

تقرير  
2026

# اتجاهات التوظيف في الأردن



إعداد:

مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية  
و برنامج المرصد العمالي الاردني

عمان، الأردن  
نيسان 2026

## مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية

مؤسسة بحثية علمية مستقلة تأسست كدار دراسات وأبحاث ودار قياس رأي عام في عام 2003، يعمل المركز على بناء نموذج تنموي قائم على مبادئ الديمقراطية وحقوق الانسان، بالتركيز على اصلاح سياسات العمل وفق هذه المبادئ، إزالة القيود عن حرية التنظيم النقابي، تعزيز سياسات الحماية الاجتماعية وتطوير قواعد بيانات للفاعلين في العملية التنموية الشاملة والمستدامة، من خلال اعداد الدراسات والتقارير والأوراق البحثية والمؤتمرات والمدافعة وتطوير قدرات الفاعلين في العملية التنموية.



## المرصد العمالي الأردني

يعمل المرصد على رصد واقع وآفاق تطور الحركة العمالية والنقابية الأردنية والدفع باتجاه تطوير التشريعات العمالية بالمشاركة مع الأطراف ذات العلاقة ووفق معايير العمل الدولية بما يسهم في تحسين ظروف العمل لجميع العاملين في الأردن. ويقوم المرصد بإعداد التقارير ونشرها حول واقع العاملين في الأردن ويتابع الأنشطة النقابية المختلفة ساعيا لتسهيل تبادل الخبرات العمالية والنقابية بين الأردن والدول العربية والعالمية بهدف الاستفادة من تنوع تجاربها.



## مدخل

ومع ذلك، فإن رصد الوظائف المعلنة عبر الوسائل الورقية والرقمية يظل أداة مهمة لفهم اتجاهات سوق العمل المنظم. فهو لا يقدم صورة كاملة عن جميع فرص التشغيل، لكنه يساعد على بناء مؤشرات منظمة حول الوظائف الأكثر طلباً، والقطاعات الأكثر نشاطاً في الإعلان، والمنصات الأكثر استخداماً، والمهارات والخبرات والمؤهلات التي يطلبها أصحاب العمل. ومن هنا تبرز أهمية هذا النوع من البحوث للطلبة، والداخلين الجدد إلى سوق العمل، والباحثين عن تطوير مساراتهم المهنية، وكذلك للمؤسسات التعليمية والتدريبية التي تسعى إلى موازنة برامجها مع احتياجات سوق العمل الفعلية والمتغيرة.

وتشير نتائج الرصد إلى أن المنصات الرقمية أصبحت القناة الأوسع للإعلان عن الوظائف، حيث استحوذت على أغلبية الإعلانات المرصودة. وبعبارة أخرى، توضح أن سوق التوظيف في الأردن نحو الرقمنة، ويؤكد أن الوصول إلى فرص العمل بات مرتبطاً بدرجة متزايدة بقدرة الباحثين عن عمل على استخدام منصات التوظيف، وبناء حضور مهني رقمي، وإعداد سيرة ذاتية إلكترونية، ومتابعة الإعلانات عبر أكثر من منصة.

ولا يقتصر هذا التحول الرقمي على وظائف تكنولوجيا المعلومات فقط، بل يمتد إلى طيف واسع من الوظائف الإدارية، والمهنية، والمالية، والتسويقية، والهندسية، ووظائف المنظمات الدولية. وهذا يعني أن الباحثين عن عمل، وخاصة الشباب، لم يعودوا بحاجة فقط إلى مؤهل علمي أو خبرة عملية، بل يحتاجون أيضاً إلى مهارات بحث وظيفي رقمية، ومعرفة بكيفية استخدام المنصات المختلفة، وفهم طبيعة الوظائف التي تُنشر عبر كل منصة.

يشكل هذا التقرير محاولةً منهجية لاستكشاف اتجاهات التوظيف في الأردن خلال الربع الأول من عام 2026، من خلال رصد وتحليل الوظائف التي أُعلن عنها عبر وسائل الإعلان المتاحة، سواء الورقية أو الرقمية. وقد شمل الرصد الإعلانات المنشورة في الصحف الورقية، إلى جانب الإعلانات المنشورة على المنصات الرقمية المختلفة، مثل Baytg، LinkedIn، وتقيب، وأخطبوط، والسوق المفتوح، وGoogle Jobs، وImpact Pool، وغيرها من المنصات التي باتت تشكل قنوات رئيسية للإعلان عن فرص العمل في سوق العمل الأردني.

تقوم منهجية التقرير على تتبّع الإعلانات الوظيفية المتاحة علناً، ثم تصنيفها وتحليلها وفق مجموعة من المتغيرات الأساسية، من بينها وسيلة الإعلان، وطبيعة الوظائف، والتخصصات المطلوبة، والمؤهلات العلمية المطلوبة، والمهارات، والخبرات، ومكان العمل. ولغايات ضمان دقة التصنيف، جرى توحيد بعض الاختلافات الكتابية في أسماء المنصات والجهات الناشرة.

ولا يفترض هذا التقرير أن الرصد يغطي جميع فرص العمل المتاحة في الأردن؛ فهناك بالتأكيد فرص عمل كثيرة لا يتم الإعلان عنها عبر الصحف أو المنصات الرقمية، وخاصة في الوظائف اليدوية والمهنية والحرفية والخدمية. وبحكم الخبرة العملية في سوق العمل الأردني، فإن هذا النوع من فرص العمل واسع الانتشار، لا سيما في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تشكل النسبة الأكبر من منشآت القطاع الخاص في الأردن. وغالباً ما يتم التوظيف في هذه المؤسسات عبر العلاقات الشخصية، والتوصيات، والتواصل المباشر، والإعلانات غير الرسمية داخل المناطق والأحياء والمحال التجارية، وهي قنوات يصعب رصدها بشكل منتظم من خلال أدوات الإعلان التقليدية أو الرقمية.

الإعلانات الرسمية أو المؤسسية المنشورة عبر الصحف. وفي المقابل، فإن الاعتماد على الصحف وحدها لم يعد كافياً لفهم تحولات سوق العمل، خاصة في القطاعات الرقمية، والشركات الأجنبية، والمنظمات الدولية، والوظائف الإدارية والتقنية الحديثة.

ومن هنا، فإن هذا التقرير لا يهدف إلى تقديم حصر شامل لجميع فرص العمل في الأردن، بل إلى بناء قراءة منظمة لاتجاهات التوظيف في سوق العمل المعلن والمنظم. وتكمن أهمية هذه القراءة في أنها تساعد على تحديد الوظائف الأكثر طلباً، وفهم التحولات في المهارات والخبرات المطلوبة، وتوجيه الشباب نحو المسارات المهنية الأكثر واقعية، وتزويد الجامعات ومراكز التدريب بمؤشرات عملية تساعد على تطوير برامجها ومخرجاتها. كما يمكن أن تسهم في تقليل الفجوة بين التعليم والتوظيف، وبين توقعات الباحثين عن عمل واحتياجات أصحاب العمل، من خلال توفير صورة أوضح عن طبيعة الطلب الفعلي في سوق العمل الأردني.

