

أثر جودة تصميم الواقع الإلكتروني لاستقطاب القوى العاملة في تعزيز الجاذبية التنظيمية والرغبة في التوظيف دراسة تطبيقية على الواقع الإلكتروني للبنوك الأردنية"

محمد خير سليم أبو زيد

قسم العلوم الإدارية، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقاء التطبيقية
المملكة الأردنية الهاشمية

الملخص:

تستهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أثر جودة تصميم الواقع الإلكتروني لاستقطاب القوى العاملة في البنوك التجارية الأردنية من جانب سهولة الاستخدام وجمالية الواقع والمحظى المعلوماتي على كل من الجاذبية التنظيمية والرغبة في التوظيف. وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٨٠ طالباً تخصص إدارة الأعمال لتقديم أربعة مواقع، وتمت المعالجة الإحصائية باستخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار الانحدار الهرمي وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية SPSS.

أظهرت نتائج الدراسة توافر اتجاهات إيجابية نحو جودة تصميم الواقع الإلكتروني المبحوثة، كما بينت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تصميم الواقع الإلكتروني من جانب الأدوات الجمالية للموقع في الجاذبية التنظيمية. ووجود أثر لجودة تصميم الواقع الإلكتروني من جانب المحظى المعلوماتي والجوانب الجمالية للموقع في السعي نحو الحصول على الوظيفة، وفي ضوء هذه النتائج فقد طرحت الدراسة مجموعة من التوصيات.

المقدمة:

حضي استخدام الاستقطاب المباشر عبر الموقع الإلكتروني في الآونة الأخيرة باهتمام من قبل المنظمات العامة والخاصة على حد سواء، باعتبارها وسيلة للتواصل بين أصحاب الأعمال والباحثين عن العمل، نظراً لما تشكله من أهمية في زيادة كفاءة وفعالية وسرعة استقطاب القوى العاملة. فهذه الوسيلة أتاحت الفرصة أمام المنظمات

استقطاب أكبر قدر من القوى العاملة ليتسنى لها تشكيل حصيلة من البدائل التي تمكّنها من الاختيار بناء على الكفاءة، كما أنها سهلت على الباحثين عن العمل تقديم طلبات التوظيف إلى عدد كبير من المنظمات دون عناء إذا ما قورنت بالطريقة التقليدية في تقديم طلب التوظيف (Tong, 2005).

والاستقطاب يمثل أحد المرتكزات الرئيسية لتوظيف القوى العاملة، وهو عملية تمر في عدة مراحل تتمثل في تحديد الوظائف الشاغرة ثم تحديد المواصفات الوظيفية لشاغلي الوظيفة والبحث عن المؤهلين لشغل الوظيفة وأخيراً الاختيار (Bloomsbury Business Library, 2007). ويلعب الاستقطاب دوراً رئيسياً في: (١) تشكيل حصيلة من مقدمي الطلبات بكلفة منخفضة. (٢) وضم مجموعة متنوعة من العاملين المرتقبين طبقاً للمهارات والصفات التي يتحلون بها. (٣) والتأكيد على امتلاك مقدمي طلبات التوظيف للمهارات المطلوبة والخبرات اللازمة لتنفيذ العمل (Thomas and Wise, 1999).

ونظراً لأهمية موضوع جودة التصميم في استقطاب القوى العاملة. فقد جاءت الدراسة للتعرف على مدى جودة تصميم موقع البنك الاردني وأثرها في الجاذبية التنظيمية والرغبة في التوظيف. وتناولت الدراسة موضوع الاستقطاب الالكتروني، وتصميم المواقع الالكترونية، وأهمية جودة تصميم المواقع الالكترونية في استقطاب القوى العاملة.

الاستقطاب الالكتروني:

أصبحت المواقع الالكترونية تلعب دوراً هاماً في استقطاب القوى العاملة من خلال تشجيع وإقناع مقدمي الطلبات بالمنظمة؛ وهو ما يعرف بالتوجه نحو الاستقطاب، وتقدير وغريبة المقدمين بناء على مؤهلاتهم (Williamson *et al.*, 2003). وقد عزا (Chapman & Webster, 2003; Hall, 2001) انتشار الاستقطاب الالكتروني إلى عدد من العوامل تمثلت في:

- التوسيع الاقتصادي (الطلب على القوى العاملة).
- النقص الحاصل في القوى العاملة الكافية (عرض القوى العاملة).
- انخفاض كلف الأجهزة والدخول إلى الواقع الإلكتروني.
- الرغبة في زيادة كفاءة وفاعلية عملية الاستقطاب والتعيين من خلال تقليل دورة تعيين القوى العاملة.

ويعرف الاستقطاب الإلكتروني بأنه "عملية استقطاب القوى العاملة عبر الواقع الإلكتروني لمكاتب التوظيف أو من خلال الواقع الإلكتروني للمنظمات، لحث وجذب شاغلي الوظائف المرتقبين وتشكيل قاعدة لبيانات تشمل على المعلومات المتصلة بالعاملين المحتملين" (Lin & Stasinskaya, 2002). وتتصف مضامين هذا التعريف على أساليب الاستقطاب الإلكتروني سواء من خلال موقع قائمة الوظائف التي تتيح لطالبي الوظائف البحث عن أماكن للعمل أو من خلال موقع المنظمات نفسها، حيث أفرزت أدبيات الدراسة بهذا الخصوص إلى أن الرابط بين الطريقتين تعتبر أكثر فاعلية (Braddy *et al.*, 2006). كما يؤكد التعريف على أهمية تشكيل قاعدة لبيانات التي تسهم في فرز وتصنيف شاغلي الوظائف المرتقبين بناءً على مهارات وخبراتهم ومؤهلاتهم العلمية ليتسنى للمنظمة الرجوع لها كلما استدعت الحاجة لذلك. ويأخذ الاستقطاب الإلكتروني مصادر عدة تراوحت بين الاستقطاب عبر الواقع الإلكتروني للمنظمات، وموقع لوحة الإعلانات للوظائف التي تشبه إلى حد ما الإعلانات في الصحف في عرض قائمة للوظائف المتاحة، واستحدثت في الآونة الأخيرة طرق لاستقطاب العاملين المحتملين غير النشطين في البحث عن الوظائف Passive applicant ومن هذه الطرق المستقطب الإلكتروني الذي يعتمد على غرف المحادثة في التواصل مع العاملين المحتملين (Lievens And Harris, 2003).

ويمتاز الاستقطاب الإلكتروني بعدة مزايا تمثل في: خفض الكلف الإدارية، وتحسين المكانة الذهنية للمنظمة، وتقليل دورة الاستقطاب، وزيادة أعداد مقدمي طلبات التوظيف، وتبسيط إجراءات الاستقطاب على مقدمي الطلبات. إلا أن هذه

الطريقة في الاستقطاب ينتابها العديد من المشاكل منها، مشاكل فنية وارتفاع كلف الأنظمة، وطول الفترة الزمنية الالازمة لعملية معالجة طلبات التوظيف؛ الأمر الذي سينعكس سلباً في صورة المنظمة، وكثرة عدد مقدمي طلبات التوظيف من غير الملائمين، وأخيراً قد تشكل هذه الطريقة تحدياً أمام المنظمات غير المشهورة (and Paik,2006; Marchington and Wilkinson ,2005).

تصميم الموقع:

يجب مراعاة جاذبية وتنظيم الموقع بالنسبة للمستخدم عند تصميم الموقع (Napier et al.,2001)، وذلك تسهيلاً للحصول على المعلومات التي يحتاجها. ولتحقيق هذا الغرض يجب التركيز على هيكلية الموقع وسهولة استخدامه. لذا أصبح من الضروري تصميم الموقع بالشكل الذي يتواكب واحتياجات المستخدم. وقد ركزت الأدبيات User-Centered (Satzinger et al., 2004) على التصميم الموجه نحو المستخدم (Design) والذي يعرف بأنه مجموعة من التقنيات التي تضع المستهلك في مركز عملية تطوير النظام.

