

دراسة العلاقة بين الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة^١

نرمين عاطف أحمد حجازي
مدرس مساعد بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة – جامعة القاهرة

أ.د/ أمل عبد الرحمن السيد
أستاذ إدارة الموارد البشرية بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة – جامعة القاهرة

١٤٤٢ هـ – ٢٠٢١ م

ملخص البحث

ساهم الإنترنت وبشكل كبير في تغيير الطرق المتبعة لتوظيف العاملين بالمنظمات، لاسيما التقليدية منها، وأيضاً الطريقة التي يستخدمها الباحثون عن عمل في البحث عن وظائف شاغرة. فالبحث عن عمل عبر الإنترنت أصبح وسيلة فعالة وجذابة لإيجاد وظيفة، حيث أنه باستخدام الاستقطاب الإلكتروني يتمكن الباحثون عن عمل من جمع المزيد من المعلومات ذات الصلة بالوظيفة والمنظمة (Moghaddam, et al., 2013). وعلى ذلك يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة.

الكلمات الدالة:

الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني، جاذبية المنظمة، البحث عن وظيفة، الباحثين عن عمل

مقدمة:

تتأثر اتجاهات الباحثين عن عمل بدرجة كبيرة بالمعلومات المقدمة عن المنظمة والوظيفة عبر الإنترنت، فجذب الباحثين عن عمل المؤهلين هو الهدف الأساسي لإدارة الموارد البشرية وهو ما يحققه الاستقطاب الإلكتروني، والذي من شأنه المساعدة في تقييم واختيار أفضل المتقدمين للعمل في المنظمة، حيث تنتظر جميع المنظمات سواء الهادفة للربح أو غير الهادفة للربح إلى الاستقطاب الإلكتروني

١ هذا البحث ضمن متطلبات مناقشة رسالة دكتوراة الفلسفة في إدارة الأعمال بعنوان "دراسة العلاقة بين محددات الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة: الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني كمتغير وسيط" (دراسة ميدانية)، كلية التجارة، جامعة القاهرة.

كمصدر رئيس لملء الوظائف الشاغرة وجذب المهوبين من الباحثين عن عمل (Moghaddam, et al., 2013).

كما تلعب جودة التكنولوجيا دوراً هاماً في الاستقطاب الإلكتروني، ففي سبيل جعل عملية الاستقطاب فعالة يجب أن تكون سهلة الاستخدام (User-Friendly). لذا يجب أن يكون التركيز عند استخدام الشركات للاستقطاب الإلكتروني على عامل القابلية للاستخدام بحيث يمكن للمتقدمين باختلاف مهاراتهم التقنية الحصول على المعلومات بسهولة (Alateyah, 2018).

هذا بالإضافة إلى أن نجاح الاستقطاب في أية منظمة من الممكن أن يُقاس عن طريق جاذبية المنظمة أو الوظيفة، البحث عن الوظيفة، واختيارها (Brouer, et al., 2015)، حيث ان جذب الباحثين عن عمل المؤهلين يزيد من حجم المواهب التي يمكن للمنظمة الاختيار منها، مما قد يُحسن من فرص توظيف موظفين أكفاء (Williamson, et al., 2010).

حيث يعتبر الاستقطاب أداة جذب أساسية للمتقدمين للوظائف أو الباحثين عن عمل، فيشير الاستقطاب إلى الأنشطة التي تقوم بها المنظمات بهدف جذب الموظفين المحتملين لها، وعلى ذلك فإن الاستقطاب هو عملية جذب تؤثر على كل من جودة وعدد المتقدمين للمنظمة، فتوافر مجموعة كبيرة من المتقدمين المؤهلين أمراً هاماً للمنظمة (Acarlar & Bilgic, 2013). هذا بالإضافة إلى أن تشكيل صورة الاستقطاب يتم جنباً إلى جنب مع الإدراك العام لجاذبية المنظمة.