في المقابل، ما تزال الصحف الورقية حاضرة بصورة مهمة في الإعلان عن الوظائف، إذ بلغت حصتها نسبة ملحوظة من الإعلانات المرصودة، خصوصاً أن بعض الإعلانات الرسمية أو المؤسسية، أو إعلانات الجهات الكبرى، لا تزال تُنشر عبر الصحافة الورقية. ويشير ذلك إلى أن التحول الرقمي لم يُلغِ القنوات التقليدية، بل جعلها قناة موازية، وقد تكون أكثر حضوراً في أنواع معينة من الوظائف أو لدى بعض المؤسسات التي ما تزال تعتمد النشر الورقي لأسباب قانونية أو إدارية أو مؤسسية.

وعلى مستوى المنصات الرقمية، تبرز LinkedIn باعتبارها المنصة الأهم ضمن العينة المرصودة، إضافة إلى منصة Bayt، ومنصة تنقيب، ومنصة أخطبوط، إلى جانب منصات أخرى.

وبناءً على ذلك، يعتمد هذا التقرير مقارنة مزدوجة في قراءة اتجاهات التوظيف، تجمع بين المنصات الرقمية والصحف الورقية. فالاعتماد على المنصات الرقمية وحدها قد يقدم صورة قوية عن الوظائف الحديثة والمهنية والتقنية، لكنه قد يُغفل جزءاً من



## مؤشرات عينة الرصد

الوظائف لا يتركز في منصة واحدة، بل يتوزع بين عدة منصات، لكل منها جمهورها وطبيعة الوظائف التي تُنشر من خلالها.

كما تكشف البيانات عن حضور السوق المفتوح بنسبة 4.4 بالمئة، وهي نسبة تحمل دلالة مختلفة، إذ غالباً ما ترتبط هذه المنصة بالوظائف التشغيلية والخدمية، ووظائف المبيعات، والحرف، والوظائف ذات الطابع المباشر أو الأقل رسمية. أما Google Jobs بنسبة 3.2 بالمئة و CareerJet بنسبة 0.5 بالمئة، فهما أقرب إلى قنوات تجميع وبحث عن الوظائف، ما يعني أن جزءاً من الباحثين عن عمل يصل إلى الفرص عبر محركات البحث، وليس فقط من خلال منصات التوظيف المباشرة.

وتظهر منصة Impact Pool بنسبة 2.8 بالمئة، وهي وإن كانت محدودة نسبياً من حيث الحجم، إلا أنها ذات أهمية نوعية، لأنها ترتبط غالباً بوظائف المنظمات الدولية، والتنمية، والعمل الإنساني، والحماية، وإدارة البرامج. وعادة ما تكون هذه الوظائف أكثر طلباً من حيث الخبرة، واللغة، والمؤهلات، والمهارات المتخصصة.

وبصورة عامة، تشير هذه النتائج إلى أن رصد اتجاهات التوظيف في الأردن يحتاج إلى مقارنة مزدوجة تجمع بين المنصات الرقمية والصحف الورقية. فالمنصات الرقمية تكشف جانباً مهماً من الوظائف الحديثة والمهنية والتقنية، بينما تساعد الصحف الورقية على رصد جزء من الإعلانات الرسمية والمؤسسية. ومن منظور الشباب ومخططي التعليم والتدريب، تؤكد البيانات أهمية امتلاك مهارات البحث الوظيفي الرقمي، مع عدم إهمال القنوات التقليدية، خاصة عند تتبع الوظائف الرسمية أو الإعلانات المؤسسية واسعة النطاق.

تُظهر البيانات أن الإعلان عن الوظائف في العينة المرصودة يعتمد بدرجة رئيسية على المنصات الرقمية، التي استحوذت على 69.4 بالمئة من إجمالي الإعلانات، مقابل 30.6 بالمئة للصحف الورقية.

وتعكس هذه النتيجة تحولاً واضحاً في سوق التوظيف في الأردن نحو الرقمنة، لكنها في الوقت ذاته تؤكد أن القنوات التقليدية لم تختفِ بعد، بل ما تزال حاضرة، خصوصاً في بعض الإعلانات الرسمية أو المؤسسية أو تلك الصادرة عن جهات كبيرة ما تزال تعتمد النشر الورقي.

وتظهر الصحف الورقية بنسبة ذات دلالة مهمة، إذ تشير إلى أن الصحافة الورقية ما تزال تؤدي دوراً في الإعلان عن الوظائف، لا سيما في الإعلانات ذات الطابع الرسمي أو واسع الانتشار. وهذا يعني أن الاعتماد على المنصات الرقمية وحدها في رصد سوق العمل قد يؤدي إلى إغفال جزء مهم من الإعلانات المنشورة عبر القنوات التقليدية.

أما على مستوى المنصات الرقمية، فتأتي LinkedIn في المقدمة بنسبة 23.9 بالمئة من إجمالي الإعلانات، ما يعكس مكانتها المتزايدة كمنصة رئيسية للوظائف المهنية والإدارية والتقنية، ولا سيما الوظائف التي تتطلب مؤهلات جامعية، وخبرات متوسطة أو عالية، ومهارات تواصل مهنية، غالباً باللغة الإنجليزية. وتؤكد هذه النسبة أن الحضور المهني الرقمي على LinkedIn أصبح أداة أساسية للباحثين عن عمل، وليس مجرد خيار إضافي.

وتأتي منصة Bayt بنسبة 14.5 بالمئة، بما يعكس استمرار أهمية منصات التوظيف العربية والإقليمية في سوق العمل الأردني. كما تظهر منصة تنقيب بنسبة 10.1 بالمئة، ومنصة أخطبوط بنسبة 8.7 بالمئة، وهو ما يدل على أن الإعلان الرقمي عن

## الفئات المهنية للوظائف المطلوبة

أما فئة التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال وخدمة العملاء فجاءت بنسبة 12.9 بالمئة، وهي نسبة لافتة تعكس أهمية الاقتصاد الخدمي والتجاري. وتضم هذه الفئة وظائف مثل مديري ومندوبي ومسؤولي التسويق والمبيعات التقليدي والرقمي، وتطوير الأعمال، وخدمة العملاء. وتشير هذه الفئة إلى أن السوق يحتاج إلى مهارات التواصل، الإقناع، تحليل احتياجات العملاء، التسويق الرقمي، والعمل تحت الضغط. كما أنها توفر فرص دخول واسعة للشباب، لكنها تتطلب تطويراً مستمراً للمهارات الرقمية واللغوية والسلوكية.

وجاءت فئة الصحة والطب والتمريض والدعم النفسي بنسبة 10.6 بالمئة، وهي فئة ذات طابع تخصصي واضح. وتشمل وظائف مثل أطباء مقيمين بمختلف التخصصات، مختبرات طبية، تمريض، صيدلة، وأخصائيين نفسيين، إضافة إلى عدد كبير من الاختصاصات الطبية الدقيقة مثل طب الأطفال، الجراحة، الباطنية، العيون، النسائية، التخدير، والعناية المركزة. وتدل هذه النسبة على أن الطلب الصحي لا يتركز فقط على الطب العام، بل يتجه نحو التخصصات الدقيقة، الرعاية المتخصصة، الصحة النفسية، والخدمات الطبية المساندة.

