

רקע

- חיפוש עבודה הוא מאמץ מורכב ומרתיע. מלבד המשמעויות הכלכליות של אבטלה, מחפשי עבודה מתמודדים עם אתגרים הקשורים למידע רלוונטי: כמה מאמץ להפעיל, באילו ערוצים לחפש, אילו סוגי עבודה ובאיזו תעשייה להתמקד, מה האזור הגיאוגרפי המועדף ועוד..
- מיעוט המידע והמשוב בנוגע למאפייני החיפוש משפיע על הביטחון העצמי וכוח הרצון של מחפשי העבודה. בנוסף לתסכול הקיים, נאלצים מחפשי עבודה להתמודד עם דחייה של מעסיקים ומצבים של נסיגה אישית שמקשים עוד יותר על חיפוש עבודה.
- בשנים האחרונות גבר העניין בקרב קובעי מדיניות בגרמניה להבין טוב יותר את השפעות הטיפול של רפורמות והתערבויות בשוק התעסוקה על קבוצות שונות באוכלוסייה. המאבק באבטלה לטווח ארוך הוא מדיניות מרכזית של הממשלה, כאשר ההמלצות הבולטות ביותר הן של ועדת הרפורמות לשוק התעסוקה הגרמני משנת 2002, הידועות גם כ- "Hartz Reforms".

שאלת המחקר והשערת החוקרים

- האם הסברה ומתן מידע על תהליך חיפוש עבודה, התוצאות וההשלכות של אבטלה למחפשי עבודה יכול לשפר את סיכוייהם לחזור לשוק התעסוקה ולהשפיע בהמשך באופן חיובי על התוצאות בשוק התעסוקה?
- השערה ← חיפוש עבודה הוא בעיקר תהליך אינפורמטיבי והתנהגותי, כאשר אמונות מדויקות לגבי היבטים שונים בתהליך של חיפוש עבודה הן מפתח לחיפוש יעיל, בעוד שתפיסות מוטעות, כמו למשל התייחסות שגויה בנוגע לתוצאות הנובעות ממאמצי החיפוש עלולות להוביל להתנהלות לא יעילה.
- עידוד וחיזוק המוטיבציה הם מאפיינים חשובים בתהליך ההתערבות. מתן מידע, עידוד ומוטיבציה בשלבי חיפוש העבודה עשויים לשפר את סיכוייהם של מחפשי עבודה בשוק התעסוקה.

ספרות מחקר

- המחקר הנוכחי שואב השראה ותורם למחקרים קיימים המנתחים את ההשלכות של הסברה במגוון תחומים כלכליים כמו חיפוש עבודה והיצע עבודה (Belot et al., 2015; Chetty and Saez, 2013; Liebman and Luttmer, 2015; Bertrand and Morse, 2011), השכלה ובחירת בית ספר (Jensen, 2010; Hastings and Weinstein, 2008), הלוואות (Duflo et al., 2006; Saez, 2009), בחירת ביטוח בריאות (Kling et al., 2012), עמידה בחוקים וכללים (Fellner et al., 2013; Apesteguia et al., 2013).
- המחקר הקרוב ביותר הוא עלון אשר הזמין מחפשי עבודה להגיע למעבדה ולחפש עבודה באמצעות כלי מקוון שתוכנן במיוחד לשם כך. באמצעות המערך המקוון הוצע למחפשי העבודה מידע על עיסוקים אלטרנטיביים, וכן מידע על אזורים גיאוגרפיים בהם נדרשת מומחיות עבודה ספציפית. המחקר מצא כי אכן מידע נוסף גרם למחפשי העבודה לשקול מערך רחב יותר של מודעות דרושים, מה שתורגם למספר גבוה יותר של ראיונות עבודה, במיוחד בקרב מובטלים לתקופת זמן ממושכת אשר היו רגילים לחפש עבודה בדרך צרה יותר (Belot et al., 2015).