

به نام خدا

عنوان مقاله :

مقایسه اثربخشی استخدام از طریق اینترنت در مقایسه با سایر منابع جذب

دکتر فریبا لطیفی - مدیر گروه مدیریت دانشگاه الزهرا

نیلوفر مقصودی - کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات

مسئله پژوهش

□ حفظ رقابت

جذب نیروی کار اثربخش

استفاده از روش های نوآورانه برای حفظ رقابت

□ ماهیت تعاملی محیط وب

اهمیت پژوهش

□ گسترش استفاده از اینترنت در فعالیت های جستجوی

شغل و جذب سازمانی

□ افزایش تعداد کاربران اینترنت

□ کاهش هزینه جستجوی اطلاعات و دسترسی ۲۴

ساعته و بدون محدودیت مکانی

□ دسترسی بهینه به متقاضیان هدف

اهمیت پژوهش

□ تسهیل دسترسی به اطلاعات برای جویندگان کار و
استخدام کنندگان

□ اطلاعات کامل تر درباره شغل و سازمان و کمک به
متقاضی در تصمیم گیری

□ شناسایی بهتر فرصت ها نیازهای متقابل

هدف پژوهش

- ارزیابی اثربخشی اینترنت به عنوان منبع جذب کارکنان در مقایسه با سایر منابع جذب
- میزان اثربخشی جذب اینترنتی در مقایسه با سایر منابع از طریق ارزیابی خروجی های فرایند جذب و کیفیت استخدام شدگان

حیطه پژوهش

□ محدوده این پژوهش عبارتست از کلیه افراد شاغل

که سابقه کاری آنها کمتر از ۵ سال باشد و در

سازمان های مختلف در سطح کشور مشغول به

فعالیت می باشند .

تعریف واژه ها

جذب

جذب شامل کلیه فعالیت هایی است که بوسیله سازمان با هدف اصلی شناخت و جذب کارکنان بالقوه انجام می شوند .

(Braugh and Starke Cited in Veger ,2006)

منابع جذب

منبع جذب این طور تعریف می شود که چگونه جوینده کار برای اولین بار درباره فرصت شغلی اطلاع یافته است . برای مثال منبع جذب شامل کاریابی ها ، آگهی روزنامه ، نمایشگاه شغلی ، معرف ، مراجعه مستقیم و ... می باشد . (سعادت ، ۱۳۷۵)

■ منابع داخلی و خارجی

■ منابع رسمی و غیر رسمی

جذب اینترنتی

جذب اینترنتی شامل استفاده از اینترنت بعنوان کانالی که از طریق آن فرصت های شغلی اعلام شده و اطلاعات با توجه به فرایند درخواست شغل مهیا می گردند .

(Hausdorf & Duncan Cited in Veger,2006)

هرگونه روشی برای جذب متقاضیان استخدام برای ارائه درخواست شغل که قویاً بر اینترنت متکی باشد .

(Lievens and Harris Cited in Veger ,2006)

واقعی بودن اطلاعات

میزان اطلاعات واقعی که از طریق منبع جذب به جوینده کار ارائه می شود ، این اطلاعات در مورد جزئیات شغل ، ویژگی های آن و سازمان می باشد .