كما قامت دراسة (Sayed, 2010) بالمقارنة بين البحث عن وظيفة عن طريق الإنترنت (الاستقطاب الإلكتروني) والمصادر التقليدية للاستقطاب من حيث عدد الوظائف الشاغرة التي أعلنت عنها المنظمة لشغلها، وتصور المتقدمين للنجاح في عملية البحث عن عمل، وكانت النتيجة أن عدد الوظائف التي تم التوصل إليها من خلال استخدام الإنترنت أكبر من التي تم التوصل إليها بواسطة الاستقطاب التقليدي، وعلى ذلك فإن الباحثين عن عمل الذين يستخدمون الإنترنت في البحث عن عمل -

كأحد صور التقدم التكنولوجي في العثور على وظيفة- في وضع تنافسي جيد مقارنة مع الذين لا يقومون بإستخدامه.

إلا انه على الرغم من أن الاستقطاب يعتبر أداة أساسية لجذب الباحثين عن عمل، فإن الاستقطاب نفسه يشير إلى أنشطة المنظمة التي يتم تنفيذها بهدف تحديد وجذب الباحثين عن عمل، وبالتالي فإن الجذب هو النتيجة الأولى لأنشطة الاستقطاب (Flecke, 2016)، فمخرجات الاستقطاب تتمثل في جاذبية المنظمة واختيار الوظيفة (Stone, et al., 2014).

فالاستقطاب الإلكتروني يساعد ليس فقط على جذب الباحثين النشطين عن عمل للمنظمة بل أيضاً إمدادهم بالمعلومات والفرص الوظيفية المتاحة في مختلف انحاء العالم (Ahmed, et al., 2015)، فهو فعال من حيث توفير الوقت والجهد والتكلفة، لذا يمكن القول أن الإنترنت يمكن قبوله كأفضل وأكثر أداة ملائمة للعثور على الوظائف من وجهة نظر الباحثين عن عمل (Rani, 2016).

هذا بالإضافة إلى تأثير مواقع الاستقطاب الإلكتروني على اتجاهات الأفراد نحو المنظمة نفسها وبالتالي على جاذبيتها من قِبَل الباحثين عن عمل (Gregory, et al., 2013).

مشكلة البحث:

يمكن بلورة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي:

" ما هي طبيعة العلاقة بين الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة ؟ "

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

- دراسة العلاقة بين الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة لدى الباحثين عن عمل.

- تسليط الضوء على كيفية رؤية الباحثين عن عمل للأنواع المختلفة من وسائل الاستقطاب الإلكتروني.
- محاولة الإسهام في سد الفجوة البحثية في مجال دراسة علاقة الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني بجاذبية المنظمة.

أهمية البحث:

يُمكن توضيح أهمية البحث من خلال ما يلي:

- لم تعطِ الدراسات السابقة الكثير من الاهتمام لتأثير التكنولوجيا على عملية الاستقطاب ككل، وأيضاً كيفية تأثير الاستقطاب الإلكتروني على جاذبية المنظمة (Alateyah, 2018).
- توصلت الباحثة بعد الاطلاع على الدراسات السابقة إلى قلة الأبحاث التي تناولت الاستقطاب الإلكتروني في الدول النامية والتي تتميز بسمات خاصة تختلف من ناحية مدى تأثيرها على الباحثين عن عمل والمنظمات عن الدول المتقدمة.
- نظراً لأهمية مواكبة التطور في ظل المتغيرات السريعة التي نعيشها في ظل العصر الحالي يعتبر البحث محاولة جادة لاثرء التراث الفكري في هذا المجال.
- وعلى ذلك تتطلع الباحثة في أن تساهم النتائج والتوصيات التي يتوصل إليها البحث في توجيه نظر المنظمات إلى أهمية الاستقطاب الإلكتروني، وضرورة الاهتمام بتحسين وتطوير نظم الاستقطاب الإلكتروني المُستخدمة.

متغيرات البحث:

يمكن عرض كل متغير من متغيرات البحث والعلاقة بينها على النحو التالي:

أولاً: الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني:

يُشير الاتجاه بشكل عام إلى تقييم الفرد لنظام المعلومات من خلال ردود الفعل الإيجابية أو السلبية (Zhao, et al., 2018). كما تُشير اتجاهات الأفراد نحو استخدام

شئ ما إلى الدرجة التي يُقيم أو يربط الفرد عندها ما بين النظام المستهدف ووظيفته، ويمكن النظر إليها أيضاً على أنها العامل الذي يرشد السلوك المستقبلي للأفراد (Ajzen & Fishbein, 2000).

ووفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا (Davis, 1989) فإن الإتجاه هو محدد لنية استخدام تكنولوجيا معينة، ويتحدد الاتجاه من خلال الفائدة المُدرَكة وسهولة الاستخدام حيث أنهما يؤثران إيجابياً على اتجاه الباحثين عمل نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني (Cho, et al., 2011; Moghaddam, et al., 2015; Roychowdhury & Srimannarayana, 2013).

ويعتمد الباحثون عن عمل على المعلومات الشاملة التي تقدمها المنظمات فيما يخص الوظائف الشاغرة لديهم، بالإضافة إلى تقديم المنظمات لبعض الأدوات التي تساعد الباحثين عن عمل في تحسين حياتهم المهنية، مما يؤدي إلى جذب انتباه الباحثين عن عمل نحو استخدام التكنولوجيا في البحث عن عمل (الاستقطاب الإلكتروني) (Tong, 2009).

ثانياً: جاذبية المنظمة:

يمكن تعريف جاذبية المنظمة بأنها الدرجة التي يرى فيها الموظفون المحتملون المنظمات على أنها أماكن جيدة للعمل، كما يمكن أن يُشار إليها أيضاً على أنها القوة التي تجذب انتباه الباحثين عن عمل للتقدم للعمل بالمنظمة، فهي تجعل المتقدمين ينظرون إلى المنظمة كمكان إيجابي للعمل (Bakanauskienė, et al., 2017). كما قام العديد من المؤلفين بقياس جاذبية المنظمة كاتجاه لتفسير السلوك، حيث يمثل جذب المرشحين المؤهلين للوظائف الهدف الأساسي من الاستقطاب، والذي يلعب دوراً هاماً وحاسماً في الفعالية الكلية للتوظيف، حيث يدور بشكل أساسي حول توصيل الرسائل للأفراد المستهدفين أي المرشحين المؤهلين للوظيفة (Flecke, 2016).

وفي سياق متصل توصل (Flecke, 2016) إلى أن كمية المعلومات عن المنظمة تلعب دوراً هاماً في التأثير على الجاذبية في المراحل الأولى للاستقطاب، وذلك لأن رسائل الاستقطاب توفر مزيداً من المعلومات حول خصائص الوظيفة والمنظمة،

والتي تؤثر إيجابياً على جذب الباحثين عن عمل للمنظمة، كما أن عملية الجذب تتضمن تقدير الباحث عن عمل لمدى تناسب قيمه واحتياجاته الشخصية مع ثقافة المنظمة.

كما أن هناك مجموعة من المتغيرات تؤثر على جاذبية المتقدمين للمنظمة عبر الإنترنت، وتشمل هذه المتغيرات ردود فعل الباحثين عن عمل واتجاههم السابق نحو المنظمة، ومدى سهولة استخدام موقع المنظمة عبر الإنترنت، حيث تؤثر هذه المتغيرات على جذب الباحثين عن عمل للمنظمة وتشجيعهم على التقدم للوظائف الشاغرة بالمنظمة (Sayed, 2010).

ثالثاً: الدراسات السابقة:

(١) الدراسات السابقة التي تناولت الاتجاه نحو استخدام الاستقطاب

الإلكتروني:

هدفت دراسة (Roychowdhury & Srimannarayana, 2013) إلى التركيز على تصور المتقدمين للوظائف من طلاب السنة الجامعية الأخيرة في الهند للاستقطاب الإلكتروني، وتوصلوا إلى أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر على اتجاهات المتقدمين للوظائف عبر الإنترنت تجاه استخدام التكنولوجيا والأنظمة التكنولوجية منها سهولة استخدام هذه التكنولوجيا، مدى توافر المعلومات، وخبرة المتقدمين السابقة، وهو ما أكدته دراسة (Brahmana & Brahmana, 2013) والتي توصلت إلى أن اتجاهات الباحثين عن عمل تتأثر بسهولة استخدام المواقع عبر الإنترنت.

