

تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و اینترنت بر تحول بازار کار

(* * * * *)

Mohakhbari @ Yahoo.com

(* * * * *)

Jafkheir @ hotmail.com

چکیده

از شگفت انگیزترین پدیده های دهه اخیر، می توان رشد فوق جهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات و بویژه اینترنت را نام برد؛ به نحوی که تمام عرصه های فعالیت اقتصادی را به تسخیر خود درآورده است. اقتصاد جدید اصطلاحی است که برای توصیف این وضعیت به کار می رود. بازار کار نیز دائماً تأثیرات بیشتری از این ابزار جدید اطلاعاتی و ارتباطی را می پذیرد به طوری که جنبه های گوناگون آن از قبیل جستجو و انطباق شغلی را متحول می سازد. مقاله حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا با گسترش اینترنت، انطباق شغلی بهتر شده و نرخ بیکاری اصطکاکي کاهش می یابد. پژوهش هایی که به بررسی این پدیده بر بازار کار پرداخته اند در مورد کاهش هزینه جستجو، انطباق بهتر شغلی و افزایش کارایی اقتصادی متفق القول هستند، اگرچه مشکل گزینش نامناسب نیز به همراه آنها می آید، اما تأثیر آن بر نرخ بیکاری اصطکاکي نامشخص است.

مقدمه

دستمزدها، گسترش بازار کار به مناطق دوردست، سایت های اینترنتی ارسال داشته یا پذیرش تغییرات شگرف فناوری در اقتصاد جدید، سایر عرصه ها از جمله بازار کار نیز از جهت گوناگون دچار تغییر می شود. جهاتی نظیر: نوع، چگونگی و سرعت انطباق عرضه و تقاضای کار، بهره وری نیروی کار، نرخ بیکاری طبیعی، بیکاری اصطکاکي، نرخ جستجوی شغلی کارگران و کارفرمایان، نابرابری دستمزدها، گسترش بازار کار به مناطق دوردست، در بخش های بعدی مقاله تغییرات برخی از آنها را مورد بررسی قرار می دهیم. نظرسنجی های انجام گرفته درباره استفاده از اینترنت برای اهداف شغلی نشان می دهد که تعداد رو به افزایشی از کارگران در هنگام جستجوی شغل از اینترنت استفاده می کنند و کارفرمایان نیز مشاغل مورد نیاز را به سایت های اینترنتی خود در سایت های شرکتی خود اعلام می دارند. از آنجا که اینترنت يك وسیله کم هزینه برای انتقال اطلاعات است، کسب و کار استخدام اینترنتی، یکی از رشته های سودآور دات کام در اینترنت شده است. با توجه به عمر کوتاه و نوپای این رشته از فعالیت، لاجرم تجربه دو کشور ایالات متحده و انگلستان که در این

عرصه ها پیشتاز هستند را مورد بررسی قرار داده ایم.

ما این احتمال را بررسی می کنیم که آیا با تغییر جستجوی شغل و استخدام به سمت اینترنت، انطباق شغلی بهتر شده و نرخ بیکاری اصطکاکي کاهش می یابد. قوی ترین پیش بینی درباره اثر اقتصاد کلان اینترنت که به وسیله ای برای کاربایی و استخدام تبدیل شده، این است که باعث انطباق های بهتر خواهد شد. اما استدلال این است که تأثیر آن بر بیکاری اصطکاکي نامشخص است چرا که کاهش هزینه جستجو باعث می شود تا کارگران به جستجوی تعداد مشاغل بیشتری پرداخته، بنگاه ها نیز مجبور به بازنگری و غربال در بین تعداد متقاضیان بیشتری شوند و در نهایت حتی کارگران شاغل هم به جستجوی مشاغل جدید تمایل پیدا کنند که مجموع این عوامل، زمان جستجو را افزایش می دهد.

اقتصاد جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و اینترنت

اصطلاح «اقتصاد جدید» به تدریج رواج یافته و چشم انداز جدیدی را ترسیم می کند که با گسترش فناوری اطلاعات همراه است. یک تعریف کلی از اقتصاد جدید به عملکرد اقتصاد در عصر

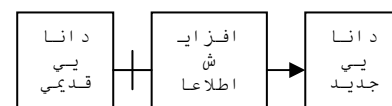
اطلاعات اشاره دارد. در چنین اقتصادی، فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) گسترش و اهمیت فزاینده ای پیدا می کند. جامعه انسانی طی قرون گذشته تأثیرات قابل توجهی از تغییرات فناوری پذیرفته است. ICT به ارضای نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی که به ایجاد دانایی و بنابراین به همه اشکال توسعه کمک می نمایند، مربوط است. ICT امکانات جدیدی برای تبادل اطلاعات ایجاد می نماید و توان بالقوه بالایی دارد تا به قابلیت انسان برای ایجاد دانش جدید، بیافزاید. چنین دگرگونی هایی باعث رشد بهره وری نیروی کار شده و با بهره برداری بهتر از منابع، نرخ بیکاری سازگار با تورم غیر شتابان (NAIRU) را کاهش می دهد (نوردهاوس ۲۰۰۱). یک تعریف محدود از اقتصاد جدید به جنبه اینترنتی اقتصاد اشاره دارد به نحوی که تولید کالاها و خدمات جامعه شدیداً به اینترنت وابسته می شود. اصطلاح مرتبط با آن «اقتصاد عریان» است به این معنا که با گسترش اینترنت، اقتصاد شکل شفاف تر و در معرض دیدتری پیدا می کند (ریزک ۲۰۰۲). به این ترتیب، شاهد اقتصادهایی خواهیم بود که مقایسه قیمت ها (از

جمله دستمزد) برای خریدار و فروشنده بسیار آسان تر شده، نقش برخی واسطه ها کم رنگ گشته و هزینه های مبادلاتی و موانع ورود کاهش می یابد (اکنومیست ۲۰۰۰). از این رو، اقتصاد جدید در برگزیده مقولاتی از قبیل اطلاعات، اینترنت، نوآوری و رشد جدید است. در اقتصاد جدید با پیشرفت های خیره کننده در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات، می توان کاربرد فناوری های اطلاعاتی را در تمامی زوایای حیات اجتماعی مشاهده کرد. به طوری که «ریزپردازنده توانمند» پیشقراول یک «تمدن سیلیکونی» خواهد بود (وبستر ۱۳۸۰). شاخص های اصلی توسعه اینترنت، نرخ رشد بسیار بالایی را نشان می دهند، اما فاصله بین کشورهای پیشرفته صنعتی و بقیه جهان همچنان بسیار بالا است. بطور مثال، شکاف دیجیتالی کشورهای پیشرفته و توسعه نیافته در زمینه کاربران اینترنتی و توزیع میزبانان اینترنتی کاملاً محسوس است. فرانک وبستر در کتاب نظریه های جامعه اطلاعاتی بیان می دارد که نخستین تعریف از اطلاعات که به ذهن خطور می کند تعریفی معناشناختی است: اطلاعات

معنادار بوده، دارای یک موضوع است و آگاهی یا دستوری درباره چیزی یا کسی است. اما کنت ارو معتقد است که معنای اطلاعات به طور مختصر و کوتاه عبارتست از کاهش در عدم قطعیت (ارو، ۱۹۷۹).

اطلاعات، کاربر را قادر می‌سازد تا در مورد چیزی شناخت پیدا کند و از آن دانایی برای برقراری ارتباط، یادگیری، فکر کردن و تصمیم‌گیری در مواقع نیاز استفاده نماید. اطلاعات مواد اولیه برای دانایی است درست مانند چوب که ماده‌ای اولیه برای میز است. دانایی یک شکل از سرمایه است، و فناوری یک کاربرد از دانایی برای کار است (ماسودا، ۱۹۹۰).

