

الاستقطاب في الموارد البشرية

معلومات الباحث

فايزة عبدالله المطيري

إشراف

أسماء

الماجستير تخصص الموارد البشرية

جامعة الجميع الذكية

مقدمة

تعتبر عملية التوظيف من أهم الأمور التي يجب انجازها بشكل دقيق وكفاءة عالية بما يتطلبه المؤسسة من الموارد البشرية، فاختيار الفرد الذي يتمتع بالكفاءة المطلوبة والمهارات ووضعه في المكان المناسب أساس نجاح المؤسسة وزيادة نشاطها التجاري ومنافستها للمؤسسات الأخرى، كما وتنعكس عملية التوظيف بشكل سلبي على المؤسسة إذا تم توظيف سنركز في هذه. أشخاص غير مناسبين، فعملية التوظيف تركز بشكل أساسي على الاستقطاب ثم الاختيار ثم التعيين الدراسة على الاستقطاب وتحديد الموارد البشرية، الذي يهدف إلى تحقيق مزايا على المستوى الاستراتيجي والتجاري وزيادة الإنتاج لدى المؤسسة، حيث تعتبر الموارد البشرية جزءاً مهماً وأساسياً من المؤسسة وله تأثير بشكل إيجابي إذا تعد عملية. كانت تتمتع بالكفاءات التي تحتاج إليها وبشكل سلبي إذا فشلت عملية التوظيف في اختيار الأشخاص المناسبين الاستقطاب عملية حساسة ومهمة كونها الخطوة الأولى التي يتم من خلالها البحث عن أفضل الموارد البشرية التي ستشغل و ال تحديد المصدر المناسب للحصول على الموارد البشرية حسب متطلبات الوظيفة لمهارات وكفاءات المكان الوظيفي المتاح، فيتم أ معينة سواء عن طريق المصادر الداخلية أو الخارجية، فالاستقطاب الداخلي هو استغلال الموارد البشرية الموجودة داخل المؤسسة فهي تساعد على اكتشاف مهارات الأفراد والطاقات البشرية المتوفرة في المؤسسة، أما الاستقطاب الخارجي فيتم عن طريق جذب موارد بشرية من خارج المؤسسة تتوفر فيها مهارات غير موجودة داخل المؤسسة

مشكلة الدراسة

إن وجود الموارد البشرية ذات الكفاءات والقدرات العالية يؤثر بشكل كبير على فعالية ونجاح المؤسسات ، فلذلك تسعى المؤسسات للاهتمام بشكل كبير في عملية استقطابها للموارد البشرية الذي يعتبر من أهم أهداف المؤسسة لتصبح قادرة على المنافسة و مواجهة التحديات، فالمؤسسات تسعى للحصول على أفضل الموارد البشرية عن طريق الاستقطاب سواء من داخل المؤسسة أو من خارجها، لذلك سيتم التركيز في هذا البحث عن الطرق والأساليب المتبعة في عملية استقطاب الموارد البشرية

ماهية الاستقطاب وأهميته

أولاً: المقدمة

بعد أن تنتهي الشركات والمؤسسات من عملية تخطيط الموارد البشرية بتحديد أنواع الوظائف المطلوبة، وعدد العاملين بكل منها، والشروط اللازم توفرها فيمن يشغلها، تبدأ الخطوة التالية وهي الاستقطاب والبحث عن أنسب الأشخاص لهذه الوظائف، ومحاولة جذب واستقطاب الكفاءات البشرية اللازمة لتحقيق أهدافها بالقدر الكافي والمهارات اللازمة لشغل الوظائف الخالية في المستويات الإدارية المختلفة. وللوصول إلى الموارد البشرية المطلوبة يتطلب البحث الدقيق في المصادر الممكن الحصول من خلالها على هذه الأيدي العاملة، فالمصادر وأهميتها تختلف من وقت آخر ومن منظمة أخرى باختلاف ظروف العرض والطلب في سوق العمل، كما أن ض اختيار المصدر المناسب يتوقف على عدة عوامل أساسية منها حجم المنشأة وظروفها وإمكاناتها، وأيضاً ظروف سوق العمل في المجتمع بصفة خاصة، والظروف الاقتصادية بصفة عامة عبد الباقي، 2001، ص 127

ثانياً: نبذة عن الاستقطاب

في الموارد البشرية يمثل أحد المفاهيم الرئيسية التي يجب على المديرين وأصحاب الأعمال فهمها وتطبيقها بشكل صحيح وفعال. حيث يعني هذا المفهوم بجذب واستقطاب أفضل المواهب في سوق العمل لتكون جزءاً من الفريق الذي يعمل على تحسين أداء المؤسسة. وسيلعب دور الاستقطاب دور مهم في جعل المؤسسات تنصدي لتحديات السوق النامية بكفاءة. فالخبرة والكفاءة يظلان هما أولى أولويات أية شركة، كذلك تستثير منافسته من طرف إدارات التوظيف على سبيل استغناء أفضل المتقدمين، سنتناول في هذه المدونة تصورًا شاملاً لمفهوم الاستقطاب في الموارد البشرية، وأهمية تطبيق هذا المفهوم في المؤسسات وكيفية تحقيقه بنجاح

مفهوم الاستقطاب

-الاستقطاب في مجال الموارد البشرية يشير إلى عملية جذب المواهب والكفاءات العالية للعمل في منظمة معينة. يهدف الاستقطاب إلى جذب الأفراد الذين يتمتعون بالمهارات والخبرات المطلوبة لتحقيق أهداف المنظمة وتعزيز أدائها. يعتبر الاستقطاب جزءاً هاماً من استراتيجية الموارد البشرية لأي منظمة، حيث يساهم في بناء فريق عمل قوي ومتنوع يساهم في نجاح العمل وتحقيق الأهداف المنظمة.

وهناك تعريف آخر لعملية الاستقطاب،

وهو جذب الأفراد بالعدد والوقت والمؤهلات المناسبة وتشجيعهم لطلب التعيين في المؤسسة ("ويشير لفظ الاستقطاب إلى تلك المراحل أو العمليات المختلفة للبحث عن المرشحين الملائمين لملء الوظائف الشاغرة بالمؤسسة، "واخر يمكن تعريف الاستقطاب " بأنه عملية إيجاد و توظيف الأفراد لتنفيذ مهام محددة تحتاجها المنظمة

بناءً على التعريفات السابقة نرى أن الاستقطاب يركز على خمسة محاور أساسية مترابطة مع بعضها البعض، نجاحهم يؤدي إلى نجاح عملية الاستقطاب وفشلهم يؤدي إلى فشلها، وهم:

– الأهداف –

المدخلات -

المخرجات -

العمليات -

النتائج

فكلما كانت النتائج أفضل وقادرة على تحقيق الأهداف بفاعلية وأداء عالي، كلما زادت فعالية عملية الاستقطاب. ويمكننا القول أن البحث والتحري عن أفضل الموارد البشرية لم ارد اختبارها للعمل ضمن المنظمة من خلال تجميع البيانات والمعلومات وتحليلها والتأكد من كفاءة الإجراءات، له تأثير كبير على نجاح عملية الاستقطاب.

