث تحول جذري في الأسلوب الذي تستخدمه المؤسسات في التوظيف بفضل القيمة والكفاءة وسهولة استخدام مواقع التوظيف الإلكترونية.

لقد تزايد عدد مواقع التوظيف الإلكتروني في العالم عامة والجزائر خاصة وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي السريع. هذا التزايد الواسع والسريع لعدد هذه المواقع من جهة، وتزايد عدد العاطلين عن العمل في الجزائر من جهة أخرى، دفعنا إلى دراسة استخدامات البطالين و طالبي العمل للمواقع الإلكترونية ومدى استفادتهم منها في عملية البحث عن عمل، وعلى أساس ذلك كانت إشكالية البحث تتمحور حول السؤال المركزي التالي: **ما مدى فاعلية المواقع الإلكترونية والانترنت في التوظيف في الجزائر مقارنة بوسائل التوظيف التقليدية الأخرى؟**

تسعى هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على جملة من الأسئلة الفرعية نذكرها كالاتي:

- ما المقصود بالتوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي وما واقع تجربة الجزائر في هذا المجال؟
- كيف تؤثر المنصات الإلكترونية على التوظيف في الجزائر؟
- هل يؤدي التوظيف عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى جلب أشخاص ذوو كفاءات وأكثر إنتاجية من المؤسسات التي تستخدم الطرق التقليدية في التوظيف؟
- ما هي مزايا وعيوب التوظيف الإلكتروني من وجهة نظر طالبي العمل عبر الشبكات الاجتماعية (وسائل التواصل الاجتماعي)؟

– ما مدى استخدام أفراد عينة البحث لمواقع التوظيف الإلكتروني مقارنة بالتوظيف التقليدي؟

أهمية الدراسة:

تنبثق أهمية الدراسة من أن التوظيف الإلكتروني مفهوم حديث وله أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات أو للمرشحين للعمل. زيادة على ذلك هذا الموضوع لم يتم التطرق إليه كثيرا في الدراسات السابقة (بحوث، مقالات، رسائل، أطروحات) في الجزائر.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:

- معرفة الإطار النظري للتوظيف الإلكتروني،
- إلقاء الضوء على التوظيف عبر الشبكات الإلكترونية في الجزائر ومعرفة خصائصه،
- معرفة مزايا ومعوقات التوظيف الإلكتروني بالنسبة للمؤسسات وكذلك للأفراد الباحثين عن الوظيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. محتوى الدراسة:

1.2 الدراسات السابقة:

يغطي التوظيف الإلكتروني أو التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي باهتمام العديد من الدراسات السابقة:

– دراسة جلام كريمة وعدالة العجال، (2020): "دور وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف: دراسة تحليلية من وجهة نظر الباحثين عن العمل".

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة دراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف من وجهة نظر الباحثين عن العمل أو المرشحين المحتملين للوظيفة بالإضافة إلى إبراز أهميتها بالنسبة للشركات في الجزائر. قاما الباحثين بإطلاق استبيان إلكتروني في مجموعة من المنصات الاجتماعية من بينها فيسبوك ولينكد إن، بحيث تم استلام 110 إجابة معبئة في نهاية الفترة المحددة. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وأظهرت هذه الورقة البحثية مجموعة من النتائج، أهمها: فاعلية التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما أوضحت أن هناك قدرة لهذه الوسائل لاستقطاب طالبي العمل الذين لديهم خبرات عالية وباستطاعتهم صنع الفارق في المناصب المطلوبة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة توصيات منها ضرورة تواجد المؤسسات أكثر على منصات التواصل الاجتماعي، ضرورة توعية الباحثين عن العمل في الجزائر باستخدام الوسائل الإلكترونية للتوظيف، ومن أجل مسايرة التطورات الحاصلة في مجال الاعلام و الاتصال يجب الزام المؤسسات الجزائرية الى رقمنة التوظيف بصفة خاصة و إدارة الموارد البشرية بصفة عامة.

– دراسة جلام كريمة وعدالة العجال، (2015): " التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي بين الضرورة والحتمية". الملتقى الوطني حول واقع ادارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة، المؤسسة الجزائرية نموذجاً، جامعة ابن خلدون تيارت – الجزائر".

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة إبراز و إثبات أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف مع دراسة حالة بعض الشركات الكبرى العالمية من بينها شركة نستلي (Nestlé) و شركة (Ch 2 Mhill)، و التي استفادت كثيرا من استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي (الخط... Facebook, LinkedIn, Twitter).

للتوظيف بهدف الدعاية لعلامتها التجارية. بالإضافة إلى العدد الهائل للمتقدمين للوظائف الشاغرة، بمختلف المؤهلات عبر مختلف التعليقات والمتابعة للتعليقات المتعلقة بالتوظيف على مستوى الشركتين. مما يسهل مهمتهما في استقطاب الكفاءات بالإضافة إلى المزايا المذهلة التي تتيحها الشركات العالمية الكبرى الأخرى كالسرعة، سهولة الاستخدام، مجانية خدماتها والتركيز على الكفاءات طالبي العمل من خلال التصميم الفعال لصفحتي الشركتين وتبادل أكبر عدد ممكن من المعلومات الشخصية معهم.

من بين أهم النتائج المستخلصة نذكر: بروز منصات الكترونية جديدة والتي بدأت تعوض تدريجيا وسائل التوظيف التقليدية.

- دراسة مصطفى الطيب وبونيف محمد الأمين، (2011): " خدمات التوظيف الإلكتروني - نموذج لتقييم مواقع التوظيف بالجزائر - ". الملتقى الدولي حول: " استراتيجية الحكومة للقضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة" الذي نظمته: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر- جامعة المسيلة خلال الفترة 15-16 نوفمبر 2011م

هدفت هذه الورقة البحثية إلى دراسة الاستخدام الكثيف لمواقع التوظيف الإلكترونية في العالم عموما والجزائر خاصة في توظيف الباحثين عن العمل، لقد أصبحت هذه المواقع أداة أساسية موثوقا بها، يعول عليه الباحثون عن العمل وأصحاب الشركات كمصدر رئيسي يستخدم بشكل أوحده أو كمكمل للطرق التقليدية في التوظيف. توصلت الدراسة إلى إلزامية تقييم مدى جودة هذه المواقع الخدمية وفق معايير التقييم التي تنشرها الأبحاث بصورة دائمة، من أجل الكشف عن نقاط القوة والضعف لهذه المواقع بهدف تطويرها بطريقة مناسبة ومفيدة بالنسبة للمستخدمين، للشركات، للحكومة وللخبراء والباحثين ومصممي المواقع.

- (Broughton, A., Foley, B., & Ledrmaier, S, 2013) : " The use of social media in the recruitment process, Acas research publication ". The use of social media in the recruitment process, Acas research publication, 3-81.
- (Anthony, L., Brychan, T., & Sophie, J., 2015) : " A critical analysis of the implementation of social networking as an e-recruitment tool within a security enterprise. Cogent Business & Management ". Cogent Business & Management, 2, 1-21.
- (Kroeze, R., 2015) : " Recruitment via Social Media Sites: A critical Review and Research Agenda" . 5th IBA Bachelor Thesis Conference. University of Twente ". 5th IBA Bachelor Thesis Conference. University of Twente, Netherlands.

فهناك من اهتم من زاوية العرض فيه من وجهة نظر المؤسسات (المشغلين) وهناك من اهتم من وجهة الطلب فيه من وجهة نظر طالبي العمل. وهناك من اهتم بوضع التوازن أو الاختلال فيه، كما أن هناك آخرون اهتموا بالبحث عن مزايا وعيوب التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المشغلين والبعض الآخر من وجهة نظر طالبي العمل والتي سنتطرق إليها لاحقا من خلال الدراسة التطبيقية.

