

التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي بين الضرورة والحتمية

RECRUITMENT VIA SOCIAL NETWORKING: AMONG NECESSITY AND INEVITABILITY

أ. جلام كريمة، المركز الجامعي - غليزان

karima.djallm@gmail.com

د. عدالة العجال - جامعة مستغانم

adj.adala@gmail.com

الملخص:

مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ظهرت العديد من المفاهيم الجديدة التي غيرت الكثير من الاستراتيجيات والسياسات التقليدية ومنها ظهور ما يعرف بالتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية، والذي يعتبر أحدث آليات التوظيف، بدأ تطبيقه يعرف توسعا واهتماما كبيرا من قبل المنظمات، وتبعاً لذلك هدفنا من خلال هذه الورقة البحثية إلى التعرف على هذه التقنية الجديدة ومحاولة إبراز أهميتها، بالإضافة إلى استعراض موجز لتجارب بعض الشركات في تطبيقها.

الكلمات المفتاحية: التوظيف الإلكتروني، التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية، شبكات التواصل الاجتماعي

Abstract

with the development of information and communication technology many new concepts appeared and has changed a lot of strategies and traditional policies, including the emergence of so-called "recruiting via social media" or what knows as "social recruiting", Which is considered latest recruitment mechanisms, its application has known expansion and great attention by the organizations, and accordingly, our goal through this paper to identify this new technology and try to highlight its importance, in addition we aimed to display some companies experience in their application of this new tool.

Keywords: e-recruitment, recruitment via social media , social networking.

المقدمة:

مع تسارع وتيرة تبني العالم لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي - وبعد مرور ما يقارب العقد من زمن ظهورها وبداية استخدامها- الوجهة الأكثر إقبالا من طرف مستخدمي شبكة الإنترنت، بما يعادل

المليار و 800 مليون مستخدم في بداية 2015، كان تأسيسها يعود لأهداف اجتماعية ولكن بعد تطورها المذهل أصبحت تستخدم في شتى المجالات الحياتية، والاقتصادية هي أكثر ما يهمنا، إذ أصبحت هذه الشبكات مركز اهتمام العديد من المنظمات لاستخدامها في مختلف أنشطتهم وخاصة التسويقية والإدارية.

هذا وتعد عملية التوظيف من أهم أنشطة إدارة الموارد البشرية، حيث أن نجاحها سوف يؤثر على المنظمة ككل، ذلك أن اختيار الأشخاص المناسبين سوف يأتي بأحسن النتائج بالضرورة خاصة بالنسبة لتلك المنظمات التي تحتل فيها إدارة الموارد البشرية موقعا واضحا في هيكلها التنظيمي وتستند عليها في جميع وظائفها الأخرى. فبناء على المتغيرات الجديدة والمعاصرة والمعتمدة على لغة الأرقام والحاسبات الآلية، أصبحت هذه الوظيفة تمارس أعمالها بطريقة إلكترونية أو ما يعرف بـ (التوظيف الإلكتروني - E-Recruitment) أو (التوظيف المستند على الويب - Web-based recruitment) أو (التوظيف عبر الإنترنت - Online recruitment) والذي يعني استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل دعم عملية التوظيف، وبالنظر إلى مزاياه العديدة كالتكاليف المنخفضة، السرعة في الإعلانات، الجاذبية في الأسلوب وغيرها جعلت العديد من المنظمات العامة والخاصة، الكبيرة والصغيرة تتسابق كي تتبناه وهو الأمر الذي يؤكد (smith and rupp, 2004) بقولهما: " إن الإنترنت قد غيرت تماما وجه التوظيف، فأرباب العمل اليوم يجب عليهم أن يسوقوا لأنفسهم بفعالية أكبر وذلك بوضع برامج للتوظيف الإلكتروني (E-Recruitment) من أجل العثور على مرشحين ذوو كفاءة وجودة أفضل وتحسين قرارات التوظيف، كل هذا في وقت أقل وبتكلفة أقل"¹. وكامتداد متوقع للتوظيف الإلكتروني وتبعا للتوسع الكبير في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كما سبق لنا ذكره، فقد ظهر نمط أو أسلوب جديد من التوظيف والذي يعرف بالتوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد شدّ هذا الأخير اهتمام العديد من الباحثين والممارسين نظرا لأهميته الكبيرة ولآفاقه الواعدة التي لا بد وأن تظهر خلال السنوات القليلة القادمة، هذا الأمر الذي ترجمته الكمية الكبيرة من الدراسات حوله خاصة الأجنبية منها.

فمن خلال هذه الورقة البحثية سنحاول إبراز وإثبات أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف مع استعراض موجز لتجارب بعض الشركات الكبرى هما شركة نيسلي (Nestle) وشركة (ch2mhill) وعليه وانطلاقا مما سبق يمكننا أن نطرح الإشكالية التالية:

ما هي أهمية وسائل التواصل الاجتماعي على عملية التوظيف؟

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى بلوغ عدد من الأهداف وهي:

1. تحديد مفهوم الشبكات الاجتماعية والوقوف عند أهم خصائصها وأدواتها؛

¹ Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A: "The use of social media in the recruitment process", ies (The Institute for Employment Studies), Uk, 2013, p9.

2. تحديد مدى أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية في عملية التوظيف؛

3. تبيان كيفية استثمار هذه الشبكات من قبل الشركات الكبرى في عملية التوظيف.

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة وبلوغ أهداف البحث سوف نقوم بتقسيم الورقة البحثية إلى 3 محاور أساسية وهي: شبكات التواصل الإجتماعي ؛ التوظيف عبر شبكات التواصل الإجتماعي من خلال الوقوف عند أهم تعاريف التوظيف الالكتروني والتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية ، إبراز الأهمية، المزايا والعيوب؛ وأخيرا استعراض بعض التجارب للتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية.

1- شبكات التواصل الاجتماعي

لقد تزامن ظهور الشبكات الاجتماعية بظهور الانترنت وذلك في العشرية الأخيرة من القرن الماضي، وبالتحديد مع إطلاق موقع sixdegrees.com عام 1997، والذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإضافة أصدقائهم إليه، ثم توالى المواقع الاجتماعية بالظهور إلا أنّ أغلبها لم يوفق في البقاء والاستمرار، حتى عام 2003 عندما تم إطلاق عدد من المواقع الاجتماعية الجديدة التي كانت ولا زالت تلعب الدور الريادي، مثل موقع My space ثم موقع الفيس بوك وغيرها من المواقع الحديثة. الجدير بالذكر أن تطور هذه الشبكات قد تناسب مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم.