وتشكل فئة التعليم والتدريب والأبحاث نسبة 10.3 بالمئة من الوظائف المعلنة. وتضم هذه الفئة وظائف مثل أستاذ جامعي، أستاذ مساعد، محاضر، معلم لغة عربية، معلم لغة إنجليزية، معلم أحياء، معلم كيمياء، معلم موسيقى، معلم تربية رياضية، معلم تصميم رقمي، مدرب لغة إنجليزية، وباحث علمي زراعي. وتكشف هذه النسبة أن الطلب في قطاع التعليم لا يقتصر على التدريس التقليدي، بل يشمل التعليم الدولي، التعليم الرقمي، التدريب، اللغات، الفنون، والبحث التطبيقي، ما يستدعي تحديث برامج إعداد المعلمين وتعزيز مهارات التكنولوجيا التعليمية والتدريس التفاعلي.

تُظهر بيانات الوظائف المعلنة أن الطلب على العمل في الأردن خلال الفترة المرصودة يتوزع على مجموعة واسعة من الفئات المهنية، ولا يتركز في قطاع واحد. وتكشف النسب المئوية أن سوق العمل يجمع بين الطلب على الوظائف الإدارية والتنظيمية، والوظائف الفنية والهندسية، والوظائف التجارية والخدمية، إلى جانب وظائف الصحة والتعليم والتكنولوجيا. ويُعد هذا التنوع مهماً لأنه يبيّن أن اتجاهات التوظيف لا تعكس فقط توسعاً في الوظائف الرقمية، بل أيضاً استمرار الحاجة إلى وظائف تقليدية ومهنية وخدمية.

تأتي فئة الإدارة والمشاريع والموارد البشرية والمشتريات في المرتبة الأولى بنسبة 17.0 بالمئة من إجمالي الوظائف المعلنة. وتعكس هذه النسبة وجود طلب واضح على الوظائف التي تدير عمل المؤسسات وتنظم مواردها ومشاريعها، مثل إدارة المشاريع وتنسيقها، مسؤول العمليات، الموارد البشرية، والمشتريات، وغيرها من المهن الإدارية. وهذا يشير إلى أن سوق العمل يحتاج إلى مهارات تنظيمية وإدارية عابرة للتخصصات، مثل التخطيط، المتابعة، كتابة التقارير، إدارة الفرق، استخدام الأنظمة الرقمية، والتواصل المؤسسي.

وتأتي فئة الهندسة والإنشاءات والطاقة والجودة والسلامة في المرتبة الثانية بنسبة 14.5 بالمئة. وتشمل هذه الفئة وظائف مثل مهندسين مدنيين وكهرباء وميكانيك وعمارة وصناعة وتصميم وطاقة شمسية، وحاسبي كميات، ومراقبي أبنية، وأخصائيي طاقة، ومشرفي جودة، ومفتشي سلامة وصحة مهنية. وتوضح هذه النسبة أن الطلب على الهندسة لا يقتصر على التصميم أو التنفيذ التقليدي، بل يمتد إلى الجودة، السلامة، الطاقة، البيئة، إدارة المواقع، ونمذجة معلومات البناء. وهذا يعزز الحاجة إلى تعليم هندسي أكثر تطبيقية وارتباطاً بالمشاريع والتكنولوجيا والسلامة المهنية.

أما فئة النقل والسائقين فبلغت 6.0 بالمئة، وتشمل وظائف مثل سائق تراكتور زراعي، وسائق سيارة، وسائق سيارة محورين. وتعكس هذه الفئة وجود طلب تشغيلي وميداني مرتبط بقطاعات الزراعة، النقل، الخدمات اللوجستية، وبعض الوظائف عالية التخصص مثل الطيران. وهي فئة مهمة للتعليم والتدريب المهني، خاصة في مجالات قيادة وتشغيل الآليات، السلامة المرورية، والصيانة الأساسية.

وجاءت فئة الخدمات والضيافة والحرف والعمالة العامة بنسبة 4.1 بالمئة، وتشمل وظائف مثل نادل، ضيافة، شيف، موظفي استقبال، موظفي أمن، عمال تجميع، خياطين، صيانة، إدارة مستودعات، وصرافين. وعلى الرغم من أن نسبتها هي الأدنى ضمن هذا التصنيف، فإنها تظل مهمة لأنها توفر فرص تشغيل مباشرة، خاصة للشباب الداخلين حديثاً إلى سوق العمل أو الباحثين عن فرص لا تتطلب مؤهلات جامعية عالية. لكنها تحتاج إلى تدريب عملي أفضل، وتحسين شروط العمل، وتعزيز مهارات خدمة العملاء والسلامة والجودة.

بشكل عام، تكشف النسب أن الطلب الأكبر يتركز في ثلاث كتل رئيسية: كتلة إدارية وتنظيمية تقودها وظائف الإدارة والمشاريع والموارد البشرية؛ وكتلة فنية ومهنية تقودها الهندسة والصحة والتعليم؛ وكتلة رقمية وسوقية تشمل التكنولوجيا، التسويق، التصميم، وخدمة العملاء. وتشير هذه النتائج إلى أن سوق العمل الأردني لم يعد يطلب المؤهل العلمي وحده، بل يبحث عن مزيج من التخصص، والخبرة العملية، والمهارات الرقمية، واللغة، والتواصل، والقدرة على العمل ضمن بيئات مؤسسية متغيرة.

أما فئة تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والبيانات والذكاء الاصطناعي فبلغت 9.7 بالمئة، ورغم أنها ليست الأعلى من حيث النسبة، إلا أنها من أكثر الفئات أهمية من منظور المستقبل. وتشمل وظائف مثل مهندسي برمجيات، مطوري تطبيقات، مطوري NET، iOS، Flutter، مهندسي أمن سيبراني، أخصائيي حلول أمن سيبراني، أخصائيي إدارة وتحليل بيانات، ذكاء الأعمال، والذكاء الاصطناعي. وتؤكد هذه الفئة أن التحول الرقمي يخلق طلباً متزايداً على البرمجة، الأمن السيبراني، تحليل البيانات، الذكاء الاصطناعي، وإدارة الأنظمة، وهي مجالات تتطلب تعليماً مستمراً وشهادات عملية وإتقاناً جيداً للغة الإنجليزية.

وتأتي فئة المالية والمحاسبة والتدقيق والائتمان بنسبة 7.8 بالمئة، وهي من الفئات المستقرة في سوق العمل، لأن مختلف القطاعات تحتاج إلى وظائف مالية ومحاسبية. وتشمل هذه الفئة محاسبين بمختلف المستويات، ومدققين ومحللين ماليين، ومنسقي ومسؤولي مالية للمشاريع، وائتمان وتمويل. وتدل هذه النسبة على استمرار أهمية المحاسبة والمالية، لكنها تشير أيضاً إلى أن هذه الوظائف باتت تحتاج إلى مهارات حديثة في الأنظمة المحاسبية الرقمية، التحليل المالي، التدقيق، الامتثال، وإعداد التقارير.

وبخصوص فئة التصميم والإعلام والاتصال وصناعة المحتوى فقد بلغت نسبتها 7.1 بالمئة، وتشمل وظائف مثل التصميم الجرافيكي والبصري ووسائط متعددة، وصناعة المحتوى، ومصممي ومحركي الفيديو، ومسؤولي مواقع التواصل الاجتماعي، ومترجمين، ومدققي لغة، وأخصائيي اتصال. وتوضح هذه النسبة أن المهارات الإبداعية والاتصالية أصبحت جزءاً مهماً من سوق العمل، خصوصاً مع توسع التسويق الرقمي، صناعة المحتوى، إدارة العلامات التجارية، والتواصل المؤسسي.