2.2 الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة:

1.2.2 المفاهيم الأساسية للتوظيف الإلكتروني :

تعددت التعريفات التي تعرضت للتوظيف الإلكتروني حيث توجد صعوبات لوضع تعريف محدد لهذه العملية، وإنما كانت هناك عناصر ثابتة في كل التعاريف المطروحة، حيث أن هناك من يعرفه على أنه: «مجموعة الأدوات والتقنيات الإلكترونية، سواء أكانت على الخط (على الإنترنت مباشرة) أولاً، التي تساهم في مراحل وسيوررات التوظيف الداخلي والخارجي للمؤسسة» (Besson L., 2012)، (Digout J., 2012) ، وهناك من يعتبره: «... كجزء لا يتجزأ من الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، يحتاج بعض الشروط كي يكون مثالياً قدر الإمكان. فإن مجتمع متصفح الإنترنت يقدم مترشحيه عن طريق أداة ذات أداء عالٍ، مقابل تحقيق سرعة أكبر في مستوى معالجة ملفات المرشحين. أصبح أجل الرد من طرف المؤسسة معياراً للاختيار من طرف المترشح ويعتبر كمقياس يمثل مستوى تفاعلية (réactivité) المؤسسة وبشكل أخص إدارتها» (Mullenders A., 2009).

أ. أنواع التوظيف الإلكتروني:

من بين أهم أنواع التوظيف الإلكتروني نجد:

- التوظيف الإلكتروني المباشر: والذي يتم بواسطة الموقع الإلكتروني للمؤسسة (موقع واب Site Web).
- التوظيف الإلكتروني الغير المباشر: والذي يتم بواسطة وكالات التوظيف الإلكترونية (العامة أو الخاصة) أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمهني.
- ب. مراحل التوظيف الإلكتروني:
- من أهم مراحل التوظيف الإلكتروني نذكر:
- الاستقطاب الإلكتروني (E-Hiring): وهو عملية اجتذاب طالبي العمل عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي والمهني.
- الاختيار الإلكتروني (E-Selection): وهو عملية تصفية السير الذاتية للمرشحين، حيث أنه يمكن للجهات المستقطبة (المشغلين) من زيادة فرصة الحصول على طالبي العمل ذوي الكفاءات والمؤهلات للشاغرة.
- التعيين الإلكتروني (E-Appointment) : و هو المرحلة الأخيرة من عملية التوظيف الإلكتروني باتخاذ قرار تعيين الكترونيًا للموظف المناسب.

2.2 الإطار النظري للدراسة:

يرجع التوظيف الإلكتروني (E-recrutement) أو التوظيف عبر الإنترنت إلى بداية القرن الواحد والعشرون، ويعود إلى عمليات إنشاء صفحات مستقلة على المواقع الإلكترونية للمنظمات والمؤسسات، ويهتم بعملية التوظيف الشاملة والمتكاملة بجميع مراحلها. و يطلق هذا المصطلح على عملية استخدام الموارد الإلكترونية خاصة الإنترنت لتعيين المرشحين المحتملين للحصول على الوظائف الشاغرة و يستعمل التوظيف الإلكتروني من طرف المنظمات و المؤسسات من أجل دعم عمليات التوظيف التقليدي (Broughton, A., Foley, B., & Ledrmaier, S, 2013)،

حيث أن الشركات و المؤسسات تستخدم حاليا الإنترنت للوصول إلى عدد كبير من الباحثين عن العمل و اختيار الفضل حسب المؤهلات و القدرات بتكلفة أقل و باختصار الوقت اللازم لعملية التوظيف نتيجة لسرعة تدفق المعلومات في المواقع ووسائل التواصل الاجتماعي. و قد حدد (Bohmova, L., & Pavlicek, A., 2015) مجموعة من المصادر التي يمكن استخدامها للبحث على إعلانات عن طريق المواقع الالكترونية (الإنترنت) عددها ستة هي :

- وسائل التواصل الاجتماعي،
- الموقع الالكتروني للمؤسسة أو الشركة،
- اللوحات الإعلانية على الإنترنت،
- المنتديات المتخصصة في عروض العمل،
- مكاتب العمل.

المصدر الأول لنشر عروض العمل من قبل المؤسسات و طلبات العمل من أجل تعيين المرشحين المحتملين في الوظائف الملائمة نجد التوظيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسبب المزايا التي تتميز بها هذه المنصات الاجتماعية، حيث أنها أصبحت في سنة 2019 جزء مهم من الحياة اليومية لما يقارب 3 مليار مستخدم في العالم (Clement, J., 2019).

حسب (Blacksmith, N., & Poepelman, A., 2014) إن وسائل التواصل الاجتماعي اقتحمت مساحة التوظيف و لم تعد مقتصرة للتواصل مع العائلة و الأصدقاء بحيث أثرت بشكل كبير على كل مراحل عملية التوظيف، و أعتبر ريديمان و ويلكينسون إن الهدف الرئيسي لضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف هو "التكلفة و السرعة" (Redman, T., & Wilkinson, A., 2009).

و منه فإن علامة تبويب التوظيف أصبح وجودها بارزا و أساسي في معظم مواقع التواصل الاجتماعي الغير المهنية مثل فايسبوك أو تويتر Twitter أو انستغرام Instagram رغم ارتكازها على المعلومات العامة للمستخدم و أن توجهها اجتماعي بالدرجة الأولى.

حسب شافر إن قسم الموارد البشرية في المؤسسة عليه أن يكون له نفس أهداف قسم التسويق و نفس طريقة العمل بقوله: «نافس على المواهب بنفس طريقة المؤسسات على العملاء، اليوم هناك منافسة شديدة على أفضل المواهب، عندما يقوم موظف ذو إمكانيات عالية بفحص الشركة، فإن أول مكان يقومون بزيارته هو مواقع التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك Facebook و لينكد إن LinkedIn، أو ربما يطلعون على مواقع مثل Glassdoor» (Schaefer, M. W., 2016).

إن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على عملية التوظيف فيما يلي:

أ. **التكلفة:** اللجوء إلى المنصات الاجتماعية المهنية من أجل الدعاية إلى المناصب الشاغرة مجاني زيادة على القدرة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المترشحين في وقت قصير.

ب. الوقت: المنصات وسيلة سريعة لدراسة وتفحص قدرات وشخصيات المترشحين. للمؤسسات القدرة على استخدام هذه المنصات من أجل دراسة ملفات طالبي العمل وتصنيفه الذين كفاءتهم لا تتلاءم مع مواصفات الوظيفة المطلوبة.

ج. القضايا الأمنية والأخلاقية: بإمكان المشغلين تصفية المترشحين عن طريق الاطلاع على حساباتهم ومعرفة المعلومات المصرح بها من قبلهم دون علمهم.

د. المترشحين المؤهلين: إن شبكات الاجتماعية تمكن من استهداف الأشخاص ذوو الكفاءات وتوظيف الحسن.

هـ. الميزة التنافسية: إن المؤسسات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف واستقطاب الكفاءات الضرورية لها ميزة تنافسية عن المؤسسات التي تستعمل الوسائل التقليدية.

على الشركة أو المؤسسة الالتزام بعدد من المراحل عند اتخاذ قرار استخدام التوظيف الإلكتروني أو التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي وهي:

أ. بناء خطة: اختيار المواقع أو المنصات المناسبة من طرف المؤسسة من أجل استهداف المترشحين المحتملين للوظيفة في الشبكات الاجتماعية.

ب. التحقق من العلامة التجارية للمؤسسة أو الشركة: على المنظمة تحسين صورتها لدى المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي بمعرفة آراء المستخدمين للشبكة حول علامتها التجارية.