وعلى غرار أغلب المصطلحات الحديثة فإنه لم يتم الاتفاق على تعريف موحد لمصطلح شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يرى (Borko, 2010) بأنها عبارة عن "مجموعة من الأعضاء أو الفاعلين الاجتماعيين الذين يرتبطون بنوع أو عدة أنواع من العلاقات".² فقد تكون صداقة أو زمالة أو صلة عائلية أو غيرها، بالنسبة ل(Beer, 2008) يشير إلى أنها " عبارة عن خدمات مقدمة على شبكة الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر".³ كما تعرف كذلك بأنها عبارة " عن مجموعة من التطبيقات المستندة على شبكة الإنترنت والتي تشمل المحتوى الذي ينتجه المستهلك، أي مجموعة الانطباعات التي يصدرونها والناجمة عن خبراتهم وتجاربهم"،⁴ ويوضح (Blackshaw, 2006) معنى - المحتوى الذي ينتجه المستهلك - بقوله أنها عبارة عن "مزيج من الحقائق، الآراء، الأحاسيس، الانطباعات، الصحيحة وغير الصحيحة، إضافة إلى الخبرات

² Borko. F: "Handbook of Social Network Technologies and Applications", Springer, USA, 2010, p4.

³ Beer.D: "Social network(ing) sites.revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison", Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.13, 2008, p517.

⁴ Xiang.Z & Gretzel.U: "Role of social media in online travel information search", Tourism Management, Vol. 31, 2010, p 180.

وحتى الإشاعات".⁵ فمن خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن شبكات التواصل الاجتماعي ما هي إلا "فضاء رقمي يضم مجموعة من الأشخاص تجمعهم روابط مختلفة لتشارك محتويات متنوعة"، هذا ويختلف إصلاح شبكات التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام الاجتماعية في كون هذا الأخيرة تعتبر أشمل، والشبكات الاجتماعية تعتبر أحد أدواتها فقط.

هذا وقد تجاوز عدد المشتركين في هذه الشبكات المليار و 800 مليون مشترك في بداية 2015 مع تنبؤات بتجاوزها للمليارين و 300 مليون مستخدم بحلول عام 2017،⁶ الأمر الذي يجعل منها منصة جاذبة لمختلف المنظمات للاستفادة منها والاستثمار في هذا السوق الافتراضي الضخم الذي لا يعرف معنى للحدود الجغرافية أو للمجالات الزمانية.

2- التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي

1.2- مفهوم التوظيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي

اتخذ التوظيف منحى آخر مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فظهر ما يسمى بالتوظيف الإلكتروني أولاً وهو عبارة عن إنشاء صفحات الكترونية تابعة للموقع الرسمي للمنظمة متخصصة في التوظيف يتم من خلالها استعراض كل ما يتعلق بالوظائف الشاغرة والمؤهلات المطلوبة فيها، ويكون على المستخدمين أن يقوموا بزيارة الموقع كل فترة للحصول على آخر التحديثات، كما أن بعض المواقع تتيح خاصية التسجيل في الموقع وتفعيل العضوية فيه وهي تتكفل بإعلام المستخدم عن كل جديد باستخدام إشعارات أو رسائل قصيرة تصله في البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم عند التسجيل. كما يذهب كل من (Rubb and smith, 2004) إلى القول بأنه عبارة عن قيام المستخدمين (أرباب العمل) باستخدام الإنترنت من أجل دعم عمليات التوظيف التقليدي وهو يتميز عن هذا الأخير في أنه يقوم بتقصير الوقت اللازم لعملية التوظيف بسبب سرعة تدفق المعلومات، كذلك تكاليفه منخفضة، إضافة إلى تمكين المنظمات من اختيار العمال محلياً أو على صعيد عالمي كل بحسب مؤهلاته وقدراته.⁷

لم يمر وقت طويل على بداية استخدام التوظيف الإلكتروني حتى ظهر ما يعرف بالتوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي وذلك على إثر التطور الكبير الذي حدث في المواقع الاجتماعية، وبالتالي اتجه أغلب المستخدمين للشبكة العنكبوتية للانضمام لهذه الشبكات، ففي 2014 ما يقارب مليار و 800 مليون من مستخدمي شبكة الإنترنت قد

⁵ Blackshaw. P: "The consumer-generated surveillance culture ", 2006, see the website: <http://www.clickz.com/clickz/column/1706163/the-consumer-controlled-surveillance-culture> , accessed 15/08/2014.

⁶ <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users>, accessed 15/01/2015.

⁷ Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A, op.cit, p4.

انضموا للشبكات الاجتماعية،⁸ ويمكن تعريف التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية أو كما يسميه البعض التوظيف الإجماعي بأنه عبارة عن القيام بعملية التوظيف بالاعتماد على شبكات التواصل الإجماعي، وهنا لا يقتصر الأمر على عملية إيداع الملفات أو جمع المعلومات فحسب إنما قد وصل الأمر في بعض المنظمات حالياً إلى إجراء مقابلات التوظيف بحد ذاتها بشكل إلكتروني.

ويمكننا تحديد أهم شبكات التواصل الإجماعي المستخدمة في التوظيف كما يلي:⁹

1.1- لينكد إن (LinkedIn): يستخدم الموقع كشبكة تواصل مهنية، وصل عدد مستخدميه إلى 347 مليون عضو نشط في مارس 2015 وهو متاح ب 20 لغة رسمية، ويتيح مجموعة من المميزات أهمها:¹⁰ أنّ المشتركين يستطيعون تحميل سيرهم الذاتية، وترتيب ملفهم الشخصي بغرض إبراز أعمالهم وخبراتهم؛ يمكن استخدامها لإيجاد وظائف، أو أشخاص، أو فرص عمل ينصح بها شخص ما في قائمة التواصل؛ أصحاب العمل يستطيعون وضع قائمة بالوظائف المتوفرة لديهم والبحث عن مرشحين محتملين ومناسبين لها؛ المستخدمين يستطيعون إضافة صورهم الشخصية ومشاهدة صور المستخدمين الآخرين للمساعدة في تحديد الهوية؛ المستخدمين يستطيعون متابعة شركات مختلفة والحصول على إشعارات بجديد تلك الشركات، وبالتالي يمكننا القول أن لينكد إن هو أكثر موقع ينشط فيه الباحثون عن العمل كما أنّ 77% من إعلانات الوظائف في العالم موجودة على مستوى هذا الموقع.