وأشارت بعض الدراسات (Marsico & Leviaaldo,2004) إلى ضرورة مراعاة قابلية الاستخدام (Usability) عند تصميم الموقع وتحديد محتواه Content بالنسبة للفئة المستهدفة من المستخدمين، إذ أن العناية بتنظيم هيكلية المعلومات من حيث ملائمة وكمال المحتوى بالنسبة للمستخدم، ومن ثم مراعاة وعاء المحتوى بالشكل الذي يسهم بتيسير الاتصال وزيادة جاذبية الموقع للمستخدم مما متوفراً للمستخدم الرأي الإيجابي اتجاه الجهة صاحبة الموقع. وقد سطر (Egger,2001) عدداً من المبادئ الواجب الالتزام بها عند تصميم نظام الموقع، وهي:

١- تزويد سهولة الدخول:

- تجنب الحاجة للدخول بواسطة plug-ins ببرمجيات أو تحميل الملفات من الصفحة الأساسية.
- استخدام الدخول بواسطة plug-ins إذا كان هذا الأمر سيضيف قيمة إلى المحتوى.

- تصميم الموقع بشكل متتسق خلال عملية التصفح بين صفحات الموقع.

٢- التركيز على المستخدم:

- عرض المعلومات بالشكل الذي يناسب المستخدمين وتوقعاتهم.

- التقليل من الحاجة إلى النقر المتكرر click stream لزيادة الكفاءة ورضا المستخدمين.

- تعلم التبؤ بفضائل المستهلكين عبر الزمن.

٣- سيطرة المستخدم:

- تصميم الموقع بشكل يساعد المستخدمين المبتدئين والخبراء، على حد سواء على إمكانية التصفح.

- إعلام المستخدم بالإجراءات اللاحزة لعملية التبادل مثل بيان الخطوات.

- تزويد المستخدم بتغذية راجعة والسماح له بإدارة الخطأ.

- تلبية احتياجات المستخدم عند التعامل مع الموقع من حيث اللغة والمحظى ووحدات القياس.

العلاقة بين جودة استخدام الواقع الالكتروني والجاذبية التنظيمية:

تمر عملية الاختيار الوظيفي لمقدمي الطلبات بسلسة من القرارات التي تبدأ بتقييمهم للمعلومات المنبثقة عن مصادر الاستقطاب والتي بدورها ستحكم قرار الاستثمارية بالتوظيف وستؤثر على المفاضلة بين بدائل التوظيف المتاحة أمامهم (Gatewood *et al.*, 1993). ويمثل الموقع الالكتروني وسيلة للتواصل بين مقدمي الطلبات والمنظمة والتي ستعكس على تقييم المنظمة من خلال جودة الواقع. أي أن التنظيم الجيد للموقع سيسهم في تقديم معلومات ذات أهمية بالنسبة لمقدمي الطلبات، مما سيعود بالفائدة على المنظمة من جراء تقديم الكفاءات البشرية لشغل الوظائف (Hu *et al.*, 2007).

وقد تبنت الدراسات في تفسيرها دور الموقع الالكتروني في تعزيز الرغبة في التعيين نظريتين هما:

- ١ نظرية الإشارة Signaling theory: ومؤدى هذه النظرية أن أيٍ من المعلومات التي سيحصل عليها الباحثين عن الوظائف ستؤثر في الانطباع العام عن المنظمة (Turban,2001)، أي أنه حال غياب المعلومات المباشرة عن طبيعة المنظمة من جانب الهدف والثقافة فان الفرد سيعتمد على الإيحاءات كمؤشر عن طبيعة التنظيمية والوظيفية. وبشكل أوسع فان هذه النظرية تقترح أن الدلالات التي تتضمنها الواقع الالكتروني ستؤثر بشكل قوي في عملية البحث عن الوظيفة عندما توفر معرفة قليلة عن الوظيفة أو المنظمة (Reeve and Schultz, 2004).
- ٢ نظرية الموائمة بين الفرد والمنظمة Personal –Organizational Fit: وتركز هذه النظرية على التوافق الحاصل بين المنظمة والفرد من جانب توفيرها لاحتياجات الأفراد العاملين لديها، أو من جانب تشارك الطرفين في الخصائص مثل الثقافة والأهداف، أو كليهما (Herrbach and Mignonac,2007; Bright,2007) (Cober *et al.*,2003) ببناء أنموذج لقياس فاعلية الاستقطاب الالكتروني أثبت أن تصميم الواقع الالكتروني من جانب المحتوى المعلوماتي سيؤثر في إدراك مقدمي الطلبات لمستوى التوافق بين خصائصه وخصائص المنظمة المستقطبة.

مشكلة الدراسة:

نظراً للتقدم الحاصل في توظيف استخدامات الانترنت في المجتمعات المتقدمة والنامية في كافة مناحي عمل المنظمات، فقد اتجهت جملة من المنظمات إلى توظيف مواقعها الالكترونية لاستقطاب القوى العاملة، وقد سارت عدد من المنظمات الأردنية بهذا المنحى حالها حال باقي المنظمات العالمية في استقطابها للقوى العاملة. ولما كانت هذه الطريقة في الاستقطاب تبتعد عن التعامل وجه لوجه، لذا أصبح من المهم العمل على تصميم الواقع الإلكتروني بالشكل الذي يعكس مكانة المنظمة في أذهان مقدمي طلبات التوظيف. وقد تبنت الأبحاث العالمية دراسة المعايير الواجب توافرها عند تصميم الواقع الالكتروني لتحفيز مقدمي طلبات التوظيف إلى تقديم طلباتهم. من هنا، تبرز مشكلة الدراسة في محاولتها الإجابة على "ما أثر جودة تصميم الواقع

الالكترونية لاستقطاب القوى العاملة في تعزيز الجاذبية التنظيمية للمنظمة والرغبة في التوظيف؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مستوى جودة تصميم الواقع الالكتروني لاستقطاب الالكتروني من جانب سهولة الاستخدام والجوانب الجمالية للموقع والمحظى المعلوماتي لها.
- دراسة أثر جودة تصميم الواقع الالكتروني لاستقطاب القوى العاملة في الجاذبية التنظيمية.
- التعرف على أثر جودة تصميم الواقع الالكتروني لاستقطاب القوى العاملة في السعي للحصول على الوظيفة.
- تقديم توصيات واقتراحات في مجال تصميم الواقع التي يمكن أن تسهم في رفع مستوى الجاذبية التنظيمية والرغبة في التعيين.

أهمية الدراسة:

تبذر أهمية الدراسة من خلال:

أولاً: أهمية موضوع البحث الذي ينصب على دراسة استقطاب القوى العاملة المؤهلة والقادرة على تنفيذ الأعمال الموكلة إليها بإبداع ومهارة عالية. فالاختيار الأفضل سيسيهم في توفير تكاليف إعداد وتدريب الأفراد وتجنب الخسائر الناجمة عن تعيين أفراد غير مؤهلين، كذلك فإن مصادر التوظيف الجيدة تقلل من دوران العمل وتزيد من ديناميكية نمو المنشأة ووظائفها من خلال تعيين أفراد ملائمين لتنفيذ استراتيجياتها (Paniter,2000).

ثانياً: بدأ في السنوات الأخيرة إحساس متام من جانب المنظمات الأردنية بأهمية الاستقطاب الالكتروني، وقد زاد من هذا الإحساس الطبيعة التافسية في البحث عن القوى العاملة الكفؤة خاصة لدى مجتمع المنظمات المبحوثة والعاملة في القطاع المصرفي. لذا تتبع أهمية الدراسة من كونها تحاول تقييم فاعلية

تصميم المواقع الالكترونية لاستقطاب القوى العاملة وبيان الجوانب الواجب مراعاتها في التصميم بناء على النتائج التي تم الحصول عليها من الدراسات السابقة، لاسيما وأن هذه المعايير حال توظيفها ستعزز المكانة الذهنية للمنظمات من جانب الجاذبية التنظيمية والرغبة في التعين.

ثالثاً: يضاف إلى ما ذكر، فإن هذه الدراسة تعتبر الدراسة العربية الأولى – في حدود علم الباحث - التي تبحث في موضوع الاستقطاب الالكتروني للحصول على القوى العاملة، وبالتالي فهي ستشكل حجر أساس للدراسات المستقبلية في مجالات وقطاعات أخرى.