## الجدول رقم (1): التوزيع النسبي للفئات المهنية الرئيسية

النسبة المئوية	الفئات المهنية الرئيسية
17.0%	الإدارة والمشاريع والموارد البشرية والمشتريات
14.5%	الهندسة والإنشاءات والطاقة والجودة والسلامة
12.9%	التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال وخدمة العملاء
10.6%	الصحة والطب والتمريض والدعم النفسي
10.3%	التعليم والتدريب والأبحاث
9.7%	تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والبيانات والذكاء الاصطناعي
7.8%	المالية والمحاسبة والتدقيق والائتمان
7.1%	التصميم والإعلام والاتصال وصناعة المحتوى
6.0%	النقل والسائقون والطيران
4.1%	الخدمات والضيافة والحرف والعمالة العامة
100%	المجموع



# المؤهلات العلمية المطلوبة للوظائف

تُظهر بيانات المؤهل الأكاديمي المطلوب أن سوق العمل المعلن في الأردن يميل بوضوح نحو المؤهلات الجامعية، مع حضور أقل للمؤهلات المتوسطة والمدرسية، ووجود نسبة غير قليلة من الإعلانات التي لا تُحدّد المؤهل المطلوب بوضوح. وتظهر الصورة على النحو الآتي:

وتبلغ فئة الماجستير أو الدراسات العليا 6.9 بالمئة، وهي غالباً ترتبط بالوظائف الاستشارية، الإدارية العليا، البحثية، التنموية، السياسات العامة، المنظمات الدولية، أو الوظائف التي تتطلب قدرات تحليلية وكتابية متقدمة. وتدل هذه النسبة على أن الدراسات العليا مطلوبة في مسارات نوعية محددة، لا في التوظيف واسع النطاق، وغالباً ما ترتبط أيضاً بإجادة اللغة الإنجليزية والخبرة المؤسسية أو الدولية.

أما فئة البورد أو الاختصاص الطبي فتبلغ 5.7 بالمئة، وهي فئة ذات دلالة نوعية مهمة. فهي لا تعبر عن طلب عام على القطاع الصحي فقط، بل عن طلب على اختصاصات طبية دقيقة، مثل طب الأطفال، الجراحة، الباطنية، العيون، النسائية، التخدير، العناية المركزة، وأمراض الدم والغدد وغيرها. ويشير ذلك إلى أن جزءاً من الطلب الصحي يتجه نحو التخصص العميق والاعتماد المهني المتقدم.

وتظهر فئة الدبلوم أو الكلية المتوسطة العالي بنسبة 3.7 بالمئة. ورغم أهمية التعليم التقني والمتوسط في تلبية احتياجات سوق العمل، فإن حضور هذه الفئة يبدو محدوداً مقارنة بالحاجة المفترضة إلى الفنيين والتقنيين المتوسطين. وقد يعكس ذلك أن جزءاً من الطلب على حملة الدبلوم لا يظهر بوضوح في الإعلانات الرسمية، أو أن بعض أصحاب العمل يفضلون طلب البكالوريوس حتى في وظائف يمكن أن يشغلها حملة الدبلوم بكفاءة، إلى جانب أن الوصول إلى هذه الفئة من الموظفين يتم أحياناً بطرق غير معلنة.

تأتي فئة البكالوريوس أو الدرجة الجامعية الأولى في المرتبة الأولى بنسبة 51.7 بالمئة من إجمالي الوظائف المعلنة. وهذا يعني أن أكثر من نصف الإعلانات تشترط أو تفضل شهادة جامعية، خاصة في مجالات الإدارة، المشاريع، الموارد البشرية، المحاسبة، التدقيق، الهندسة، تكنولوجيا المعلومات، التعليم، التسويق، التصميم، ووظائف الشركات والمنظمات الدولية. غير أن هذه النسبة لا تعني أن الشهادة الجامعية وحدها كافية؛ فكثير من الوظائف التي تطلب البكالوريوس تشترط معها مهارات إضافية مثل اللغة الإنجليزية، استخدام البرامج الرقمية، إدارة المشاريع، التسويق الرقمي، التحليل المالي، كتابة التقارير، أو الخبرة العملية. لذلك يمكن النظر إلى البكالوريوس باعتباره شرط دخول أساسي في كثير من الوظائف، لكنه لا يضمن التوظيف ما لم يقترن بمهارات تطبيقية واضحة.

تأتي بعد ذلك فئة الثانوية العامة أو ما يعادلها بنسبة 9.4 بالمئة. وتُعد هذه الفئة مهمة للشباب غير الجامعيين، لأنها تشير إلى وجود مسارات توظيف تعتمد على التعليم المدرسي أو المؤهل الأساسي. وغالباً ما ترتبط هذه الوظائف بالسائقين، الكاشير، الضيافة، المستودعات، المبيعات، بعض الخدمات، والأعمال التشغيلية. ومع أنها لا تتطلب مؤهلاً جامعياً، إلا أنها تحتاج عادة إلى مهارات عملية وسلوكية مثل الانضباط، خدمة العملاء، السلامة المهنية، القدرة على التواصل، والتعامل مع أنظمة بسيطة في بيئة العمل.

العمل يركزون على المهارات والخبرة أكثر من الشهادات، لكنه قد يشير أيضاً إلى ضعف في جودة الإعلان الوظيفي وعدم وضوح متطلباته. وهذا يحد من قدرة الباحثين عن عمل على تقييم فرصهم بدقة، كما يصعب على مخططي التعليم وسوق العمل قياس العلاقة بين المؤهلات التعليمية والطلب الفعلي على الوظائف.

وبصورة عامة، تكشف البيانات أن سوق العمل المعلن في الأردن ما يزال يعطي وزناً كبيراً للمؤهل الجامعي، لكن الشهادة وحدها لم تعد كافية. فالإتجاه العام يشير إلى أن المؤهل الأكاديمي يجب أن يقترن بمهارات عملية ورقمية ولغوية، وبخبرة قابلة للإثبات. كما تكشف النسب عن حاجة إلى تعزيز التعليم التقني والمهني، وتحسين جودة الإعلانات الوظيفية بحيث تُحدّد المؤهلات المطلوبة بوضوح، بما يساعد الشباب والمؤسسات التعليمية على فهم احتياجات سوق العمل بصورة أدق.

وتأتي فئة الدكتوراه بنسبة 2.5 بالمئة، وهي غالباً مرتبطة بالوظائف الأكاديمية والبحثية، مثل أعضاء هيئة التدريس، المحاضرين، والباحثين. ورغم محدودية هذه النسبة، إلا أنها مهمة للتعليم العالي، لأنها تعكس طلباً نوعياً على البحث والتدريس الجامعي، وليس طلباً واسعاً في سوق العمل العام.

أما فئة "لا يُشترط مؤهل أو قراءة وكتابة" فتبلغ 1.1 بالمئة فقط، وهي نسبة منخفضة تشير إلى محدودية الوظائف التي لا تتطلب تعليماً رسمياً ضمن العينة المرصودة، ويُعلن عن ذلك صراحة في الإعلان. وغالباً ما ترتبط هذه الفئة بأعمال بسيطة أو تشغيلية أو يدوية، تكون فيها الأولوية للقدرة العملية، والالتزام، والخبرة اليومية المباشرة أكثر من الشهادة.