أهمية الاستقطاب وأهدافه

تكمّن أهمية عملية الاستقطاب بأنها أول عملية تتم قبل اختيار وتعيين الموارد البشرية، فلها تأثير كبير في بناء قوة العمل الفعالة، فالاستقطاب أمر مهم جداً بالنسبة للمنظمات فمن خلاله يمكن معرفه قوة المنظمة وأهميتها من خلال التعرف على مواصفات العاملين فيها. وفوق كل ذلك فكما تساعد جهود الاستقطاب على اختيار الفرد المناسب للوظيفة والمنظمة، فهي كذلك تساعد على اختيار العمل المناسب والمنظمة المناسبة للفرد، ويعتبره كثير من الباحثين من الجوانب الاستراتيجية الهامة في إدارة المنظمات على اختلافها، الأمر الذي يتطلب من المنظمة تخصيص الوقت والجهد و الموارد اللازمة له

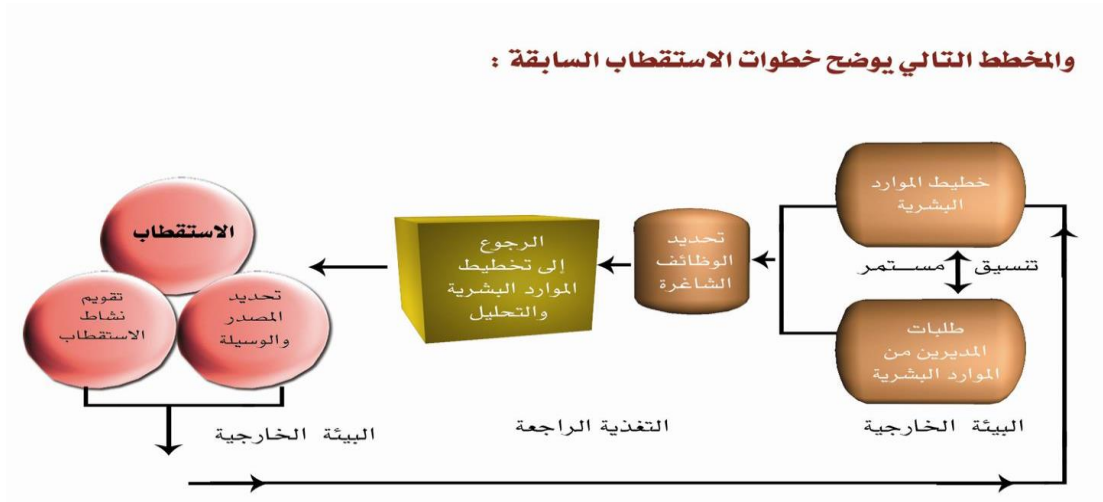
وتبرز أهمية عملية الاستقطاب في الفوائد التالية

1. الاستقطاب الجيد يفتح جميع أبواب ومصادر العمل المتاحة أمام المؤسسة ، وكلما ازداد عدد المتقدمين للعمل أصبحت الخيارات واسعة في اختيار الأكفأ والأفضل من بين المتقدمين .
2. من خلال عملية الاستقطاب تستطيع المؤسسة توصيل رسالتها إلى المرشحين بأنها المكان المناسب لهم للعمل والبناء وتطوير حياتهم الوظيفية
3. توفير العدد الكافي من المتقدمين الملائمين لشغل الوظائف بأقل تكلفة ممكنة.
4. إن نجاح عملية الاستقطاب هو الخطوة الأولى في بناء قوة العمل الفعالة والمنتجة
5. الحصول على قوى عاملة مؤهلة وذات كفاءة عالية ، مما يؤدي إلى استقرار العمالة وزيادة فعالية المؤسسة. .
- 6 الإسهام في زيادة عملية الاختيار من خلال التركيز على استقطاب واجتذاب الأفراد المناسبين الذين يتم الاختيار من بينهم ، وبالتالي تقليل عدد الأفراد غير المؤهلين لشغل الوظائف.
7. البحث عن المرشحين وجذبهم لشغل وظائف شاغرة داخل المنظمة ، هذا يعني أن القائم بعملية الاستقطاب على إطلاع على خطة الموارد البشرية في جانيه الكمي أو النوعي.
8. تحديد سوق العمل المستهدف حيث يعد هذا النشاط من الأنشطة الداعمة لعملية الاستقطاب ، إذ أن سوء اختيار سوق العمل يحمل المنظمة تكاليف مالية زائدة ، إضافة إلى تكاليف وقت ضياع فرصة الاستقطاب.

اهداف عملية الاستقطاب

- 1- وضع خطط الموارد البشرية موضع التنفيذ، وذلك بتحديد عدد الأفراد اللازمين، والمهارات والخبرات الواجب توفرها فيهم، ومصادر وسبل الحصول عليهم.
- 2- توفير الفرص المتكافئة للمواطنين من مختلف قطاعات المجتمع لشغل الوظائف العامة . عدم الاكتفاء بالتركيز على استقطاب الأكفاء من الأفراد فحسب، بل العمل على الاحتفاظ بهم
- 3.توسيع قاعدة الاختيار من بين المرشحين المؤهلين، وذلك بزيادة عددهم الاختيار الأنسب من بينهم
- 4- الحد من عدد الأشخاص غير المؤهلين، ومساعدة المتقدمين في التحقق من أن الوظائف مناسبة لمؤهلاتهم . واستعداداتهم بالتركيز على استقطاب الأكفأ من الأفراد فحسب، بل العمل على الاحتفاظ بهم

خطوات عملية الاستقطاب



مصادر عملية الاستقطاب

عندما تقر المنظمات والمؤسسات بأنها تحتاج إلى موارد بشرية إضافية، وذلك نتيجة أسباب تختلف من منظمة أخرى إما بسبب توسع نشاطها أو قلة القوى العاملة أو إن أحد القوى العاملة تركت العمل وراحت أحد أن يحل محلها، وعندما تقوم المنظمة بوضع خطة للموارد البشرية وتحديد المواصفات والكفاءات المطلوبة لهذه الوظيفة، ينبغي عليها اللجوء إلى المصادر التي سيتم من خلالها الحصول على هذه القوة العاملة، فقد تلجأ إلى مصادر داخلية أو خارجية أو إلى كالتنوعين من المصادر

:

مصادر داخلية

يعتبر العاملون بالمنشأة في الوقت الحاضر من أهم المصادر التي يعتمد عليها في شغل الوظائف الشاغرة. وهذا يعني أنه إذا خلت وظيفة معينة في المنشأة، فإنه يجب الإعلان عنها داخل المنشأة حتى يمكن لمن تتوافر فيه شروط شغلها من العاملين بها أن يتقدم لها

وتتمثل فيها ما يلي

أ- الإعلان في داخل المنظمة:- عن الوظائف الشاغرة ليتقدم لشغلها كل من تتوافر فيه الشروط المطلوبة ويأنس في نفسه ، ومن ثم تلجأ المنظمة إلى الاختيار من بين المتقدمين وفق مما تراه مناسبة
- توصيات موظفي المنظمة:- وهنا تلجأ المنظمة إلى من تثق به من موظفيها ليزكي من يعتقد بملاءمته لشغل الوظيفة
ويمكن الحصول على الأشخاص المناسبين للعمل من داخل المنظمة من خلال إحدى الطرق التالية الشاغرة

ويمكن الحصول على الأشخاص المناسبين للعمل من داخل المنظمة من خلال إحدى الطرق التالية

الترقية

تعد من الطرق التشجيعية للعاملين داخل المنظمات حيث تشجع الموظفين على الاهتمام بعملهم وتحقيق نتائج مرضية للحصول على الترقية لوظيفة ذات مستوى أعلى وتزيد روح المعنوية والمنافسة بينهم، وذلك عن طريق اتباع الطرق التي ويمكن تعريفها: "هي كل ما يطرأ على و.ضعتها المنظمة في خطة متكاملة تكون واضحة ومعلنة لجميع العاملين الموظف من تغير في مركزه القانوني يكون من شأنه تقديمه وتميزه على أقرانه حتى ولو لم يصاحب هذا التقلد تحقيق أي نفع مادي للموظف المرقى، ولسياسة الترقية أهمية خاصة لدى الموظفين والعاملين فهي تستحوذ على تفكيرهم، لما تعنيه من تحسن أوضاعهم الوظيفية من ناحية المستوى الوظيفي والسلطة الموكلة إليهم وما تحمله من زيادة في مرتباتهم ومداديلهم

بشروط الترقية

وتقتضي الترقية شروطا يجب توافرها في الشخص المراد ترقيته حتى يمكن وضع الرجل المناسب في المكان أو الوظيفة (المناسبة و هذه الشروط هي