ج. التواصل مع طالبي الشغل (أي مع المترشحين المحتملين): الهدف من هذا هو تعزيز الثقة بين الشركة والمترشحين أي مستخدمي الشبكة (جلال ك. وعدالة ل.، 2015).

3. المواقع الإلكترونية للتوظيف:

إن خدمة التوظيف الإلكتروني حسب التقرير الأول لمنظمة العمل العربية بعنوان "التشغيل والبطالة في الدول العربية": تعد من أهم الخدمات التي يجب أن تتوفر في منظومة سوق العمل، وتهدف إلى تقليل الهوة بين أصحاب العمل وبين الباحثين عن العمل وذلك من خلال استخدام القنوات الإلكترونية (الإنترنت)، وتساعد هذه الخدمة على تخفيض ما سمي "البطالة الاحتكاكية"، وهي البطالة التي سببها الرئيسي غياب الشفافية و المعلومات في مسائل التوظيف. وترجع أهمية خدمة التوظيف الإلكتروني من كونها تحقق مبدأ العدالة في سوق العمل بالنسبة لطالبي العمل والمشغلين. وتقوم هذه الخدمة بتنفيذ العمل المطلوب باستخدام قوائم موازنة، تمثل كل قائمة منها مجموعة من المهن في سوق العمل بحيث يقوم الباحث عن عمل وصاحب العمل باستخدام قائمة المقارنة نفسها. وهذا ما يسمح للنظام من إنجاز مستوى المطابقة بين أصحاب العمل والباحثين عن عمل (منظمة العمل العربي، 2008، ص: 67).

1.3 التوظيف الإلكتروني:

يعرف التوظيف الإلكتروني بأنه مجموعة من الأدوات ذات الطبيعة الإلكترونية، وتعمل بسرية تامة باستخدام برنامج تشغيل للحاسوب يقوم على مقابلة كل من جانبي الطلب والعرض من القوى العاملة باستخدام قوائم وصف الأعمال والمهن. ويمكن تعريف التوظيف الإلكتروني على انه: «استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بما فيها الإنترنت في إجراءات توفير الموارد البشرية اللازمة» (صقر عبد الرحيم، 2009، ص: 22).

إن التوظيف عبر شبكة الانترنت يكون وفق شكلين (أميرة بن طرف، 2011) :

- **مواقع الشركات الكبرى:** التي تخصص في مواقعها الإلكترونية قسما خاصا للتوظيف تعلن فيه عن الوظائف الشاغرة وتستقبل فيه السير الذاتية للراغبين بالحصول على الوظيفة.
- **المواقع الوسيطة:** هناك مواقع متخصصة التي تلعب دور الوسيط بين الباحث عن وظيفة والشركة تقدم قائمة بأهم الوظائف المتوفرة حيث غالبا ما تخصص قسما منفصلا للوظائف المتوفرة الأمر الذي يسمح للراغبين بالبحث عن وظائف.

2.3 مزايا خدمة التوظيف الإلكتروني (2011, www.bayt.com):

- **اختصار الوقت في التوظيف:** يسمح التوظيف الإلكتروني بالتفاعل المباشر وباستمرار عملية البحث والتوظيف على مدار أيام الأسبوع بما فيها عطل نهاية الأسبوع. ويمكن لصاحب العمل الإعلان عن وظيفة في وقت وجيز على مواقع الوظائف الإلكترونية دون حدود لحجم الإعلان ويبدأ باستقبال السير الذاتية في وقت قليل. إن التوظيف الإلكتروني أسرع بمعدل من وسائل التوظيف التقليدية ويزيد من سرعة دورة التوظيف في كل مرحلة من نشر الإعلان إلى استقبال السير الذاتية إلى دراستها وإدارة الاتصالات وسير العمل.
- **المحافظة على السرية:** تمكن مواقع التوظيف الإلكترونية إمكانية الحفاظ على السرية لكل من عارضي العمل وطالبي عن عمل.
- **عدم وجود وسيط:** لا تتطلب عملية التوظيف وسيط لبحث ودرس وقيم ويختار الأشخاص الذين يتمتعون بالمؤهلات المطلوبة. لأن مسؤول التوظيف أو صاحب العمل هو الوحيد الذي يدير عملية التوظيف، فإن ذلك يكسبه معرفة مميزة عن طبيعة سوق العمل وتنافسية هذه الوظيفة. كما بإمكانه ضمان اختياره للشخص الأكثر تأهيلا والأنسب للوظيفة
- **انتشار أوسع للشركات:** يستفيد كل من الشركات أصحاب العمل (العرض) والأشخاص الباحثين عن عمل (العرض) بشكل كبير من مواقع التوظيف الإلكترونية عبر نطاق البحث الواسع الذين يحصلون عليه عبر مواقع الشبكة العنكبوتية (الانترنت) ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.
- **تكاليف توظيف منخفضة:** إن تكلفة الإعلان عن الوظائف والبحث عن الأشخاص المناسبين في بوابات التوظيف ومواقع التواصل الإلكتروني يمكن أن تكون كلفتها أقل بنسبة كبيرة جدا من التكلفة التي تنتج عن استخدام وسائل الإعلان التقليدية.
- **يفتح المجال لبناء قاعدة بيانات مرجعية خاصة بالتوظيف (الاستشراف):** يمكن لعارضي العمل حفظ السير الذاتية المتميزة التي حصلوا عليها من خلال عملية البحث التي أجريت لبناء قاعدة بيانات خاصة بهم تضم أصحاب أفضل الكفاءات الذين تمت دراسة سيرهم الذاتية بهدف أي استخدام مستقبلي.
- حسب (Liger, P., 2016) أن المقاربة المبنية على علاقة العامل/المؤسسة تنظر إلى العاملين في الحاضر أو المستقبل المحتمل كزبائن، وهي تستند على تطبيق منطق و تقنيات التسويق و الاتصال من أجل اجتذاب المرشحين و توظيفهم و إدماجهم بشكل جيد و الاحتفاظ بالعاملين المعنيين.

- أحدث أدوات الإدارة: تدار عملية التوظيف كلها من مكان واحد يسمح لصاحب العمل بالإعلان عن الوظائف الشاغرة، واستلام السير الذاتية، ودراسة السير الذاتية للباحثين عن عمل وتصنيفهم والاتصال بالمرشحين بشكل منفرد أو كمجموعة وتتبع النشاطات كافة من "صفحتهم الشخصية" المزودة بأعلى درجات الفاعلية والسرية. ويستطيع الباحثون عن عمل تتبع حالة طلبهم أيضا في كل مرحلة من مراحل عملية التوظيف من الصفحة الشخصية الخاصة بهم.
- أحدث أدوات الدراسة تسمح أدوات الدراسة الحديثة للشركات أو المسؤولين عن التوظيف بالوصول إلى صاحب الكفاءة الأنسب باستخدام مجموعة من المعايير المتوفرة على المواقع الإلكترونية. مما يؤدي إلى زيادة فعالية عملية التوظيف عبر الإنترنت ومستوى الباحثين عن عمل.

3.3 التوظيف الإلكتروني في الجزائر:

التوظيف الإلكتروني مفهوم جديدا في الجزائر التي بدأت في استخدام التقنيات الرقمية منذ 2013، لكن هذه الصيغة الجديدة للتوظيف نجحت في أن تكون وسيطا فعالا بين طلب العمل (الأشخاص) وعرض العمل (المؤسسات)، فرغم التأخر الذي تعاني منه الجزائر في مجال استغلال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والرقمنة، مقارنة بغيرها من البلدان الجوار وحتى الأوروبية، فإن المؤشرات الحالية تبرز نموا مشجعا في امتلاك هذه التقنيات واستغلالها.