وتأتي فئة "غير محدد المؤهل العلمي في الإعلان" بنسبة 18.9 بالمئة. وهذه النسبة ذات أهمية منهجية كبيرة؛ إذ إن عدم تحديد المؤهل الأكاديمي في هذه النسبة من الإعلانات قد يعني أن بعض أصحاب

## الجدول رقم (2): التوزيع النسبي للمؤهلات الأكاديمية المطلوبة للوظائف

النسبة المئوية	الفئات المهنية الرئيسية
51.7%	بكالوريوس / درجة جامعية أولى
9.4%	ثانوية عامة أو ما يعادلها
6.9%	ماجستير / دبلوم عالي
5.7%	شهادات اختصاص
3.7%	دبلوم / كلية متوسطة
2.5%	دكتوراه
1.1%	لا يشترط مؤهل / قراءة وكتابة
19.0%	غير محدد
<b>100%</b>	<b>المجموع</b>

## التخصصات العلمية المطلوبة للوظائف

وتشير هذه النسبة إلى أن الطلب في القطاع الصحي لا يقتصر على الوظائف الطبية العامة، بل يشمل تخصصات دقيقة ومهارات مهنية مرتبطة بالتشخيص، التعامل مع المرضى، إدارة البيانات الصحية، والتواصل الإنساني والمهني، خاصة في الوظائف الطبية والتمريضية والنفسية والاجتماعية.

وتأتي فئة تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والبيانات بنسبة 8.5 بالمئة، وتشمل هذه الفئة علوم الحاسوب، هندسة البرمجيات، الأمن السيبراني، الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات، الشبكات، ونظم المعلومات. وتدل هذه النسبة على أن سوق العمل يطلب تخصصات رقمية متقدمة، لكنها غالباً تحتاج إلى مهارات عملية قابلة للإثبات مثل البرمجة، تحليل البيانات، إدارة الأنظمة، الأمن السيبراني، والعمل على منصات رقمية.

وتبلغ فئة المالية والمحاسبة والاقتصاد 7.4 بالمئة، وهي فئة مستقرة ومطلوبة في معظم القطاعات، وتشمل المحاسبة، التمويل، الاقتصاد، العلوم المصرفية، التحليل المالي، وإدارة المخاطر. وتكمن أهمية هذه الفئة في أنها لا ترتبط بقطاع واحد، بل تحتاجها الشركات، المنظمات الدولية، المؤسسات الرسمية، البنوك، والقطاعات الخدمية. كما أن وظائفها أصبحت أكثر ارتباطاً بالأنظمة الرقمية، إعداد التقارير، التحليل المالي، والامتثال.

أما فئة التسويق والاتصال واللغات فقد بلغت 7.1 بالمئة، وتعكس هذه الفئة صعود الوظائف المرتبطة بالاقتصاد الرقمي والاتصال المؤسسي، مثل التسويق الرقمي، صناعة المحتوى، التصميم الجرافيكي، الاتصال البصري، العلاقات العامة، الإعلام، اللغات، والترجمة. وتدل هذه النسبة على أن سوق العمل لم يعد ينظر إلى هذه المجالات باعتبارها وظائف مساندة فقط، بل باعتبارها جزءاً أساسياً من بناء الحضور المؤسسي، الوصول إلى العملاء والجمهور، وإدارة العلامة والصورة العامة.

تُظهر بيانات التخصصات المطلوبة أن سوق العمل المعلن في الأردن يتوزع بين تخصصات هندسية وصحية ورقمية ومالية وإدارية وإبداعية. وفي الوقت نفسه، تكشف البيانات عن نسبة مرتفعة من الإعلانات التي لا تحدد تخصصاً دقيقاً، الأمر الذي يشير إلى أن بعض الوظائف باتت أكثر تركيزاً على المهارات والخبرة العملية من التركيز على اسم التخصص الأكاديمي وحده.

تأتي فئة التخصص غير محدد أو لا يوجد تخصص محدد مطلوب في المرتبة الأولى بنسبة 37.5 بالمئة، وهي نسبة مرتفعة وذات دلالة مهمة، لأنها تعني أن جزءاً كبيراً من الإعلانات لا يربط الوظيفة بتخصص أكاديمي محدد، أو يستخدم صيغاً عامة مثل "أي تخصص ذي صلة"، أو يترك المجال مفتوحاً لخلفيات تعليمية متعددة. وقد يعكس ذلك تحولاً في بعض مجالات العمل نحو التركيز على المهارات والخبرة والقدرة على أداء المهام، أكثر من التركيز الضيق على نوع التخصص. لكنه قد يعكس أيضاً ضعفاً في صياغة بعض الإعلانات وعدم وضوح المتطلبات التعليمية.

وتأتي فئة الهندسة والطاقة والإنشاءات والبيئة في المرتبة الثانية بنسبة 23.4 بالمئة، وتشمل هذه الفئة تخصصات مثل الهندسة المدنية، الكهربائية، الميكانيكية، الصناعية، المعمارية، الطاقة، المياه، البيئة، الجودة، السلامة، والتخصصات الفنية المرتبطة بالبنية التحتية. وتدل هذه النسبة على استمرار قوة الطلب على التخصصات الهندسية، ولكن بصيغة أوسع من الهندسة التقليدية؛ إذ لم يعد الطلب مقتصرًا على التصميم والتنفيذ، بل امتد إلى إدارة المشاريع، التخطيط، الجودة، السلامة المهنية، الطاقة المتجددة، والاستدامة البيئية.

أما فئة الصحة والطب والصيدلة فقد بلغت 9.7 بالمئة، وهي فئة ذات طابع تخصصي واضح، وتشمل الطب، الصيدلة، التمريض، المختبرات الطبية، الأشعة، الصحة النفسية والعمل الاجتماعي.

أما فئة تخصصات متعددة أو عامة فتبلغ 1.6 بالمئة، وتشمل الإعلانات التي يصعب إدراجها ضمن فئة واحدة، أو التي تجمع بين أكثر من مسار تخصصي. وتدل هذه الفئة على وجود بعض الوظائف ذات الطبيعة المركبة، التي تتطلب خلفيات متنوعة أو مزيجاً من المعرفة التقنية والإدارية أو الاجتماعية.

بصورة عامة، تكشف البيانات أن سوق العمل المعلن في الأردن يميل إلى ثلاث اتجاهات رئيسية: اتجاه واسع لا يشترط تخصصاً محدداً ويركز غالباً على المهارات والخبرة، واتجاه فني ومهني تقوده الهندسة والصحة والتكنولوجيا، واتجاه خدمي ومؤسسي يرتبط بالمالية والتسويق والإدارة والقانون. وتؤكد هذه النتائج أن اختيار التخصص وحده لم يعد كافياً لضمان فرص أفضل في سوق العمل؛ فالقيمة الفعلية للتخصص تتحدد بمدى ارتباطه بمهارات عملية، مثل اللغة، التواصل، التحليل، استخدام التكنولوجيا، إدارة المشاريع، والخبرة التطبيقية.

وتأتي فئة الإدارة والأعمال والموارد البشرية والمشاريع بنسبة 3.0 بالمئة. ورغم أن نسبتها أقل من الفئات السابقة في تصنيف التخصصات، إلا أن حضورها مهم لأنها ترتبط بتخصصات مثل إدارة الأعمال، الإدارة العامة، الموارد البشرية، إدارة المشاريع، سلاسل الإمداد، واللوجستيات. وقد يكون انخفاض النسبة هنا مرتبطاً بأن كثيراً من الوظائف الإدارية لا تشترط تخصصاً إدارياً محدداً، بل تقبل تخصصات متعددة بشرط توفر الخبرة والمهارات التنظيمية.