- يجب أن تكون الترقية في درجة شاغرة، أي فتح منصب مالي
- أن يكون الموظف قد أمضى المدة القانونية اللازمة قبل أن يصعد إلى الدرجة المالية الأعلى
- أن تكون الترقية من درجة إلى الدرجة الأعلى منها مباشرة ، لان القانون منع القفز بالدرجة
- يجب أن تتم الترقية داخل المجموعة النوعية التي فيها الموظف
- لا يجوز ترقية موظف محال إلى التأديب أو محاكمة جنائية أو موقوف عن العمل حتى تثبت براءته

النقل الوظيفي

هو انتقال الفرد من عمله إلى عمل آخر مساو له في المسؤوليات والمركز والأجر، لتحقيق ضرورة في العمل وللوصول قد يتم تطبيق سياسة التوظيف من داخل المؤسسة عن طريق النقل الداخلي للموظف من وظيفة إلى أخرى. إلى درجة الرضا والهدف من ذلك قد يكون لخلق توازن في عدد العاملين في الإدارات المختلفة وهذا، أخرى أو من فرع إلى فرع آخر النوع من المصادر تلجأ المؤسسة له عندما تكون سياستها في إدارة الموارد البشرية قائمة على تنويع خبرات العاملين فيها، وأيضا عندما تتوفر تلك الخبرات في سوق العمل الخارجي

مخزون المهارات

هو أكثر الطرق شيوعا واستخداما حيث يوفر المعلومات المطلوبة من سقالة الموظفين التي تتضمن قائمة بأسماء الموظفين الحاليين في المنظمة وتحتوي على معلومات تفصيلية عن كل موظف (مؤهلاته - خبراته - التدريب - الامتحانات - تطلعاته وتستخدم المؤسسة ذلك الأسلوب عندما يكون لديها تصور كامل عن القدرات والمهارات (رأي مديره المباشر والرجوع إلى مخزون المهارات للبحث عن تنويع خبراتهم تلك المهارات والقدرات ويتم شغل الوظيفة بعد ذلك إما بالنقل أو الترقيّة

الإعلان الداخلي

عندما ترغب المنظمة، في شغل بعض الوظائف في المستويات الإدارية الدنيا، فإنه يكون من المفيد نشر حاجتها بلوحات وهو إعلان داخلي يعمم على جميع العاملين في المؤسسة، سواء في لوحات الإعلان، أو عن الإعلانات بالمنظمة طريق منشور يوزع على العاملين، أو في مجلة المؤسسة في حال وجودها، حيث توضح المؤسسة حاجتها، وهذه الإعلانات يقرأها العاملون بالمؤسسة وينشرون تلك الأخبار بين الأصدقاء وخارج المؤسسة، ويتقدم من يجد في نفسه موصفات شغلها

عن طريق الزملاء والمعارف

عند الإعلان عن وظيفة داخل المؤسسة، يقوم الأشخاص العاملين بالمؤسسة بإعلام أصدقائهم ومعارفهم الذين تتوفر فيهم الشروط المطلوبة، ويعتقدون أنهم قادرون على التقدم لهذه الوظيفة

للمصادر الداخلية مزايا و عيوب يمكن توضيحها فيما يلي

- تؤمن استقرار العاملين في المنشأة، وترفع الروح المعنوية لهم وتعزيز الإخلاص، وهذا بدوره يساعد على تحقيق الأهداف - يخلق الشعور بالأمن بين العاملين -
- المحافظة على العاملين الملمين بطبيعة المنشأة و متطلباتها ، مع المحافظة على سرية العمل فيها -
- تعمل على أن تحافظ المنشأة على استمرار الاتصالات مع أهم مصادر للقوى العاملة -
- يوفر هذا المصدر عمالة لديها خبرات في العمل مما يقلل تكاليف التدريب

- تحفيز الموظفين ورفع قدراتهم من أجل الحصول على الترقية
- وضوح المستقبل الوظيفي أمام العاملين

عيوب الاستقطاب عبر المصادر الداخلية

- حرمان المنشأة من الكفاءات البشرية من خارج المنشأة .

- قد لا يصلح العاملين بالمنشأة لشغل الوظائف الشاغرة.

= حجب خبرات وأساليب عمل جديدة يمكن الحصول عليها من الخارج، ونقص التنوع في الاهتمامات والمعارف والثقافات الجديدة التي تحملها معها الموارد البشرية الخارجية.

= قد يتم سوء اختيار العاملين في حالة الترقية.

- قلة عدد الموظفين المتقدمين للوظيفة نسبيا .

- قد لا تكون المصادر الداخلية بالكفاءة المطلوبة.

مصادر خارجية

في حالة عدم وجود أشخاص ذوي القدرات والمهارات والتدريب المناسب في المنظمة، أو تريد المنظمة إضافة أفراد جدد للحصول على أداء المنظمة بدال من الاستمرار على نفس الطرق الموجودة، كل هذا يؤدي إلى ضرورة أن تلجأ أراء جديدة وأفكار لتغيير وتطوير أداء المنظمة إلى أحد المصادر الخارجية. ويقصد بها تلك المصادر التي تمد المؤسسة باحتياجاتها من الموارد البشرية وقد يقصد بها أي سوق العمل

ويمكن الحصول على الأشخاص المناسبين للعمل من خارج المنظمة من خلال إحدى المصادر الخارجية:

الإعلان:

من أهم المصادر الخارجية للحصول على الأفراد اللازمين لشغل الوظائف الخالية في حالة عدم إمكانية شغلها من داخل المؤسسة, فقد تقوم المؤسسة بالإعلان عن حاجتها من الموارد البشرية. وقد زادت أهمية الاعتماد على الإعلان بعد أن ارتفعت نسبة التعليم، وانتشرت وسائل الاتصال الجماهيرية، وقد يتم الإعلان في الصحف اليومية والمجلات والدوريات المتخصصة، وفي هذه الحالة يجب على المؤسسة أن تختار وسيلة الإعلان التي تتناسب مع الوظيفة المطلوب شغلها

2- مكاتب العمل الحكومية:

هذا النوع من المكاتب عبارة عن مكاتب عمال عامة تدار من قبل الحكومة ويتم الإشراف عليها أي بواسطة الحكومة ووزارة العمل، وهي تنتشر في مختلف المناطق الجغرافية، ويكون هدفها الرئيسي إيجاد فرص عمل لكل عاطل عن العمل، حيث يتم تسجيل أسماء العاطلين عن العمل لديها وبياناتهم وخبراتهم كشرط للحصول على العمل، وأما في حالة عدم توافر عمل يناسب خبرات العاملين فإن هذه الوكالات تقوم بصرف إعانات بطالة، وذلك كما هو مطبق في الدول الأوروبية بمعنى آخر تقوم هذه المكاتب بدور الوسيط بين طالبي العمل والمنشآت الباحثة عن طالبي العمل

مكاتب التوظيف الخاصة:

وهي مكاتب خاصة يديرها متخصصون في جذب واستقطاب العمالة واختيارهم أيضا , حيث تقوم هذه المكاتب بتلقي طلبات راغبي العمل وتصنيفها إلى تخصصات مهنية والرجوع إليها عند طلب إحدى الشركات أو المنظمات الأخرى لتخصص معين أو أكثر من ض هذه التخصصات. كما تقوم هذه المكاتب أي باستقطاب العمالة من خلال الإعلان بالصحف والمجلات والدوريات المتخصصة

المؤسسات التعليمية:

تعتبر المدارس والجامعات والمعاهد الفنية المتخصصة وكذلك الجامعات من المصادر الهامة في الحصول على الموارد البشرية, لأنها تعتمد على الاتصال المباشر في المدارس الفنية أو الجامعات التي تخرج الأفراد بمواصفات معينة تحتاج إليها المنشأة، فقد تلجأ بعض الشركات إلى إقامة عائلات وطيدة بالمدارس الفنية والمعاهد والجامعات بغرض جذب خريجها للعمل بها