وفي نفس السياق، أوضحت دراسة (Alateyah, 2018) إلى أنه يتم قياس مدى قبول الباحثين عن عمل للاستقطاب الإلكتروني من خلال اتجاههم نحو استخدامه، كما أوضحت أن الإنترنت هو المصدر المفضل للبحث عن عمل من قبل الباحثين عن عمل.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت القضية الخاصة بالاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني توصلت الباحثة (وفقاً لما تم الاطلاع عليه وحصره

من الدراسات السابقة) إلى قلة هذه الدراسات، وهو ما أكدته دراسة (Pikala, 2017) التي أوصت بضرورة إجراء المزيد من الأبحاث من وجهة نظر الباحثين عن عمل فيما يتعلق بالاستقطاب الإلكتروني في المستقبل لمعرفة كيفية استخدامهم للأدوات الرقمية في البحث عن عمل، وذلك لإستمرار تطور هذه الأدوات بشكل مستمر.

(٢) الدراسات السابقة التي تناولت جاذبية المنظمة:

عرف كلاً من (Hafeez & Farooq, 2017) جاذبية المنظمة على أنها رغبة المرشحين أو المتقدمين للوظيفة في السعي للبحث عن وظائف والتعرف على عروض العمل بالمنظمة، كما هدفت دراستهم إلى اكتشاف مدى فعالية نظام الاستقطاب الإلكتروني وتأثيره على جاذبية المنظمة من وجهة نظر الباحثين عن عمل من الخريجين الجدد في باكستان، وتوصلوا إلى أن قرار المتقدمين المحتملين للوظيفة قد يتأثر بمصدر أو وسيلة الاستقطاب.

يتضح مما سبق أن الاستقطاب الإلكتروني يعتبر من أهم عوامل جذب المرشحين عن عمل، والذي قد يؤثر على قرارهم في الالتحاق بالمنظمة، فالمنظمات التي تتبنى استراتيجية الاستقطاب الإلكتروني تكون بارزة أو معروفة بين الباحثين عن عمل، وذلك لفائدة ومزايا الاستقطاب الإلكتروني في جذب الباحثين عن عمل، ورغبة الباحثين المهرة عن عمل في الانضمام لهذه المنظمات (Hafeez & Farooq, 2017).

كما أشار (Hafeez & Farooq, 2016) إلى أن قرار المتقدمين المحتملين لشغل وظيفة شاغرة قد يتأثر بمصدر أو وسيلة الاستقطاب، كما أوضح أن تأثير مصادر الاستقطاب الإلكترونية اعلى من مصادر الاستقطاب التقليدية (الصحف- المصادر المرجعية- الأصدقاء- الاقارب) في جذب الباحثين عن عمل تجاه المنظمات فمصادر المعلومات المتعلقة بالاستقطاب (Recruitment-related Information Sources) وخصائصها يمكن أن تكون عامل جذب للمنظمة، حيث تؤثر على قراراتهم للالتحاق بالعمل بتلك المنظمات (Gomes & Neves, 2011; Hafeez & Farooq, 2016).

كما أشارت أيضًا إحدى الدراسات السابقة (Jansson, 2016) التي تم إجراؤها في فنلندا من خلال المقابلات الشخصية مع مجموعة من الباحثين عن عمل إلى أن الاتصالات الخاصة بعملية الاستقطاب – التواصل الفعال بين القائمين بعملية الاستقطاب (جهة التوظيف) والمتقدمين للوظائف (الباحثين عن عمل) - تُعد أكثر الأجزاء التي تجذب المتقدمين للوظائف، حيث هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تفضيلات جيل الألفية لطرق التواصل وتقييم الاستقطاب الإلكتروني. وهو ما أيدته دراسة (Hafeez & Farooq, 2017) حيث يبرز الاستقطاب الإلكتروني في الآونة الأخيرة كأفضل أداة للاتصال، فما يقرب من 33% من المنظمات تستخدم أدوات تواصل تفاعلية عبر الانترنت في العصر الحالي، إلا أنه على الرغم من ذلك فإن الاتصالات الخاصة بعملية الاستقطاب وخاصةً قبل مرحلة التقييم لم تلق الكثير من الاهتمام في الدراسات السابقة.