الجدول (1): إحصائيات مستخدمي الانترنت في الجزائر والنمو السكاني

السنة	المستخدمين	تعداد السكان	% الاختراق	مصدر الاستخدام
2000	50.000	31.795.500	0.2 %	ITU
2005	1.920.000	33.033.546	5.8 %	ITU
2007	2.460.000	33.506.567	7.3 %	ITU
2008	3.500.000	33.769.669	10.4 %	ITU
2009	4.100.000	34.178.188	12.0 %	ITU
2010	4.700.000	34.586.184	13.6 %	ITU
2012	5.230.000	37.367.226	14.0 %	IWS
2013	6.404.264	38.813.722	16.5 %	ITU
2014	6.669.927	38.813.722	17.2 %	ITU
2015	11.000.000	39.542.166	27.8 %	IWS
2016	15.000.000	40.263.711	37.3 %	IWS
2017	18.580.000	41.063.753	45.2 %	IWS

المصدر: Africa 2018 Population and Internet Users Statistics

الأرقام جد ايجابية وتدل على التطور والنمو الهائل في عدد مستخدمي الانترنت بالجزائر مقارنة بسنة 2000. إن حجم مستخدمي الانترنت في هذا البلد تضاعف ثلاثة مرات منذ 2014.

الجدول (2): عدد مستخدمي الانترنت و الفيسبوك Facebook في الجزائر

إفريقيا 2018 إحصاءات السكان ومستخدمي الإنترنت						
إفريقيا	تعداد السكان (تقدير)	مستخدمي الانترنت 2010-12-31	مستخدمي الانترنت 2017-12-31	الاختراق (% السكان)	نمو الانترنت 2017-2000	مشركي الفيسبوك 2017-12-31
الجزائر	42.008.054	.50.000	18.580.000	% 44.2	% 37.060	19.000.000

المصدر: مصدر سبق ذكره Africa 2018 Population and Internet Users Statistics

شهدت الإنترنت في الجزائر نمواً ملحوظاً في السنوات الأخيرة في عدد المستخدمين والموارد والأنشطة المتاحة عليها. ومن المتوقع أن يزداد هذا النمو نظراً للتقدم الهائل الذي يشهده العالم في هذا المجال. وتعد الإنترنت الأسرع في الانتشار على الصعيد العالمي فلا توجد تكنولوجيا تفاعلت أو انتشرت في أوساط الجمهور بهذه السرعة لتصل إلى 30 مليون مستخدم في أقل من 5 سنوات فيما احتاجت صناعة السيارات إلى 40 سنة للوصول إلى هذا العدد.

بالنسبة للجزائر والمقدر عدد سكانها بأكثر من 42 مليون نسمة فقد تخطى عدد المستخدمين حاجز الـ 18 مليون سنة 2017 وتجاوز الـ 20 مليون مستخدم مع مطلع سنة 2018 أي بنسبة 47% من النسبة الإجمالية لعدد السكان وهو ما يبينه الجدول رقم 1.

الأرقام المشار إليها أعلاه تبين حجم التطور في قطاع الاتصالات واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (خاصة فيسبوك) في الجزائر لكن وبالرغم من ذلك مازال أماننا الكثير للحاق بالركب الحضاري في مجال الانترنت والخدمات المرتبطة بها.

احتلت الجزائر في 2018 مرتبة متقدمة في الترتيب العالمي من حيث عدد مستخدمي الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ازداد بنحو 3.5 مليون مستخدم جديد، حسب التقرير السنوي الصادر عن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي « هوت سويت ».

وأشار التقرير أن الجزائر في 2018 احتلت المرتبة الـ 19 عالمياً من حيث زيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بارتفاع قدره 10 % مقارنة بسنة 2017 و المرتبة الـ 20 عالمياً من حيث مستخدمي الشبكة العنكبوتية (الانترنت) أي بزيادة قدرها 17 % مقارنة بسنة 2017.

وفي إطار مساعيها لدعم قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال و الرقمنة وتشجيع استعمالها في المجالات الاقتصادية، تعكف الحكومة الجزائرية على تطوير استراتيجيتها الرقمية، بدأت أولى خطوات تجسيدها باستعانة وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال بأحد مواقع التوظيف الإلكتروني ليكون ضمن الطاقم الفني لدراسة وتنفيذ هذه الاستراتيجية. يجب الإشارة كذلك بأن المديرية العامة للتوظيف العمومية أطلقت موقعاً خاصاً بها للتوظيف www.dgfp.gov.dz، وبالرغم من امتلاكه حصرية الإعلان عن وظائف أكبر قطاع توظيف في الجزائر، لكنه لا يعدوا أن يكون لوحة إعلانات لوظائف هذا القطاع دون تقديم خدمات أخرى، كم انه يعاني من البطء الشديد ومن

التوقف عن العمل بسبب الاكتظاظ. إضافة إلى هذا الموقع توجد العديد من المواقع الخاصة التي تقدم خدمات التوظيف الإلكتروني وجلها في القطاع الخاص، وستتطرق إلى تقييم هذه المواقع في المحور الثالث من بحثنا هذا.

بالإضافة إلى موقع المديرية العامة للتوظيف العمومية هناك العديد من المواقع الخاصة التي تقدم خدمات التوظيف الإلكتروني التي تقدم مختلف عروض العمل والمناصب الشاغرة للشركات على غرار:

– " Emploitic.com " : هو أكبر موقع إلكتروني للتوظيف في الجزائر، أنطلق في أبريل 2006 ويتصفحه يوميا 450 ألف شخص شهريا، أي ما يعادل 15 ألف متصفح في اليوم، كما يحصي 200 ألف مترشح وباحث عن العمل مسجل و2500 شركة ومؤسسة مسجلين كأعضاء دائمين يقدمون عروض العمل. حسب موقع [Emploitic](http://Emploitic.com) للتوظيف على الأنترنت أن 80 بالمائة من فرص التوظيف تتم على الويب، وأن الموقع يوفر 15 ألف فرصة عمل في السنة وأزيد من 90 بالمائة من المرشحين الذين يتقدمون لهذه الوظائف يفتكونها ويتقلدون المناصب. كما فاق عدد فرص العمل التي نشرها الموقع منذ تأسيسه، أي بعد 10 سنوات، 70 ألف عرض عمل، 50 بالمائة من هذه العروض تمت خلال الثلاث سنوات الأخيرة. مما يعطيه أفضلية في التقييم بالنسبة لعدد المترشحين والمؤسسات المسجلة به. بالإضافة إلى بساطة تصميمه وسرعة تحميل صفحاته يتميز أيضا بتوفره على الكثير من أدوات التواصل. لكن ما يميزه عن غيره هو تنظيمه لطبعات صالون التوظيف المهني عبر شبكة الانترنت، بمشاركة مؤسسات ومختصين ومهنيين في مجال الموارد البشرية. هذا الموقع يعتبر موقع الوظائف الأول في الجزائر الذي يقترح على المؤسسات حلول احترافية من اجل استقدام موظفين عبر الويب وذلك بتصفية بيانات سيرتهم الذاتية في قسم خاص أو نشرها مباشرة على بوابة الإعلانات. ما يعاب على البوابة " Emploitic.com " أنها بلغة واحدة فقط (أجنبية : الفرنسية).

– " Emploipartner.com " : موقع مختص في التوظيف عبر الإنترنت في الجزائر، مدعوم من طرف وكالة موارد بشرية تتمتع بخبرة كبيرة في هذا المجال. هذه الأخيرة تعرض خدماتها على المؤسسات التي ترغب في العثور على موظفين يتميزون بالكفاءة من جهة، وعلى الأشخاص الباحثين عن وظائف جادة من جهة أخرى .