ففي هذا الأسلوب من أساليب الاستقطاب تتبع بعض الشركات الصناعية تدريب تلك العمالة الفنية من المدارس أو المعاهد بها خلال عطلة الإجازة الصيفية، أو أثناء العام الدراسي كجزء من الدراسة العملية وتقوم بصرف مقابل نقدي رمزي أو وجبة غداء أثناء التدريب وذلك لخلق رغبة جديده لدى المتدرب لكي يلتحق في العمل عندهم وتلك الطريقة توفر فرصة لتقييم الأفراد من خلال ما لحظة سلوكهم ورغبتهم في التعلم ودافعيتهم، على أن تختار منهم من ترغب في تعيينه بعد تخرجهم

النقابات العمالية:

يبرز أهمية دور النقابات العمالية في الدول الرأسمالية كمصدر للموارد البشرية خاصة في المستويات الدنيا من الوظائف، و تتولى هذه المنظمات تأهيل أعضائها للعمل في مجالات معينة من خلال تدريبهم ومنحهم إجازات وتراخيص للعمل في المجال، حيث تتحكم هذه النقابات في العروض من العمالة في مهنة ما عن طريق الاتفاق بين النقابة وأصحاب الأعمال على أن يتم التعيين من بين أعضاء النقابة فقط

المنظمات المهنية

تقوم بعض المنظمات المهنية بتأهيل أعضائها للعمل في مجالات معينة، فتقوم بتدريبهم واختيارهم، ومنحهم شهادات وتراخيص للعمل في مجال محدد بتدريبهم واختيارهم ومنحهم شهادات، ومن أمثلتها جمعية (المحاسبين، الأطباء، والمهندسين، والمحامين، والمدرسين، والصناعيين)، حتى إنه في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا يوجد جمعية خاصة بمدراء الموارد البشرية

الانترنت

يساعد التطور التكنولوجي والعلمي في ابتداء وسائل جديدة يوميا ، فنجد منظمات تستبدع في استقطاب الموارد البشرية، فمن خلال الانترنت أن يقوم الأشخاص بإدخال بعض التفاصيل الخاصة بهم؛ بغية أن يراها بعض أصحاب العمل، الذين هم في حاجة إلى عمالة. وعادة ما يتم إرسال استعلام شامل إلى أي شخص يرغب في أن يتم تضمين اسمه في قواعد البيانات حتى يقوم بإكماله، ويتم من خلال الأسئلة الموجودة في الاستعلام، استكشاف المؤهلات، والخبرة، والخلفية التي يتمتع بها الشخص. ومن الممكن أن يتم الاستعانة بالمعلومات، التي تم الحصول عليها في كتابة سيكولوجية عن الشخص، وعادة ما يطلب من الشخص تحديد نوع المؤسسة، والموقع، ونوع العمل الذي يبحث عنه.

الاختيار من خلال الحداث والمناسبات:

تعتبر المؤتمرات والمهرجانات والمعارض المتخصصة مناسبات لالتقاء بين المنظمات والباحثين عن عمل, فقد يتعرف المشاركون في مؤتمر علمي ما على باحث أو مختص في التخطيط يعتبرونه مناسباً , فيبحثون معه إمكانية العمل لديهم, فهذه واحدة من النتائج غير المباشرة والوظائف المهمة ألتال هذه المناسبات

بالإضافة إلى ذلك أخذت بعض المجموعات في الدول المتقدمة تنظيم مناسبات أو مهرجانات fairs Job و هي لقاءات غرضها الأساسي هو تحقيق هكذا لقاء بين الباحثين عن عاملين وبين الباحثين عن عمل

مزايا استخدام المصادر الخارجية في عملية استقطاب الموارد البشرية:

الاستفادة من خبرات ووجهات نظر وأساليب عمل جديدة نتيجة لجذب دماء جديدة للمنشأة.

إقامة علاقات عامة مع جهات متعددة يمكن أن يكون لها آثار إيجابية كبيرة في المستقبل

إمكانية تغيير عادات قديمة في المنشأة من قبل العاملين الذين تم استقدامهم من الخارج

الحصول على مهارات متنوعة مما يساعد على تحقيق ميزة تنافسية.

تحقيق مزايا اقتصادية في الحصول على موارد بشرية للإدارات العليا تتناسب مع العمليات التكنولوجية الجديدة

صعوبة إجراء تعديل وتغيير في المنظمة عن طريق الموارد البشرية الحالية ألن التغيير الجذري يتطلب قوى عاملة جديدة

مؤهلة علمياً" لذا فالمصادر الخارجية تقلل من مشاكل التغيير التنظيمي

إلا أن للمصادر الخارجية في استقطاب العاملين و اختيارهم عيوباً منها:

-ضعف الروح المعنوية للأفراد العاملين في المؤسسة وفقدان حماسهم لعدم ترقيةهم إلى الوظائف العليا و تفضيل آخرين عليهم من خارج المنشأة.

-حاجة الفرد المعين من خارج المنشأة لفترة زمنية للتلاؤم والتكيف مع أوضاع وظروف المنشأة، مما يعني انخفاض إنتاجيته خلال هذه الفترة.

-تحميل المنشأة تكاليف تدريب العاملين الجدد من أجل تهيئتهم وإعدادهم للعمل.

-تحميل المنشأة تكاليف الحصول على هؤلاء الأفراد من خارج المنشأة، سواء كان ذلك في الأجور أو رسوم تدفع لمكاتب ووكالات الاستخدام الخاصة أو ثمن إعلانات التوظيف في وسائل العالم المختلفة.

-احتمال حدوث صراعات بين العاملين الجدد والحاليين

-شعور العاملين الحاليين بفقدان مواقعهم يؤدي إلى عدم التعاون مع العاملين الجدد.

أساليب الاستقطاب

لشك أن جميع المصادر ال يفيد استخدامها معظم المنظمات كما أن أهمية المصدر تختلف من وقت آخر نتيجة لتأثير ظروف العرض و الطلب في سوق العمل ، كما ينبغي للمنظمة أن تحدد مختلف الأساليب و الطرق للحصول على القوى العاملة من خلال هذه المصادر .تتعدد أساليب الاستقطاب و جذب الموارد البشرية و يتوقف اختيار وسيلة الاستقطاب المناسبة على مستوى الوظيفة و حجم المؤسسة و المنطقة التي تعمل بها

أولا الأساليب

الإعلان

يتوقف اختيار الوسيلة المناسبة للإعلان على نوع الوظيفة المطلوب شغلها, وينبغي على مدير الموارد البشرية قبل أن يعلن عن الوظيفة أن يقوم بالتالي

- دراسة متطلبات شغل الوظيفة من حيث المؤهل و عدد سنوات الخبرة ونوعها.

- تحديد المنطقة التي يرغب باختيار العمالة منها

- أن يذكر ملخصا للوصف العام للوظيفة

- اختيار وسيلة الإعلان المناسبة التي تصل إلى أكبر عدد من القراء أو المشاهدين.

- أن يقوم بتحديد الأسلوب الذي يتم من خلاله استقبال المتقدمين للوظيفة من خلال البريد أو الهاتف.

- أن يقوم مدير الموارد البشرية باختيار أحد الوسائل الإعلانية المناسبة ,سواء كانت داخل المؤسسة أو خارجها.