افزایش در اطلاعات منجر به بهبود ساختار دانایی موجود می‌شود، که به دنبال آن موجب ترقی و انتقال به ساختار جدید دانایی می‌گردد، و ساختار قدیمی توسط دانایی جدید بهبود می‌یابد (نمودار زیر).



اهمیت اطلاعات چنان است که در کنار زمین، کار و سرمایه به عامل چهارم و مجزای تولید تبدیل شده است اما ارزش اطلاعات رابطه معکوسی با کمیت آن

دارد. اطلاعات بیش از حد، فراوری و کاربرد آن را بسیار پرهزینه می‌سازد. برای اینکه اطلاعات ارزش واقعی داشته باشد، بایستی به صورت اطلاعات واقعی، اصیل، بی‌پرده و مشخص با یک روش مستقیم و دقیق پردازش گردد. در انتهای مقاله نشان خواهیم داد که چگونه سایت‌های اینترنتی با آرایه‌انبوه داده‌های شغلی متقاضیان استخدام، کارفرمایان را در گزینش نیروی کار مناسب دچار مشکل می‌کنند.

انطباق و تاریخچه آن در اقتصاد

نخستین اقتصاددان‌هایی که به مطالعه بازار کار می‌پرداختند، از اهمیت اصطکاک آگاه بودند اما نمی‌توانستند آن را در مدل‌های صوری بگنجانند. جان هیکس در کتاب

نظریه دستمزد (۱۹۳۲) پس از تعریف انواع مرسوم بیکاری ادعا کرد برخی از انواع بیکاری باعث تغییر دستمزد نمی‌شوند از جمله بیکاری‌هایی که با منحنی‌های عرضه و تقاضای ثابت نیروی کار سازگاری داشته و بیکاری نرمال را تشکیل می‌دهند. به نظر هیکس یکی از دلایل مهم وجود بیکاری نرمال که به مفهوم بیکاری طبیعی

فلپس و فریدمن نزدیک است این واقعیت است که «حتی اگر رشد کل صنعت صفر باشد این احتمال می‌رود که برخی بنگاه‌های صنعتی تعطیل شده، یا حوزه فعالیت خویش را کاهش دهند، در حالی که سایر بنگاه‌ها متولد شده یا گسترش پیدا می‌کنند تا جای آنها را بگیرند.

بنابراین، بنگاه‌های گروه اول نیروی کار را اخراج کرده و گروه دوم آنها را به خدمت می‌گیرند؛ و در شرایطی که بنگاه و کارگر در مجاورت هم نباشند، و در نتیجه اطلاع از فرصت‌ها ناقص باشد... تعجبی نخواهد داشت که یک فاصله زمانی بین اخراج و اشتغال به کار مجدد باید بگذرد و طی آن فاصله کارگر بیکار خواهد ماند.» (هیکس ۱۹۶۳، ص ۴۵ به نقل از پترونگلا و پیساریدس ۲۰۰۰ ص ۴۲۵)

❖ اهمیت اطلاعات چنان است که در کنار زمین، کار و سرمایه به عامل چهارم و مجزای تولید تبدیل شده است.

ویلیام هوت در کتاب **نظریه منابع بیکار** (۱۹۳۹) نیز بر اهمیت اصطکاک در بازارهای کار مدرن تأکید ورزید.

او تلاش کرد بین علل مختلف بیکاری طرف عرضه تفکیک قایل شود. هوت در گروه بیکاران، کارگرانی را لحاظ نمود که «به صورت فعال در جستجوی کار هستند» چون تصور می کنند جستجوی فرصت شغلی بهتر، ارزش درآمد از دست رفته فعلی را دارد. او سپس استدلال کرد که چنین افرادی را نباید به عنوان بیکار در نظر گرفت زیرا آنها از جانب خویش کار می کنند و وظیفه ای که یک موسسه کاریابی بر عهده دارد را انجام می دهند. نظریه مسلطی که پس از بحران بزرگ دهه ۱۹۳۰ ظاهر گشت نظریه بیکاری کینز بود. کینز احتمالاً برای نخستین بار از اصطلاح «بیکاری اصطکاکي» و «بین مشاغل» استفاده کرد و علت آن را «بی دقتی های متعددی دانست که در مسیر رسیدن به اشتغال کامل بوجود می آید.» فلپس و فریدمن نیز در دهه ۱۹۶۰ ادعای هیکس را تکرار کردند که در تعادل، یک میزان بیکاری «طبیعی» وجود دارد که مستقل از عوامل اسمی بوده و باعث تعدیل دستمزدها نمی شود. در نسل جدید مدل های بازار کار، تابع انطباق کارگر و کارفرما یک مفهوم

کلیدی به حساب می آید (همان منبع ص ۶-۴۲۵). با ظهور فناوری های جدید اطلاعاتی، تأثیر آنها بر بازار کار و بویژه بر انطباق شغلی مورد توجه اقتصاددان ها قرار گرفته است. به طور مثال ودوانی (۲۰۰۰) پیش بینی می کند «انتظار بر این است که با گسترش اینترنت، امکان انطباق عالی تر شغلی بین بیکاران و مشاغل خالی موجود فراهم شود - این اثر باید به کاهش نرخ بیکاری سازگار با تورم غیر شتابان بیانجامد. کروگر (۲۰۰۰) ثابت می کند هزینه آگهی در سایت های شغلی اینترنتی ۵ درصد یک آگهی دعوت به همکاری در روزنامه های مهم است، و با کاهش هزینه های جستجو، انطباق شغلی بهتر شده و بیکاری کاهش می یابد. تردیدی نیست با انطباق بهتر به واسطه پیشرفت ICT و اینترنت، منافع بالقوه ای وجود خواهند داشت. اما شواهد تجربی درباره آثار بالفعل و واقعی اینترنت بر بازار کار هنوز در مراحل ابتدایی و بسیار محدود هستند.

اطلاعات ناقص، هزینه جستجو و اصطکاکي

یک رویکرد که براساس مدل های نئوکلاسیکی بازار کار، به نیروی کار به عنوان کالا می

نگردد اجازه کاربرد تئوری های معین اقتصادی مثل تئوری هزینه مبادلاتی، مبادلات و نااطمینانی، و تئوری جستجوی شغلی را برای تحلیل اثرات مستقیم اینترنت بر بازار کار می دهد. در قلب اقتصاد اطلاعات، هزینه های مبادلاتی قرار دارند (یعنی هزینه های کسب، انتقال و تجربه و تحلیل اطلاعات). اقتصاد اطلاعات فرض می گیرد که افراد در بازار کار، اطلاعات کامل ندارند. به این علت از «عقلانیت محدود» یا «نادانی» شود که به واسطه نااطمینانی درباره آینده و محدودیت ها در ظرفیت ذهنی انسان ایجاد می گردد. تئوری جستجوی شغلی، از رویکرد اقتصاد اطلاعات برای تحلیل رفتار کارجویان در بازار کار استفاده می کند. اطلاعات درباره موقعیت مشاغل خالی و جبران خدمات و دستمزدهایی که رایج می شوند ناقص هستند. چون جستجوی شغل هزینه زا است. یک کارگر برای یافتن بهترین پیشنهاد شغلی تا بی نهایت به جستجو ادامه نمی دهد، بلکه وی هنگامی دست از جستجو بر می دارد که هزینه نهایی فعالیت

جستجو برابر با بازدهی نهایی این جستجو (ارزش افزوده انتظاری از جستجو، یعنی افزایش در دستمزد دریافتی) شود. هنگامی که به این مرحله برسیم کارجو بهترین پیشنهاد شغلی که طی جستجو تاکنون شناسایی کرده را قبول می کند و یا در شغل سابق (و یا بیکار) باقی می ماند.