2.1- الفيس بوك (Facebook): تأسس عام 2004 حيث كانت عضوية الموقع مقتصرة فقط على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعدها لتشمل مجموعات غير محدودة من المشتركين منذ عام 2006، يعتبر أكثر المواقع الاجتماعية شهرة، وقد بلغ عدد المشتركين النشيطين فيه في مارس 2015 أكثر من 1.415 مليون مستخدم، يسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأعضاء، وإضافة المستخدمين الآخرين كأصدقاء لهم وتبادل الرسائل فيما بينهم، كما يمكنهم إنشاء صفحات تضم مجموعات كبيرة من المستخدمين يشتركون في نفس الاهتمامات وكذلك الانضمام إلى المجموعات وغيرها من التطبيقات، ويعتبر الفيس بوك كثاني أهم موقع بعد لينكد إن في التوظيف سواء بالنسبة للموظفين أو الباحثين عن عمل على حد سواء، فعن طريق الفيس بوك يمكن للمؤسسات العمل على تحسين العلامة التجارية وكذلك إنشاء صفحات خاصة بالتوظيف كـ nestle career، ch2m-hill jobs وغيرها، خاصة وان شركة فيس بوك قد فعلت مؤخرًا علامة تبويب "job" بجانب زر الإعجاب ليتحول المشترك مباشرة إلى صفحة ملء استمارته المتعلقة بالتوظيف.

⁸ <http://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> , accessed 16/01/2015.

⁹ Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A, op.cit, p6.

¹⁰ <http://fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>, accessed 18/12/2014.

5.1- **تويتر (Twitter)**: هو أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية تم إنشاؤه عام 2006، هو عبارة عن شبكة عامة لا تقتصر على مواضيع معينة ، يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى لا يتجاوز 140 حرف للرسالة الواحدة، وتشير إحصائيات 2015 أن عدد أعضائه النشيطين شهريا يقدر بـ 288 مليون مستخدم، مما يجعل منه منصة تلقى اهتمام المؤسسات لإطلاق عروض التوظيف الخاصة بهم، وتجدر الإشارة أن 67% من طالبي العمل في تويتر هم من جنس الذكور و69% منهم هم أقل من 40 سنة.

6.1- **المدونة (Blog)**: موقع إلكتروني معلوماتي يجمع عدد من التدوينات وهي بمثابة مفكرة أو ساحة طرح آراء شخصية، كانت في البداية تقتصر على التدوينات الفردية، أما مؤخرا فقد أصبحت التدوينات الجماعية هي السائدة، وفي الغالب يكون حجم هذه التدوينات صغيرا.

2.2- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوظيف

مع الاندماج الفعال الذي حصل بين العالم الرقمي والعالم الفعلي بات من الواجب أن تراعي المنظمات التغيير الحاصل في الذهنيات وطريقة التفكير وكذلك في الطريقة المناسبة لاجتذاب المواهب وجلب اهتمامها، فوضع إعلانات التوظيف في الصحف اليوم باتت من الطرق التقليدية التي بالكاد تحظى باهتمام الباحثين عن العمل، فيما أصبح الفضاء الرقمي وشبكات التواصل الإجتماعي الوجهة الأولى لهم في البحث عن فرص التوظيف، ولهذا كان لزاما على المنظمات أن تتوجه إلى الأماكن التي يتواجد فيها هؤلاء من أجل أن تستقطبهم وتحظي باهتمامهم، هذا بالإضافة إلى الوقت الكبير الذي يتم قضاءه على الشبكات الاجتماعية فحسب إحصائيات 2014 فإن معدل الوقت الذي يقضيه المستخدمون في الفيس بوك يصل إلى 42.1 د يوميا، تويتر 17.1 د يوميا ولينكد إن 9.8 د يوميا،¹¹ وهكذا أصبحت هذه الشبكات مركز اهتمام مختلف المنظمات من أجل الاستفادة منها وتصيد كل فرصها وهو الأمر الذي بينته الأرقام والإحصائيات ومنها نذكر ما يلي:¹²

- 89% من الشركات تستخدم وسائل الإعلام الاجتماعية للتوظيف عام 2013 ، بمعدل نمو يقدر 83% عن عام 2012؛
- 56% من المستخدمين للموارد البشرية (أرباب العمل) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمرشحين محتملين؛
- 14.4 مليون شخص قاموا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للبحث عن عمل.

¹¹ <http://www.emarketer.com/>

¹² <http://www.iapplicants.com/social-media-recruiting.htm> , accessed 17/02/2018.

كذلك هناك دراسة (potentialpark, 2011) التي بلغت عينتها 30.000 فرد من خريجي الجامعات، وقد وجد الباحثون أنه في أوروبا ما يعادل 100% من المستجوبين ترغب في التفاعل مع أصحاب العمل على مواقع التواصل الإجتماعي (التفضيل كان ل لينكد إن ب 40 %، فيما سجل الفيسبوك 25 %)¹³،

هذا وتجدر الإشارة إلى أن 73% من المؤسسات المستخدمة قد نجحت في عمليات التوظيف عبر شبكات التواصل الإجتماعي خاصة عبر لينكد إن، فيسبوك، تويتر على التوالي.¹⁴

تجدر الإشارة إلى أنه قبل أن تخوض أي منظمة تجربة التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية كان لابد لها من:¹⁵

1. وضع خطة مناسبة: بعد تحديد الأهداف العامة للمؤسسة ومدى قابلية المؤسسة للالتزام بتعاقداتها ، يجب معرفة المواقع والأدوات التي يتعين على المنظمة استخدامها، الوقت الذي يجب تخصيصه في الشبكات الاجتماعية؛
2. التحقق من العلامة التجارية للمنظمة: وذلك عن طريق معرفة آراء المستخدمين للشبكة حول علامة المنظمة وبالتالي تحديد من يشيدون بها وكذلك الجهات المسيئة والمنتقدة لها، وهكذا يمكن جمع المعلومات المتعلقة عن الكيفية التي ينظر بها المترشحون لصورة المنظمة؛
3. التواصل مع المرشحين المحتملين: عبر إظهار معلومات صحيحة وحقيقية عن الشركة لتعزيز الثقة لدى المترشحين.

3.2- مزايا وعيوب التوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي

على الرغم من أحدثيّة شبكات التواصل الاجتماعي كآلية للتوظيف، إلا أنها لقيت صدى واسعاً في عالم الأعمال في استخدامها، ورغم ذلك فلا وجود لأي أداة بدون نواقص أو عيوب، في هذا العنصر سوف نتطرق إلى أهم المزايا التي تتيحها الشبكات الاجتماعية بالنسبة للتوظيف وإلى أهم العيوب التي تعاني منها.

2.3.1- مزايا التوظيف على الشبكات الاجتماعية

- التحقق بشكل أفضل من المرشحين: حيث يعتقد الكثير من أرباب العمل أن استخدام هذه الشبكات من أجل التحقق من المعلومات الأساسية للمرشحين هو أمر إيجابي من أجل اتخاذ قرار التوظيف،¹⁶ وقد أثبتت ذلك دراسة

¹³ Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A, op.cit, p6.