فرضيات الدراسة:

استجابة لأهداف الدراسة وبناء على مشكلة الدراسة، فقد صاغ الباحث الفرضيات بصورتها العدمية H_0 :

- **الفرضية الرئيسية الأولى:**

H_{01} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تصميم المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في الجاذبية التنظيمية. وقد تفرع عنها ثلاثة فرضيات تمثل في:

H_{011} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استخدام المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في الجاذبية التنظيمية.

H_{012} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي لموقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في الجاذبية التنظيمية.

H_{013} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية لموقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في الجاذبية التنظيمية.

- **الفرضية الرئيسية الثانية:**

H_{02} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تصميم المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في السعي نحو الحصول على الوظيفة. وقد تفرع عنها ثلاثة فرضيات تمثل في:

H_021 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استخدام الموقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

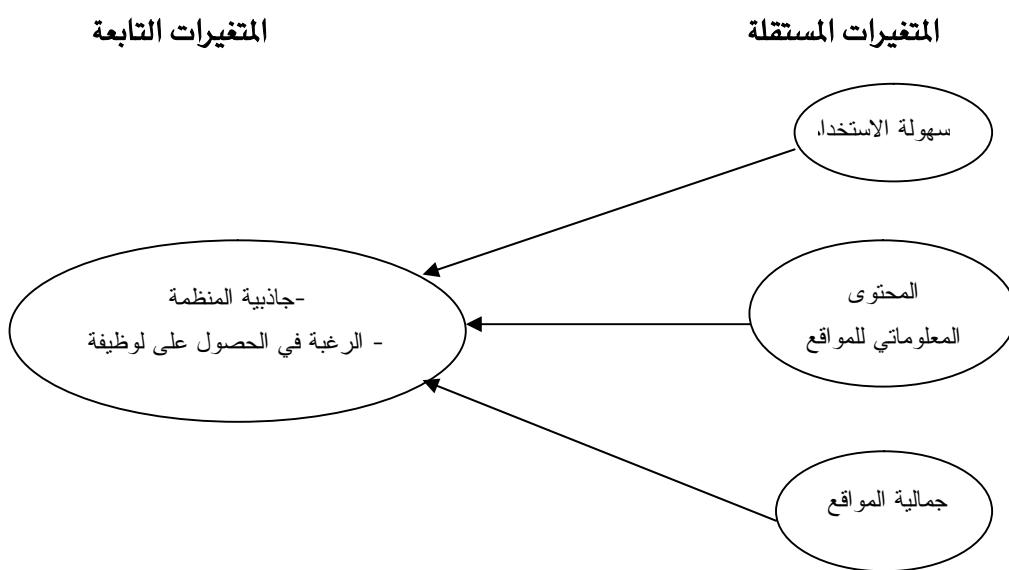
H_022 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي لموقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

H_023 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية لموقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

نموذج الدراسة:

يشتمل نموذج الدراسة المبين في الشكل رقم (١) على متغيرات الدراسة المستقلة المتصلة بجودة تصميم الموقع الالكتروني من جانب سهولة الاستخدام Ease of use، والمحتوى المعلوماتي للموقع content، والجوانب الجمالية لها Aesthetics. كما يشتمل نموذج الدراسة على متغيرين تابعين لها الجاذبية التنظيمية والسعى نحو الحصول على الوظيفة.

شكل(١): نموذج الدراسة



منهجية الدراسة:**١- مجتمع البحث وعينة الدراسة:**

يتألف مجتمع البحث من طلبة تخصص إدارة الأعمال في كلية التخطيط والإدارة لدى جامعة البلقاء التطبيقية، واقتصرت الدراسة على الطلبة من السنتين الثالثة والرابعة والبالغ عددهم (١٣٨) طالباً للعام الدراسي ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩، وتم استخدام عينة ملائمة Convenience sample مؤلفة من (٨٠) طالباً وطالبة، والذين يشكلون ما نسبته (٥٨٪) من مجموع مجتمع الدراسة. حيث كان من بين عينة الدراسة (٥٠) طالبة وبنسبة (٦٢,٥٪) في حين شكل الطلاب العددباقي (٣٠) بنسبة (٣٧,٥٪). وقد بلغ متوسط استخدام الانترنت (٢,٣٦ ساعـة / يومياً) وبانحراف معياري (١,٣٣)، ومتوسط المعدل التراكمي لعينة الدراسة هو (٢,٧٨) وبانحراف معياري (٠,٥٤٧). وأخيراً فقد بيـنت الـدراسـة أن مـتوسـط الخبرـة لـدى أـفرادـ العـيـنة (٤١,٠ سنـة) وبـانـحرـافـ مـعيـاريـ هو (١,٢٤٥).

٢- مصادر البيانات:

اعتمدت الدراسة على مصادرين أساسيين هما :

- المصادر الثانوية:** استفادت الدراسة من البحوث والدراسات السابقة التي صدرت على شكل كتب ودوريات ذات العلاقة بموضوع الاستقطاب.
- المصادر الأولية:** وذلك من خلال استبانه تم تطويرها وتحكيمها لتغطي كافة متغيرات وأبعاد الدراسة. وشملت أداة الدراسة على ثلاثة أجزاء رئيسية، يقيس الجزء الأول المعلومات الديمografية للمستجيبين، ويقيس الجزء الثاني جودة تصميم الموقع، أما الجزء الثالث فيقيس الجاذبية التنظيمية والسعى نحو الحصول على الوظيفة. وبين الجدول رقم (١) قيمة ألفا كورنابخ لقياس درجة الاتساق الداخلي لأداة الدراسة والتي بلغت قيمة ألفا (٠,٨٥,٢٪) كما وترواحت قيم ألفا لمتغيرات الدراسة بين (١٧٤,١٪ - ٧٩,٧٪) وهذه النسبة تعكس توافر ثبات في استجابات أفراد العينة مما يمكن من الاعتماد على نتائج الدراسة (Sekaran, 2006).

جدول (١)

مقياس الاتساق الداخلي لثبات أدلة الدراسة

قيمة ألفا كرونباخ	البعد
%٧٧,١	سهولة الاستخدام
%٧٤,١	المحتوى المعلوماتي للموقع
%٧٩	الجوانب الجمالية للموقع
%٧٩,٧	الجاذبية التنظيمية
%٧٨,٢	السعى نحو الحصول على الوظيفة
%٨٥,٢	أدلة الدراسة

٣- إجراءات الدراسة : Procedures

قامت الدراسة بهدف تحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات على تقييم أربعة مواقع الكترونية لعينة من مواقع البنوك الأردنية والتي استحدثت خدمة الاستقطاب الإلكتروني، وفي ضوء ذلك تم تحديد أفراد عينة الدراسة ممن لديهم الرغبة في الاشتراك بالدراسة من مجتمع الدراسة، وتقسيمهم إلى أربع مجموعات متساوية لتشتمل كل مجموعة على (٢٠) طالباً، لتقوم كل مجموعة على تقييم موقعها الكترونياً من موقع البنوك الأردنية المحددة، هذا وقد قام الباحث بإبلاغ أفراد عينة الدراسة بموقع المختبر والاساعة التي ستم فيها إجراء الدراسة لكل مجموعة. وفي بداية التقييم قام الباحث بشرح أهداف الدراسة وفقرات الاستبانة لكل مجموعة، وطلب منهم في البداية تعبئة الخصائص الديمغرافية ومن ثم الدخول إلى الموقع المبحوثة وتصفحها، وبعد فترة تراوحت ١٥ دقيقة طلب الباحث من أفراد العينة تقييم هذه الواقع بناءاً على فقرات الدراسة.