وتبلغ فئة القانون والسياسات والعلاقات الدولية والعلوم الاجتماعية 1.8 بالمئة، وتشمل القانون، السياسات العامة، العلاقات الدولية، العلوم السياسية، حقوق الإنسان، والعلوم الاجتماعية. ورغم محدودية النسبة، فإن هذه التخصصات تحمل أهمية نوعية، خصوصاً في وظائف المنظمات الدولية، الحماية، الاستشارات، السياسات العامة، العمل الإنساني.

### الجدول رقم (3): التوزيع النسبي لفئة التخصصات الرئيسية المطلوبة للوظائف

النسبة المئوية	فئة التخصص الرئيسية
37.5%	غير محدد / غير مطلوب تخصص محدد
23.4%	الهندسة والطاقة والإنشاءات والبيئة
9.7%	الصحة والطب والصيدلة والدعم النفسي
8.5%	تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والبيانات
7.4%	المالية والمحاسبة والاقتصاد
7.1%	التسويق والاتصال واللغات
3.0%	الإدارة والأعمال والموارد البشرية والمشاريع
1.8%	القانون والسياسات والعلاقات الدولية والعلوم الاجتماعية
1.6%	تخصصات متعددة أو عامة
100%	المجموع

# المهارات المطلوبة للوظائف

التسويق عبر المنصات الرقمية، وفي الهندسة عبر برامج التصميم والنمذجة، وفي التصميم والمحتوى عبر أدوات الإنتاج البصري، وحتى في خدمة العملاء من خلال أنظمة إدارة العلاقات. ولهذا فإن امتلاك مهارات رقمية أساسية ومتخصصة أصبح ضرورة شبه عامة للباحثين عن عمل.

أما المهارات الإدارية والتنظيمية وإدارة المشاريع فقد جاءت بنسبة 47.4 بالمئة، وهي نسبة مرتفعة تعكس حاجة أصحاب العمل إلى موظفين قادرين على التخطيط، التنظيم، المتابعة، إدارة الوقت، التنسيق بين الفرق، إعداد التقارير، والعمل ضمن أنظمة مؤسسية. وتظهر هذه المهارات بوضوح في وظائف الإدارة والمشاريع، لكنها حاضرة أيضاً في الهندسة، الصحة، التكنولوجيا، التسويق، التعليم، والمنظمات. وهذا يؤكد أن القدرة على تنظيم العمل وتحويل المعرفة إلى إنجاز عملي أصبحت من أهم شروط التوظيف.

وتظهر مهارات التحليل وحل المشكلات والتفاوض بنسبة 15.4 بالمئة. ورغم أنها أقل من المهارات الثلاث الأولى، إلا أنها تحمل أهمية نوعية، لأنها ترتبط بالوظائف التي تتطلب التفكير العملي، تحليل البيانات أو المواقف، اتخاذ القرار، تقديم الحلول، والتعامل مع التحديات. وتبرز هذه المهارات خصوصاً في الهندسة، المالية، تكنولوجيا المعلومات، الإدارة، التسويق، المبيعات، والاستشارات. كما تعكس انتقال سوق العمل من طلب تنفيذ المهام فقط إلى طلب القدرة على الفهم والتحليل والتصرف بمرونة.

وتبلغ نسبة مهارات التصميم والإبداع والمحتوى 7.1 بالمئة، وهي مرتبطة بوظائف التصميم الجرافيكي، التصميم الرقمي، صناعة المحتوى، تحرير الفيديو،

تُظهر بيانات المهارات المطلوبة أن سوق العمل المعلن في الأردن لا يكتفي بالمؤهل الأكاديمي أو التخصص المهني، بل يربط بين التخصصات المختلفة وجزم من المهارات العملية العابرة للمجالات. فالإعلان الواحد قد يتضمن أكثر من مهارة في الوقت نفسه، مثل اللغة، التكنولوجيا، الإدارة، التحليل، أو خدمة العملاء، لذلك فإن مجموع النسب لا يساوي 100 بالمئة. وهذا بحد ذاته يعكس تحولاً مهماً في سوق العمل: لم يعد السؤال فقط "ما هو تخصصك؟"، بل "ما المهارات التي تستطيع توظيفها داخل هذا التخصص؟".

تأتي مهارات التواصل واللغة في المرتبة الأولى بنسبة 53.3 بالمئة من الإعلانات. وهذه النسبة ذات دلالة كبيرة، لأنها تعني أن أكثر من نصف الوظائف المعلنة تتطلب قدرة واضحة على التواصل باحترافية، وكتابة التقارير، والتعامل مع الزملاء والعملاء، والعمل ضمن فرق، إضافة إلى إتقان اللغة الإنجليزية أو اللغتين العربية والإنجليزية في كثير من الحالات. وتظهر هذه المهارات في معظم التخصصات، خاصة الإدارة، المنظمات الدولية، الشركات الأجنبية، تكنولوجيا المعلومات، خدمة العملاء، التسويق، التعليم، والصحة. وهذا يعني أن اللغة والتواصل لم يعودا مهارتين مساعدتين فقط، بل أصبحا جزءاً أساسياً من قابلية التوظيف.

وتأتي المهارات التقنية والرقمية والبرمجية ومهارات البيانات في المرتبة الثانية بنسبة 51.5 بالمئة. وتدل هذه النسبة على أن الرقمنة أصبحت مهارة أفقية مطلوبة في معظم المجالات، وليست محصورة في وظائف تكنولوجيا المعلومات. فالمهارات الرقمية تظهر في المحاسبة من خلال الأنظمة المالية، وفي الإدارة من خلال نظم المتابعة والتقارير، وفي

وتأتي المهارات المالية والمحاسبية بنسبة 3.9 بالمئة، وتشمل المحاسبة، إعداد التقارير المالية، التدقيق، التحليل المالي، إدارة الميزانيات، واستخدام الأنظمة المحاسبية. ورغم أن نسبتها تبدو محدودة مقارنة بالمهارات العامة، فإنها ذات طابع تخصصي واضح، وتظهر في وظائف المحاسبة والمالية والتدقيق والائتمان، كما تتطلب غالباً دقة عالية ومعرفة بالأنظمة الرقمية والامثال.

وأخيراً، تظهر مهارات التعليم والتدريب بنسبة 1.8 بالمئة، وتشمل التدريس، التدريب، إعداد المواد التعليمية، استخدام التكنولوجيا التعليمية، والتعامل مع المتعلمين. ورغم انخفاض النسبة، فإنها مهمة نوعياً لأنها ترتبط بجودة التعليم والتدريب، خصوصاً في الوظائف التعليمية، التدريب اللغوي، التعليم الإلكتروني، وبرامج بناء القدرات.

وعند ربط هذه المهارات بالتخصصات، يتضح أن كل فئة تخصصية باتت تحتاج إلى مزيج من المهارات، وليس إلى معرفة أكاديمية فقط. ففي الوظائف التي لا تحدد تخصصاً بعينه، تصبح المهارات التقنية والتواصلية والإدارية هي المدخل الأساسي للحصول على فرصة عمل جيدة. وفي الهندسة والطاقة والإنشاءات والبيئة، لم يعد المطلوب مهندساً فنياً فقط، بل شخصاً قادراً على إدارة المواقع، وإعداد التقارير، والتنسيق مع الفرق والجهات الرسمية، وفهم معايير الجودة والسلامة. وفي الصحة والطب والصيدلة والدعم النفسي، تتكامل المهارات الطبية مع التواصل، وتوثيق الحالات، والتعامل مع البيانات، والعمل ضمن فرق متعددة التخصصات.