- أن يحدد العوامل التي تمثل عناصر جذب للوظيفة كالمرتب و طبيعة و ظروف العمل

فداخل المؤسسة يتم عن طريق الإعلانات الداخلية فهي عبارة عن "ملصقات أو إعلانات في لوحات داخلية خاصة بالشركة وتكون هذه الإعلانات ملفتة للنظر والغرض من استخدام ذلك الأسلوب هو نشر حاجة الشركة إلى شغل بعض الوظائف من خلال العاملين بالشركة والذين يتوقع منهم أن يحثوا معارفهم وأصدقائهم الذين تتوافر فيهم شروط شغل الوظيفة على التقدم للشركة" وغالبا ما يستخدم هذا الأسلوب للوظائف ذات المستوى التشغيلي والذي ال يحتاج إلى مؤهلات وخبرات، أو قد يتم الإعلان خارج المؤسسة في الصحف اليومية والمجلات والدوريات المتخصصة, وفي هذه الحالة يجب على المؤسسة أن تختار وسيلة الإعلان التي تتناسب مع الوظيفة المطلوب شغله

و قد يقوم مدير الموارد البشرية باختيار أحد الوسائل التالية للإعلان عن الوظيفة:

إعلانات الداخلية

هي عبارة عن ملصقات ، أو إعلانات في لوحات الإعلانات بالشركة و تكون هذه الإعلانات في الأماكن التي يتجمع فيها أو يمر من أمامها أكبر عدد من العاملين , و الغرض من استخدام هذا الأسلوب هو نشر حاجة المنظمة إلى شغل بعض الوظائف من خلال العاملين بالمنظمة و الذين يتوقع أن يتواصلوا مع معارفهم و أصدقائهم الذين تتوافر فيهم شروط شغل الوظيفة لحثهم على التقدم للمنظمة , و غالبا ما يستخدم هذا الأسلوب في وظائف المستويات الدنيا كعمال التشغيل غير المؤهلين أو عمال النظافة أو السعاة ، و قد توضع هذه الإعلانات على مداخل الأقسام الإنتاجية أو على بوابة المنظمة و في المداخل الرئيسية لها.

إعلان من خلال الصحف اليومية والدوريات:

غالبا ما تقوم المنظمات بالإعلان عن حاجاتها من العمالة في الصحف اليومية باعتبار أنها تصل إلى أكبر عدد من القراء. فالفارئ إذا وجد أنه مناسب للوظيفة وتتنطبق عليه الشروط يتقدم إليها أو يتواصل مع معارفه وأصدقائه الذين تتوفر فيهم شروط الوظيفة، و هناك بعض المنظمات التي تعمل على الإعلان عن حاجاتها من العمالة في المجلات الدورية و المهنية و التي تكون موجهة إلى أف ارد معنيين أو إلى فئات أو مهن معينة و يكون ذلك غالبا في الوظائف التي تحتاج إلى تخصصات دقيقة كمبرمجي الحاسب الآلي أو التي تحتاج إلى تخصصات نادرة.

إعلان من خلال الراديو والتلفاز

تلجأ بعض المنظمات إلى الإعلان في الراديو و التلفاز باعتبار أنها وسيلتان للإعلان تصل إلى معظم أفراد المجتمع، و يكون غالبا في حالة المشروعات أو الشركات الجديدة و التي تحتاج إلى عدد كبير من العمالة فيغلب عليها الطابع الفني، و غالبا ما يذكر في هذه الإعلانات عن مزايا العمل بالمنظمة المعلنة، و عن أسلوب التقدم للوظيفة قد تلجأ بعض المنظمات الإنتاجية التي تحتاج إلى أعداد كبيرة من العمال وال يهم مدى الخبرة لديهم إلى الإعلان بالميكروفونات المحملة على سيارات صغيرة، و ذلك في المناطق المجاورة للمنظمة و التي ال تحتاج إلى وسيلة انتقال لكي تكون في العمل، و غالبا ما يستخدم هذا الأسلوب إذا كانت العمالة المطلوبة ال تحتاج إلى تخصصات معينة، وقد يكفي فيها الإلمام بالقراءة و كتابة، على أن تتولى المنظمة المعلنة تدريبهم بعد ذلك على أساليب و طرق العمل

استخدام مستقطبين متخصصين ومحترفين في المجال

يستخدم هذا الأسلوب في الدول المتقدمة غالبا ، حيث يوجد بعض المتخصصين في عمليات الاستقطاب و الجذب للموارد البشرية، و هؤلاء المستقطبون تتوافر لديهم معلومات كاملة عن أهم الافراد في كل مهنة من المهن، و جهات عملهم، و أرقام تليفوناتهم الخاصة، و قد يحصلون على تلك البيانات من جهات العمل نفسها، أو من المؤتمرات و الندوات و برامج التدريب التي يشترك فيها هؤلاء الأفراد

و في حالة احتياج منظمة ما لتخصص معين من تلك التخصصات فإنهم يطلبون من هؤلاء المستقطبين البحث عن استقطاب العمالة التي تتوافر فيها هذه الصفات و يقوم المستقطبون بدورهم بالاتصال بهؤلاء الافراد في منازلهم أو عن طريق أصدقائهم و معارفهم و اغرائهم لالتحاق بالوظيفة المطلوب شغلها، و قد يمتد دور هؤلاء المستقطبون إلى القيام بإجراءات المقابلات المبدئية للاختيار ، و قد يقتصر دورهم على مجرد الترشيح على أن تقوم المنظمة بإجراء المقابلات الشخصية و استكمال باقي إجراءات الاختيار و قد يقوم بهذا الدور المكاتب المتخصصة في التوظيف

دعوة المتقدمين لزيارة المؤسسة

تقوم بعض المنظمات بجذب الأنظار إليها من خلال دعوة فئات معينة لزيارتها أو للتعرف عليها ، وذلك بغرض تقديم نفسها للمجتمع الذي تعمل فيه ، و هذه المنظمات غالبا ما تكون جديدة ، وبعض المنظمات الأخرى تقوم بعقد مؤتمرات علمية على نفقتها حيث تضم هذه المؤتمرات مجموعة من المحترفين في وظيفه معينة أو في مجال معين ، و تقوم من خلال هذه المؤتمرات بالتعريف بنفسها و بالمزايا التي تمنحها للعاملين بها بحيث تخلق رغبة داخل بعض الافراد من ذوي التخصصات التي تحتاجها لالتحاق بالعمل به

و قد تقوم هذه المنظمات بإقامة معرض أو احتفال يجمع بين تخصصات مهنية معينة ، ويتم تقديم المنظمة و المنظمات المشتركة معها في العرض و من خلال هذه الزيارات و المعارض تستطيع تلك المنظمات أن تجذب عددا من التخصصات الذين يقطنون بنفس المكان الذي تعمل فيه المنظمة و ال يرغبون في السفر يوميا و تحمل مشقة الذهاب إلى العمل والعودة منه. و المنظمات التي تقوم بإتباع هذا الأسلوب غالبا ما تكون منظمات صغيرة و غير مشهور

التدريب العملي للدارسين

تقوم بعض الشركات الصناعية و بعض المنظمات الأخرى باستضافة طلبة الجامعة أو المعاهد الفنية ، أو المدارس الثانوية الصناعية للتدريب بها خلال شهور الصيف و خلال فترة التدريب يتعرف الطلبة على أسلوب العمل بالشركة أو المنظمة و المزايا التي يتمتع بها من يعملون بهذه المنظمة ، و هذا يخلق لدى البعض منهم الرغبة في الالتحاق بالعمل بهذه المنظمة بعد تخرجه

زيارة المدارس والجامعات:

تقوم بعض المنظمات بإرسال مندوبين من طرفها إلى المدارس و الجامعات للتعرف على الطلبة الذين على وشك إنهاء مرحلتهم الدراسية ، ثم تعريفهم بالمنظمة أو الشركة و مزايا العمل بها ، و خلق الرغبة لديهم للالتحاق بهذه المنظمة

من يقوم بالاستقطاب؟

تقوم المنظمات الكبيرة بإنشاء وحدات متخصصة لإدارة الموارد البشرية، وتتضمن هذه الوحدات أقسام متخصصة في وظائف إدارة الموارد البشرية، ومنها ما يسمى بقسم التوظيف حيث يعمل به عدد من المتخصصين في الإعلان عن الوظائف وجذب العمالة، وإجراء المقابلات الميدنية مع المتقدمين وحتى مرحلة الاختيار النهائي والتي يشارك فيها المديرون التنفيذيون، أما في المنظمات الصغيرة فقد تستند عملية استقطاب العمالة إلى أحد المكاتب الاستشارية المتخصصة في جذب العمالة، أو قد يقوم بهذه العملية المديرون التنفيذيون بأنفسهم بالاشتراك مع مدير الموارد البشرية