¹⁴ https://www.jobvite.com/wp-content/uploads/2014/10/Jobvite_SocialRecruiting_Survey2014.pdf, accessed 14/02/2018.

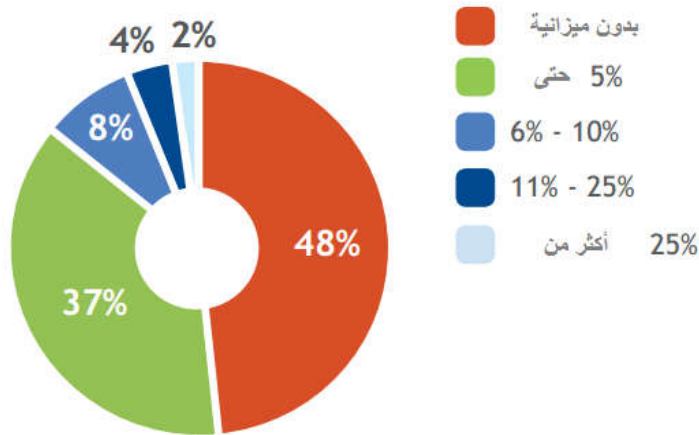
¹⁵ "Social Recruiting Guide: How to Effectively Use Social Networks " , An Oracle White Paper, 2012, p3, <http://www.oracle.com/us/medial/effectively-use-social-networks-1720586.pdf>, 11/02/2018.

¹⁶ Clark.L.A & Robert.S.S:"Employer's Use of Social Networking Sites: A Socially Irresponsible Practice", Journal of Business Ethics, 2010, p509.

CAREERBUILDER في 2009 حيث بينت نتائجها أن 45% من المسيرين قد فعلوا ذلك.¹⁷

- فعالة من حيث التكلفة: التكاليف إما تكون منخفضة أو في أغلب الأحيان تكون مجانية، حيث أن 15% فقط من الشركات تنفق ما مقداره 5% من الميزانية المخصصة للموارد البشرية على شبكات التواصل الاجتماعي،¹⁸ والكثير من الشركات لا تنفق أي شيء من الأساس، ويوضح الشكل رقم (01) الميزانية المخصصة للتوظيف عبر شبكات التواصل الاجتماعي في أوروبا عام 2013

الشكل رقم (01): الميزانية المخصصة للتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية



Source: <http://linkhumans.com/blog/social-recruiting-europe> , in 12/02/2015

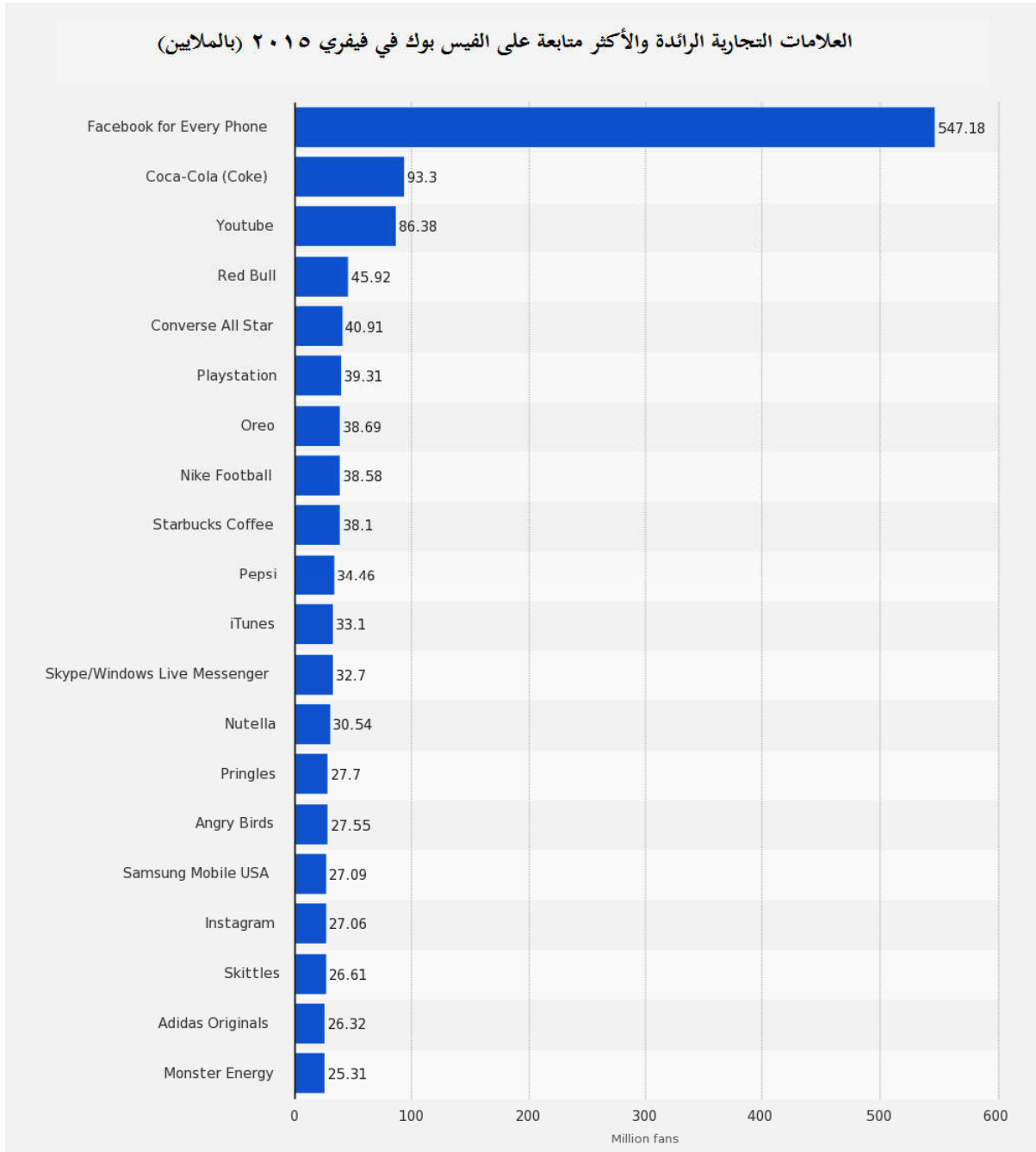
- تعزيز وبناء العلامة التجارية : إن التأسيس لشكل ومظهر اجتماعي جيد وإعلام الناس بالثوابت التي تقوم عليها المؤسسة، و بالمناخ العام فيها يضمن بشكل كبير أن الشخص الصحيح هو من يتقدم لطلب الوظيفة،¹⁹ حيث أنّ هناك الكثير من المنظمات والعلامات التجارية طيبة السمعة ولها آلاف المتابعين على مختلف الشبكات الاجتماعية، وفي الشكل الموالي نوضح أكثر العلامات التجارية تتبعا من قبل مستخدمي الفيس بوك.