إدارة المنصات، والاتصال البصري. وتدل هذه النسبة على تصاعد أهمية المهارات الإبداعية مع توسع التسويق الرقمي، وبناء العلامات المؤسسية، وإنتاج المحتوى للمنصات الاجتماعية. ولم تعد هذه المهارات محصورة في قطاع الإعلام فقط، بل أصبحت مطلوبة في الشركات، والمنظمات، والتعليم، والخدمات.

وتأتي مهارات التسويق والمبيعات وخدمة العملاء أيضاً بنسبة 7.1 بالمئة. وتشمل هذه المهارات القدرة على الإقناع، فهم احتياجات العملاء، إدارة العلاقات، خدمة الزبائن، التعامل مع الشكاوى، وتطوير الأعمال. وتدل هذه النسبة على أهمية الوظائف المرتبطة بالسوق والمستهلكين، خصوصاً في الاقتصاد الخدمي والتجاري. كما أنها فئة مهمة للشباب لأنها تفتح فرص دخول واسعة، لكنها تتطلب مهارات تواصل وسلوكاً مهنيًا وقدرة على العمل تحت الضغط.

وتبلغ المهارات الطبية والعلاجية والتشخيصية 6.9 بالمئة، وهي تظهر في الوظائف الصحية والطبية والتمريضية والدعم النفسي. وتشمل التشخيص، التعامل مع المرضى، الرعاية، العلاج، المهارات المخبرية، وإدارة الحالات. وتدل هذه النسبة على أن القطاع الصحي لا يطلب المؤهل الطبي فقط، بل يحتاج أيضاً إلى مهارات مهنية وإنسانية وتنظيمية، خاصة في الوظائف التي تتعامل مباشرة مع المرضى أو الفئات الاجتماعية الهشة.

أما المهارات التشغيلية واليدوية والميدانية فقد بلغت 6.2 بالمئة، وتشمل التشغيل، القيادة، العمل الميداني، الصيانة، الأعمال اليدوية، والالتزام بإجراءات السلامة والجودة. وتظهر هذه المهارات غالباً في وظائف النقل، الخدمات، الضيافة، المستودعات، الزراعة، والحرف. ورغم أن نسبتها ليست الأعلى، إلا أنها مهمة لأنها ترتبط بفرص عمل عملية ومباشرة، خاصة للفئات التي لا تسلك المسار الجامعي التقليدي.

يطلب خريجين يمتلكون تخصصاً فقط، بل يبحث عن أشخاص قادرين على استخدام المعرفة عملياً، والتواصل بفعالية، والعمل ضمن فرق، واستخدام التكنولوجيا، وتحليل المشكلات، والتكيف مع بيئات مهنية متغيرة.

وتتمثل الرسالة الأساسية للشباب والشابات في أن اختيار تخصص مطلوب لا يكفي وحده؛ فالقيمة الحقيقية للتخصص تتحدد بما يرافقه من مهارات. فالهندسة تحتاج إلى إدارة مشاريع وسلامة وتحليل بيانات، والمحاسبة تحتاج إلى أنظمة رقمية وتحليل مالي ولغة إنجليزية، وتكنولوجيا المعلومات تحتاج إلى تواصل وحل مشكلات وعمل جماعي. أما بالنسبة لمخططي التعليم والتدريب، فإن المطلوب هو تصميم البرامج التعليمية بطريقة تربط كل تخصص بحزمة مهارات واضحة وقابلة للتطبيق، بحيث تصبح المهارات اللغوية والرقمية والإدارية جزءاً أساسياً من قابلية التوظيف، لا مجرد إضافات اختيارية.

وفي تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والبيانات، لا تكفي البرمجة وحدها؛ فالسوق يطلب متخصصاً تقنياً قادراً على التواصل، وفهم احتياجات العمل، وحل المشكلات، والعمل ضمن فرق أو بيئات مرنة وعن بُعد. وفي المالية والمحاسبة والاقتصاد، تتداخل المهارات المالية مع استخدام الأنظمة الرقمية، والتحليل، والتقارير، واللغة، والامثال. أما التسويق والاتصال والتصميم واللغات، فهي تجمع بين الإبداع، التواصل، التقنية، فهم الجمهور، وإدارة المحتوى والمنصات. وفي الإدارة والأعمال والموارد البشرية والمشاريع، أصبحت المهارات التقنية وتحليل البيانات وخدمة العملاء وإدارة الموارد جزءاً من جوهر العمل الإداري الحديث.

بصورة عامة، تكشف البيانات أن أكثر المهارات طلباً في سوق العمل المعلن هي التواصل واللغة، والمهارات الرقمية والتقنية، والمهارات الإدارية والتنظيمية. وهذا يؤكد أن سوق العمل لم يعد

## الجدول رقم (4): التوزيع النسبي للمهارات المطلوبة للوظائف

النسبة المئوية	نوع المهارات
53.3%	مهارات التواصل واللغات
51.5%	مهارات تقنية / رقمية / برمجة / بيانات
47.4%	مهارات إدارية / تنظيمية / إدارة مشاريع
15.4%	مهارات تحليل وحل مشكلات وتفاوض
7.1%	مهارات تصميم وإبداع ومحتوى
7.1%	مهارات تسويق / مبيعات / خدمة عملاء
6.9%	مهارات طبية / علاجية / تشخيصية
6.2%	مهارات تشغيلية / يدوية / ميدانية
3.9%	مهارات مالية / محاسبية
1.8%	مهارات تعليم وتدريب
100%	المجموع

## الخبرات العملية المطلوبة للوظائف

وتبلغ فئة من 3 إلى أقل من 5 سنوات 19.4 بالمئة، وهي قريبة من الفئة السابقة، ما يؤكد أن الطلب قوي على من لديهم خبرة عملية متراكمة نسبياً. وتظهر هذه الفئة غالباً في المحاسبة، التصميم، التسويق الرقمي، خدمة العملاء، تكنولوجيا المعلومات، التعليم، الموارد البشرية، وبعض الوظائف الفنية والإدارية. وتمثل هذه المرحلة انتقالاً مهماً من الخبرة الأولية إلى القدرة على أداء مهام أكثر تخصصاً، والمشاركة في اتخاذ القرار أو إدارة جزء من العمل.

أما فئة من سنة إلى أقل من 3 سنوات فقد بلغت 14.6 بالمئة. وهي فئة مهمة للشباب الذين بدأوا مسارهم المهني واكتسبوا خبرة أولية بعد التخرج أو من خلال التدريب والعمل القصير. وتظهر هذه الفئة في وظائف مثل الدعم الإداري، خدمة العملاء، المبيعات، التصميم، التسويق، المحاسبة، الدعم الفني، وبعض وظائف التعليم والتدريب. وتدل هذه النسبة على أن السوق يتيح فرصاً لمن تجاوزوا مرحلة الخريج الجديد، لكنه ما يزال ينظر إلى الخبرة العملية، حتى وإن كانت قصيرة، كعامل مهم في التوظيف.