این تئوری ها با پیشرفت فناوری کاملاً تناسب دارند چون هزینه های مبادلاتی شدیداً تحت تأثیر فناوری هستند. ICT به طور عام و اینترنت به طور خاص باعث کاهش این هزینه ها شده اند. طبق مدل ساده جستجوی شغلی که در بالا توضیح دادیم با در دسترس قرار گرفتن فناوری های جدیدتر و ارزان تر جستجو، هزینه جستجو کاهش یافته و طبق قانون تقاضا، مدت زمان و شدت جستجوی شغلی را افزایش می دهد و در نتیجه باعث انطباق کارا تر عرضه و تقاضای کار می شود.

یک سنت قدیمی در اقتصاد کار، تفکیک بین انواع بیکاری ساختاری، اصطکاکی و ادواری است. بیکاری ادواری را می توان زیرمجموعه ای از بیکاری ساختاری دانست که عمدتاً بیانگر دوره های بیکاری موقتی در نتیجه جستجوی شغل و مشکلات انطباق در رابطه

با ترک کار، تازه واردان به بازار کار و اخراج از شغل به واسطه نارضایتی کارفرما است. به طور کلی، بیکاری اصطکاکی آن نوع از بیکاری است که از تغییر و تحول دائمی در بازار کار ناشی می شود. علل چنین بیکاری عبارتند از:

عدم اطلاعات کامل کارفرما از خیل کارگران موجود و صلاحیت های شغلی آنها و عدم اطلاعات کامل کارگران موجود از مشاغل خالی عرضه شده توسط کارفرمایان.

به عبارت دیگر، علت اصلی بیکاری اصطکاکی پدیده «اطلاعات ناقص» است. این احتمال هست که تعداد مشاغل خالی با افراد در جستجوی کارگر نیاز دارند مطابقت داشته باشد. با این حال، بیکاری اصطکاکی هنوز هم اتفاق می افتد چون اشخاص در جستجوی کار و بنگاه های مایل به استخدام کارگران از ویژگی های یکدیگر بی اطلاع هستند. در فضای اطلاعات ناقص، کارفرما و کارگر برای اینکه گزینه های بهتری پیدا کنند به جستجوی گزینه های جدید می پردازند.

کارفرمایانی که در جستجوی کارگر جدید هستند به ندرت نخستین متقاضی را استخدام می کنند. آنها خواهان یافتن

«بهترین کارگر موجود» برای پر کردن شغل خالی هستند. استخدام کارگری که عملکرد ضعیفی دارد برای بنگاه پرهزینه است. برخی اوقات حتی خاتمه دان به خدمت وی هم هزینه دارد. بنابراین، کارفرمایان به جستجو می پردازند - آنها با تخصیص زمان و منابع اقتصاد برای غربال کردن متقاضیان سعی می کنند تا شایسته ترین کارگر که حاضر به پذیرش شرایط شغلی و دستمزد آنها است را پیدا کنند.

به همین ترتیب، کارجویان نیز در جستجوی گزینه شغلی بین بدیل های موجود هستند. آنها از شیوه های گوناگون مانند مراجعه شخصی، تماس تلفنی با کارفرمایان، جستجو در آگهی های استخدام روزنامه، انجام مصاحبه شغلی، ثبت نام در اتحادیه های کارگری و انجمن های حرفه ای، مؤسسات کاریابی خصوصی و... استفاده می کنند.

کارجویانی که به دنبال منفعت شخصی هستند - خواهان پیدا کردن شغلی جذاب تر از گزینه های فعلی که می شناسند - ترغیب می شوند تا به فعالیت جستجوی شغلی اقدام نمایند. هر اندازه که یک کارجو فرصت های شغلی بالقوه بیشتری

پیدا می کند، احتمال اینکه با هر «جستجوی اضافی»، یک گزینه جذاب تر پیدا شود کاهش می یابد. در نتیجه، «فایده نهایی» حاصل از جستجوی شغلی، با زمان صرف شده برای جستجوی یک شغل کاهش می یابد، چون احتمال کمتری می رود که جستجوی بیشتر به موقعیت شغلی بهتری منجر شود. اصلی ترین هزینه جستجوی شغل معمولاً هزینه فرصت دستمزدهای از دست رفته در نتیجه خودداری از قبول بهترین گزینه موجود است. این هزینه با یافتن گزینه های بهتر افزایش می یابد. بنابراین، «هزینه نهایی» جستجوی شغل همراه با طول زمان جستجوی شغل افزایش خواهد یافت. چون جستجوی بیشتر به معنای دستمزدهای از دست رفته در مشاغل جذاب تر است که با جستجوی های قبلی به دست آمده است.

نقش اینترنت در مراحل مختلف کار

با گسترش دسترسی به اینترنت در اواخر دهه ۱۹۹۰، فناوری های مورد استفاده کارگران برای یافتن مشاغل جدید سریعاً تغییر کرد. رونق گرفتن تجارت الکترونیکی، نگاه ها را عمدتاً به سمت چگونگی تأثیر اینترنت بر بازار کالاها معطوف کرده است. اما اینترنت با تغییر در روش جستجوی شغل توسط کارگران و شیوه استخدام بنگاه ها و انجام کار، بازار کار را نیز متحول می سازد. این تحولات در چهار مرحله از بازار کار قابل شناسایی است:

۱- مرحله جستجوی اطلاعات: اینترنت می تواند با فراهم ساختن امکان دسترسی به انواع اطلاعات بازار کار، به مدیران منابع انسانی طی فرایند تصمیم گیری

طی این زمان، کارجو به بیکاری اصطکاکی اقتصاد کمک می کند. لازم است توجه شود که اگر چه بیکاری اصطکاکی یک عارضه جانبی به حساب می آید. فرایند جستجوی شغل معمولاً به افزایش کارایی اقتصادی و درآمد واقعی بالاتر برای کارگران منجر می شود.

تغییراتی که بر هزینه ها و فایده های جستجوی شغلی تأثیر بگذارد، بر سطح بیکاری نیز مؤثر است. برای مثال، اگر یک فناوری جدید برای جستجوی شغل وارد اقتصاد شود، کسب اطلاعات درباره فرصت های شغلی را آسان تر ساخته و بیکاری اصطکاکی کاهش خواهد یافت. از طرف دیگر، هر تغییر و تحوّل که هزینه جستجوی مداوم کارجو را کاهش می دهد، به دوره های طولانی تر جستجو می انجامد. با فرض ثابت بودن سایر شرایط، این کاهش در هزینه جستجوی شغل، کارجویان را به افزایش زمان جستجو ترغیب می کند در نتیجه سطح بیکاری به سمت بالا افزایش می یابد.

نتیجه اینکه فعالیت جستجوی شغل (وبیکاری اصطکاکی) یک وظیفه مهم در بازار کار انجام می دهد: انطباق بهتر مهارت ها و ترجیحات کارگر با نیازهای کارفرما، یعنی

پیدا می کند، احتمال اینکه با هر «جستجوی اضافی»، یک گزینه جذاب تر پیدا شود کاهش می یابد. در نتیجه، «فایده نهایی» حاصل از جستجوی شغلی، با زمان صرف شده برای جستجوی یک شغل کاهش می یابد، چون احتمال کمتری می رود که جستجوی بیشتر به موقعیت شغلی بهتری منجر شود. اصلی ترین هزینه جستجوی شغل معمولاً هزینه فرصت دستمزدهای از دست رفته در نتیجه خودداری از قبول بهترین گزینه موجود است. این هزینه با یافتن گزینه های بهتر افزایش می یابد. بنابراین، «هزینه نهایی» جستجوی شغل همراه با طول زمان جستجوی شغل افزایش خواهد یافت. چون جستجوی بیشتر به معنای دستمزدهای از دست رفته در مشاغل جذاب تر است که با جستجوی های قبلی به دست آمده است.

همچنان که فایده نهایی حاصل از جستجوی اضافی کاهش، و هزینه های نهایی افزایش می یابد، در نهایت به جایی می رسیم که کارجوی عقلایی نتیجه می گیرد فایده بالقوه از جستجوی اضافی ارزش هزینه متحمل شده را ندارد. اینجاست که بهترین گزینه حاصل از فزاینده جستجو انتخاب خواهد شد. اما این یک فرایند زمان بر است، و

کردند در مقایسه با فقط ۲۵ درصد در سال ۱۹۸۴. استفاده از اینترنت نیز افزایش شدیدی یافته و از ۱۷ درصد در سال ۱۹۹۷ به ۴۹ درصد در سال ۲۰۰۱ رسیده است (جدول ۱).