رابعاً: العلاقة بين متغيرات البحث:

رصدت العديد من الدراسات السابقة (Jansson, 2016; Hafeez & Farooq, 2016) وجود علاقة ارتباط ايجابية معنوية للاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة لدى الباحثين عن عمل (خاصة من جيل الألفية). حيث هدفت دراسة (Hafeez & Farooq, 2016) إلى استكشاف تأثير الاستقطاب الإلكتروني على جاذبية المنظمة، وكيفية جذب المنظمة للباحثين عن عمل بالتطبيق على (302 باحثاً عن عمل) في باكستان، وتوصلت الدراسة إلى تأثير الاستقطاب الإلكتروني الإيجابي على جاذبية المنظمة، وهو ما أكدته دراستهم اللاحقة (Hafeez & Farooq, 2017)، والتي توصلت إلى مدى فعالية نظام الاستقطاب الإلكتروني وتأثيره على جاذبية المنظمة من وجهة نظر الباحثين عن عمل من الخريجين الجدد، حيث أن قرار المتقدمين المحتملين للوظيفة قد يتأثر بمصدر أو وسيلة الاستقطاب.

كما اتفقت دراسة كل من (Allen, et al., 2007; Brouer, et al., 2015) على التأثير الإيجابي للاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني عبر الموقع الإلكتروني للمنظمة على جذب المنظمة للباحثين عن عمل، وأكد (Hoye, 2014)

على ان هناك علاقة إيجابية بين اتجاه الباحثين عن عمل نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني وجاذبية المنظمة، حيث ان توفير معلومات موثوقة عن الوظيفة تُعزز من جاذبية المنظمة كصاحب عمل.

وأشارت دراسة (Allen, et al., 2007) إلى التأثير الإيجابي للاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني عبر الموقع الإلكتروني للمنظمة على جذب المنظمة للباحثين عن عمل، وأيضاً التأثير الإيجابي لمصدر المعلومات المقدمة للاستقطاب (موقع المنظمة الإلكتروني- اعلانات الصحف - معارض العمل) على جاذبية المنظمة، حيث هدف البحث إلى تطوير واختبار نموذج لردود أفعال مُقدمي طلبات التوظيف عبر الإنترنت على مواقع المنظمات الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية.

هذا بالإضافة إلى أنه من خلال تحليل تطور الإنترنت وأيضاً استراتيجيات استبدال الأساليب التقليدية للاستقطاب بالوسائل الرقمية، نلاحظ أن الأفراد لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني ويتبنون هذه الطريقة في البحث عن عمل (Tîru & Mohorâta, 2020).

كما أكدت نتائج دراسة (Alateyah, 2018) أيضاً على ان الباحثين عن عمل يفضلون المنظمات التي لديها مواقع إلكترونية جذابة عبر الإنترنت، حيث ان الاعتماد على طرق فريدة من نوعها يمكن ان يكون عامل مميز له اختلاف كبير على جذب الباحثين.

وأوضحت دراسة (Jansson, 2016) أن المنظمات تواجه تحدى كبير من ناحية استقطاب أفضل المواهب والحفاظ عليها وهو ما يسمى بـ"حرب المواهب"، حيث ساعدت التكنولوجيا المنظمات على تحديد موقع المواهب المطلوبة، إلا انه من الصعب جذبهم.

نتائج وتوصيات:

في ضوء ما سبق عرضه من دراسات سابقة في موضوع البحث، يمكن القول بأنه:

- من خلال مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت القضية الخاصة بالاتجاه نحو استخدام الاستقطاب الإلكتروني توصلت الباحثة (وفقاً لما تم الاطلاع عليه من الدراسات السابقة) إلى قلة هذه الدراسات مما يؤكد على ضرورة إجراء المزيد من الأبحاث من وجهة نظر الباحثين عن عمل فيما يتعلق بالاستقطاب الإلكتروني لمعرفة كيفية استخدامهم للأدوات الرقمية في البحث عن عمل، وذلك لإستمرار تطور هذه الأدوات بشكل مستمر.
- أصبح الاستقطاب الإلكتروني ممارسة هامة وأساسية للمنظمات في العقدين الأخيرين حيث يتم استخدام مواقع الإنترنت الرسمية للمنظمة، منصات العمل عبر الإنترنت، بالإضافة إلى شبكات التواصل الإجتماعي مؤخراً لهذا الغرض (Acikgoz, 2019). لذا فإن الاستقطاب الإلكتروني يُعتبر جزءاً من إدارة الموارد البشرية الإلكترونية، كما أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على نجاح الاستقطاب الإلكتروني منها: التطور التكنولوجي، مصادر الاستقطاب، أهميته، وتأثير استخدامه على المنظمة.
- من الضروري إجراء المزيد من البحوث على الاستقطاب الإلكتروني وخاصةً من منظور المتقدمين للوظائف (الباحثين عن عمل) وذلك لأن الدراسات السابقة لم تعطِ الكثير من الاهتمام لتأثير التكنولوجيا على عملية الاستقطاب ككل.
- من الضروري التعرف على مدى فائدة ممارسات الاستقطاب الإلكتروني في جذب العنصر البشري للمنظمات، حيث تستخدم

العديد من المنظمات فى الوقت الحاضر أساليب عبر الإنترنت لاستقطاب الموارد البشرية الموهوبة، وعلى ذلك تتأثر المنظمات بالعديد من العناصر التى تشجع على الانتقال من عملية الاستقطاب التقليدية إلى عملية الاستقطاب عبر الإنترنت لتطوير برامج استقطاب عبر الإنترنت التى من شأنها تسهيل الاختيار السريع والدقيق للمتقدمين المؤهلين، وأثر ذلك على جاذبية المنظمة وجذبها للباحثين عن عمل.

– يتضح مما سبق أن هناك حركة واضحة متزايدة نحو استخدام أنظمة الاستقطاب عبر الإنترنت من قبل كلا من الباحثين عن عمل والمنظمات (Malik & Ul Mujtaba, 2018; Brandao, et al., 2019) فهو أسرع أساليب الاستقطاب نمواً (Wozniak, 2014). حيث أنه مع تقدم التقنيات المتعلقة بالإنترنت، سيصبح دور الاستقطاب الإلكتروني أكثر أهمية فى السنوات المقبلة، سواء من وجهة نظر الباحثين عن عمل أو المنظمة (Kuppusamy & Ganesan, 2016).

المراجع:

- Acarlar, G., & Bilgiç, R. (2013). Factors influencing applicant willingness to apply for the advertised job opening: the mediational role of credibility, satisfaction and attraction , **The International Journal of Human Resource Management**, 24(1), P.50-77.
- Acikgoz, Y. (2019). Employee recruitment and job search: Towards a multi-level integration. **Human Resource Management Review**, 29, P. 1–13.
- Ahmed, S., Tahir, H., Warsi, S.W. (2015). E-Recruitment Transforming the Dimensions of Online Job Seeking: A case of Pakistan. **International Journal of Human Resource Studies**, 5(1).
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes, **European Review of Social Psychology**.
- Alateyah, S. (2018). The Determinants of E-recruitment and its effect on HRM Capabilities and the Firm's Performance: Evidence from Saudi Arabia Context. **Thesis**, Plymouth Business School, Plymouth University, UK.
- Allen, D., Mahto, R., & Otondo, R. (2007). Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational Brand, and Attitudes toward a Web Site on Applicant Attraction. **Journal of Applied Psychology**, 92(6), P. 1696–1708.
- Bakanauskienė, I., Bendaravičienė, R., & Barkauskė, L. (2017). Organizational attractiveness: an empirical study on employees attitudes in lithuanian business sector, **Problems and Perspectives in Management**, 15(2).
- Brahmana, R., & Brahmana, R. (2013). What Factors Drive Job Seekers Attitude in Using E-Recruitment? **The South East Asian Journal of Management**, 7(2), P. 39-50.