.ويتضح من ذلك أن عملية استقطاب العمالة يقوم بها كل من مدير الموارد البشرية والمدير التنفيذي. والعبء الأكبر يقع على مدير الموارد البشرية و المتخصصون الذين يعملون الاستقطاب بعناية وطبقا لتوافر شروط خاصة فيهم، حيث أنهم يلعبون دورا غاية في الأهمية في هذه العملية خاصة في مرحلة المقابلة الأولى للمتقدمين والتي تترك لديهم انطباع لا يمكن نسيانه، فإذا كان هذا الانطباع طيبا أي كان انطباعهم عن المنظمة طيبا

وهذا يخلق لديهم الرغبة في الالتحاق بالعمل بها أما إذا كان هذا الانطباع سيئا فإنه قد ينفروهم منها

من المنظمة وقد يكونوا من ذوي الخبرات التي تحتاجها المنظمة، لذا فإنه من الضروري التأكيد على اختيار هؤلاء الأشخاص بعناية، لوجه و التفاعلات وأن يكونوا مدربين على وسائل الاتصال الشفوية، وأن يتم تنمية مهاراتهم في المقابلات الشخصية والاتصالات وجها الشخصية أثناء المقابلات.

ماهي منهجية الاستقطاب؟

هي استراتيجية تسويق ثبت أنها واحدة من أكثر الاستراتيجيات فاعلية.

منهجية الاستقطاب هي أبعد من كونها استراتيجية تسويق، فهي طريقة لتنمية مؤسستك من خلال بناء علاقات هادفة ودائمة مع المستهلكين، العملاء المحتملين، والعملاء. هي طريقة لإعطاء هؤلاء الأشخاص قيمة حقيقية وتمكينهم من تحقيق أهدافهم.

تقوم منهجية الاستقطاب على إنشاء علاقات يكون لها تأثير دائم على زوارك وعلامتك التجارية، وعندما نقول تأثير دائم هذا يعني بأن عليك تقديم تجربة شاملة ومتكاملة لأي شخص يتفاعل مع عملك التجاري بغض النظر عن مكان تواجده في عملية سير رحلة العميل؛ وهي عملية البحث وجمع المعلومات التي يمر بها العميل قبل أن يتخذ قرار الشراء.

لذا، الاستقطاب هو أن يكون العميل هو الهدف، وليس الهدف الربحي. فأنت تهتم بقيم العميل وتسعى لتحقيقها، وليس احتياجاتك التي تود الحصول عليها.

هي طريقة تسويق انسانية، تساعد الأشخاص وتنشئ علاقات ذات مغزى. إنه استثمار للمعرفة، ويركز على تمكين العملاء والعملاء المحتملين بدلاً من إجبارهم على التفاعل معك

ماهي عجلة الاستقطاب

لتوضيح القوة التي يمكن أن تكتسبها مؤسستك من خلال تحديد الأولويات HUBSPOT هي نموذج أعمال تتبناه أكاديمية وتقديم تجربة استثنائية للعملاء

يمكنك تحريك العجلة وتوليد قوة من عجلة الاستقطاب من خلال الاستثمار في الاستراتيجيات التي تستقطب إليك العملاء وتحافظ عليهم

بمجرد جذب إليك عدد كافٍ من العملاء، وتفاعلهم معك، وابتهاجهم ورضاهم مما تقدمه لهم، ستتمكن من المحافظة على حركة عجلة الاستقطاب في مؤسستك من خلال الترويج لها، وجذب عملاء جدد إليك. وبمرور الوقت، ستكون عجلة الاستقطاب المحرك الرئيسي لنمو مؤسستك دون الحاجة للاستثمار المستمر في كسب العملاء

تتكون عجلة الاستقطاب من ثلاثة أركان رئيسية هي: الجذب، التفاعل، الرضا

• الجذب

تركز منهجية الاستقطاب على جذب العملاء والعملاء المحتملين من خلال محتوى مفيد، وهادف، ومناسب. هذا المحتوى يتميز بأنه محتوى وثيق الصلة باحتياجات العميل وأهدافه

• استراتيجيات الجذب

ترتبط استراتيجيات التسويق لمنهجية الاستقطاب التي تجذب جمهورك المستهدف وشخصية المشتري بإنشاء المحتوى وتطويره

كما يوضح للوصول إلى جمهورك المستهدف، ابدأ بإنشاء ونشر محتوى (مثل مقالات المحتوى، عروض المحتوى، وسائل التواصل الاجتماعي) الذي يعطي قيمة حقيقية. تتضمن الأمثلة إرشادات حول كيفية استخدام منتجاتك، ومعلومات حول كيف يمكن للحل الخاص بك أن يكون حلاً للعقبات والصعوبات التي يواجهونها، توصيات العملاء الآخرين، وتفاصيل حول العروض الترويجية والخصومات.

لجذب جمهورك إلى مستوى أعمق من خلال منهجية الاستقطاب، قم بتحسين المحتوى باستخدام استراتيجية تحسين استهداف الكلمات الرئيسية والمفتاحية، (SEO)، ستطلب استراتيجية تحسين محركات البحث (SEO) محركات البحث والعبارات المحددة المتعلقة بمنتجاتك أو خدماتك، والصعوبات التي توفر لها حلول لعملائك، والطرق التي تساعد بها جمهورك المستهدف.

المحتوى هو بمثابة صوتك، إنه يمكنك من التحدث مع مئات، بل وآلاف الذين يبحثون عن إجابات، وتوسيع آفاق معرفتهم على نحو دائم.

يستحيل التسويق دون محتوى رائع ومثالي. يركز التسويق بالمحتوى على

تمكين العملاء المحتملين

بناء علاقات وطيدة ودائمة مع جمهورك

إنشاء محتوى قيم للتثقيف والترفيه

كل منشور جديد في المدونة هو فرصة جديدة لجذب زوار جدد

جوهر منهجية الاستقطاب هو المحتوى. اصنع محتوى لكل مرحلة. عليك التركيز على إنشاء ونشر محتوى قيم، ملائم، ومتسق لجذب الجمهور المستهدف والحفاظ عليه. انت تريد استقطاب العملاء الذين يعودون عليك بالفائدة

تحتاج لفهم ثلاث مراحل لرحلة العميل مرحلة الوعي، مرحلة التفكير، مرحلة اتخاذ القرار

مرحلة الوعي عندما يعاني العميل المحتمل من بؤرة مشكلة ما، أو فرصة. هنا يقوم بأبحاث تعليمية لفهم مشكلته وتأطيرها وتسميتها

مرحلة التفكير عندما يكون لدى العميل المحتمل تحديد واضح لماهية المشكلة أو الفرصة، ومسمى لها. هو ملتزم بالبحث وفهم جميع الأساليب المتاحة لحل هذه المشكلة أو الفرصة

مرحلة اتخاذ القرار عندما يقرر العميل المحتمل استراتيجية أو طريقة الحل، وعلى استعداد لاتخاذ قرار الشراء النهائي

من خلال التركيز على ما يحفز جمهورك، والحصول على الخبرة اللازمة لتلبية احتياجاتهم، فإنك تصبح موردًا ومرجعًا

• التفاعل

لا تتمحور هذه المرحلة حول المبيعات. تبدأ هذه المرحلة في اللحظة التي يتخذ فيها الشخص التصرف المرغوب به أثناء قراءة مقال أو حجز اجتماع، يتعلق الأمر ببداية العلاقة، في هذه المرحلة ستبدأ بجمع المعلومات حول الأفراد الذين تعمل معهم، إما معلومات شخصية، أو خطط مستقبلية. ينصب تركيزك هنا على بناء الثقة من خلال الإجابة على أسئلتهم، وإيجاد الحلول لتحقيق الأهداف التي حددها. حل مشاكلهم بمنطقية ووضوح وإبداع.