¹⁷ Archanal.I, Nivya.V.G, Thankam.S.M: " Recruitment through social media area: Human resource", IOSR Journal of Business and Management, 2014, p40.

¹⁸ Steptone; "Recruitment via social media:fact or hype? ", <http://linkhumans.com/blog/social-recruiting-europe>, accessed 12/02/2018

¹⁹ Nigel Wright Recruitment: "The impact of social media on recruitment ", Nigel Wright Recruitment, Report 2011, p5, <http://uk.nigelwright.com/NigelWrightNews/2011-02-01/New-report-uncovers-true-impact-of-social-media-on-recruitment/> , accessed 08/01/2018.

الشكل رقم (02): العلامات التجارية الرائدة والأكثر متابعة على الفيس بوك حتى فيفري



Source : <http://www.statista.com/statistics/265657/leading-product-brands-with-the-most-fans-on-facebook/> accessed 03/03/2018

ويضيف (Broughton et al, 2013) المزاياء التالية:²⁰

²⁰ Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A, op.cit, p19.

- **السرعة والسهولة:** هناك العديد من الشبكات الاجتماعية مثل لينكد إن تجعل التعيينات تتم بسرعة، إضافة إلى السرعة الهائلة في انتقال المعلومات؛

- **خبرة لعملية التعيين مستقبلاً:** القدرة على متابعة وتحليل أنماط المتابعين لشبكات التواصل الإجتماعي يمكن المؤسسة من تعلم المزيد عن عملية الاختيار و التعيين، وهذا يؤدي بدوره إلى قيامها بوضع خطط أفضل فيما يخص هذا الصدد؛

- **سهولة الاستهداف:** يمكن استهداف شرائح معينة لوظائف معينة مثلاً استهداف شريحة المدراء في مناطق جغرافية معينة؛

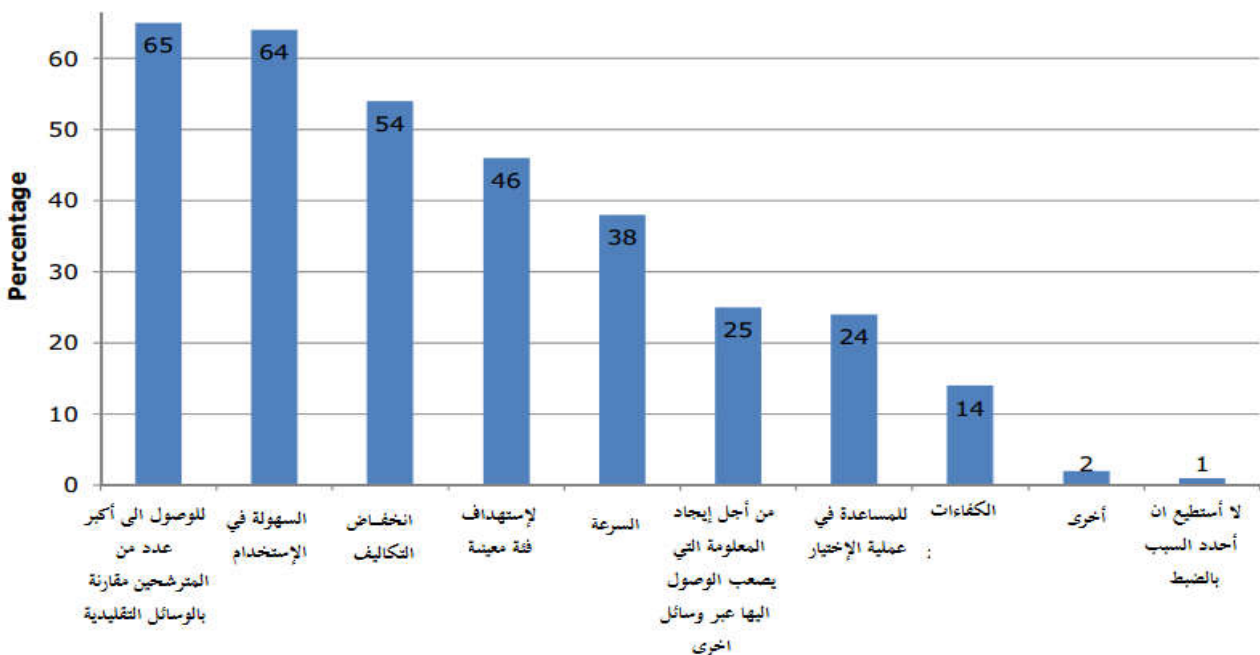
- **التواجد:** شبكات التواصل الإجتماعي تضم ملايين من الناس المحتمل تقدمهم للوظيفة الشاغرة. فالتابع المباشر وغير المباشر سوف يعلم التحديثات الخاصة بالوظيفة من خلال مشاركتها و هذا يعنى وصول الإعلان عن الوظيفة لأكبر عدد ممكن؛

- **تنوع المتقدمين للوظيفة:** مع تعدد الشبكات الاجتماعية وسرعة انتقال المعلومات فإن عدد المتقدمين المحتملين للوظيفة يزيد من الخيارات المتعلقة بالمرشحين للوظيفة؛

- **الكفاءات:** شبكات التواصل هو وسيلة تواصل لا تنقطع، و تواصل المتابعين على صفحات المنظمة في العادة يكون بشكل متزايد سوف إذا ما تم الحرص على ذلك ، و هذا يعنى أن هناك رصيد جيد من المتقدمين للوظيفة يمكن الاعتماد عليه في حالة الحاجة لتعيين أحدهم.

وفي دراسة أجرتها Acas في 2013 حول السبب الذي يدفع متخذي القرار في المنظمات إلى اللجوء إلى شبكات التواصل الاجتماعية من أجل التوظيف، فكانت النتائج كما يوضحها البيان الموالي:

الشكل رقم (03): أسباب استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في التوظيف



Source: Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A, op.cit, p20.

من البيان نلاحظ أن أسباب لجوء العينة المستجوبة من متخذي القرار في المنظمات كانت من أجل الاستفادة من المزايا التي تتيحها الشبكات الاجتماعية في عملية التوظيف.