❖ در انگلستان نیز تقریباً يك سوم افراد بیکار در جستجوی شغل که به اینترنت دسترسی داشتند گفته اند از

اند.

جدول ۱- استفاده از کامپیوتر و اینترنت در محل کار در امریکا (دهه ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۱)

سهم شاغلانی که از کامپیوتر در محل کار استفاده می کردند	
۱۹۸۴	۲۴/۶
۱۹۸۹	۳۷/۴
۱۹۹۴	۴۶/۵
۱۱۹۷	۵۱/۵
۲۰۰۱	۵۵/۹
سهم شاغلانی که از اینترنت در محل کار استفاده می کردند	
۱۹۹۷	۱۷/۳
۱۹۹۸	۱۹/۷
۲۰۰۰	۲۴/۶
۲۰۰۱	۴۰/۵

منبع: فرین (۲۰۰۲)، جدول ۱، ص ۲۹۰

اینترنت با سرعت به منبع اصلی اطلاعات برای کارجویان تبدیل می شود. يك شاخص از تأثیرگذاری اینترنت بر

کار، وابستگی کمتری به شرایط محلی پیدا می کند. در اینجا کار از راه دور را خواهیم داشت.

بازار کار اینترنتی به تدریج در حال گسترش است و حتی در برخی بخش های اقتصادی پیشرفته نقش مهمی ایفا می کند. اما مبادلات مجازی در این بازارها، هنوز تا حد زیادی به مرحله انطباق محدود می شود. در بخش انطباق، فناوری اینترنت توانسته است با پیدا کردن فرصت های شغلی بهتر، جهش های قابل توجهی در کارایی بوجود آورد. اما تا زمانی که خدمات کارگرانی که در بازار آزاد اینترنتی مبادله می شود استاندارد و قابل اندازه گیری نشود، بازارهای کار مجازی به صورت گسترده اشاعه پیدا نمی کنند.

پتانسیل های اینترنت در مرحله کاریابی و استخدام

داده های مربوط به استفاده کارگران از کامپیوتر و اینترنت در حین کار در دهه ۱۹۹۰ در امریکا نشان دهنده روند کاربرد فزاینده آنها است. در سال ۲۰۰۱، ۵۶ درصد کارگران سنین ۱۸ تا ۶۵ سال گفته اند که در محل کار از کامپیوتر استفاده می

کند. همین قضیه در مورد کارجویان هم صادق است که می توانند اینترنت را برای کسب اطلاعات درباره فرصت های شغلی و چشم انداز اشتغال زیرورو کنند.

۲- مرحله غربال کردن و انطباق اولیه: هزینه غربال کردن مشاغل در اینترنت بسیار کمتر از سایر رسانه ها (مثلاً روزنامه) است. همچنین به کمک فیلترگذاری پویا، روش های پیشرفته تر جستجو، تایید با پست الکترونیکی و سایر فنون رایج شده در اینترنت، کارآمدی جستجو بیشتر می شود.

۳- مرحله مذاکره و گفتگو از طریق تماس شخصی: مصاحبه های شغلی به طور سنتی متکی به جلسات رودرو است. اما با کمک ICT، مثلاً ویدئو کنفرانس، نیز می توان از راه دور مصاحبه شغلی کرد.

۴- عملکرد کاری و تحویل خدمت و دریافت اجرت کار: در صورتی که نهاده ها و نتایج کار را بتوان دیجیتالی کرد قابل تبادل بین کامپیوترها هستند. خدمات نیروی کار - کار واقعی که کارگر انجام می دهد - به جای عرضه در محل، دائماً به سمت عرضه اینترنتی پیش می رود. تقاضا برای نیروی

دارد. يك نظرسنجي از جمعيت ۱۰ کشور عضو جامعه اروپا در ۱۹۹۹ نشان داد که از میان ساکنان جامعه اروپا که در سال گذشته به دنبال شغل بودند، ۳۹ درصد هنگام جستجوی شغل از اینترنت استفاده کردند. در کشور پیشتاز، فنلاند، این نسبت ۶۲ درصد بود.

آن سوي ديگر قضيه، استفاده گسترده از اینترنت توسط بنگاه ها است که مشاغل مورد نیاز را آگهی کرده و نیروی کار را استخدام می کنند. در میان مدت، سایت های شغلی جای آگهی روزنامه ها را به عنوان روش اصلی برای ارایه فرصت های شغلی می گیرد. برای مثال در يك نظرسنجي از شرکت ها در سال ۲۰۰۰، پیش بینی شد آگهی استخدام در سال ۲۰۰۴، ۳۱ درصد کاهش و آگهی اینترنتی ۵۲ درصد افزایش یابد. اساساً همه بنگاه های بزرگ امریکایی و انگلیسی، مشاغل خالی خود را در اینترنت ارایه کرده و اجازه پرکردن فرم تقاضا را در همان لحظه می دهند. در يك نمونه گيري در انگلستان، ۷۱ درصد بنگاه ها اظهار داشتند که به سایت های شغل اینترنتی، آگهی استخدام داده اند اما اکثریت آنها متوجه شده بودند

جستجوی شغل استفاده کردند که در مورد شاغلین این نسبت ۱۵ درصد است. آمارهای مربوط به کل بیکاران و کل شاغلین نیز به ترتیب ۱۵ درصد و ۷ درصد است. در انگلستان نیز تقریباً يك سوم افراد بیکار در جستجوی شغل که به اینترنت دسترسی داشتند گفته اند از آن استفاده کرده اند. نکته حیرت آور در مورد شاغلانی بود که در جستجوی شغل جدیدی بودند و ۷۵ درصد اظهار داشتند از اینترنت استفاده کرده اند. به دلیل آسانی نسبی جستجوی شغل در اینترنت، تعداد فراوانی از شاغلین نیز از این وسیله برای کاریابی در امریکا و انگلستان استفاده می کنند. مؤسسه NORAS در انگلستان برآورد می کند که از مجموع جستجوکنندگان در اینترنت ۲۲ درصد بیکار بوده در صورتی که ۵۴ درصد مشاغل تمام وقت داشته و ۱۸ درصد دیگر شغل نیمه وقت داشتند. هر کارجو به طور متوسط به جستجوی ۵ سایت می پردازد (فرین ۲۰۰۲، ص ۲۹۷).

طبق بررسی گاریس و متروپ (۲۰۰۱) تقریباً ۳۰۰ سایت شغلی در آلمان (با ۱/۲ میلیون فهرست شغلی) و ۲۰۰ مورد انگلستان (با ۸۰۰ هزار فهرست شغلی) وجود

مبادلات بازار کار را می توان در تعداد زیاد سایت های شغلی دید که به تازگی در اینترنت ایجاد شده اند و برخی از آنها نرخ گردش شغلی قابل ملاحظه ای دارند. اینک کاریابی و استخدام نیروی کار از فعالیت های اصلی در اینترنت است. هر هفته میلیون ها کارگر در سراسر جهان و به ویژه کشورهای توسعه یافته به دنبال مشاغل خالی در سایت های شغلی یا سایت شرکتها به جستجو می پردازند. علاوه بر این میلیون ها کارگر نیز رزومه های خود را به وب سایت های استخدامی ارسال می دارند به امید اینکه پیشنهاد شغلی را دریافت دارند. تقریباً تمام بنگاه های بزرگ نیز مشاغل مورد نیاز را در اینترنت تبلیغ کرده و یا به بنگاههای استخدامی اینترنتی ارسال می دارند.