• استراتيجيات التفاعل

عند استخدام استراتيجيات الاستقطاب لتفاعل جمهورك، تأكد من أنك تتواصل وتتعامل مع العملاء والعملاء المحتملين بطريقة تجعلهم يرغبون في بناء علاقات قوية وطويلة الأمد معك. عند استخدام استراتيجيات التفاعل هذه قم بحقق معلومات حول القيمة التي سيوفرها عمالك التجاري لهم.

قد تتضمن استراتيجيات التفاعل كيفية التعامل مع مكالمات المبيعات الواردة وإدارتها. ركز على كيفية تعامل ممثلي خدمة العملاء مع المكالمات الواردة من الأشخاص المهتمين، والعملاء المحتملين. إضافة إلى ذلك، تأكد من أنك تبني الحلول بدلاً من المنتجات. ستضمن لك هذه الطريقة أن تنتهي جميع الصفقات باتفاقية متبادلة المنفعة للطرفين، مما يعني أنك تقدم قيمة لعملائك.

• الرضا

من العملاء يفضلون تكرار التعامل مع الشركات التي تقدم خدمات رائعة ومميزة 93%

من العملاء لن يكرروا التعامل مع هذه الشركات بعد تجربة سلبية واحدة 51%

مرحلة الرضا (إسعاد العميل) لا تتعلق بدور الخدمات، بل بتوفير خدمات مميزة في كل مرة يتم التعامل فيها مع العملاء أو العملاء المحتملين.

هنا أنت تريد أن تتجاوز توقعاتهم، سيرغبون حتماً بإخبار الجميع حول كيف قَدَّمْتُ لهم هذه الخطوة الإضافية ما رغبوا به.

عندما يجد العملاء النجاح ويشاركونه مع الآخرين، فإن هذا سيجذب لمؤسستك المزيد من العملاء المحتملين ويخلق حلقة ذاتية الاستدامة.

يرغب العملاء بأن يكون لديهم تحكم وسيطرة على عملية الشراء. يريدون أن يشعروا أنهم اشترؤا منتجاً سعوا إليه بأنفسهم، وليس لأن حملة إعلانية أخبرتهم أنهم بحاجة إليه. اليوم لا أحد يرغب بأن يباع إليه.

هناك العديد من المصاعب التي تعترض عملية الاستقطاب ينبغي التنبؤ لها, والعمل على إيجاد الحلول الصحيحة لها, ومنها

- عملية الاستقطاب للأفراد وتنفيذها على النحو السليم تتطلب الكثير من الوقت والجهد والمال, وال سيما في حالة وجود عجز في الأفراد المؤهلين, فإنها تستدعي توافر الخبرات الإدارية والفنية المناسبة لتولي مسؤوليات الاستقطاب
- تصميم البرنامج السليم حيث أن الاستقطاب يتطلب الوفاء بتوفير الاحتياجات المتضاربة للباحثين عن العمل والجمهور والمديرين
- والمتطلبات العديدة للبيئة القانونية والاجتماعية والمهنية للعمل ,
- عدم وضوح الإعلان عن الاستقطاب
- قصر مدة ظهور الإعلان وعدم انتشاره
- المشكلة الرئيسة للجهود المكثفة للاستقطاب تكمن في زيادة التكاليف المالية لعملية التوظيف, وذلك بسبب زيادة أعداد المتقدمين لشغل الوظائف, وما يستلزمه ذلك من مراجعة لطلباتهم, وفرزها, وامتحانهم وإجراء المقابلات معهم
- صعوبة اتخاذ القرار بشأن كيفية ملء الفراغ في أي وظيفة معينة, ومن الذي سيقوم بتحديد مواصفات الوظيفة, وتحديد مواصفات الأفراد المطلوبين للوظيفة
- زيادة الوقت المصروف على عملية الاستقطاب
- زيادة الجهود المبذولة في عملية الاستقطاب
- ضعف وسائل الدعاية والإعلان خلال الحملات المستخدمة في الاستقطاب
- كثرة الإجراءات المستخدمة في عملية الاستقطاب وتعقيدها

تتأثر عملية الاستقطاب بالعديد من المؤثرات و المتغيرات والظروف سواء كانت داخلية أم خارجية، و من هنا فإن هناك عوامل تؤثر على عملية الاستقطاب ويمكن تقسيمها إلى

:عوامل بيئية -

تتمثل البيئة التنظيمية للمؤسسة بكافة المتغيرات المحيطة بها، ضمن ما يسمى بالبيئة العامة سواء المتمثلة بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، أو البيئة الخاصة التي تسمى بيئة المهمة والتي تمثل الأطراف المتعاملة مع المؤسسة والمالكين، والزبائن، والمنافسين، والموردين، والممولين تؤثر جميع هذه المتغيرات بصورة مباشرة، مثل: العاملين مباشرة أو غير مباشرة على إستراتيجيات جذب واختيار المصادر الخاصة بالموارد البشرية، وتنقسم إلى

البيئة الخارجية للاستقطاب

من العوامل المؤثرة على عملية الاستقطاب هي البيئة الخارجية، أي عوامل و ظروف خارج حدود المنظمة و التي بدورها تؤثر في عملية الاستقطاب و تنقسم إلى

سوق العمل:

ويقيس حجم العمالة الموجودة في سوق العمل ، فكلما كان سوق العمل والذي يمثل مصدر من مصادر الاستقطاب التي تلجأ إليه المنظمة للحصول على مواردها البشرية يحتوي على الخب ارت المطلوبة، كلما ازادت فعالية عملية الاستقطاب. فإذا تم اختيار سوق العمل المستهدف بشكل صحيح فانه يقلل التكاليف على المنظمة، إذ أن سوء اختيار سوق العمل يزيد من التكاليف ومضيعة للوقت

سمعة المنظمة

إن سمعة المنظمة و ما تتسم به من مزايا جاذبة ومغريات مجدية غالبا ما تحقق عنصر السبق في استقطاب الموارد البشرية بشكل أكثر فاعلية من غيرها من المنظمات ضعيفة الجاذبية والإغراء

الاعتبارات القانونية

تلعب أيضا دور هاما في ممارسات الاستقطاب حيث أن كثيرا من القوانين المعمول بها تؤثر على إجراءات الاستقطاب من حيث (ساعات العمل، الظروف العلمية، الأجور، الاجازات) وغيرها من القوانين التي تحكم عمل المؤسسة يكون الدور الهام في سياسة الاستقطاب والاختيار لدى المنظمات

البيئة الداخلية للاستقطاب

هناك أيضا العديد من العوامل الداخلية التي تؤثر في عملية الاستقطاب وتكون هذه العوامل ناتجة عن السياسة الداخلية للمنظمة والتي يمكن توضيحها فيما يلي

تخطيط الموارد البشرية

عملية التخطيط للموارد البشرية هي نقطة البداية لعملية الاستقطاب فكلما كانت عملية التخطيط فعالة ووضعت رؤية واضحة لدى المؤسسة بحجم الموارد البشرية المتاحة وطبيعتها فهذا يسهل المهمة أمام المؤسسة من حيث المصادر والطرق المستخدمة في عملية الاستقطاب

معرفة الشركة بموظفيها

من العوامل المؤثرة أي ا في عملية الاستقطاب هو مدى معرفة المنظمة بموظفيها فالموظفون الحاليون لدى المؤسسة يعتبرون مصدر من مصادر الاستقطاب فكلما كانت المؤسسة على دراية بخبرات وكفاءة موظفيها, كان لذلك الأثر في تحديد مصدر الاستقطاب المتبع سواء داخليا او خارجيا