2.3.2- عيوب التوظيف على الشبكات الاجتماعية

هناك مجموعة من السلبيات أو المشاكل التي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار عند استخدام الشبكات الاجتماعية نذكرها كما يلي:²¹

- تستغرق وقتاً طويلاً خاصة بالنسبة للشركات التي تطلب معلومات مفصلة ودقيقة حول المترشحين؛
- الشفافية: حيث تكون ضعيفة نوعاً ما بالنظر إلى أنه لا توجد موثوقية كبيرة في معلومات المترشحين عبر الإنترنت؛
- التمييز: هناك مجموعة من العوامل التي قد تؤدي المستخدمين إلى التمييز عند التعيين من بينها: السن، العرق، الديانة ... الخ؛
- المحدودية: وذلك لأن المترشح هو من يقرر المعلومات التي يشاركها على الشبكة، لأنه من البداية انضم للشبكة الاجتماعية بغرض التواصل والتفاعل وليس له دراية كافية بأن أرباب العمل يستخدمونها من أجل جمع المعلومات، هنا يجب على المستخدمين أن يأخذوا هذه النقطة بعين الاعتبار.

3- استعراض بعض التجارب للتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية

تحاول معظم المنظمات اليوم مجازة التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للاستفادة من كل المزايا التي تتيحها والتي يعتبر تبنيها اليوم ضرورة من ضرورات البقاء، الاستمرار والنجاح، وتبني التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية هو أحدها، فعلى الرغم من حداثة هذا الأسلوب في التوظيف إلا أن منافعه و الإقبال المتزايد على الشبكات الاجتماعية جعلت كبار الشركات العالمية تتسارع نحو استخدامه ومن ذلك شركة *CH2MHILL*، وشركة *Nestle* وغيرها. فمن خلال هذا العنصر سنحاول استعراض تجارب بعض هذه الشركات في استخدامها للتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية.

1.3- تجربة شركة *Nestlé* في التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية

هي عبارة عن شركة متعددة الجنسيات ولها مجموعة متنوعة من خطوط الإنتاج متخصصة في الحليب، الشوكولا، المياه المعلبة، القهوة وأطعمة الحيوانات الأليفة. يعود تأسيس الشركة إلى عام 1866، عند إنشاء أول شركة أروبية للحليب المكثف وتطورت مع حلول عام 1867 حين قام الصيدلي هنري نسلي بتطوير طعام خاص للرضع الذين لا تقدر

²¹ Abel.S: " The role of Social Networking Sites in recruitment: Results of a quantitative study among German companies", Master Thesis, Business Administration, university of Twente, netherlands, 2011, p16.

الملتقى الوطني حول " واقع إدارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة، المؤسسة الجزائرية نموذجاً"، جامعة تيارت

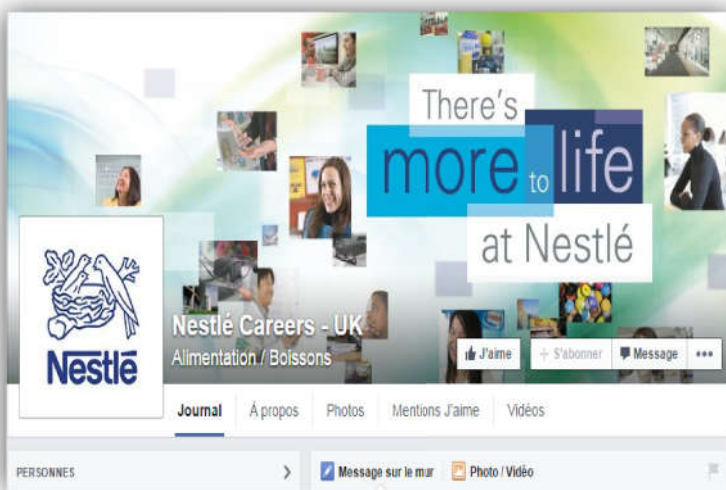
أمهاتهم على إرضاعهم وقد حقق نجاحاً باهراً بعد إنقاذه لأحد الأطفال. وفي عام 1905 اندمجت الشركة مع شركة أنجلو- سويس للحليب المكثف (The Anglo- Swiss Condensed Milk Company) وخلال فترة قصيرة كانت الشركة قد فتحت مصانع لها في الولايات المتحدة وفي المملكة المتحدة، ألمانيا وإسبانيا،²² حالياً هي متواجدة على مستوى 197 دولة، برقم أعمال سنوي (2014) يقدر ب 91.6 مليار فرنك سويسري، أما عدد العمال فقد بلغ حسب تقارير 2014 ب 339000 عامل.²³

في سنة 2014 أعلنت عن إنشاء قسم للإعلام في موقعها الإلكتروني، يمكن المتصفحين من التعرف على آخر أخبار الشركة كما وترتبطهم بمختلف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي افتتحتها الشركة وهي: *Facebook* ، *Google+* ، *LinkedIn* ، *Twitter* ، *YouTube* ، *Flickr* .

هذا ويرتبط الموقع الإلكتروني للتوظيف في شركة نيسلي بالنسبة للمملكة المتحدة (UK) بكل من *Facebook* و *Twitter*، أما في الولايات المتحدة فصفحة التوظيف الخاصة بها ترتبط بكل من *Twitter* ، *Facebook* ، *Pinterest* ، *LinkedIn* و *Youtube* .



تستخدم الشركة شعار "نيسلي وأنت" في مواقعها الإلكترونية الخاصة بالتوظيف كإشارة لقرنها الدائم من المتقدمين للوظائف والحرص على اختيارها للأشخاص المناسبين في المناصب التي تناسبهم، كل بحسب قدراته ومؤهلاته.



على الرغم من أنّ كل الدول المتواجدة بها الشركة لها صفحات إلكترونية خاصة بالتوظيف إلا أنّ الولايات المتحدة والمملكة المتحدة هما الدولتان الوحيدتان التي ترتبط صفحاتهما الإلكترونية المتعلقة بالتوظيف بالشبكات الاجتماعية.

تم إطلاق صفحة الفيسبوك الخاصة بالمملكة

http://www.nestle.com/asset/external/documents/annual_reports/2014-annual-report-en.pdf , accessed 15/02/2018.

الملتقى الوطني حول " واقع إدارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة، المؤسسة الجزائرية نموذجاً"، جامعة تيارت

المتحدة عام 2010 وقد بلغ عدد الإعجابات فيها 5324، لا تعتبر الصفحة نشيطة جدا ولكنها تحظى باهتمام المتقدمين، يعرض من خلال الصفحة آخر عروض التوظيف، المسابقات، المؤهلات المطلوبة، كل ما يتعلق بالمقابلات

وغيرها من التفاصيل والمنشورات اليومية والأسبوعية. كما يمكن للأعضاء أن يقوموا بنشر انشغالاتهم وهو ما يزيد الصفحة نفعية وحيوية، وكذلك الحال بالنسبة للصفحة المتعلقة بالولايات المتحدة.