٤- قياس متغيرات الدراسة :

- **خصائص المستجيبين:** اعتمدت الدراسة على عدد من المتغيرات لوصف خصائص المستجيبين من جهة واعتبارها متغيرات ضابطة من جهة أخرى والممثلة في:

١. الجنس (١ - ذكر، ٢ - أنثى).
 ٢. المعدل التراكمي، وتم قياسه من خلال سؤال مفتوح يحدد فيه الطالب معدله التراكمي من ٤.
 ٣. الخبرة في العمل، وتم قياسه من خلال سؤال مفتوح يحدد فيه الطالب سنوات الخبرة التي وجدت.
 ٤. معدل عدد الساعات التي تقضيها على الانترنت. وتم قياسه من خلال سؤال مفتوح يحدد فيه الطالب معدل عدد الساعات اليومية التي تقضيها على الانترنت.
- **جودة تصميم الواقع الالكترونيّة:** فقد تم قياسه بناءً على مقياس ليكرت السبعي (١ لا أوفق بشدة إلى ٧ أوفق بشدة) من خلال ثلاثة أبعاد تمثلت في:
١. سهولة التعلم، وقد تم قياس سهولة الاستخدام من خلال عشر فقرات ركزت على سهولة التعامل مع الموقع، وسهولة الاستخدام، وسرعة التعلم، وسهولة البحث عن المعلومات، وسهولة تقديم طلبات التوظيف عبر الانترنت، والقدرة على التواصل مع الموظفين في البنك عبر الانترنت (Thomas, 2006).
 ٢. المحتوى Website Content، وتم قياسها من خلال أربع فقرات ركزت على مدى توافر المعلومات في الموقع الالكترونيّة اللازمة لتقدير الفرد للمنظمة، ومدى توافر المعلومات المتصلة بالمنظمة والأفراد العاملين، وتوفّر المعلومات حال طلب الفرد لها (Williamson et.al, 2003).
 ٣. الجوانب الجمالية، وتم قياسه من خلال أربع فقرات ركزت على جاذبية الألوان وتصميم الصفحات المظهر العام للموقع وجاذبية الصور (Braddy, et.al, 2008).
- **الجاذبية التقنيّة:** تم قياسه بناءً على مقياس تم تطويره من قبل Turban and (Keon, 1993) والذي يتضمن ثلاثة فقرات قياس بناءً على مقياس ليكرت

السباعي (١ لا أوفق بشدة إلى ٧ أوفق بشدة) مثل "أجد أن العمل في هذا البنك جذاب".

- السعي نحو الحصول على الوظيفة: فقد تم قياسه من خلال خمس فقرات ببناءً على مقياس ليكرت السبعي (١ لا أوفق بشدة إلى ٧ أوفق بشدة) مثل "سأسعى للحصول على معلومات أكثر عن هذا البنك" Highhouse, *et al.*, (2003;Jatmiko,2004).

٥- أدوات التحليل الإحصائي:

لمعالجة البيانات التي تم جمعها حسب أغراض الدراسة، واعتماداً على أساليب قياس المتغيرات تم توظيف الأساليب الإحصائية التالية:

١. التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية للإجابات المتعلقة بخصائص العينة ومتغيرات الدراسة.
٢. اختبار الانحدار المربمي لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية.
٣. تحليل الارتباط: لاختبار العلاقة بين كافة متغيرات الدراسة (المستقلة والتابعة).

الدراسات السابقة:

بالرغم من أهمية موضوع الاستقطاب الإلكتروني وتناوله من قبل عدد من الباحثين في الدول الغربية من خلال إجراء دراسات لإلقاء الضوء على مفهوم الاستقطاب الإلكتروني وإبراز أهميته كوسيلة لاستقطاب القوى العاملة؛ إلا أن هذا الموضوع لم يتم بحثه في البيئة العربية –في حدود علم الباحث-. وفيما يلي عدد من الدراسات السابقة في هذا المجال التي استطاع الباحث التوصل إليها:

فقد أجرى (Thompson, *et al.*, 2008) دراسة هدفت إلى التعرف على أثر تصميم الواقع الإلكتروني من جانب جاذبية الإعلان وقابلية استخدام الموقع والمظهر العام للموقع على الرغبة في التعيين والانطباع العام عن المنظمة، وشملت عينة الدراسة على ١٨٢ طالباً في إحدى الجامعات الأمريكية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن جاذبية

الإعلان أكثر أهمية من سهولة استخدام الموقع، كما أثبتت الدراسة - طبقاً لنموذج الدراسة - أن الانطباع العام كان يتوسط أثر تصميم الموقع الالكتروني في الرغبة في التعيين.

وفي دراسة أخرى أجراها (Braddy *et al.*, 2008) بهدف التعرف على أثر قابلية استخدام الموقع وجمالية الموقع والمعرفة بالمنظمة على الجاذبية التنظيمية. وقد شملت عينة الدراسة على ٢١٧ طالباً في مرحلة البكالوريوس لتقدير عشرة مواقع. حيث أظهرت نتائج الدراسة بناءً على التحليل القبلي والبعدي أن متغيرات التفضيل التنظيمي والصورة الكلية للمنظمة والجاذبية التنظيمية قد تغيرت نحو الإيجاب جراء تصفح أفراد العينة للمواقع الالكترونية المبحوثة، كما بينت نتائج الدراسة أن المعرفة التنظيمية وجاذبية الموقع وقابلية الموقع للاستخدام تؤثر في الجاذبية التنظيمية.

وسعى كل من (Hoye and Lievens, 2007) إلى التعرف على أثر الاستقطاب عبر المواقع الالكترونية والكلام المنقول من الفم على الجاذبية التنظيمية، وشملت عينة الدراسة على ١٠٨ طالباً في مرحلة الدراسات العليا تخصص إدارة التمريض. وبينت نتائج الدراسة أن الكلام المنقول بالفم يرتبط بالجاذبية بشكل أعلى من الاستقطاب عبر الواقع الالكتروني، وأن مصداقية المصدر تلعب دور الوسيط بين مصادر الحصول على القوى العاملة وبين الجاذبية التنظيمية. كما أشارت الدراسة أن الواقع الالكتروني التي تنشر معلومات تتعلق بالموظفي كانت أكثر جاذبية من الواقع التي ترتكز على نشر المعلومات التي تتعلق بالمنظمة.

وقادت دراسة (Hu, *et al.*, 2007) بتطبيق نموذج للموائمة بين الفرد والمنظمة من خلال دراسة أثر محتوى الواقع الالكتروني لاستقطاب القوى العاملة في الجاذبية التنظيمية، وشملت عينة الدراسة على ١٢١ طالباً في مرحلة البكالوريوس. وتمت الدراسة على مرتبتين تمثلت المرحلة الأولى في كتابة المعلومات الديموغرافية للمستجيبين، أما المرحلة الثانية فتمت بتقييم الواقع. وخلصت نتائج الدراسة أن الموائمة

الذاتية بين الفرد والمنظمة تؤثر في الجاذبية التنظيمية وأن التغذية الراجعة من الواقع للموائمة بين الفرد والمنظمة تؤثر كذلك في الجاذبية التنظيمية.

وسررت دراسة (Tong *et al.*, 2005) إلى اقتراح نموذج لتقدير موقع الاستقطاب الإلكتروني، ودراسة العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية وبين مقياسى الجهد الذهني والأداء من جانب الوقت. وشملت عينة الدراسة على ١٠٠ من مقدمي الطلبات في هونج كونج. واعتمدت الدراسة على عدد من المؤشرات لقياس جودة الخدمة الإلكترونية تمثلت في: الموثوقية، والمرونة، والاستجابة، وسهولة التصفح، والفعالية، والكفاءة، والخصوصية، وجاذبية الموقع، والشخصية. وبينت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الواقع ذات الجودة المنخفضة والواقع ذات الجودة العالية في الجهد الذهني والأداء من جانب الوقت وكانت لصالح الواقع ذات الجودة العالية.