آمارهای استفاده از اینترنت به قصد کاریابی نشان می دهد که در سال ۲۰۰۱، ۱۶ درصد آمریکایی های در جستجوی شغل از اینترنت استفاده کردند که این نسبت برای کارگران جوان بین ۲۵ تا ۳۵ سال به ۲۶ درصد می رسد. نیمی از بیکاران که در منزل به اینترنت دسترسی داشتند از آن برای

که وب سایت های شرکتی آنها بهترین منبع جذب داوطلبان کیفی است (آیوتر ۲۰۰۱، ص ۲۹).

❖ تقریباً ۳۰۰ سایت شغلی در آلمان (با ۱/۲ میلیون فهرست شغلی) و ۲۰۰ مورد انگلستان (با ۸۰۰ هزار فهرست شغلی)

شکل و خدماتی که سایت های اینترنتی ارائه می دهند متفاوت است. اکثر سایت ها «ستون های آگهی شغلی» هستند یعنی هم تاي الکترونیکی استخدام در روزنامه ها که مشاغل در دسترس را طبق شغل، تجربه، مکان و... طبقه بندی می کنند. برآورد می شود بیش از ۲۵۰۰ سایت شغلی با ۱۰ میلیون ثبت ورودی و نیز ۵۰۰ موسسه اینترنتی مبادله رزومه در سال ۲۰۰۰ وجود داشته است. این سایت ها به بنگاه ها یا مؤسسات استخدام نیروی کار، فضای آگهی مشخصات شغلی را می فروشند. منابع سنتی فروش آگهی مشاغل که روزنامه ها و مجلات تخصصی بودند واکنش نشان داده و با راه اندازی سایت استخدامی مخصوص به خود در اینترنت، فضایی رایگان در اختیار آگهی دهندگان خود گذاشتند.

در نقطه مقابل، بانک های اطلاعات رزومه ها هستند که در جمع آوری رزومه کارگران تخصص داشته و در قبال دسترسی بنگاه ها به این بانک اطلاعاتی، از آنها پول می گیرند. برخی از این بنگاه ها پس از اینکه بنگاه داوطلب های مورد نظر خود را پیدا کرد پول می گیرند. برخی از این بنگاه ها پس از اینکه بنگاه داوطلب های مورد نظر خود را پیدا کرد، پول می گیرند. سایرین پس از اشتغال به کار داوطلب پول می گیرند (فرین ۲۰۰۲، ص ۲۹۹). درآمد همه سایت های استخدام اینترنتی از بنگاه ها تأمین می شود در حالی که خدمات را به رایگان در اختیار کارگران می گذارند. هزینه کارگران عمدتاً هزینه زمان جستجو است، اگرچه احتمالاً در آینده بخشی از هزینه جستجوی بهتر بنگاه را نیز آنها متحمل خواهند شد. سایت های استخدام اینترنتی برای اینکه کارگران را جهت جستجو و ارسال رزومه به سمت سایت خود جذب کنند، اطلاعات رایگان را درباره حقوق یا فرصت های آموزشی ارائه کرده و در مورد بهترین روش های مصاحبه شغلی همراه با سایر توصیه های شغلی و کاریابی رهنمود می دهند.

صرفه های شبکه و سایر انواع صرفه های مقیاس نشان می دهد که نهایتاً تعداد اندکی سایت بزرگ، بازار جستجوی شغل اینترنتی را زیر سلطه خود می گیرند. اما یک عامل متضاد، مزایای سایت های تخصصی کوچک است که کارگران و کارفرمایان را در صنایع و مشاغل خاص و کوچک به هم مرتبط می سازد.

اینترنت همچنین یک فرصت برای جمع آوری داده های بیشتر و احتمالاً بهتری از بازار کار فراهم می سازد. برخلاف منابع داده های متعارف که تصویر لحظه ای از بازار کار ارائه می دهند (سابقه و تاریخچه مبادله، سایت های شغلی اینترنت، درخواست های استخدام شغلی و سایر داده هایی را عرضه می دارند که احتمالاً ابزار جدیدی برای بررسی پویای های بازار کار خواهد بود (آیوتر ۲۰۰۱، ص ۳۱).

تأثیر اینترنت بر انطباق بهتر کارگر - کارفرما

همان طور که در بخش های پیش اشاره شد، ICT به طور عام و اینترنت بطور خاص، وعده گشودن عرصه ها و فرصت های جدیدی برای بهبود ارتباط کارگر و بنگاه را می دهند. با ورود اینترنت جنبه های مختلف بازار کار تحت تأثیر

قرار خواهند گرفت. اما در این مقاله جنبه کاریابی و استخدام اینترنتی، مد نظر است. سایت های شغلی و سایر ارتباطات اینترنتی بازار کار باید کارایی انطباق کارگران به مشاغل را افزایش دهد. بخشی از کارایی بیشتر می تواند به این علت باشد که تشکیل جلسات اولیه بیشتری بین کارگران و کارفرمایان بالقوه امکان پذیر است. کارایی بیشتر همچنین می تواند از آنجا ناشی شود که غربال کردن اینترنتی داوطلبان وجود دارد. برای مثال، برخی شرکت های آمریکایی به متقاضیان استخدام پرسشنامه ای برای مصاحبه الکترونیکی می دهند. این شرکت ها با تعدیل و تنظیم تدریجی پرسش های مصاحبه، توانسته اند فرایند غربال کردن را بهبود بخشیده و نرخ حفظ نیروی کار را افزایش دهند.

افزایش کارایی انطباق را در اقتصاد آمریکا می توان به تدریج شاهد بود. به رغم این واقعیت که آگهی های دعوت به همکاری روزنامه ها معمولاً در هنگام کاهش نرخ بیکاری افزایش می یابد، شاخص آگهی های دعوت به همکاری روزنامه ها در سراسر دوره رونق اقتصادی دهه ۱۹۹۰ ثابت باقی مانده است. یک

برداشت از واقعیات فوق این است که منحنی بوریج - رابطه منفی بین تعداد مشاغل خالی و نرخ بیکاری - به سمت مبدا جابجا شده است که با بهبود در کارایی انطباق کل مشاغل در بازار کار امریکا سازگار است. یک توضیح قابل تامل دیگر این است که فضای آگهی مشاغل خالی از روزنامه ها به اینترنت نقل مکان کرده است. اما افزایش کارایی انطباق بازار کار را به هیچ وجه نمی توان انکار کرد. برآوردهای جدید نشان می دهد که با تورم غیر شتابان نرخ بیکاری سازگار نیز طی دهه ۱۹۹۰ کاهش یافته است (آیوتر ۲۰۰۱، ص ۲۸).

❖ اساساً همه بنگاه های بزرگ امریکایی و انگلیسی، مشاغل خالی خود را در اینترنت ارایه کرده و اجازه پرکردن فرم تقاضا را در همان لحظه می دهند.

نظریه بازارکار پیش بینی می کند با کاهش هزینه جستجوی شغل، بهره وری افزایش خواهد یافت. چون کارگران و بنگاه ها با سرعت بیشتری قادر به بررسی انطباق های بالقوه هستند و کیفیت انطباق مورد نظر - یعنی

حداقل بهره وری که یک کارفرما تحمل خواهد کرد، یا معادل آن، حداقل دستمزدی که یک کارگر قبول خواهد کرد - افزایش می یابد. کیفیت انطباق بالاتر، تولید را افزایش داده و دستمزد کارگر و سود بنگاه نیز طبق آن بالا می رود. به طور کلی، با کاهش هزینه های جستجو، بیکاری نیز کاهش خواهد یافت. علاوه براین، انطباق های شغلی بهتر باید انگیزه کارگر به جدا شدن از کارفرمایش را کاهش دهد. البته تحت شرایط معینی افزایش کیفیت انطباق مورد نظر می تواند بیکاری را کاملاً خنثی سازد. به طور مثال، چون اینترنت، امکان پیشنهادات شغلی بهتر را برای افراد شاغل آسان تر می سازد - و به همین ترتیب برای کارفرمایان نیز پیدا کردن فرد جایگزین در هنگام ترک کارگران آسان تر است - احتمالاً انگیزه جدا شدن و اخراج بیشتر شغلی می باشد.