بالنسبة لصفحة التوظيف بالمملكة في تويتر فقد بلغ عدد المتابعين 5191 و3276 متابع للصفحة المتعلقة بالولايات المتحدة، يتم النشر فيها بصورة منتظمة بمعدل تغريدة أو تغريدتين في اليوم حول فرص العمل المتاحة وغيرها من التفاصيل.

لينكد إن وهي الشبكة الاجتماعية المهنية تنشط فقط على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية ويتابعها حوالي 1.140.682 شخص مما يبرز أهميتها ومقدار التفاعل الكبير معها من قبل المتقدمين للوظائف، هناك قوائم في الصفحة باسم الوظائف الشاغرة وكذلك عن الجهات الفاتحة لها، وبالتالي يتم جمع ملفات المترشحين وتصنيفهم على حسب مؤهلاتهم بطريقة منظمة وسريعة وكذلك تحديد موعد المقابلات، الجدير بالذكر أن المقابلات تتم إما إلكترونياً عن طريق الفيديو أو يتم استدعاء المترشح لأحد مقراتهم.

يمكننا القول أن شركة نيسلي استفادت كثيراً من استخدامها للشبكات الاجتماعية في التوظيف من جهة الدعاية لعلامتها التجارية خاصة وأنها تستخدم علامة تجارية موحدة ومتناسقة في جميع صفحاتها على الشبكات الاجتماعية مما يضيف مزيداً من الموثوقية والشفافية في عروضها. ومن ملاحظة مقدار المتابعة والتعليقات على مختلف الصفحات والمنشورات المتعلقة بالتوظيف على مستوى الشركة يعطينا فكرة عن كمية المتقدمين للوظائف الشاغرة بمختلف المؤهلات، وهو الأمر الذي يسهل مهمة الشركة في اقتناص المواهب، بالإضافة إلى العديد من المزايا الأخرى كالسرعة في نشر وانتقال المعلومات خلال الشبكة وكذلك الاقتصاد الكبير في التكاليف (تكاليف مادية ومعنوية).²⁴

²⁴ <http://linkhumans.com/blog/how-nestle-use-social-media-for-recruitment>, accessed 10/03/2015

2.3- تجربة شركة CH2M HILL في التوظيف عبر الشبكات الاجتماعية

CH2M HILL هي شركة عالمية رائدة في مجال الهندسة والاستشارات والتصميم، وإدارة البرامج، والبناء والعمليات ولها سمعة عالمية كبيرة كما أنها الشركة الوحيدة في مجالها التي صنفت من بين أحسن 100 شركة ينصح العمل فيها، الشركة تملك اليوم ما يزيد 26000 عامل في أكثر من 300 مكتب ومقر تابع للشركة في مختلف أنحاء العالم،²⁵ يقول دافيد ماسو وهو أحد المهندسين السابقين فيها وقد شغل سابقاً منصب مستشار الموارد البشرية فيها

" عندما تطلق الشركة إعلان التوظيف على مستوى كل وكالاتها في العالم، فإنها تتلقى عروضاً كثيرة ولكن المستوى العام لهذه العروض في الغالب هو منخفض جداً.. ولهذا كان هدف الشركة هو كمية مرشحين أقل مع جودة أكبر... إعلانات التوظيف على المواقع الإلكترونية تحدث الكثير من الضجة، شبكات التواصل الإجتماعي تسمح باستهداف الأشخاص المناسبين "²⁶.

ولذلك لجأت الشركة إلى استخدام شبكات التواصل الإجتماعي ومواقعها الإلكترونية في عمليات التوظيف، كما كان الهدف أيضاً من استغلال الشبكات الاجتماعية هو تخفيض التكاليف عبر الحد من مهام بعض الوكالات المتخصصة بالتوظيف.

أ. الإستراتيجية الأولية للتوظيف عبر الشبكات الاجتماعية

كانت الأهداف الأولية من التوظيف على الشبكات الاجتماعية هي:

- تسخير الشبكات الاجتماعية لجذب المترشحين عن طريق اختبار أنواع متعددة من الشبكات الاجتماعية؛
- استخدام الشبكات الاجتماعية لاستقطاب جماهير من مناطق جغرافية جديدة؛
- محاولة جذب مرشحين.



وبالتالي كانت أول خطوة قامت بها الشركة هي إنشاء صفحة مهنية مصممة بشكل جيد، وبسيطة لا تتضمن على أية تعقيدات كما أنها تتضمن على علامات تبويب للمواقع الاجتماعية، بمجرد نقرة واحدة يتم النقل إلى الصفحة المطلوبة على الشبكة الاجتماعية.

²⁵ <http://www.ch2m.com/corporate/>

²⁶ Link Humans: "How CH2M HILL Use LinkedIn and Social Media To Recruit"

, <http://linkhumans.com/blog/how-a-company-used-linkedin-and-social-media-to-recruit>

ب. Facebook



كأداة توظيف مباشرة، لم يؤدي فيسبوك الدور المنتظر منه بشكل جيد ومع ذلك كان بمثابة أفضل الخيارات في عملية بناء مجتمع افتراضي خاص بالشركة، كما نلاحظ أنه رغم بلوغ عدد الإعجابات بالصفحة (28228) إلا أن التفاعل فيها ضعيف إلى حد ما.

ج. Twitter



بالنسبة لتويتر فهو يعتبر الأقل فعالية، ورغم أن الشركة تقوم بنشر تغريدات مهنية منظمة بشكل يومي إلا أنها لا تعتبر هذا الموقع كمصدر للتوظيف المباشر.

د. LinkedIn

بالنسبة لـ *CH2M HILL* يمكننا أن نقول أنها نجحت في عملية التوظيف المباشر على *LinkedIn* كما أنها حسنت من علامتها التجارية خلاله، فقد قامت الشركة بشراء تراخيص من *LinkedIn* من أجل تفحص حسابات جميع المنضمين إليه بغرض إيجاد حلول سريعة للتوظيف، كمثال على ذلك عندما احتاجت الشركة إلى توظيف مهندس متخصص في كوريا، لم يكن لديهم الحظ باستخدام الطرق العادية لإيجاد أحدهم ولكن عن طريق *LinkedIn* كانوا قادرين على استهداف قائمة من طويلة من المرشحين وفي فترة لا تتعدى 30 دقيقة، ليقوموا بعد ذلك بتصفيتهم إلى 10

الملتقى الوطني حول " واقع إدارة الموارد البشرية في ظل التحديات الراهنة، المؤسسة الجزائرية نموذجا"، جامعة تيارت

مرشحين وإتمام عملية الاتصال بهم لاختيار احدهم للتوظيف، كل هذا دون استخدام وسيط أو تحمل تكاليف وكالة تشغيل.