أما دراسة (Borstroff, *et al.*, 2005) حول اتجاهات وسلوك الأفراد نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني لدى عينة الدراسة مؤلفة من ١٨٦ طالباً في تخصص الإدارة، وبينت نتائج الدراسة إلى أن هنالك اتجاهات ايجابية نحو استخدام الانترنت في عملية الاستقطاب، كما بينت الدراسة وجود فروق بين الطلبة المواطنين وغير المواطنين حيث كانت اتجاهات الطلبة المواطنين أكثر ايجابية نحو استخدام الانترنت في الاستقطاب، ووجود أثر لمتغير العمر إذ كان الطلبة التي تراوحت أعمارهم (٢٥ سنة فأكثر) أكثر استخداماً للانترنت في التوظيف الإلكتروني وهذه النتيجة انطبقت على الأفراد الأكثر خبرة، في حين لم تظهر الدراسة وجود أثر لمتغير الجنس.

وجاءت دراسة (Williamson *et al.*, 2003) على بحث العلاقة بين توجة الواقع الإلكتروني لاستقطاب القوى العاملة والفرق الفردية من جانب استخدام الانترنت وقابلية استخدام الواقع مع الجاذبية التنظيمية، وشملت عينة الدراسة على عينة قوامها ٢٥٢ طالباً في مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا. وتوصلت الدراسة إلى أن القدرة على استخدام الانترنت والمخرجات المتوقعة من استخدام الانترنت تؤثران بشكل مباشر على قابلية استخدام الواقع والتي بدورها تؤثر في الجاذبية التنظيمية.

وهدفت دراسة (Cober *et al.* 2003) إلى بحث أثر نمط المواقع الالكترونية ومحتها على الجاذبية التنظيمية من جانب الرغبة في التعيين وتوصية الأصدقاء للتقدم بطلب للتوظيف في المنظمة، وأجريت الدراسة على مجموعتين أشتملت الدراسة الأولى على عينة قوامها ١١٨ طالباً في مرحلة البكالوريوس، أما الدراسة الثانية فتألفت من ١٢٢ طالباً في نفس المرحلة. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لكل من نمط المواقع الالكترونية من جانب قابلية الموقع للاستخدام، والمحفوبي المعلوماتي للموقع الالكتروني من جانب الثقافة التنظيمية والأجور وتطوير القوى العاملة في كل من التعيين في المنظمة وتوصية الأصدقاء لتقديم طلب للتوظيف في المنظمة.

وبحثت دراسة (Braddy *et al.*,2003) أثر تصميم المواقع الالكترونية من جانبي سهولة التصفح وتصميم نص الإعلان عن الوظائف على تقييم الصورة العامة للمنظمات المستقطبة والرغبة في التعيين من وجهة نظر مقدمي طالبي الوظائف، وشملت عينة الدراسة على (١٧٥) طالباً لتصفح واحد من أربعة مواقع، وتمت عملية تقييم المواقع من وجهة نظر المشتركين وتقييم الصورة الذهنية للمنظمات من جانب الرغبة في التعيين، والاتجاهات نحو المنظمة المستقطبة، وقد بيّنت الدراسة بشكل جزئي وجود أثر لسهولة التصفح على الصورة الذهنية للمنظمات، في حين لم تظهر الدراسة وجود أثر لتسيير نص الإعلان (فقرة، نقطي) على الصورة الذهنية للمنظمة.

ويبيّن الملحق رقم (١) تلخيص الدراسات السابقة بناءً على أهدافها، وعينة الدراسة، ومتغيراتها، وأهم النتائج التي تم التوصل إليها.

ما يميّز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

يمكن القول، أن الدراسة الحالية تناولت موضوع لم يتم التطرق إليه في الدراسات العربية بعد مراجعة الباحث لعدد من قواعد البيانات الأردنية والعربية. كما أنها سعت إلى دراسة كافة أبعاد جودة تصميم المواقع الالكترونية سواء من جانب سهولة الاستخدام ومحتها المعلوماتي وجاذبية التصميم. كما أن الدراسة الحالية تمثل

محاولة لبحث أثر جودة التصميم في الجاذبية التنظيمية والرغبة في التعيين حيث اقتصرت أغلب الدراسات في بحثها على الجاذبية التنظيمية.

اختبار فرضيات الدراسة:

وصف متغيرات الدراسة:

عكسَت المُتوسِّطات الواردة في الجدول رقم (٢) عن توافر اتجاهات إيجابية نحو جودة الواقع للاستقطاب الإلكتروني لدى عينة المنظمات المبحوثة، فقد بلغ متوسط اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو سهولة استخدام الواقع الكترونية تساوي (٦,٢٦) تليها المحتوى المعلوماتي للموقع بمتوسط (٥,٧٦) ثم الجوانب الجمالية للموقع بمتوسط يساوي (٥,٢٥). كما عكست قيمة الارتباط عن وجود علاقة بين كل من المحتوى المعلوماتي والجانب الجمالي للموقع مع متغيري الدراسة التابعين وهمما الجاذبية التنظيمية والسعي نحو الحصول على الوظيفة إذ تراوحت قيمة الارتباط بين (-٠,٢٥٩)، في حين لم تظهر الدراسة وجود علاقة مباشر بين سهولة استخدام الواقع ومتغيرات الدراسة التابعة. ودللت نتائج الارتباط على وجود علاقة مباشرة قوية بين الجاذبية التنظيمية والسعي نحو الحصول على الوظيفة ($r=0.758$, $p<0.01$).

جدول (٢)**المتوسطات والانحرافات المعيارية لوصف متغيرات الدراسة**

المتغير	الجذب العام	الجذب الخاص	الجذب السياسي	الجذب الاجتماعي	الجذب الثقافي	الجذب المهني	الجذب التجاري
١- سهولة الاستخدام	٠,٦٤٤	٦,٢٦					
٢- المحتوى المعلوماتي للموقع	٠,٨٠٧	٥,٧٦					
٣- الجانب الجمالي للموقع	٠,٠٩٩	١,٠٨٥	٥,٢٥				
٤- الجاذبية التنظيمية	٠,١١٦	١,١٥١	٥,٢٣				
٥- السعي نحو الحصول على الوظيفة	٠,٠٩٨	١,٢٨١	٥,٠١				

*P<0.05, **p<0.01

اختبار فرضيات الدراسة:**الفرضية الرئيسية الأولى:**

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تصميم المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في الجاذبية التنظيمية.

جدول (٣)

نتائج اختبار الانحدار الهرمي

الخطوة الثانية		الخطوة الأولى		المتغير
T قيمة	بيتا	T قيمة	بيتا	
٠,٦٠١	-	٠,٠٦٦	-	الجنس
٠,٧٠٦	-	٠,٠٨٠	-	المعدل التراكمي
٠,٢٦٦	-	٠,٠٢٩	-	معدل استخدام الانترنت
١,٢٧٦		٠,١٣٧	١,٦٩٨	الخبرة الوظيفية
٠,٢٠٥		٠,٠٢٤		سهولة الاستخدام
١,٢١١		٠,١٥٠		المحتوى المعلوماتي للموقع
٣,٥٠٠	❖❖٠,٣٩٠			الجوانب الجمالية للموقع
٠,٢٤٩		٠,٠٥٦		R ²
❖❖٣,٤٠٤		٠,١,١١١		F
٠,١٩٣		٠,٠٥٦		R ² التغير في
❖❖٦,١٠٥		١,١١١		قيمة F للتغير

*P<0.05, ** P<0.01

أشارت نتائج اختبار الانحدار الهرمي الواردة في جدول (٣) بعد ضبط المتغيرات الديمغرافية للمسحىين في المرحلة الأولى إلى وجود أثر لجودة تصميم الموقع الإلكتروني لاستقطاب القوى العاملة في جاذبية المنظمة، حيث بلغت قيمة التغير في معامل التفسير ΔR^2 تساوي (٠,١٩٣) وهذه النتيجة تبين أن متغير جودة تصميم الموقع

تفسر ما نسبته (١٩,٣٪) من التباين الحاصل في الجاذبية التنظيمية. ونظراً لأن قيمة (F=6.155, P<0.05) لذلك نقبل الفرض البديل على أساس يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تصميم المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في الجاذبية التنظيمية. وقد تفرع عنها ثلاثة فرضيات تمثل في:

١. H_{011} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استخدام المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في الجاذبية التنظيمية.