– " Tawdif.com " : من بين البوابات التي تستهدف سوق الوظائف الجزائرية و ذلك بنشر العروض المقدمة من طرف الشركات التي تنشط في مختلف القطاعات و الأنشطة.

باستطاعة الزوار البحث عن إعلانات منشورة على الموقع لمؤسسات وشركات عمومية وخاصة ومتعددة الجنسيات. أنشأ في سبتمبر 2007، ويتصفحه 350 ألف طالب للعمل شهريا أب ما يعادل أكثر من 11 ألف و6600 مئة زائر في اليوم من الجزائر ومن خارجها. تتوفر بوابة " Tawdif.com " على الكثير من نقاط القوة من حيث التصميم وسهولة البحث. تتوفر كذلك على نسختين فرنسية وانجليزية مع غياب العربية، بالإضافة إلى نقص واضح في استخدام وسائل التغذية العكسية وإشراك مواقع التواصل الاجتماعي.

– " Elkhedma.com " : أنشئ هذا الموقع منذ عدة سنوات، موقع التوظيف يمثل البوابة التي تقترح على المؤسسات الجزائرية تعزيز عروض العمل التي يقدمونها لطالبي العمل حسب القطاعات. يتميز بتصميمه البسيط وهيكلي سهل البحث حيث يعتبر واحد من أهم البوابات في هذا المجال . هذه البوابة تتميز عن البوابات الأخرى بكونها الوحيدة

التي تظهر في نتائج البحث التجارية غوغل Google، وحسب إحصائيات البوابة فإنها تحتوي على 6771 مؤسسة و 221 عرض زيادة على أكثر من 2234 مترشح في اليوم.

– "Carriere-algerie.com": الموقع الجزائري المختص في نشر عروض العمل للذين يبحثون عن وظيفة عن طريق الانترنت (طلب العمل الإلكتروني) بالإضافة إلى اقتراحه على المؤسسات حلول تساعد على انتداب العمال حسب الكفاءة المطلوبة لتلبية طلباتهم.

– "Emploialgerie.com": من بين أول البوابات المختصة في مجال الوظائف بالجزائر التي تحتل المراتب الأولى في محرك البحث Google، لمساعدة طالبي العمل على إيجاد أفضل عروض العمل بسهولة تامة. البوابة تقدم خدمات أخرى حيث تعرض على المؤسسات التي تريد التوظيف، فرصة الولوج إلى قسم ثري بالبيانات الخاصة بالسيرة الذاتية حيث يستقدم عدد كبير من الزوار يوميا.

– "Emploicom.com": بوابة احترافية منظمة بشكل جيد، تم إنشاءها خصيصا لنشر عروض العمل حيث يتيح الفرصة للأشخاص الراغبين في الحصول على وظيفة و ذلك بنشر الإعلانات يوميا (حسب التخصص) على مستوى بيئة العمل، يتم طرح قسمين لطالبي العمل و الموظفين على حد سواء بهدف تسهيل عملية البحث عن العمل و تسيير الحساب.

– "Emploinet.net": بوابة مختصة تقدم أحر عروض العمل إضافة إلى مجموعة من النصائح للأشخاص الذين هم بصدد البحث عن عمل حسب تخصصهم و في ولاية أو منطقة إقامتهم.

– "cvite.com": من بين أول المواقع المختصة في مجال التوظيف بالجزائر التي تحتل المراتب الأولى في محرك البحث Google، لمساعدة طالبي العمل على إيجاد أفضل عروض العمل بسهولة تامة. الموقع يقدم خدمات أخرى حيث يعرض على المؤسسات التي تريد التوظيف، فرصة الولوج إلى قسم ثري بالبيانات الخاصة بالسيرة الذاتية حيث يستقدم عدد كبير من الزوار يوميا.

هذه المواقع المتخصصة في مجال العمل والتوظيف، تهتم بنشر العروض التي تقترحها المؤسسات والشركات الجزائرية، العمومية أو الخاصة والتي تشمل قطاعات عدة.

للراغبين في الحصول على وظيفة في مجال معين، الدخول إلى موقع من بين المواقع الموجودة أدناه حيث يمكنهم الاطلاع على مختلف إعلانات العمل واختيار ما يناسب التخصص .

يتم انتقاء طالبي العمل (المرشحين) حسب نتائج المسابقات أو المقابلات التي تنظمها وكالات العمل الراغبة في التوظيف.

ما يميز هذه المواقع للتوظيف عبر الإنترنت هو التفاعلية المباشرة واستمرارية عملية البحث عن المناصب الشاغرة واستقبال السيرة الذاتية والتوظيف 24/24 و 7/7.

4. الدراسة الميدانية:

1.4 منهجية الدراسة الميدانية:

وللإجابة على إشكالية هذه الدراسة وقع اختيارنا على عينة عشوائية من الشباب العاطلين عن العمل والقاطنين بولاية وهران كمجتمع للبحث، أما فيما يتعلق بأدوات البحث فقد تمثلت في الاستبيان بحيث تم توزيع 70 استبيان إليهم

فرديا. و قد تم استرجاع ما مجموعه 57 استبيان من بينها 44 مقبولة -أي بنسبة 62.85 % - على أننا اعتمدنا خاصية الإجابات الكاملة في دراستنا.

لتصميم أقسام الاستبيان تم الاعتماد على عدد من الاستبيانات المرجعية لمجموعة من الدراسات السابقة نذكر من بينها (جلال كريمة وعدالة العجال، 2020)، (دعاء ن العطيات و إكسمري ع المناصرة، 2019)، بالإضافة الى عدد من الأساتذة المحكمين. وعمدنا على تناول هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام التكرارات والنسب المئوية. وقد قمنا بتصميم الاستبيان ثم قسمناه إلى 6 أقسام. يهتم القسم الأول بالبيانات الشخصية لأفراد العينة، في حين القسم الثاني متعلق بالطرق التي لجأ إليها أفراد العينة للبحث عن فرص عمل، بينما القسم الثالث يخص المنصة المفضلة للبحث عن فرص عمل عبر المنصات الالكترونية. والقسم الرابع يتعلق بفعالية التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والفصل الخامس والأخير يهتم بدراسة مزايا وعوائق التوظيف الالكتروني من وجهة نظر طالبي العمل.

2.4 نتائج الدراسة الميدانية:

القسم الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة:

بعد عملية تفرغ الاستبيان، ومن أجل تحديد خصائص العينة قمنا بتمثيل القسم الأول المتعلق بالبيانات الشخصية والخصائص الوظيفية والتي تصف خصائص عينة الدراسة، حيث تم تحديد خصائص أفراد عينة الدراسة في المتغيرات التالية: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة والمستوى المهني.

- توزيع أفراد العينة حسب الجنس: من مجموع (44) استبيان تم الحصول على النتائج حسب الجدول التالي:

الجدول (3): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الفئة
45.45%	20	ذكر
54.54 %	24	أنثى
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

من الجدول رقم (3) أعلاه، نلاحظ بأن عدد الذكور في عينة الدراسة (20) مفردة من المجموع الإجمالي (44)، ما يمثل نسبة (45.45%)، في حين نجد عدد الإناث (24) مفردة أي بنسبة (54.54%). مما يدل على وجود عدم التوازن ما بين الجنسين في طلب العمل.