در سال ۱۹۹۸، هفت درصد کارگران شاغل به طور منظم از اینترنت برای جستجوی یک شغل جدید استفاده کردند، این میزان جستجوی حین کار بسیار بیشتر از سایر روش های معمول است. مسأله فوق نشان

❖ سایت های استخدام اینترنتی برای اینکه کارگران را جهت جستجو و ارسال رزومه به سمت سایت خود جذب کنند، اطلاعات رایگان را درباره حقوق یا فرصت های آموزشی ارائه کرده و در مورد بهترین روش های مصاحبه شغلی همراه با سایر توصیه های شغلی و کاریابی رهنمود می دهند.

۲- جستجوی شغل اینترنتی باعث بهبود نرخ کاریابی شده و انتظار می رود بیکاری اصطکاکي را کاهش دهد. کارفرمایان می توانند از سایت های شغلی برای غربال کردن داوطلبان استفاده کنند، با مشخص کردن اینکه فهرست مشاغل مورد نیاز آنها فقط در اختیار داوطلبانی است که صلاحیت های ویژه مثلاً مدرک یا تجربه خاص را داشته باشند. البته ممکن است در عمل هیچ رابطه ای بین جستجوی شغل اینترنتی و زمان پیدا کردن شغل (بیکاری اصطکاکي) دیده نشود و علت آن می تواند این باشد که کاهش هزینه جستجو باعث افزایش مدت

می دهد که اینترنت تأثیر زیادی در جستجوی شغلی کارگران شاغل خواهد داشت. در واقع، مدت زمان اشتغال به کار در يك شغل برای همه گروه های سنی و هر دو جنس کاهش یافته است، این روند با افزایش نرخ گردش نیروی کار سازگار است.

۱- هزینه مبادلاتی کمتر اینترنت برای بنگاه ها را به راحتی می توان ثابت کرد، سایت های اینترنتی در مقایسه با آگهی های روزنامه ای، حجم بیشتری اطلاعات درباره تعداد مشاغل بیشتر را به تعداد مخاطبان بیشتر با هزینه کمتر ارائه می دهند. به عنوان مثال، يك آگهی استخدام در نیویورک تایمز با شمارگان ۷،۱ میلیون نسخه در روز، ۴۵۰۰ دلار هزینه برمی دارد، در حالی که سایت مانستر دات کام در ماه می ۲۰۰۰، بیش از ۸،۳ میلیون بازدید کننده منحصر به فرد داشت، و ۱۳۷ دلار برای يك آگهی ۳۰ روزه تعیین می کند که مبلغی کمتر از ۵ درصد روزنامه است. برآورد می شود هزینه استخدام اینترنتی برای بنگاه ها حدود يك پنجم استفاده از رسانه های چاپی باشد (کروگر ۲۰۰۰). جستجوی مشاغل در سایت های آسان تر است. آنها به روزتر هستند چون آگهی ها لحظه ای اعلان شده و به دفعات بیشتری تغییر و ویراستاری می شوند به اشخاص اجازه می دهند تا مهارت های خویش را به کارفرمایان تبلیغ نموده و نیز بالعکس.

جدا ساختن تأثیر کاهش هزینه های جستجو از وسوسه فرصت های شغلی بهتر و يك فرهنگ تجاری که تمایل بیشتری به اخراج پیدا کرده است مشکل بوده و این موضوع شایسته بررسی دقیق تری می باشد. همچنین مهم است بررسی شود کارفرمایانی که در جستجوی نیروی کار در سایت های شغلی هستند در مقایسه با زمانی که از آگهی های دعوت به همکاری استفاده می کنند آیا با سرعت بیشتری و کارگران بهتری پیدا می کنند. در مورد کارگرانی که از جستجوی شغلی اینترنتی استفاده می کنند نیز بررسی شود. در نتیجه، سایت های شغلی چندین مزیت نسبت به همتایان متنی خود، یعنی آگهی های استخدام در روزنامه ها دارند. این سایت ها از سه طریق باعث افزایش کارایی اقتصاد می شوند: کاهش هزینه مبادلاتی، تصفیه سریع تر بازار کار و انطباق بهتر بین کارگران و مشاغل

زمان بیکاران و کارگران شاغل شود، و فرآیند پرکردن مشاغل خالی را کُند نماید. به طور کلی، در یک مدل استاندارد جستجو، هزینه جستجو بر زمان جستجو تأثیر می‌گذارد، به طوری که اگر اینترنت در انطباق کارگران با مشاغل، کارایی بیشتری داشته باشد، باعث افزایش زمان جستجو می‌شود چون پیدا کردن یک انطباق خوب را ارزان تر می‌سازد. تأثیر اینترنت بر کل زمان جستجو برای شغل، به دامنه این اثر قیمتی بر زمان جستجو، در مقایسه با کاهش در زمان جستجو به علت بهبود تکنولوژی جستجو بستگی دارد. اینکه کدام اثر غلبه یابد یک بررسی تجربی است.

۳- مهمترین نقش مثبت استخدام های اینترنتی برای بازار کار در انجام انطباق های شغلی بهتر است. سایت های شغلی می‌توانند نقش فعالی در انطباق داشته باشند. اینک به جای انتظار کشیدن تا کارگران یا بنگاه ها یکدیگر را پیدا کنند، نرم افزارهایی وجود دارند که قادر به تجزیه و تحلیل فهرست های شغلی اعلان شده و رزومه ها هستند تا انطباق های محتمل و

شناسایی نموده و سپس هر دو طرف را مطلع می‌سازند. برخی الگوریتم های انطباق، از رفتار کارگران کسب اطلاع کرده، به مشاغلی توجه می‌کنند که یک کارگر خاص متقاضی آن بوده و توصیه های وی را طبق آن تنظیم می‌نمایند. علاوه بر این، کارفرمایان می‌توانند از اینترنت برای بررسی مهارت یا انجام آزمون شخصیت در موضع تقاضای شغل استفاده کنند. اینترنت با توانایی انتشار گسترده اطلاعات درباره مشاغل، قاعدتاً باید «شبکه دوستان قدیمی و هم محله ای ها» را شکسته و موانع جغرافیایی سنتی را از بین ببرد. کسی که در یک کافی نت در یک روستای دور افتاده نشسته است می‌تواند مشاغل را در مراکز استانها و مرکز کشور به دقت از نظر گذراننده و تقاضای استخدام بدهد. اگر وی توانایی و مهارت لازم را داشته باشد می‌تواند بر یک متقاضی با صلاحیت کمتر از مراکز استان پیروز شود.

این تحولات باعث ایجاد منافع اجتماعی می‌شود اما این منافع به صورت یکسان توزیع نشده و فراگرد تحقق منافع باعث ایجاد مشکلات جدیدتری می‌شود. یکی از مهم ترین اثرات اینترنت بر بازار کار، احتمالاً ایجاد

نهادهای جدیدی خواهد بود که مشکلات پیش آمده را با فرصت های جدیدی حل و فصل نماید.

عوارض و مشکلات کارایی اینترنتی

اینترنت با افزایش کارایی بازار کار، منافع اجتماعی بوجود می‌آورد. اما این منافع به صورت یکسان توزیع نشده و احتمالاً مشکلات جدیدی بوجود می‌آورند. در اینجا به چند نمونه از مشکلات و بویژه به مشکل گزینش نامناسب اشاره می‌شود: گزینش نامناسب متقاضیان کار: اطلاعات درباره صفات و ویژگی های کارگران را می‌توان به دو نوع پنهانی باند پایین و بالا تقسیم کرد. داده های پنهانی باند پایین، اطلاعات عینی قابل اثبات از قبیل تحصیلات، مدرک، تجربه و حقوق هستند. داده ها پنهانی باند بالا صفاتی مثل کیفیت کار، انگیزه و علاقه مندی به کار و سایر شایستگی ها هستند. اثبات صفات دسته دوم غالباً مشکل است، مگر اینکه از طریق برخورد مستقیم مثل مصاحبه و تماس مداوم به دست آید. اینترنت باعث ارزان شدن داده های پنهانی باند پایین می‌شود، به طوری که هزینه کسب اطلاع و درخواست برای مشاغل را کاهش می‌دهد. برای

مثال، وارسی سایت های شغلی تقریباً همیشه رایگان بوده و ارسال تقاضای کار به چندین کارفرما بسیار متداول است.