دلت النتائج الواردة في جدول (٣) أن قيمة العلاقة بين سهولة استخدام المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة والجاذبية التنظيمية ($\beta=0.024$) وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند ($\alpha>0.05$)؛ لذلك نقبل الفرض العدم القائل لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استخدام المواقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في الجاذبية التنظيمية.

٢. H_{012} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي لمواقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في الجاذبية التنظيمية.

بيّنت نتائج التحليل الواردة في جدول (٣) إلى أن قيمة العلاقة بين المحتوى المعلوماتي للمواقع الالكترونية والجاذبية التنظيمية ($\beta=0.150$) وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند ($\alpha<0.05$)؛ لذلك نقبل الفرض العدم القائل بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي لمواقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في الجاذبية التنظيمية.

٣. H_{013} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية لمواقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في الجاذبية المنظمة.

بيّنت نتائج التحليل الواردة في جدول (٣) إلى أن قيمة العلاقة بين الجوانب الجمالية للمواقع الالكترونية والجاذبية المنظمة ($\beta=0.390$) وهذه القيمة دالة إحصائيا عند ($\alpha<0.05$)؛ لذلك نرفض الفرض العدم وتقبل الفرض البديل القائل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية لمواقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في

الجاذبية المنظمة، حيث تشير قيمة بيتا إلى وجود علاقة طردية بين الجوانب الجمالية للموقع والجاذبية التنظيمية.

الفرضية الرئيسية الثانية:

H0₂: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة تصميم الموقع الالكترونية للمنظمات المستقطبة في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

جدول (٤)

نتائج الانحدار الهرمي

الخطوة الثانية		الخطوة الأولى		المتغير
قيمة T	بيتا	قيمة T	بيتا	
❖ ٢,٢٠٧ -	٠,٢٣٦ -	١,٠٥٤ -	-	الجنس
٠,٤٩٢ -	٠,٠٥٤ -	٠,٦٤٢ -	-	المعدل التراكمي
❖ ٢,٥١٦	٠,٢٧٢	١,٢١٤	٠,١٤١	معدل استخدام الانترنت
٠,٩٥٥	٠,١٠٠	١,٤٤٨	٠,١٦٨	الخبرة الوظيفية
٠,٧٧٥ -	٠,٠٨٧ -			سهولة الاستخدام
❖ ٢,٣٩٩	٠,٢٩٠			المحتوى المعلوماتي
❖ ٣,١٥٦	٠,٣٤٣			الجوانب الجمالية للموقع
٠,٢٨٤		٠,٠٦٥		R ²
❖ ٤,٠٨٩		١,٣١٤		F
٠,٢١٩		٠,٠٦٥		R ² في التغيير
❖ ٧,٣٤٥		١,٣١٤		قيمة F للتغيير

*P<0.05, ** P<0.01

كما أشارت نتائج اختبار الانحدار الهرمي الواردة في جدول (٤) بعد تثبيت المتغيرات الديمغرافية للمستجيبين في المرحلة الأولى إلى وجود أثر لجودة تصميم الواقع الالكتروني في السعي للحصول على الوظيفة، حيث بلغت قيمة التغير في معامل التفسير ΔR^2 تساوي (٢١.٩٪)، وهذا يعني أن متغير جودة تصميم الواقع تفسر ما نسبته (٢١.٩٪) من التباين الحاصل في المتغير التابع. ونظراً لأن قيمة لجودة تصميم الواقع الالكتروني للمنظمات المستقطبة في السعي نحو الحصول على الوظيفة. وقد تفرع عنها ثلاثة فرضيات تتمثل في:

١. $H0_{21}$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استخدام الواقع الالكتروني للمنظمات المستقطبة في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

دلت النتائج الواردة في جدول (٤) أن قيمة العلاقة بين سهولة استخدام الواقع الالكتروني والسعى نحو الحصول على الوظيفة ($\beta=0.024$) وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند ($a<0.05$): لذلك نقبل الفرض العدم القائل لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة استخدام الواقع الالكتروني للمنظمات المستقطبة في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

٢. $H0_{22}$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي لموقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

بيّنت نتائج التحليل الواردة في جدول (٤) أن قيمة العلاقة بين المحتوى المعلوماتي لموقع الالكتروني والسعى نحو الحصول على الوظيفة ($\beta=0.290$) وهذه القيمة دالة إحصائيا عند ($a<0.05$): وهذا مؤشر على وجود علاقة طردية بين المحتوى المعلوماتي لموقع والسعى نحو الحصول على الوظيفة، لذلك نرفض الفرض العدم ونقبل الفرض البديل القائل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي لموقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

٣. H0₂₃: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية لواقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

بيّنت نتائج التحليل الوارد في جدول (٤) أن قيمة العلاقة بين الجوانب الجمالية ل الواقع الالكتروني والسعي نحو الحصول على الوظيفة ($\beta=0.343$) وهذه القيمة دالة إحصائيا عند ($a<0.05$): وهذا مؤشر على وجود علاقة طردية بين الجوانب الجمالية ل الواقع والسعي نحو الحصول على الوظيفة، لذلك نرفض الفرض العدم ونقبل الفرض البديل القائل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية ل الواقع المنظمات المستقطبة الالكترونية في السعي نحو الحصول على الوظيفة.

مناقشة النتائج والتوصيات:

مناقشة النتائج:

تم خضعت عن نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات عدد من النتائج التي أوضحت ما يلي:

أولاً: توافر رضا عن جودة تصميم الواقع الالكتروني للمنظمة المستقطبة المبحوثة من جانب سهولة الاستخدام والمحتوى المعلوماتي ل الواقع وجمالية الواقع الالكتروني. كما بيّنت الدراسة توافر اتجاهات ايجابية نحو الجاذبية التنظيمية والسعي نحو الحصول على الوظيفة.

ثانياً: بيّنت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لجودة استخدام الواقع الالكتروني للاستقطاب الالكتروني في الجاذبية التنظيمية، وبشكل عام اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Thompson, et al., 2008) ودراسة (Hu, et al., 2007). حيث بيّنت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الجمالية في الجاذبية التنظيمية، في حين لم تظهر الدراسة وجود أثر لسهولة الاستخدام والمحتوى المعلوماتي ل الواقع في الجاذبية التنظيمية. ويمكن تفسير هذه النتيجة نظراً لارتفاع مستوى المعرفة في استخدام الانترنت لدى أفراد عينة الدراسة كمحدد لسهولة الاستخدام (Williamson et.al,2003)، كذلك يمكن تبرير هذه النتيجة جراء التقدم الحاصل في تطبيق

معايير قابلية الاستخدام لدى المنظمات المبحوثة. كما عكست الدراسة أهمية الجوانب الجمالية للموقع في التقييم سواء أكان من الألوان أو تصميم الصفحات أو تصميم الصور دون إبراز أهمية للمحتوى المعلوماتي لها؛ وهذه النتيجة تعكس أهمية الجوانب الجمالية للموقع التي تستثير في البداية انتباه شاغلي الوظائف المحتملين (Thompson, et al., 2008)، وبكلمات أخرى فإن مقدمي الطلبات سيركزون في البداية على الجوانب الجمالية وحال استثارة انتباهم سيسعون للحصول على معلومات تتصل بالوظيفة والمنظمة، وهذا ما أكدته النتيجة الثالثة بوجود أثر لكل من الجوانب الجمالية والمحتوى المعلوماتي في السعي للحصول على الوظيفة.