- توزيع العينة حسب العمر: يمكننا توضيح توزيع العينة حسب العمر في الجدول التالي:

الجدول (4): توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة	التكرار	العمر
75%	33	من 21 إلى أقل من 30 سنة
18.18%	8	من 30 إلى أقل من 40 سنة
6.81%	3	من 40 إلى أقل من 44 سنة
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

من الجدول رقم (4) أعلاه، نلاحظ بأن (75%) من الأفراد المستقصي منهم كانت أعمارهم من 21 إلى أقل من 30 سنة، وهي الفئة أكثر تكرر في عينة الدراسة وهذا منطقي جدا لأنها تطابق سن الحصول على مختلف الشهادات في الجزائر. تليها نسبة (18.18%) كانت أعمارهم من 30 إلى أقل من 40 سنة، في حين نلاحظ أن نسبة (6.81%) كانت أعمارهم من 40 سنة إلى أقل من 44 سنة وهي الفئة الأقل تكرر في العينة. مع الإشارة إلى عدم وجود أفراد طالبي العمل تساوي أو تزيد أعمارهم 44 سنة.

- توزيع العينة حسب المؤهل العلمي: يمكننا توضيح توزيع العينة حسب المؤهل العلمي في الجدول التالي:
الجدول (5): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	الفئة
2.27%	1	أقل من البكالوريا
11.36%	5	بكالوريا
25%	11	ليسانس
45.45%	20	ماستر
15.9%	7	دكتوراه
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

من الجدول رقم (5) أعلاه، نلاحظ بأن المؤهل العلمي الذي غلب على أفراد العينة الإحصائية هو فئة الماستر والمقدرة بنسبة (45.45%)، بينما تمثل فئة البكالوريا و الأقل من البكالوريا النسب الأقل والمقدرة على التوالي ب(11.36%) و (2.27%). مما يدل على أن أغلب طالبي العمل في الجزائر هم من أصحاب الشهادات الجامعية من مختلف الدرجات.

القسم الثاني: الطرق التي لجأ أفراد العينة للبحث عن فرص عمل:

فيما يخص الطرق التي لجأ إليها أفراد العينة المدروسة للبحث عن عمل، تم استخدام إجابات مفتوحة لأفراد العينة المدروسة من أجل ذكر أهم الوسائل المستعملة للبحث عن فرص عمل نذكر منها:
- مراكز التشغيل الوطنية من بينها:

- الوكالة الوطنية للشغل ANEM: إنها مؤسسة عمومية ذات تسيير خاص خاضعة لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 66 - 77 المؤرخ في 19 محرم 1427 الموافق ل 18 فيفري 2006. وهي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتعمل تحت وصاية وزارة العمل، مهمتها الأساسية تنظيم سوق العمل والتقريب بين عارضي العمل وطالبي العمل.
- الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANEM (www.angem.dz): وهي هيئة أنشئت في سنة 2004 مهمتها تطبيق سياسة الدولة في مجال محاربة الفقر والبطالة عن طريق مرافقة وتدعيم أصحاب المبادرات الفردية من أجل مساعدتهم إنشاء مشاريع خاصة، والمدعمة بقروض صغيرة (موجهة أساسا لفئات البطالين الذين لا يملكون أي دخل أو دخل ضعيف وسنهم على الأقل 18 سنة) تصل حتى 500.000 دج.

- الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ: أنشأت سنة 1996، وبدأت في العمل الفعلي في جوان 1997. وهي هيئة ذات طابع خاص مهامها تشجيع ومرافقة الشباب أصحاب المبادرات في مجال الاستثمار.
 - الوسائل الحديثة والمتمثلة في تصفح مختلف مواقع التوظيف الالكترونية الموجودة على شبكة الانترنت والتي سبق لنا ذكرها.
 - الموقع الرسمي للتوظيف العمومية، مواقع الوزارات والمؤسسات...
 - زيارات مباشرة إلى المؤسسات خاصة إلى أقسام وإدارات الموارد البشرية.
 - الوسائل التقليدية والمتمثلة في تصفح الإعلانات الموجودة على صفحات الجرائد والمجلات.
- القسم الثالث: المنصة المفضلة للبحث عن فرص عمل عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

الجدول (6): توزيع أفراد العينة حسب المنصة المفضلة

المنصة	التكرار	النسبة
فايسبوك	27	61.36%
ليكدان	2	4.54%
تويتر	0	0%
انستغرام	0	0%
الموقع الالكتروني للمؤسسات	5	11.36%
المجلات والصحف الالكترونية	2	4.54%
تطبيقات الهاتف النقال	4	9.09%
المنتديات	1	2.27%
إعلانات التوظيف العمومي	3	6.81%
المجموع	44	100%

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

من الجدول أعلاه نلاحظ ما نسبته 61.36% من أفراد العينة يفضلون استخدام منصبة فايسبوك Facebook للبحث عن إعلانات الوظائف الشاغرة وذلك لسهولة الاستخدام وكذلك لأن الجزائريين يولون أهمية كبرى لهذه المنصة والتي كانت تضم أكثر من 22 مليون مشترك مسجل في سبتمبر 2018، فيما كانت نسبة الذين يفضلون البحث عن فرص التوظيف في الموقع الالكتروني للمؤسسات في المرتبة الثانية بـ 11.36%، و تطبيقات الهاتف النقال في المرتبة الثالثة والتي بلغت 9.09% وذلك لسهولة عملية التواصل بين طالبي العمل وانتقال المعلومات التي تخص التوظيف بينهم 24 ساعة على 24 و 7 أيام على 7، في حين نسجل 6.81% بالنسبة لإعلانات التوظيف العمومي باعتباره الهيئة الرسمية المكلفة بالإعلان عن الوظائف الشاغرة في المؤسسات التابعة للدولة. لتفاوت النسب المخصصة للمنصات الأخرى مع تسجيل نسبة صفر على موقعي تويتر Twitter و انستغرام Instagram وذلك لأن المستخدم الجزائري مازال لا يعلم فعالية هذه المنصات في عملية التوظيف وبالتالي لا يعطيها الأهمية التي تستحقها.

القسم الرابع: فعالية التوظيف عبر الشبكات الالكترونية:

الجدول (7): توزيع أفراد العينة حسب الإجابات فيما يخص فعالية التوظيف الالكتروني

المنصة	التكرار	النسبة
عدم فعالية التوظيف الالكتروني	36	81.81%
فعالية التوظيف الالكتروني	8	18.18%
المجموع	44	100%

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

فيما يتعلق بإجابات أفراد العينة حول القسم المتعلق بفعالية التوظيف الالكتروني، فقد اتجهت إجابات أفراد العينة إلى فاعلية عملية التوظيف عبر الشبكات الالكترونية من حيث إتمام عملية التوظيف بمراحله المختلفة وذلك بنسبة 18.18% ممن تم التواصل معهم من طرف المؤسسات عبر هذه الشبكات. و ذلك لأن المؤسسات الجزائرية العامة أو الخاصة تكتفي بالإعلان و مرحلة الاستقطاب الالكتروني (E-Hiring) فقط دون أن يمتد إلى مرحلة الاختيار الالكتروني (E-Selection) و التعيين الالكتروني (E-Appointment).