❖ **یک آگهی استخدام در نیویورک تایمز با شمارگان ۷،۱ میلیون نسخه در روز، ۴۵۰۰ دلار هزینه برمی دارد، در حالی که سایت مانستر دات کام در ماه می ۲۰۰۰، بیش از ۸،۳ میلیون کننده منحصر به فرد داشت، و ۱۳۷ دلار برای یک آگهی ۳۰ روزه تعیین می کند که مبلغی کمتر از ۵ درصد روزنامه است.**

این وضعیت مشکل زا است. کارگران می توانند قضاوت کنند که آیا با یک شغل خاص تناسب دارند یا خیر (یعنی آنها داده های پنهانی باند بالای شخصی خود را می دانند)، اما کارفرما مجبور است از طریق انجام مصاحبه و غربال کردن، این اطلاعات را جمع آوری کند. در جهانی که ارسال تقاضای کار هزینه دار است، افرادی که می دانند داوطلبان ضعیفی برای یک شغل خواهند بود زحمت ارسال تقاضای استخدام را به خود نمی دهند. با کاهش هزینه

تقاضای استخدام شغلی به نزدیک صفر، مشکل گردآوری اطلاعات پنهانی باند بالا از بین نمی رود. در عوض، هزینه را به کارفرما یا سایر کارگرانی انتقال می دهد که باید تلاش بیشتری بکنند تا صلاحیت های خویش را نشان دهند. وقتی هزینه تقاضای استخدام کاهش می یابد، بنگاه ها احتمالاً از موانع دیگری استفاده می کنند تا گزینش نامناسب را کاهش داده و کیفیت کلی مجموعه تقاضاها بهتر شود.

اکثر سایت های شغلی تا حدودی در واکنش به مشکل درخواست های مازاد و نامناسب، فیلترگذاری را پیشنهاد می کنند تا جلوی درخواست کنندگان بی صلاحیت برای تحویل رزومه گرفته شود. شرکت های خدمات اشتغال اینترنتی کنترل های سابقه کار اینترنتی و خدمات پیش غربال کردن دارند. یک آگهی تبلیغی در آمریکا که خدمت غربال کردن اینترنتی را معرفی می کرد می پرسید: آیا او واقعاً در هاروارد بوده است؟ آیا او واقعاً مدرک میکروسافت دارد؟ مطمئن باشید ما به شما در این باره کمک خواهیم کرد.

یک سایت که مدیران سرشناس را به همکاری دعوت می کند به

درخواست کنندگان هشدار می دهد که یک پروسه تقاضای اینترنتی ۳۰ تا ۶۰ دقیقه ای را باید بگذرانند تا واجد شرایط برای تقاضای شغلی شوند. فرض این است که لزوم صرف چنین مدت زمانی، باعث کنار کشیدن متقاضیان غیرجدي می شود (آیوتر ۲۰۰۱، ص ۶-۳۶).

بخش اعظم مشاغل از طریق مراجعه شخصی و نه تماس های رسمی پیدا می شوند که گزینش نامناسب درخواست های شغلی احتمالاً یک دلیل مهم آن است. برای مثال، گزارش می شود که تقریباً از ۳۰۰ کاربر اینترنتی مورد سؤال قرار گرفته، ۴ درصد، شغل جدید خود را با اینترنت یافته اند، در مقایسه با ۶ درصد از طریق مؤسسات کاریابی، ۲۳ درصد از طریق روزنامه و ۴۰ درصد با مراجعه شخصی. اگر تقاضای شغلی اینترنتی، باعث گزینش نامناسب شود، یک پیامد ناهنجار آن این است که مراجعات شخصی در یک بازار کار به هم متصل مهم تر می شود.

در واقع، به نظر می رسد اکثر کارفرمایان معتقدند رزومه های اعلام شده به سایت های شغلی، بیانگر یک مجموعه کاملاً نامناسب گزینش شده هستند. یک نظر سنجی از کاریابی ها نشان داد که ۷۱ درصد رزومه های اعلام شده، متعلق به کارگران

❖ **اینترنت توانایی گسترده درباره قواعداً باید «شبکه دوستان قدیمی و هم حله ای ها» را شکسته و موانع جغرافیایی سنتی را از بین برد.**

انطباق شغلی بهبود پیدا می کند. اما منافع بهره وری برای برخی کارگران احتمالاً با زیان برخی دیگر خنثی می شود.

در دنیای پیش از اینترنت، متقاضیان کمتری برای هر شغل وجود دارد، بنابراین بنگاه ها نخستین کارگري را که درخواست کار می کنند استخدام می کنند. دردنيای پس از اینترنت، کارفرما برای هر شغلی درخواست های بی شماری دریافت می کند. متعاقب آن اینترنت به بنگاه ها اجازه می دهد تا کارگرانی که مناسب فناوری تولید آنها هستند را انتخاب کنند و بازار کار را از يك مجموعه تعادلي که کارگران ماهر و ساده همراه هم کار می کنند به يك تعادل جداگانه می برد که با هم کار نمی کنند. این انطباق بهتر بنگاه - کارگر، باعث جداسازی بیشتر محل کار برطبق مهارت ها شده و رفاه کارگران ساده را به طور مطلق کاهش می دهد.

نقش نهادهای واسطه ای

داوطلبان انفعالی توسط اینترنت، احتمالاً این نوع از تعقیب کارگر توسط کارفرما در بازارهای کار را بیشتر متداول می سازد که به ضررکارجویان بیکار تمام می شود.

❖ **اینک به جای انتظار کشیدن تا کارگران یا بنگاه ها یکدیگر را پیدا کنند، نرم افزارهایی وجود دارند که قادر به تجزیه و تحلیل فهرست های شغلی آعلان شده و رزومه ها هستند تا انطباق های محتمل و موجه را شناسایی نموده و سپس هر دو طرف را مطلع می سازند.**

کاهش هزینه های جستجو برای کارگران و کارفرمایان باید باعث افزایش بهره وری و دستمزد شود، چون کیفیت

بیکار است. مدیر استخدام نیروی کار يك شرکت گفته است سایت های شغلی با رزومه های از چهار (جماعت) نامناسب گزینش شده، انباشته شده است: آدم های ناراحت (که کارمند مطلوبی نیستند)؛ کنجکاو (و در نتیجه از این شغل به آن شغل می پرند)؛ غیرقابل ترفیع (به دلیلی)؛ و بیکار (به دلیل بدتری).

شاید به علت همین ذهنیت باشد که کارفرمایان، مجموعه کارجویان شخصاً خود معرفی کننده را کنار گذاشته و با استفاده فزاینده از اینترنت به دنبال «داوطلبان انفعالی» می گردند که در حال حاضر شاغل بوده و احتمالاً با يك فرصت بهتر تطبیع می شوند.