ثالثاً: بينت نتائج الدراسة إلى وجود أثر لجودة تصميم المواقع الالكترونية في السعي للحصول على الوظيفة، وأشارت نتائج نموذج الانحدار الهرمي إلى وجود دلالة إحصائية للمحتوى المعلوماتي والجوانب الجمالية للموقع، في حين لم تظهر الدراسة وجود أثر لسهولة الاستخدام. وهذه النتيجة تعكس أهمية النظريات السابقة الممثلة في نظرية الإشارة ونظرية الموئمة بين الفرد والمنظمة في استقطاب القوى العاملة، ذلك أن المعلومات والإيحاءات التي تقدمها المواقع ستعكس الرغبة في السعي للحصول على الوظيفة. واتفقت هذه النتيجة مع عدد من الدراسات منها دراسة (Thompson, et al., 2008) ودراسة (Coper et.al 2003)

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يضع الباحث عدد من التوصيات على النحو التالي:

١. ضرورة العمل على تصميم المواقع بشكل يأخذ بعين الاعتبار عملية التصميم الموجه نحو المستخدم من حيث الرعاية المبكرة للمستخدم، وتكاملية التصميم، والفحص المبكر والمستمر للمستخدم، والتصميم المتكرر Iterative design.
٢. العمل على تصميم المواقع الالكترونية من وجهة نظر المستخدم (مقدمي طلبات التوظيف) فيما يخص الجوانب الجمالية للمواقع. لتحديد جوانب القوة والضعف في

هذه التصاميم من جانب، والتركيز على مدى فاعلية محتوى الواقع من حيث المعلومات التي يتم عرضها على الواقع من جهة أخرى، ويوصي الباحث باستخدام أسلوب جمادات التركيز بهذا الخصوص.

٣. التأكيد على أهمية احتواء الموقع على معلومات تتصل بالمنظمة من جانب الأهداف والثقافة التنظيمية، وضرورة احتوائهما على معلومات تختص بالأفراد العاملين مثل الأجور والتدريب والتطوير.

٤. التأكيد على أهمية تحديد المواقف الوظيفية لمقدمي الطلبات بناءً على الوظيفة التي يسعى الفرد لشغلها مستقبلاً، وذلك بهدف استقطاب الكفاءات(الكيف)، والتقليل من الوقت اللازم لمعالجة طلبات التوظيف.

٥. العمل على تبسيط نموذج تقديم طلبات التوظيف مع ضرورة تمييز الخانات – كلما أمكن ذلك – وتحديد الخانات الواجب تعبئتها والخانات الاختبارية.

٦. التأكيد على أهمية توفير الأنظمة المحسوبة التي تتيح المحافظة على سرية معلومات مقدمي طلبات التوظيف (الخصوصية Privacy)، وحمايتها من التغيير (الأمن Security).

٧. ضرورة إجراء دراسة لجدوى استقطاب القوى العاملة الكترونياً من خلال تحديد المنافع المتوقعة وتكليف إنشاءها.

الخلاصة:

بيّنت الدراسة الحالية بصورة عامة أهمية جودة تصميم الواقع الالكتروني في الجاذبية التنظيمية والرغبة في التوظيف لدى المنظمات المستقطبة من وجهة نظر الباحثين عن العمل. وبناءً على هذه النتائج فيرى الباحث أهمية التوسيع بهذا الموضوع في الدراسات المستقبلية من خلال إجراء دراسات تعنى بدراسة:

- أ) أثر مصادر استقطاب القوى العاملة (التقليدية والالكترونية) على الأداء الوظيفي والولاء التنظيمي.
- ب) قياس فاعلية الواقع الالكتروني في استقطاب الكفاءات بناءً على الوظائف المختلفة في المنظمة.

المراجع:

1. Bloomsbury Business Library - Business & Management Dictionary, (2007), p6252-6252,
2. Borstorff, P. C., Marker, M. B. and Bennett, D. S., (2005) "Online Recruitment: Attitudes And Behaviors Of Job Seekers"Journal Of Strategic E-Commerce, 5(1):1-23
3. Braddy, P. W., Foster Thompson, L., Wuensch, K. L. and Grossnickle, W. F., (2003) "Internet recruiting: the effects of web page design features",Social Science Computer Review, 21(3):374 - 385
4. Braddy, P. W., Meade, A. W. and Kroustalis C. M., (2008) "Online recruiting: The effects of organizational familiarity, website usability, and website attractiveness on viewers' impressions of organizations"Computers in Human Behavior,20:1-10.
5. Braddy, P. W., Meade, A. W. and Kroustalis, C. M., (2006) "Organizational Recruitment Website Effects On Viewers' Perceptions Of Organizational Culture"Journal of Business and Psychology., 20(4): 523-543.
6. Bright, L., (2007) "Does Person-Organization Fit Mediate the Relationship Between Public Service Motivation and the Job Performance of Public Employees?"Review of Public Personnel Administration, 27 (4): 361-379
7. Chapman, D. S. and Webster, J., (2003) "The Use of technologies in the Recruiting, Screening, and Selection Process for Job Candidates, International Journal of Selection and Assessment , 11(2/3): 113-119.
8. Cober, R. T., Brown, D. J., Levy, P. E., Cober, A. B. and Keeping, L. M., (2003). Organizational web sites: Website content and style as determinants of organizational attraction. International Journal of Selection and Assessment, 11(2–3), 158–169.
9. Egger, F.N., (2001) "Affective Design of E-Commerce User Interfaces: How to Maximise Perceived Trustworthiness"Proceedings of The International Conference on Affective Human Factors Design, Asean Academic Press, London, 1-8.
10. Gatewood, R.D., Gowan, M A. and Lautenschlager, G. J., (1993) "Corporate Image, Recruitment Image, And Initial Job Choice Decisions"Academy Of Management Journal, 36(2): 414-427.
11. Hall , J. R., (2001) "Recruiting Via the Internet" Heating & Refrigeration News , April 9 , p26.
12. Herrbach, O. and Mignonac, K., (2007). Is Ethical P–O Fit Really Related to Individual Outcomes? A Study of Management-Level Employees" Business & Society 46 (3) 304-330.

13. Highhouse, S., Lievens, P. and Sinar F. E., (2003) "Measuring Attraction To Organizations" *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 63 No. 6, December 2003 986-1001
14. Hoye , G. V. and Lievens, F., (2007) "Investigating Web-Based Recruitment Sources: Employee testimonials vs word-of-mouth" *International Journal of Selection and Assessment* 15(4): 372-382.
15. Hu, C., Su, H. and Chen, C. B., (2007) "The effect of person–organization fit feedback via recruitment web sites on applicant attraction , *Computers in Human Behavior*, (23): 2509–2523.
16. Jatmiko, P. B., (2004) "The Influence of Firm Ecological Recruitment Advertisement On organizational attractiveness and Career Choice: An Experiment Research" *Gadjah Mada international Journal of Business*, 6(2):155-169.
17. Lievens, F., and Harris, M.M., (2003). Research on Internet Recruiting and Testing: Current Status and Future Directions. In C.L. Cooper & I.T. Robertson (Eds.) *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 16:131-165.
18. Lin, B. and Stasinskaya, V.S., (2002). Data warehousing management issues in online recruiting. *Human Systems Management*, 21, 1-8.
19. Marchington , M. and Wilkinson , A., (2005) "Human Resource Management at Work: people management and development" *Chartered Institute of Personnel and Development third edition*.
20. Marsico,M.D. and Levialdo,S., (2004)"Evaluating web sites: exploiting user's expectations" *International Journal of Human Computer Studies*, 60:381-416.
21. Napier, H.A., Judd, P.J., Rivers, O.N. and Wagner, S.W. (2001). *Creating a Winning E-Business*, Course Technology, Thomson Learning, Inc.
22. Reeve, C. L. and Schultz, L., (2004) "Job-Seeker Reactions to Selection Process Information in Job Ads" *International Journal Of Selection And Assessment* 12(4): 343-355
23. Satzinger, J. W., Jackson, R. B. and Burd S. D. (2004) "Systems Analysis And Design In Changing World" *Thomson learing INS*, third edition Boston.
24. Sekaran, U., (2006) *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 4th Edition, Wiley, John & Sons.
25. Thomas K. P., (2006) Measuring task-specific perceptions of the world wide web Behaviour & Information Technology, 25(6), 469 – 477
26. Thomas, K. M. and Wise P. G., (1999) "Organizational Attractiveness And Individual Differences: Are Diverse Applicants Attracted By Different Factors?" *Journal Of Business And Psychology*, 13(3): 375-391
27. Thompson, L.F., Braddy, P.W and Wuensch K. L. (2008) "E-recruitment and the benefits of organizational web appeal" *Computer in Human Behavior*, 24(5): 2384-2398.