القسم الخامس: مزايا وعوائق التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طالبي العمل:

من خلال إجابات أفراد العينة على هذا المحور نجد أن أغلب الاستبيانات المسترجعة لخصت مزايا وعوائق التوظيف الالكتروني من وجهة نظر طالبي العمل فيما يلي:

أ. المزايا: يوضح الجدول رقم (7) إجابات أفراد العينة حول الفقرة المتعلقة بمزايا التوظيف الالكتروني، حيث تم

استخدام مقياس رينسيس ليكرت Rensis Likert الخماسي لتحديد درجة أهمية إجابات أفراد العينة

وكانت الإجابات على هذه الفقرة كما يلي:

الجدول (7): توزيع أفراد العينة حسب الإجابات فيما يخص مزايا التوظيف الالكتروني

المزايا	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
	%	n _i	%	n _i	%	n _i	%	n _i	%	n _i
انخفاض التكلفة	42.72	21	27.27	12	11.36	05	9.09	04	4.54	02
سهولة الاستعمال	70.45	31	22.72	10	6.81	03	/	00	/	00
هدف الجاذبية	43.18	19	31.81	14	13.63	06	11.36	05	/	00
ربح للوقت	86.36	38	13.63	06	/	00	/	00	/	00
الشفافية، المصادقية ولا جهوية	93.18	41	4.54	02	2.27	01	/	00	/	00

n_i = التكرار

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (7) نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة قد أبدوا موافقتهم المرتفعة لجميع فقرات المحور المتعلقة بمزايا التوظيف الإلكتروني، بالنسبة للشفافية، المصداقية و لا جهوية نجد أن أكبر نسبة من العينة (93.18%) أبدوا موافقتهم لهذه الفقرة، و ذلك راجع لأهميتها في سياسة التوظيف، فيما أحاب ما نسبته (83.36%) أن من بين المزايا هو ربح للوقت و تقليل المجهود المبذول للبحث عن الوظيفة، لتليها نسبة (70.45%) تؤكد درجة الموافقة لسهولة الاستعمال، و ذلك راجع للتطورات التي عرفتها الشبكات الإلكترونية، بحيث تم تسهيل مؤخرًا عملية استخدام المنصات الاجتماعية، لتفاوت بقية النسب بين انخفاض التكلفة و هدف الجاذبية و التي تحقق هدف الجاذبية باستعمال الألوان التي تزيد من انتباه وتركيز الباحث عن الوظيفة على مضمون الموقع.

ب. العوائق: من الجدول رقم (8) نلاحظ أن ما نسبته (88.63%) من أفراد العينة المدروسة أبدوا موافقتهم بأن من أهم العوائق للتوظيف الإلكتروني و هو أن بعض المواقع مزودة بلغة أجنبية وحيدة وهي الفرنسية، ويعتبر هذا من بين النقائص الموجودة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي. كذلك أوضحت نتائج الاستبيان أن ما نسبته (77.27%) من أفراد العينة يذكرون من بين أهم العوائق عدم احترام خصوصية ملفات المرشحين للعمل في حين أن ما نسبته (81.81%) يرجعونها إلى استبعاد في كثير من الأحيان الكفاءات لعدم استعمالها الشبكات الإلكترونية، لتتوزع بقية النسب على الفقرات الأخرى.

الجدول (8): توزيع أفراد العينة حسب الإجابات فيما يخص عوائق التوظيف الإلكتروني

لا		نعم		الفقرة
%	n _i	%	n _i	
47.72	21	52.27	23	وجود إعلانات كاذبة ومزيفة
36.36	16	63.63	28	عدم تقديم المناصب الشاغرة بشكل جيد وبالتفصيل
18.18	08	81.81	36	استبعاد في كثير من الأحيان الكفاءات لعدم استعمالها الشبكات الإلكترونية
22.72	10	77.27	34	عدم احترام خصوصية ملفات المرشحين للعمل
38.63	17	61.36	27	الخوف من تسريب بيانات طالبي الوظيفة
11.36	05	88.63	39	بعض المواقع مزودة بلغة وحيدة وهي اللغة الأجنبية

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً على نتائج الاستبيان

وأخيراً يمكن القول إن الشبكات الاجتماعية حققت منذ توجهها للتوظيف الإلكتروني مجموعة من المزايا القيمة كما أنها تعاني من بعض القيود التي تعتبر بسيطة مقارنة بالمزايا المحققة.

5. تحليل النتائج:

يبين من خلال الدراسة الميدانية أن أفراد العينة يلجئون إلى وسائل مختلفة للبحث عن وظيفة تتلاءم مع مؤهلاتهم العلمية والتكوينية بما فيها التقليدية والحديثة. كما مواقع التوظيف الالكترونية تتيح لهم البحث عن فرص ومناصب أخرى شاغرة في دول أخرى. بعبارة أخرى إن مواقع التشغيل الالكترونية تتيح لطالبي العمل فرصة البحث عن عمل خارج الحدود الجغرافية لأوطانهم بأقل كلفة وأقل جهد ودون الحاجة إلى التنقل إلى الخارج لأن العالم أصبح قرية صغيرة.

بالنسبة لدوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التوظيف الالكترونية عامة ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة تكمن من جهة، في أن هذه الخدمة تتيح لهم فرصة الحصول على وظيفة دون الحاجة للتنقل الشخصي إلى المؤسسات ووكالات التشغيل. ومن جهة أخرى، تسمح هذه المواقع للباحثين عن فرص عمل بمتابعة تطورات ملفاتهم وطلباتهم لمناصب الشغل يوميا وهو ما يوفر الوقت والإمكانيات المادية المتاحة للقيام بذلك. كما تتيح لهم هذه المواقع تحديث وتعديل المعلومات بصورة دائمة مع إمكانية تصفح المعلومات والإعلانات في أي وقت.

أما بخصوص العوائق التي ذكرها أفراد العينة نذكر منها الخوف من عدم ضمان المحافظة على خصوصية سيرهم الذاتية. كما هناك حسب إجابات أفراد العينة احتمال احتيال الشركات عن طريق زيف البيانات التي تعلن عنها المؤسسات. بالنسبة للسؤال حول مدى استفادة أفراد الدراسة عن منصب عمل نتيجة استخدامهم لمواقع التوظيف الالكترونية، وجدنا أن أغلبهم لم يحصل على منصب شغل باستخدام الوسائل الحديثة للتوظيف. والسبب أرجعوه لعوامل مجهولة لا يمكن تفسيرها.

وفيما يتعلق عن رأي أفراد عينة الدراسة حول مدى فاعلية الوسائل الحديثة (خدمة الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي) في تخفيض نسبة البطالة مقارنة بالوسائل التقليدية لاحظنا من خلال الإجابات أن أغلب أفراد العينة يستخدمون بشكل رئيسي مواقع التوظيف الالكترونية لأنه يقرب بين طرفي سوق العمل (الباحثين عن العمل وأصحاب العمل).

6. الخاتمة:

من خلال ما سبق نستخلص وجود فعالية للتوظيف الالكتروني، بالإضافة الى قدرة الشبكات العنكبوتية ومختلف الوسائل الحديثة لتكنولوجيات الاعلام والاتصال من استقطاب أحسن الكفاءات للمناصب الشاغرة في المنظمات والمؤسسات.

بعد التطور المذهل لمنصات التوظيف الالكترونية ودخولها حياة الأشخاص، أصبح من الصعب في القرن الواحد والعشرين إيجاد فرد غير منضم إليها وأصبحت تلبية احتياجات الأشخاص الباحثين عن فرص العمل، حيث أن هذه المواقع تتيح لهم فرص للحصول على عمل دون التنقل إلى المؤسسات. من جهة أخرى، يسمح الموقع الإلكتروني للباحثين عن فرص عمل بمتابعة تطورات طلباتهم التي قاموا بتحميلها عبر الشبكة العنكبوتية واستعراض الوظائف المعروضة على المواقع والبوابات، بالإضافة إلى إعلامهم في حال اطلاع المؤسسات والإدارات على طلباتهم وعلى سيرتهم الذاتية. وهو ما يوفر الوقت والمال. هذا بالإضافة الى المزايا التي تقدمها هذه الوسائل الحديثة من تفاعل، سرعة وسهولة الوصول الى إعلانات التوظيف ومشاركتها.

فيما يخص استخدامات التوظيف الإلكتروني في الجزائر يمكن القول إن هذه الاستخدامات لا تزال جديدة على المستخدمين ولكن إنها في طريق التعميم وستصبح لا مفر منها في المستقبل لما تقدمه من شفافية وتسهيلات في سوق العمل.