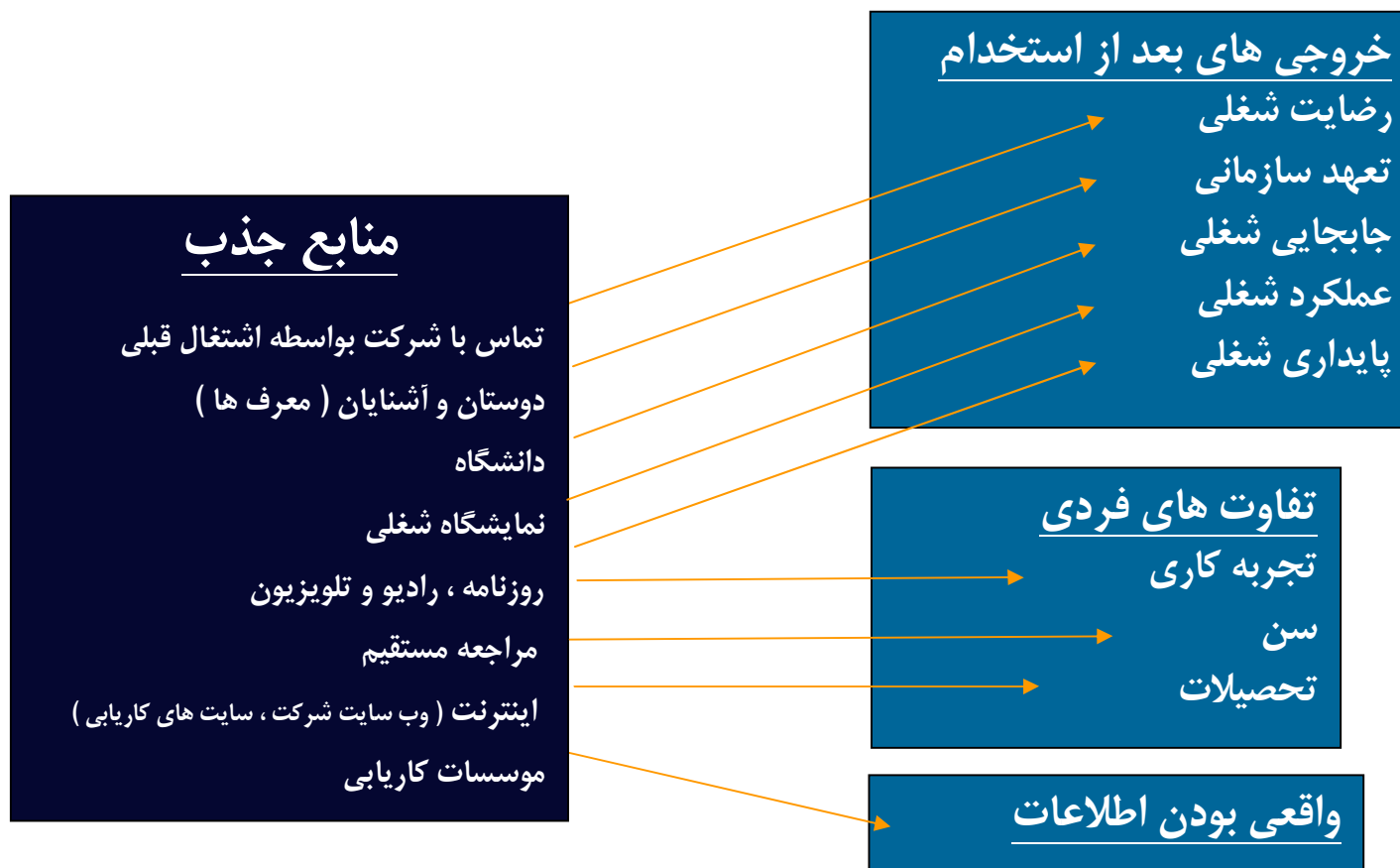
(Rynes Cited in Braugh and Starke ,2000)

اثر بخشی منابع جذب

پیآمدهای تصمیمات سازمان در انتخاب منبع جذب مورد نظر برای دسترسی به متقاضیان بالقوه می باشد و از طریق بررسی کیفیت استخدام شدگان مورد ارزیابی قرار می گیرد.