28. Tong, J., Duffy, V., Cross, G., Tsung, F. and Yen, B. (2005) "Evaluating the industrial ergonomics of service quality for online recruitment websites" *International Journal of Industrial Ergonomics* 35 697–711
29. Turban, D. B., (2001). Organizational attractiveness as an employer on college campuses: An examination of the applicant population. *Journal of Vocational Behavior*, 58: 293–312.
30. Turban, D. B., and Keon, T. L., (1993). Organizational attractiveness: An interactionist perspective. *Journal of Applied Psychology*, 78: 184-193.
31. Vance, S. M. and Yongsun, P., (2006) "Managing a Global Workforce: Challenges and Opportunities in International Human Resource Management" M,E,Sharpe,INC, New
32. Williamson, I. O., Lepak D. P., and King, J., (2003) "The effect of company recruitment web site orientation on individuals_perceptions of organizational attractiveness" *Journal of Vocational Behavior*, 63: 242–263.

الملاحق رقم (١)

ملخص للدراسات السابقة

دراسة	هدف الدراسة	متغيرات الدراسة	عينة الدراسة	أهمية النتائج
(Thompson et al., 2008)	التعرف على أثر جاذبية تصميم الإعلان على الرغبة في التعيين	- جاذبية تصميم الإعلان - قابلية استخدام الواقع - الانطباع العام عن المنظمة - الرغبة في التعيين	١٨٢ طالباً في إحدى الجامعات الأمريكية	- إن جاذبية الإعلان أكثر أهمية من سهولة استخدام الموقع. - كان الانطباع العام يتوسط أثر تصميم الموقع الإلكتروني في الرغبة في التعيين.
(Braddy et al., 2008)	أثر قابلية استخدام المواقع الإلكترونية وجماليتها والمعروفة بالمنظمة في الجاذبية التنظيمية	- قابلية استخدام الواقع الإلكتروني - جمالية الموقع - المعرفة بالمنظمة - الجاذبية التنظيمية	٢١٧ طالباً في مرحلة البكالوريوس في إحدى الجامعات الأمريكية	بيانت الدراسة أهمية قابلية استخدام الموقع الإلكتروني وجماليتها والمعروفة بالمنظمة في الجاذبية التنظيمية
(Hu, et al., 2007)	دراسة التغذية من الواقع الإلكتروني على الموائمة بين الفرد والمنظمة، وبأثر الموائمة في الجاذبية التنظيمية	- الموائمة بين الفرد والمنظمة - الجاذبية التنظيمية - التغذية الراجعة	١٢١ طالباً في تخصص إدارة الأعمال لدى إحدى الجامعات في تايوان	أشارت النتائج أن المعلومات التي تقدمها الواقع حول موائمة الفرد مع المنظمة تؤثر على جاذبية المنظمة بالنسبة لمقدمي الطلبات.

تابع ملحق رقم (١)

أهم النتائج	عينة الدراسة	متغيرات الدراسة	هدف الدراسة	دراسة
<p>إن الكلام المنقول بالفم يرتبط بالجاذبية بشكل أعلى من الاستقطاب عبر الواقع الالكتروني. وأن الواقع الالكترونية التي تنشر معلومات تتعلق بالموظف كانت أكثر جاذبية من الواقع التي تركز على نشر المعلومات التي تتعلق بالمنظمة.</p>	<p>١٠٨ طالباً في مرحلة الدراسات العليا تخصص إدارة التمريض المسجلين في جامعة بلجيكا</p>	<p>- مصدر الاستقطاب - رسالة الاستقطاب - الجاذبية التنظيمية - الموثوقية</p>	<p>التعرف على أثر الاستقطاب عبر الواقع الالكتروني والكلام المنقول من الفم على الجاذبية التنظيمية</p>	<p>(Hoye and Lievens, 2007)</p>
<p>وجود فروق بين الواقع ذات الجودة المنخفضة والواقع ذات الجودة العالية في الجهد الذهني والأداء من جانب الوقت وكانت لصالح الواقع ذات الجودة العالية</p>	<p>١٠٠ من مقدمي طلبات التوظيف في هونج كونج</p>	<p>- جودة الخدمة الالكترونية - الجهد الذهني - الأداء من جانب الوقت</p>	<p>دراسة العلاقة بين جودة الخدمة الالكترونية ومقاييس الجهد الذهني والأداء من جانب الوقت</p>	<p>(Tong et al., 2005)</p>
<p>هناك اتجاهات ايجابية نحو استخدام الانترنت في عملية الاستقطاب، وجود فروق في الاتجاهات طبقاً للموطن، والعمر والخبرة. في حين لم تظهر الدراسة وجود أثر لمتغير الجنس.</p>	<p>١٨٦ طالباً في تخصص الإدارة في إحدى الجامعات الأمريكية</p>	<p>- خصائص المبحوثين - تفضيل الاستقطاب الالكتروني</p>	<p>اتجاهات وسلوك الأفراد نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني</p>	<p>(Borstroff et al., 2005)</p>

تابع ملحق رقم (١)

أهم النتائج	عينة الدراسة	متغيرات الدراسة	هدف الدراسة	دراسة
<p>بيّنت الدراسة أن سهولة التصفح أثّرت على الرغبة في التعيين والانطباع العام عن المنظمة. في حين لم تظهر الدراسة وجود أثر لنص الإعلان.</p>	<p>١٧٥ طالباً في مرحلة البكالوريوس تخصص علم نفس في إحدى الجامعات الأمريكية</p>	<ul style="list-style-type: none"> - سهولة التصفح - تنسيق نص الإعلان على الموقع - الرغبة في التعيين الانطباع العام عن المنظمة 	<p>دراسة أثر تصميم الواقع (التصفح، تنسيق نص الإعلان) على الرغبة في التعيين والانطباع العام عن المنظمة.</p>	<p>(Braddy et al., 2003)</p>
<p>وجود أثر لكل من نمط الواقع الإلكتروني من جانب قابلية الموقع للاستخدام، والمحتوى المعلوماتي للموقع الإلكتروني من جانب الثقافة التنظيمية والأجر وتطوير القوى العاملة في كل من الرغبة بالتعيين في المنظمة وتوصية الأصدقاء لتقديم طلب للتوظيف في المنظمة</p>	<p>الدراسة الأولى اجريت على ١١٨ طالباً، أما الثانية فأجريت على ١٢٢ طالباً في مرحلة البكالوريوس في إحدى الجامعات الأمريكية</p>	<ul style="list-style-type: none"> - محتوى الواقع الإلكتروني - نمط الواقع الإلكتروني - الجاذبية التنظيمية 	<p>أثر نمط الواقع الإلكتروني ومحتواها في الجاذبية التنظيمية</p>	<p>(Cober et al., 2003)</p>
<p>وجود أثر مباشر لقابلية استخدام الواقع في الجاذبية التنظيمية</p>	<p>٢٥٢ طالباً في إدارة الاعمال في إحدى الجامعات الأمريكية</p>	<ul style="list-style-type: none"> - الفروق الفردية - اتجاهات الواقع الإلكتروني - قابلية استخدام الواقع الجاذبية التنظيمية 	<p>التعرف على العلاقة بين الخصائص الهيكلية للموقع الإلكتروني والجاذبية التنظيمية</p>	<p>(Williams on et al., 2003)</p>

The Effect of Company Recruitment Website Quality on Organizational Attractiveness and Job Pursuit Intention

"Applied Study on Jordanian Banks Websites"

"Mohammad Khair" Saleem Abu Zaid

Department of Management Sciences, College of Planning and Management,
Albalqa' Applied University, Jordan

Abstract:

The main objective of current study is to examine the effect of recruitment website quality (ease of use, aesthetics, and content usefulness) on organizational attractiveness and job pursuit intention. A total of 80 undergraduate business administration students participated in this study to evaluate four Jordanian banking website. The data were analyzed using descriptive statistics, correlation, and hierarchical regression.

The results showed positive perceptions toward quality of Jordanian banks websites from participant's viewpoints. Also, there is a direct and positive effect of website aesthetics on organizational attractiveness, and there is a direct and positive effect of website aesthetics and content usefulness on job pursuit intention. Based on these results recommendations have been written.