أعلى صفحة التوظيف للشركة على *LinkedIn* تحوي معلومات عن عدد المشتركين بالإضافة إلى زر يؤدي للصفحة الرئيسية على الشبكة كما وتتضمن على رابط مباشر للموقع الرسمي للشركة، بالإضافة إلى فيديو تعريفى لعمل الشركة ومهام مختلف الموظفين، في الجهة اليمنى من الصفحة هناك قائمة بالمناصب الشاغرة المفتوحة. أكثر شئى ملفت في الصفحة هو أنه عند انضمام أي عضو جديد، فإنه يظهر على الصفحة فقط المعلومات المرتبطة بمعلوماته الشخصية، فمثلا إذا كان مهندس أو رجل تسويق فإن المعلومات المعروضة على الصفحة سوف تكون مصممة لملفه الشخصي. هذا إضافة إلى أن عروض التوظيف على مستوى الشركة هي شهرية و تظهر للعضو على صفحة *LinkedIn* على حسب موقعه الجغرافي وملفه الشخصي.

الشركة لديها ثلاث مجموعات على هذه الشبكة وهي: CH2M Alumni، CH2M HILL Alumni، CH2M HILL Jobs، association وربما تعتبر هذه المجموعات كنقطة ضعف في إستراتيجية الشركة نظرا لقلّة عددها من جهة كما أنّها لا تعكس حجم الشركة ولا حجم التفاعلات الحقيقية فيها من جهة أخرى.

➤ لماذا نجحت الشركة على LinkedIn ؟

- اكتشفوا أن العوامل الديموغرافية لمستخدمي لينكد إن تتماشى مع متطلبات الشركة، مثل استهداف الأشخاص من عمر 43 سنة ومستوى مؤهلات معينة؛
- قاموا بوضع رابط صفحاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع الرسمي للشركة؛
- أدركوا أن Facebook و Twitter لسو أدوات مثالية للتوظيف المباشر مقارنة ب LinkedIn؛
- ركزوا على خبرات المرشحين من خلال التصميم الفعال لصفحة الشركة وتبادل أكبر قدر من المعلومات الشخصية معهم.

➤ نتائج

- 98% من التعيينات في الولايات المتحدة هي من مصادر مباشرة؛
- 95% من جميع التعيينات خارج الولايات المتحدة هي أيضا نتيجة لأنشطة التوظيف المباشر؛
- انخفاض كبير في التكاليف والوقت اللازم للتعين؛

الخاتمة

بعد تطور الشبكات الاجتماعية وتخللها حياة الأفراد، بات من الصعب إيجاد شخص غير منضم لها ودون أن يخصص لها وقتا، وهكذا أصبح هؤلاء يمثلون فرصة مثالية أمام المنظمات من أجل استهدافهم والاستفادة من قدراتهم وإمكاناتهم، هذا إضافة إلى المزايا المذهلة التي تتيحها هذه الشبكات من تفاعل وسرعة وغيرها، ومن هذا المنطلق عمدت الكثير من المنظمات إلى استخدام هذه الشبكات في التوظيف أو ما يعرف " بالتوظيف الاجتماعي"، فكانت نتائج تطبيقها ايجابية بالنسبة لكثير من الشركات لتعلن عن بداية ظهور منصات افتراضية جديدة في عالم التوظيف تلغي بطريقة تدريجية كل وسائل التوظيف التقليدية.

المراجع

1. Abel.S: " **The role of Social Networking Sites in recruitment: Results of a quantitative study among German companies**", Master Thesis, Business Administration, university of Twente, netherlands, 2011.

2. Archana.I, Nivya.V.G, Thankam.S.M: " **Recruitment through social media area: Human resource**", IOSR Journal of Business and Management, 2014.

3. Beer.D: "**Social network(ing) sites.revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison**", Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.13, 2008.
4. Blackshaw. P: "**The consumer-generated surveillance culture** ", 2006, see the website: <http://www.clickz.com/clickz/column/1706163/the-consumer-controlled-surveillance-culture> .
5. Broughton.A ،Foley.B ،Ledermaier.S and Cox.A: "**The use of social media in the recruitment process**", ies (The Institute for Employment Studies), Uk, 2013.
6. Borko. F: "**Handbook of Social Network Technologies and Applications**", Springer, USA, 2010.
7. Clark.L.A & Robert.S.S:"**Employer's Use of Social Networking Sites: A Socially Irresponsible Practice**", Journal of Business Ethics, 2010.
8. Link Humans: "**How CH2M HILL Use LinkedIn and Social Media To Recruit**" , <http://linkhumans.com/blog/how-a-company-used-linkedin-and-social-media-to-recruit> , accessed 25/02/2018.
9. Nigel Wright Recruitment: "**The impact of social media on recruitment** ", Nigel Wright Recruitment, Report 2011, accessed <http://uk.nigelwright.com/NigelWrightNews/2011-02-01/New-report-uncovers-true-impact-of-social-media-on-recruitment/> , accessed 08/01/2018.
- 10.Orale "**Social Recruiting Guide: How to Effectively Use Social Networks** " , An Oracle White Paper, 2012, p3, <http://www.oracle.com/us/media1/effectively-use-social-networks-1720586.pdf>, 11/02/2018.
11. Steptone; "**Recruitment via social media:fact or hype?** ", <http://linkhumans.com/blog/social-recruiting-europe>, accessed 12/02/2018
- 12.Xiang.Z & Gretzel.U: "**Role of social media in online travel information search**", Tourism Management, Vol. 31, 2010.
13. <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users>, accessed 15/01/2015.
14. <http://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> accessed 16/01/2018.
15. <http://fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>, accessed 18/12/2018.

16. <http://www.emarketer.com/>
17. <http://www.iapplicants.com/social-media-recruiting.htm> , accessed 17/02/2015
18. https://www.jobvite.com/wpcontent/uploads/2014/10/Jobvite_SocialRecruiting_Survey2014.pdf , accessed 14/02/2018.
19. <http://linkhumans.com/blog/social-recruiting-europe> , accessed 12/02/2015
20. <http://www.statista.com/statistics/265657/leading-product-brands-with-the-most-fans-on-facebook/> accessed 03/03/2018
21. <http://www.statista.com/statistics/265657/leading-product-brands-with-the-most-fans-on-facebook/> accessed 03/03/2018
22. <http://www.nestle.com/aboutus/history>
23. http://www.nestle.com/assetlibrary/documents/library/documents/annual_reports/2014-annual-report-en.pdf , accessed 15/02/2018.
24. <http://linkhumans.com/blog/how-nestle-use-social-media-for-recruitment>, accessed 10/03/2018
25. <http://www.ch2m.com/corporate/>