(VanCleave,2002)

مدل پژوهش حاضر



روش پژوهش

- تحقیق کاربردی
- روش پژوهش ، توصیفی - پیمایشی
- جامعه هدف : کلیه شاغلین دارای سابقه کار کمتر از ۵ سال
- سایت مرجع متخصصین

جامعه آماری

- جامعه آماری : کلیه اعضای سایت مرجع متخصصین ایرانی است که شاغل بوده و حداکثر ۵ سال از زمان استخدام آنها گذشته باشد .
- پرسشنامه الکترونیک در سایت Survey Gizmo
- پرسشنامه های دارای شرایط مطلوب ۶۶۵ مورد

روش نمونه گیری

□ روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای

□ ۶ گروه به عنوان منابع جذب : تماس با شرکت

بواسطه اشتغال قبلی ، دوستان و آشنایان(معرف

ها) ، دانشگاه ، روزنامه ، رادیو و تلویزیون ، مراجعه

مستقیم فرد به کارفرما و اینترنت

ابزار جمع آوری اطلاعات

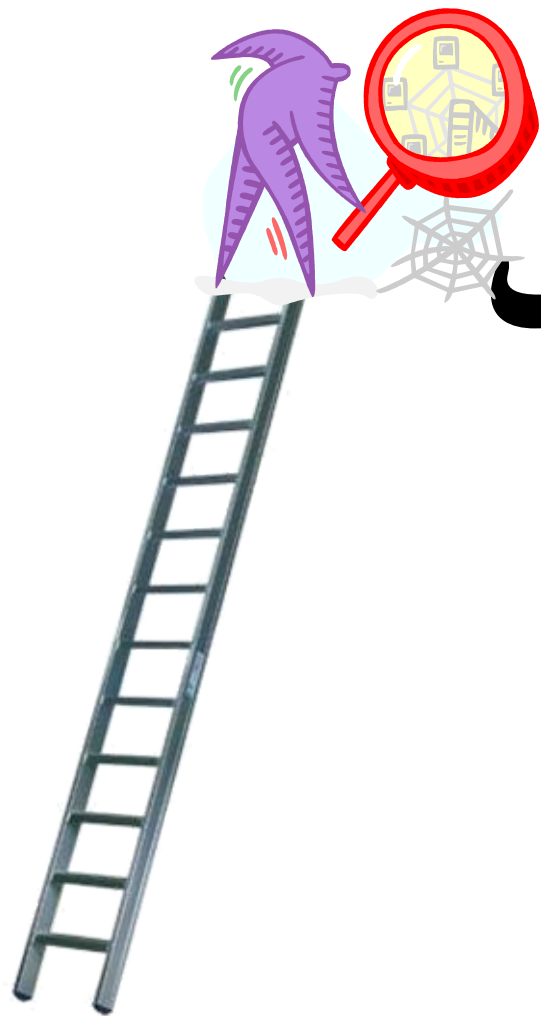
- پرسشنامه ون کلیو (۲۰۰۲)
- ترجمه و چند مرحله اصلاح و بازنگری
- تهیه نسخه اینترنتی
- ارسال لینک مربوطه برای اعضای سایت مرجع
متخصصین
- آلفای کرونباخ ۰,۹۱