الاستراتيجية التنظيمية

إن المنظمات سواء التي تركز على استراتيجية الكلفة الأدنى ، وهذه الاستراتيجيات تسمى باستراتيجيات الاستقطاب الداخلي و يكون لمدير الموارد البشرية صالحيات اتخاذ القرارات الخاصة بتحديد المؤهلين من الأفراد العاملين للترقية إلى الوظائف الأعلى، أو التي تركز على إستراتيجية التمايز التي تعتمد في عملياتها على التنوع في المنتجات أو الأسواق فهي تنتهج سياسة تطوير منتجاتها واغتنام فرص السوق من خلال الإبداع في عملياتها لذا فان اتجاهها نحو استقطاب الموارد البشرية ذات الكفاءة من الخارج سيكون هو الأساس

العوامل التنظيمية

تتضمن تلك المجموعة العوامل المرتبطة بجهود ونشاطات المؤسسة في مجال الاستقطاب, حيث تشتمل على الإعلان المؤثر والواضح

يمكن أن يعرف المرشح بطبيعة الوظائف المعلن عنها, كما تعتبر الإجراءات الخاصة بوضع موازنات عملية الاستقطاب عاملاً تنظيمياً آخر, إذ أن المبالغة أو التقصير في الموازنة لا يخدم أهداف الاستقطاب الجيد وإنما يتطلب الأمر التحديد الدقيق للموازنة عن طريق تحديد كلفة المرشح الواحد وإجراءات الترشيح وتكتسب استراتيجية الاستقطاب التي تضعها المؤسسة أهمية خاصة من بين العوامل التنظيمية, إذ يشترط أن تكون عملية الاستقطاب واضحة الغرض ومحددة النهاية ومبررة من حيث الوسيلة, ومهما أثمرت جهود

المؤسسة من نتائج إيجابية في مجال الاستقطاب, فإن هذه النتائج تبقى قاصرة عن تحقيق هدف الاستقطاب إذا لم تأخذ بعين الاعتبار التحديد الدقيق لمصادر الاستقطاب

النتائج و التوصيات

- إن نظام الترقية له دور كبير في تحفيز الموظفين على بذل مجهود أكبر ويساهم في زيادة فاعلية أداء العاملين و زيادة روح المنافسة بين الموظفين
- عملية الاستقطاب لها دور كبير في إعطاء الثقة لدى المتقدمين بأن هذه المؤسسة هي الأنسب لهم
- تؤثر عملية تخطيط الموارد البشرية بشكل إيجابي على استقطاب أكبر عدد من الكفاءات، كلما كانت أكثر دقة وتحتوي على رؤية واضحة
- دراية المؤسسة بموظفيها والعاملين فيها وكفاءاتهم له تأثير كبير في توفير وقت لعملية الاستقطاب وسهولة تحديد المصادر التي يجب استخدامها
- إن تحديد نوع المصدر سواء كان مصدر داخلي أو خارجي في عملية الاستقطاب له دور كبير في سهولة استقطاب موارد بشرية ذات كفاءات عالية
- نوع الوظيفة هو من يحدد الوسيلة التي يجب استخدامها في الإعلان عنها، لذلك يجب دراسة احتياجات الوظيفة للموارد البشرية بشكل دقيق وواضح

التوصيات

- وضع خطة تارعي جميع الاحتياجات التي تريدها المؤسسة من الموارد البشرية، والعمل على تحديثها بشكل دوري
- الاهتمام بتنفيذ الموقع الإلكتروني في عملية الاستقطاب، وعدم تجاهل أهمية الصحف الرسمية كوسيلة من وسائل الاستقطاب
- إعداد برامج تدريبية ودورات تأهيلية للموظفين سواء كانوا جدد أو الموظفين الذين تمت ترقيتهم
- الاهتمام بالاختبارات العملية التي تساعد بشكل كبير في معرفة القدرات والمهارات، وعدم الاكتفاء على الاختبارات الشفهية
- توفير معلومات للموظفين داخل المؤسسة عن فرص الحصول على ترقية، لان ذلك يعتبر حافز قويا لأثبات قدراتهم

- العمل على حصر عملية الاستقطاب من خلال تحديد الاحتياجات بشكل دقيق، وذلك لحصر عدد المتقدمين من الأشخاص ذو الكفاءة المطلوبة
- اختيار موظفين مناسبين للقيام بعملية الاستقطاب و الاختيار الدقيق للأشخاص المناسبين لهذه الوظيفة

المراجع باللغة العربية:

- عبد الباقي، ص، الجوانب العلمية والتطبيقية في إدارة الموارد البشرية في المنظمات الإسكندرية ، مصر، الدار الجامعية للطبع والتوزيع، ص 127.
- حسن، ر، إدارة الموارد البشرية، القاهرة، مصر، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، ص 99
- أحمد، م، إدارة الموارد البشرية، جمهورية مصر العربية، الإسكندرية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، ص 141
- الكبسي، ع، إدارة الموارد البشرية في الخدمة المدنية، جمهورية مصر العربية، القاهرة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ص 108
- برنوطي، س، إدارة الموارد البشرية، عمان، الأردن ، دار وائل للطباعة والنشر، ص 213
- السالم، م.و صالح، ع، إدارة الموارد البشرية- مدخل استراتيجي، عمان، الأردن ، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ص 84
- أبو شيخ، ن، إدارة الموارد البشرية: إطار نظري وحالات عملية، عمان، الأردن، دار صفاء لنشر والتوزيع، ص 116
- جعيدل، م، نظام الترقية في الوظيفة العامة، مذكرة نيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكر، ص 1
- جبلي ، ف، الترقية الوظيفية و الاستقرار المهني، مذكرة نيل شهادة الماجستير في كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، ص
- شاويش، م، إدارة الموارد البشرية، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص 159-160
- عقيلي، ع، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، عمان، الأردن ، دار وائل للنشر، ص 299
- كشواي، ب، إدارة الموارد البشرية، الأردن ، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ص 43
- حمود، خ. و الخرشة، ي، إدارة الموارد البشرية، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 92
- عباس، س، إدارة الموارد البشرية- مدخل استراتيجي، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ص 106
- الهيتي، خ، إدارة الموارد البشرية- مدخل استراتيجي، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ص 129

الخلاصة

مهما اختلفت المنظمات وتنوعت فإن هدفها هو تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها، فعندما تحدد المنظمات احتياجاتها من الموارد البشرية عليها أن تجتذب أكبر عدد ممكن من المتقدمين، وذلك لاختيار أفضل العناصر من بينهم على مستوى إدارة الموارد البشرية، وذلك من خلال تخطيط القوى العاملة التي يتم من خلالها وضع الوصف الكامل والجيد لكافة الوظائف المطلوب شغلها ومواصفات صاحب العمل، وبمجرد الانتهاء من هذه العملية تبدأ الخطوة التالية وهي إيجاد الأشخاص الأكثر ملاءمة لهذه الوظائف ومحاولة إيجاد وجذب الأكثر مكافأة للعمل في المنظمة. إن المنظمات التي تسعى إلى تحقيق الاستقطاب هي من بين أكثر المنظمات التي تسعى إلى تحقيق الاستقطاب، فهم يريدون البقاء فيه، حيث يتطلب منهم دراسة متأنية للمصادر التي يمكن الحصول منها على هذه القوى العاملة من أجل تقليل عيوبها، وتقليل تكاليف اللجوء إليها وتحقيق أكبر فائدة منها، وتبسيط الضوء على سياسة الاستقطاب ومساهمتها في تطوير المنظمات وزيادة إنتاجيتها، حيث يبدأ البحث بمقدمة لتعريف القارئ بمفهوم الاستقطاب وأهميته وأهدافه وخطوات عملية الاستقطاب، ثم ينتقل المبحث الثاني إلى التركيز على مصادر الاستقطاب، مع التركيز على الموارد البشرية الداخلية والخارجية وكيفية استقطابها، وفي المبحث الثالث تم التركيز على أساليبه المختلفة والعوامل المؤثرة في عملية الاستقطاب وكذلك المشاكل التي تواجه المنظمات.

الكلمات المفتاحية: الاستقطاب، الموارد البشرية، إدارة الموارد البشرية، البحث.