- Brandão, C., Silva, R., & dos Santos, J. (2019). Online recruitment in Portugal: Theories and candidate profiles. **Journal of Business Research**, 94, P.273–279.
- Brouer, R., Stefanone, M., Badawy, R., Egnoto, M., & Seitz, S. (2015). Losing Control of Company Information in the Recruitment Process: The Impact of LinkedIn on Organizational Attraction. **48th Hawaii International Conference on System Sciences**.
- Cho, S., Lee, W., & Liu, J. (2011). E-Recruitment: Effects of Enjoyment and Attitudes toward Web Sites on Corporate Image and Intention to Apply, **International CHRIE Conference-Refereed Track**, Colorado, USA.
- Flecke, L. (2016). The Effectiveness of Recruitment Sources in Attracting Qualified Job Candidates. **Thesis**, University of Twente, Netherlands.
- Gomes, D., & Neves, J. (2011). Organizational attractiveness and prospective applicants' intentions to apply. **Personnel Review**, 40(6), P.684-699.
- Gregory, C., Meade, A., & Thompson, L. (2013). Understanding internet recruitment via signaling theory and the elaboration likelihood model, **Computers in Human Behavior**, (29).
- Hafeez, M., & Farooq, U. (2016). Exploring the Association of E-Recruitment with Organizational Attraction and Mediating Role of Cost Effectiveness and Ease to Use. **Science International**, 28(2), P. 1651-1657.
- Hafeez, M., & Farooq, U. (2017). The Role of E-Recruitment in Attracting Potential Candidates: Evidence from Fresh Graduates Job Seekers. **ICABML Conference Proceedings**, Dubai Business School, Dubai, UAE.

- Hoye, G. (2014). Recruitment Sources and Organizational Attraction: A Field Study of Belgian Nurses. **European Journal of Work and Organizational Psychology**.
- Jasson, K. (2016). Online Recruitment and Millennials: Recruitment Communication and Online Assessment. **Thesis**, Oulu Business School, University of Oulu, Finland.
- Kuppusamy, J., & Ganesan, J. (2016). A Study of factors contributing towards the effectiveness of E-recruitment among generation Y job seekers, **International Journal of Advanced and Applied Sciences**, 3(12), P.106-112.
- Malik, M., & Ul Mujtaba, M. (2018). Impact of E-Recruitment on Effectiveness of HR Department in Private Sector of Pakistan, **International Journal of Human Resource Studies**, 8(2).
- Moghddam, H., Razaee, S., & Amin, M. (2015). Examining job seekers' perception and behavioural intention toward online recruitment: Apls pathmodeling approach, **Global Business Advencement**, 8(3).
- Pikala, J. (2017). Digital tools - The effects and benefits to recruiting processes. **Thesis**, JAMK University of Applied Sciences, Finland.
- Rani, R. (2016). E-Recruitment and its Impact upon on Job Seekers: A Contemporary Approach, **IJARIE**, 2(4).
- Roychowdhury, T., & Srimannarayana, M. (2013). Applicants' Perceptions on Online Recruitment Procedures. **Management and Labour Studies**, 38(3), P.185–199.
- Sayed, M. (2010). Internet Recruitment Sources: Which is more Informative, Credible and Safe?, **15th International Business Research Conference**, Sydney, Australia.
- Stone, D., Lukaszewski, K., & Isenhour, L. (2014). Organizational attraction factors: A technology perspective, **Journal of Technology Research**, 5.

- Țîru, L., & Mohorâta, M. (2020). Attitudes toward e-recruitment: An explorative study in Romania, **Academicus - International Scientific Journal**.
- Tong, D. (2009). A study of e- recruitment technology adoption in Malaysia. **Industrial Management & Data Systems**, 109(2), P.281-300.
- Williamson, I., King, J., Lepak, D., & Sarma, A.(2010). Firm Reputation, Recruitment Web Sites, and Attracting Applicants. **Human Resource Management**, 49(4), P. 669– 687.
- Wozniak, J. (2014). **ON E-RECRUITMENT AND FOUR WAYS OF USING ITS METHODS**, 8th International Scientific Conference, Vilnius, LITHUANIA.
- Zhao, J., Fang, S., & Jin, P. (2018). Modeling and Quantifying User Acceptance of Personalized Business Modes Based on TAM, Trust and Attitude. **Sustainability**, 10(2).