اصطلاح هنرمندانه این عمل، بهره برداری از استعداد است. که آن نیز مستلزم مراجعه مرتب مدیران منابع انسانی به سایت های شرکتی، اتاق های چت، و سایر رسانه های اینترنتی برای شناسایی و ترغیب تقاضای کار از داوطلبان مطلوب است. در حالی که مؤسسات استخدام نیروی کار که در استخدام و شکار شاغلان تخصص دارند از مدتها قبل وجود داشته اند؛ آنها در وهله نخست در بازارهای کار مدیران اجرایی فعالیت می کردند. کاهش هزینه شناسایی و هدفگذاری

در حل مشکل گزینش نامناسب

با کاهش یافتن هزینه ارتباطات و هماهنگی، همراه با امکان پذیری عرضه خدمات نیروی کار از مکان های دور افتاده، این احتمال می رود که نهادهای جدید بازار کار بوجود آیند تا بین بنگاه ها و کارگران بالقوه دور واسطه شوند. این واسطه ها که در شکل سایت های اینترنتی ظاهر می شوند اقدام به ضمانت ویژگی های کارگران و حتی فروش مجدد خدمات آنها می کنند. برخی سایت ها محیط های حراج یا بازار لحظه ای ارایه کرده اند که شرکت ها می توانند کارگران فنی مستقل و آزاد را شناسایی و با آنها قرارداد ببندند. این خدمات اینترنتی یک نوع کارکرد بازار سازی دارند، یعنی به بازارهای کار اجازه فعالیت در جایی را می دهند که قبلاً لایه های نازکی از خریداران و فروشندگان در کنار هزینه های مبادلاتی بالا، وجود داشت و مبادله را بسیار پرهزینه می ساخت.

اما تردیدهای جدی در مورد امکان موفقیت (عملی بودن) و برد این بازارها وجود دارد. همچنانکه پتانسیل برای قراردادهای کار در مکان های دور افتاده گسترش می یابد، این پرسش مطرح می شود که چگونه بازارهای کار الکترونیکی، داده های

پهنای باند بالا مورد نیاز برای تقویت انطباق خوب و کاهش گزینش نامناسب را تهیه و توزیع می کنند؟ یک استانداردسازی است. اگر معاملات بازار کار را بتوان به خریدهای کالایی تبدیل کرد - مثلاً از طریق توسعه شناسنامه های مهارتی مفصل و قابل اثبات، انواع جدید داده های پهنای باند پایین، که اثبات آنها راحت است، احتمالاً جایگزین داده های پهنای باند بالا می شود. اما ناهمگونی ذاتی کارگران و مشاغل احتمالاً یک سقف برای رسیدن استانداردهای بازار کار قرار می دهد. با این حال مؤسسات کاریابی اینترنتی به درخواست بنگاه ها اطلاعات متنوع از کارگران دریافت می کنند تا امکان ارزیابی و غربال کردن به درستی فراهم شود، مثلاً: مشخصات ضامن ها، میزان تحصیلات و سوابق محکومیت های جنایی و مدنی، گزارش تخلفات رانندگی و اعتبار بانکی و حقوق های دریافتی. علاوه بر این ها، آزمون های مهارتی و شخصیتی به صورت اینترنتی انجام می شود. کارگران نیز می توانند اطلاعات بیشتری درباره شرایط کاری و پیش نیازهای مشاغل را از سایت های مختلف به دست آورند.

❖ یک سایت مدیران سرشناس را به همکاری دعوت می کند به درخواست کنندگان هشدار می دهد که یک پروسه تقاضای اینترنتی ۳۰ تا ۶۰ دقیقه ای را باید بگذرانند تا واجد شرایط برای تقاضای شغلی شوند. فرض این است که لزوم صرف چنین مدت زمانی، باعث کنار کشیدن متقاضیان غیرجدي می شود.

انتقال دهد که ضمانت نامه ها نمی توانند چنین کاری بکنند، برای مثال رزومه های الکترونیکی احتمالاً در نهایت - علاوه بر مدارک تحصیلی و تجربه ترکیب

❖ اگر تقاضای شغلی اینترنتی، باعث گزینش نامناسب شود، یک پیامد ناهنجار آن این است که مراجعات شخصی در یک بازار کار به هم متصل مهم تر می شود.

پروژه هایی که متقاضی انجام داده، خلاصه ارزیابی مشتریان، و حتی ارزیابی های تشخیصی استاندارد شده ای ارایه می دهند.

نتیجه اینکه با گسترده شدن حوزه جغرافیایی بازار کار،

تردیدسایر بخش های اقتصاد نیز از آنها بهره مند خواهند شد.

منابع

وبستر، فرانک، «نظریه های جامعه اطلاعاتی»، مترجم اسماعیل قدیمی، ۱۳۸۰، نشر قصیده سرا.

Autor, David H, (2001), Wiring the Labor Market, Journal of Economic Perspectives, 15(1), Winter 2001, 25 40.

Arrow, Kenneth J. (1979), "The Economics of Information," (www.economist.com).

Oxford Review of Economic Policy, Vol. 18, no.3, 288-305.

Gareis, K. And A. Mentrup, Virtualisation of Labour Market Transactions: Technological Potential and Status Quo, STAR Issue Report No. 7, www.databank.it/star, 2001.

Krueger, Alan B. (2000) The Internet is Lowering the Cost of Advertising and Search Looking into the Black Jobs New York Times, July 20, C2.

Masuda, Yoneji (1990) "Managing in the Information Society: releasing synergy Japanese Style" Basil Blackwell, Oxford.

Nordhaus, William D.(2001 a). "Productivity Growth and the New Economy".

NBER Working Paper No.w8096. (<http://papers.nber.org/papers/W8096>)

Petrongolo, Barbara and Christopher A. Pissarides, (2001) *Journal of Economic Literature*, Vol. 39, No.2, June, 390-431.

Rizk, Nagla, (Information Technology and Growth: Will the Software Industry Lead Egypt into a New Economy? *Topics in Middle Eastern and North African Economies*, electronic journal, September, Volume 4, Middle East Economic Association and Loyola University.

اما پیش شرط انطباق بهتر، وجود نهادهای جدیدی است که مشکل بنگاه ها را در غربال کردن حل نمایند. این نهادها باید بتوانند اطلاعات پهنای باند بالا را به شکل های گوناگون به اطلاعات پهنای باند پایین تبدیل نمایند تا ارزیابی و استخدام مناسب، به راحتی انجام گیرد. اثربخشی این نهادها در کشورهایی بیشتر است که سوابق گوناگون افراد به صورت قابل استناد در بانک های اطلاعاتی مختلف موجود بوده و با اندک هزینه ای قابل گردآوری است. اما در کشورهای توسعه نیافته ای از قبیل ایران که حتی آمارهای حیاتی و کلان آنها محل تردید و بحث است، بعید به نظر می رسد چنین نهادهای واسطه ای بتوانند اطلاعات و سوابق اشخاص را به راحتی تهیه و در اختیار کارفرمایان قرار دهند. البته با رشد نسبی کامپیوتری شدن مؤسسات عمومی و مکانیزاسیون فعالیت ها در اکثر بخش های اقتصاد و ضرورت حیاتی چنین اطلاعاتی امید می رود به تدریج این گونه اطلاعات تهیه و قابل دسترس شود که بی

تقاضای جدید برای هر دو نوع داده های بازار کار پهنای باند بالا و پایین بوجود خواهد آمد. اینترنت، اولی را به حد زیاد انتقال می دهد، اما بعدی را نمی توان به صورت الکترونیکی به خوبی انتقال داد. این تنگنای اطلاعاتی، فرصت هایی برای ظهور نهادهای جدید بوجود می آورد. در حالی که پیش بینی دقیق شکل و شمایل این نهادها مشکل است نقش آنها واضح می باشد. با عرضه داده های پهنای باند بالا برای روغن کاری چرخ های بازار کار، آنها بازاری سازی خواهند کرد - یعنی کاهش اطلاعات نامتقارن که احتمالاً در غیراین صورت سد راه مبادلات بازار کار می شوند.

نتیجه گیری

انواع سایت های کاریابی اینترنتی دیر یا زود در ایران رواج و گسترش یافته و با اطلاعات انبوه، ارزان و به هنگامی که در اختیار کارگران و کارفرمایان قرار می دهند امکان انطباق های بهتر را فراهم می سازند.