روش های آماری مورد استفاده

□ تحلیل واریانس یک طرفه و دو طرفه

□ آزمون کای مربع

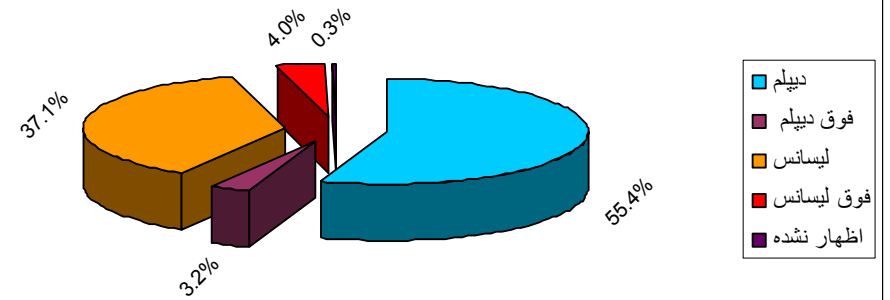
□ نرم افزار SPSS ویرایش ۱۳



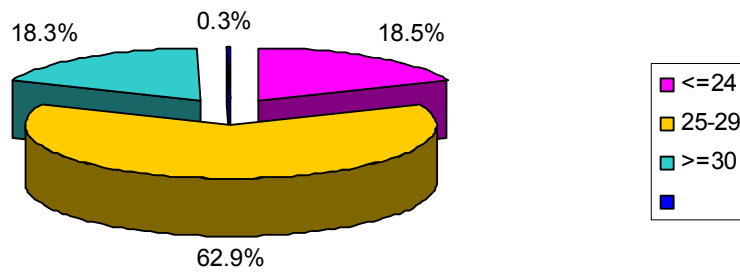
یافته های پژوهش

ترکیب نمونه آماری

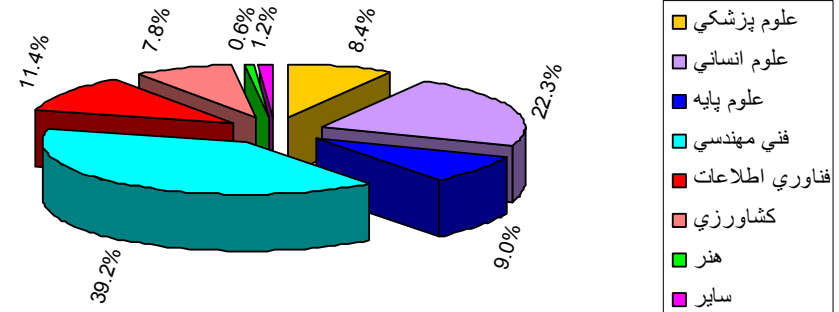
توزیع کل نمونه ها بر اساس سطح تحصیلات



توزیع کل نمونه ها بر اساس گروههای سنی



توزیع کل نمونه ها بر اساس رشته های تحصیلی



۱- رضایت شغلی

وضعیت شغلی	اینترنت ➡ روزنامه ، رادیو و تلویزیون
وضعیت حقوق و مزایا	تفاوت آماری معناداری وجود ندارد
شرایط و فرصت های ارتقاء	اینترنت ➡ روزنامه ، رادیو و تلویزیون و مراجعه مستقیم فرد به کارفرما
شرایط مدیر مسئول	اینترنت ➡ روزنامه ، رادیو و تلویزیون
شرایط همکاران	تفاوت آماری معناداری وجود ندارد
رضایت شغلی	اینترنت ➡ روزنامه ، رادیو و تلویزیون و مراجعه مستقیم فرد به کارفرما

۲- تعهد سازمانی

اینترنت → روزنامه ، رادیو و تلویزیون

۳- جابجایی شغلی

اینترنت → جابجایی شغلی کمتری نسبت به تماس با شرکت بواسطه اشتغال قبلی و رابطه خویشاوندی
اینترنت → جابجایی شغلی بیشتری نسبت به دانشگاه ، روزنامه ، رادیو و تلویزیون و مراجعه مستقیم فرد

۴- عملکرد شغلی تفاوت آماری معناداری مشاهده نشد

۵- تجربه کاری تفاوت آماری معناداری مشاهده نشد

۶- سن تفاوت آماری معناداری مشاهده نشد

۷- سطح تحصیلات اینترنت → سطح تحصیلات پایین
تری نسبت به سایر منابع

۸- پایداری شغلی تفاوت آماری معناداری مشاهده نشد

۹- واقعی بودن اطلاعات تفاوت آماری معناداری
مشاهده نشد

پیشنادهای کاربردی

- جهت جذب نیروی انسانی در مشاغل عمومی اینترنت یکی از بهترین روشهای جذب می باشد
- اینترنت می تواند بصورت موازی با سایر منابع جذب برای اعلام فرصت های شغلی مورد استفاده قرار گیرد

پیشنادهای کاربردی

□ استفاده از روش های غیر اینترنتی برای مشاغل تخصصی

□ جایگزین کردن جذب از طریق روزنامه ، رادیو و تلویزیون با سایر روش ها

با تشکر از توجه شما