المراجع العربية:

- أميرة بن طرف، (2011)، التوظيف الإلكتروني... مجال آخر تقتحمه التكنولوجيا، جريدة القبس، العدد 13657، 6 جوان.
- بشير العلاق، (2003)، التسويق في عصر الإنترنت والاقتصاد الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر.
- بشير عباس العلاق، (2002)، التسويق عبر الإنترنت، مؤسسة الوراق عمان الأردن.
- التقرير السنوي الصادر عن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي « هوت سويت ».
- تقرير تحديات التشغيل والبطالة في الدول العربية، (2008)، منظمة العمل العربي.
- جلام كريمة وعدالة العجال، (2015)، التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي بين الضرورة والحتمية. الملتقى الوطني حول واقع ادارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة، المؤسسة الجزائرية نموذجاً، جامعة ابن خلدون تيارت - الجزائر.
- جلام كريمة وعدالة العجال، (2020)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف: دراسة تحليلية من وجهة نظر الباحثين عن العمل، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 06 العدد 02، جانفي، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف - الجزائر.
- راشدة عزيزو، (2012) مداخلة بعنوان: " مساهمة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في محاربة البطالة في الجزائر " جامعة ابن خلدون تيارت - الجزائر.
- صقر عبد الرحيم، (2009)، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الإلكترونية، الدار اللبنانية، الطبعة الأولى، بيروت - لبنان.
- العطايات دعاء ن والمناصرة إكسمري ع (2019)، الإعلان الوظيفي في شبكات التواصل الاجتماعي وأثره فعالية التوظيف الإلكتروني في الأردن. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 15 (1)، 81-94.
- مصطفىاوي الطيب وبونيف محمد الأمين، (2011): " خدمات التوظيف الإلكتروني - نموذج لتقييم مواقع التوظيف بالجزائر - ". الملتقى الدولي حول: " استراتيجية الحكومة للقضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة " الذي نظمته: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر- جامعة المسيلة خلال الفترة 15-16 نوفمبر 2011م.

المراجع الأجنبية:

- Besson, L., Digout, J. (2012), *E-recrutement à l'ère du web 2.0 et des réseaux sociaux*, Vuibert, Paris.
- Africa 2018 Population and Internet Users Statistics (2018).
- Anthony, L., Brychan, T. & Sophie, J. (2015). A critical analysis of the implementation of social networking as an e-recruitment tool within a security enterprise. *Cogent Business & Management*, 2, 1-21.

- Blacksmith, N., & Poepelman, T. (2014). Application of Modern Technology and Social Media in the workplace. *The industrial-Organizational Psychologist*, 52 (1), 114-121.
- Bohmova, L., & Pavlicek, A. (2015). The Influence of Social Networking Sites on Recruiting Human Resources in the Czech Republic. *Organizacija*, 48, 22-32.
- Broughton, A., Foley, B., & Ledermaier, S. (2013). The use of social media in the recruitment process, *Acas research publication*, 3-81.
- Clement, J. (2019). Number of social network users worldwide from 2010 to 2021 (in billions). Retrieved 83, 2019, from Statista : <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Kroeze, R. (2015). Recruitment via Social Media Sites: A critical Review and Research Agenda. *5th IBA Bachelor Thesis Conference*. University of Twente, [Netherlands](#).
- Liger, P. (2016), *Marketing RH : Comment devenir un employeur attractif*, 4^{ème} Edition, Dunod, Paris.
- Mullenders, D. (2009), *E-DRH: Outil de gestion innovant. La théorie - Les progiciels - Le cadre juridique*, De Boeck Supérieur, 1ère édition, Paris.
- Redman, T., & Wilkinson, A. (2009), *Contemporary human resource management text and cases*, London: Pearson Education.
- Schaefer, M.W. (2016). Why (and How) HR Needs to Act More Like Marketing Retrieved 2019, from *Harvard Business Review*: <https://hbr.org/2016/11/why-and-how-hr-needs-to-act-more-like-marketing>.

المواقع الإلكترونية :

- www.bayt.com.

- <http://www.angem.dz>.

الملاحق:

الاستبيان:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،
 أما بعد نحن أساتذة جامعيين باحثين تخصص علوم اقتصادية وإدارة الأعمال.
 إن رغبتنا الملحة في إنجاز هذه الدراسة لم تنطلق من فراغ. بل هناك أسباب دفعتنا للقيام بهذه الدراسة وتمثل في
 رغبتنا في الكشف عن توجهات طالبي العمل في الجزائر بصفة عامة وفي ولاية وهران بصفة خاصة حول استخدام وسائل
 التوظيف الإلكترونية في البحث عن فرص عمل.
 لذا نرجو من سيادتكم الاهتمام والتكرم بالإجابة على الأسئلة المرفقة في فقرات الاستبيان بكل موضوعية
 وأفضل ما لديكم من معلومات، فتعاونكم سيعكس واقع حال متغيرات الدراسة وسيعيد مهما لتحديد استراتيجية
 استخدام التوظيف الإلكتروني في المنظمات والمؤسسات الاقتصادية العمومية والخاصة.
 نحيطكم علما أن المعلومات التي سيتم جمعها ستعامل بشكل سري وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط،
 نشكر لكم سلفا جهودكم وحسن تعاونكم، وتقبلوا منا سيادتكم فائق الاحترام والتقدير.

- القسم الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة والخصائص الوظيفية. ويهدف هذا الجزء لتقديم معلومات عامة عن
 العامل.

الجنس:

ذكر أنثى

العمر:

من 21 إلى أقل من 30 سنة من 30 إلى أقل من 40 سنة من 40 إلى أقل من 44 سنة
44 سنة وأكثر

المؤهل العلمي:

أقل من البكالوريا بكالوريا ليسانس ماستر كتورا

القسم الثاني: الطرق التي لجأ أفراد العينة للبحث عن فرص عمل:

فيما يخص الطرق التي لجأ إليها أفراد العينة المدروسة للبحث عن عمل، تم استخدام إجابات مفتوحة لأفراد العينة المدروسة من أجل ذكر أهم الوسائل المستعملة للبحث عن فرص عمل.

القسم الثالث: المنصة المفضلة للبحث عن فرص عمل عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة المناسبة:

فيسبوك لينكدان تويتر انستغرام لموقع الالكتروني للمؤسسات
المجلات والصحف الالكترونية تطبيقات الهاتف النقال لمتديات إعلانات الوظيف العمومي
القسم الرابع: فعالية التوظيف عبر الشبكات الالكترونية:

الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة المناسبة:

عدم فعالية التوظيف الالكتروني فعالية التوظيف الالكتروني

القسم الخامس: مزايا وعوائق التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طالبي العمل:

من خلال إجابات أفراد العينة على هذا المحور نجد أن أغلب الاستبيانات المسترجعة لخصت مزايا وعوائق التوظيف الالكتروني من وجهة نظر طالبي العمل فيما يلي:

أ. المزايا:

الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة المناسبة:

رقم	عبارات مزايا التوظيف الالكتروني	المقياس			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
01	انخفاض التكلفة				
02	سهولة الاستعمال				
03	هدف الجاذبية				
04	ريح للوقت				
05	الشفافية، المصدقية ولا جهوية				

ب. العوائق:

الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة المناسبة:

رقم	عبارات عوائق التوظيف الإلكتروني	نعم	لا
01	وجود إعلانات كاذبة ومزيفة		
02	عدم تقديم المناصب الشاغرة بشكل جيد وبالتفصيل		
03	استبعاد في كثير من الأحيان الكفاءات لعدم استعمالها الشبكات الإلكترونية		
04	عدم احترام خصوصية ملفات المرشحين للعمل		
05	الخوف من تسريب بيانات طالبي الوظيفة		
06	بعض المواقع مزودة بلغة وحيدة وهي اللغة الأجنبية		