وتظهر فئة خبرة نوعية دون تحديد عدد السنوات بنسبة 12.6 بالمئة. وهذه الفئة ذات دلالة خاصة، لأنها تعكس تحولاً في بعض الإعلانات من التركيز على سؤال "كم سنة خبرة؟" إلى سؤال "ما نوع الخبرة؟". ففي هذه الحالات، تركز الإعلانات على خبرات محددة مثل إدارة حملات إعلانات جوجل، العمل على أنظمة تقنية وإدارية محددة، بناء منتجات رقمية، إدارة المحتوى، تصميم الهوية البصرية، العمل مع المنظمات الدولية، إدارة علاقات العملاء، أو استخدام أدوات تقنية متخصصة. وهذا يعني أن بعض أصحاب العمل يهتمون بما يستطيع المتقدم إنجازه فعلياً أكثر من اهتمامهم بعدد السنوات المجرد.

تُظهر بيانات الخبرات المطلوبة أن سوق العمل المعلن في الأردن لا يبحث فقط عن المؤهل الأكاديمي أو التخصص، بل يولي أهمية كبيرة لمستوى الخبرة العملية ونوعها. وتكشف النسب أن الطلب لا يتركز في مستوى واحد من الخبرة، بل يتوزع بين فرص عمل لا تشترط خبرة واضحة، وفرص تحتاج إلى خبرة أولية أو متوسطة، وأخرى تتطلب خبرات طويلة أو نوعية. وهذا يعني أن سوق العمل يفتح مسارات مختلفة، لكنه يميل في جزء مهم منه إلى تفضيل المرشحين القادرين على العمل بسرعة وباستقلالية، دون الحاجة إلى تدريب طويل.

تأتي فئة لا تتطلب خبرة / حديثو التخرج / غير محدد / لا يوجد في المرتبة الأولى بنسبة 21.6 بالمئة. وقد جمعت في هذه الفئة الإعلانات التي تنص صراحة على أنها لا تتطلب خبرة، أو ترحب بحديثي التخرج، إضافة إلى الإعلانات التي لم تُحدّد شرط الخبرة. وتعكس هذه النسبة وجود مساحة مهمة لدخول الشباب إلى سوق العمل، خاصة إذا امتلكوا مهارات داعمة مثل اللغة، الحاسوب، التواصل، والانضباط المهني.

وتأتي فئة من 5 إلى أقل من 7 سنوات بنسبة 20.1 بالمئة، وهي نسبة مرتفعة تدل على أن جانباً كبيراً من الوظائف المعلنة يطلب خبرة عملية واضحة وممتدة. وغالباً ما تظهر هذه الفئة في وظائف إدارة المشاريع، الهندسة، تكنولوجيا المعلومات، الموارد البشرية، المشتريات، الجودة، التسويق، والوظائف المؤسسية في المنظمات الدولية والشركات. وتدل هذه النسبة على أن السوق يفضل في هذه الوظائف مرشحين قادرين على تحمل المسؤولية، إدارة المهام باستقلالية، والتعامل مع بيئات عمل منظمة دون الحاجة إلى تأهيل طويل داخل المؤسسة.

بصورة عامة، تكشف البيانات أن سوق العمل المعلن في الأردن يوفر مساحة للداخلين الجدد إلى سوق العمل، لكنه يميل بوضوح إلى طلب خبرة عملية، خصوصاً في الفئات الممتدة من 3 إلى أقل من 7 سنوات. وهذا يعني أن الخبرة لم تعد شرطاً لاحقاً للتوظيف فقط، بل أصبحت جزءاً أساسياً من قابلية التوظيف منذ المراحل الأولى للمسار المهني.

وتشير هذه النتائج إلى أهمية أن يبدأ الشباب ببناء خبراتهم مبكراً، من خلال التدريب العملي، العمل الجزئي، التطوع، المشاريع التطبيقية، التدريب الداخلي، أو بناء ملف أعمال رقمي (Portfolio). كما تعني أن المؤسسات التعليمية والتدريبية مطالبة بربط الدراسة بسوق العمل بصورة أوثق، بحيث لا يتخرج الطالب بشهادة فقط، بل بخبرة عملية أو مشروع تطبيقي أو مهارات قابلة للإثبات. فالبيانات توضح أن عدد سنوات الخبرة مهم، لكن نوعية الخبرة وقدرتها على إثبات الكفاءة العملية لا تقل أهمية عنه.

وتبلغ فئة 10 سنوات فأكثر 6.7 بالمئة، وهي غالباً مرتبطة بالوظائف القيادية، الاستشارية، والإدارية العليا، أو الوظائف التي تتطلب مسؤوليات كبيرة مثل إدارة العمليات، التخطيط الاستراتيجي، الإدارة المالية المتقدمة، قيادة الفرق، وإدارة المشاريع الكبرى. كما تظهر في بعض الوظائف الهندسية أو الفنية عالية المسؤولية، وتدلل هذه الفئة على وجود طلب نوعي على الخبرات الطويلة، لكنه يظل محصوراً في مواقع محددة لا تمثل الجزء الأكبر من سوق العمل المعلن.

أما فئة من 7 إلى أقل من 10 سنوات فقد بلغت 5.8 بالمئة. وترتبط هذه الفئة غالباً بوظائف إشرافية أو تخصصية تحتاج إلى خبرة ناضجة، خاصة في الإدارة، التكنولوجيا، المالية، الهندسة، التسويق، والصحة. ورغم أن نسبتها أقل من فئات 3 إلى أقل من 7 سنوات، إلا أنها تمثل مستوى مهنيًا مهمًا للانتقال نحو المسؤوليات القيادية أو الاستشارية.

## الجدول رقم (5): التوزيع النسبي للخبرات العملية المطلوبة للوظائف

النسبة المئوية	الخبرات العملية
21.6%	لا تتطلب خبرة / حديثو التخرج / غير محدد / لا يوجد
14.6%	من سنة إلى أقل من 3 سنوات
19.4%	من 3 إلى أقل من 5 سنوات
20.1%	من 5 إلى أقل من 7 سنوات
5.8%	من 7 إلى أقل من 10 سنوات
6.7%	سنوات فأكثر 10
12.6%	خبرة نوعية دون تحديد عدد السنوات
100%	المجموع

## لغة الإعلان الوظيفي

في المقابل، ما تزال الإعلانات باللغة العربية حاضرة بنسبة مهمة بلغت 38.6 بالمئة. وترتبط هذه الإعلانات غالباً بالوظائف الرسمية، والإعلانات المنشورة عبر الصحف، والوظائف التشغيلية، وبعض الوظائف المهنية والفنية، والوظائف الصحية والتعليمية، إضافة إلى الوظائف التي تستهدف سوق العمل الداخلي بصورة مباشرة.

وتحمل هذه النتائج دلالة واضحة للشباب والباحثين عن عمل؛ إذ لم تعد اللغة الإنجليزية مهارة إضافية فقط، بل أصبحت مهارة عبور إلى جزء واسع من فرص العمل، خاصة في القطاعات الحديثة والمنظمة. كما أن القدرة على قراءة الإعلان باللغة الإنجليزية، وفهم متطلباته، وإعداد سيرة ذاتية مناسبة، وكتابة رسالة تغطية مهنية، أصبحت من مهارات التوظيف الأساسية.

بصورة عامة، تشير البيانات إلى أن سوق العمل المعلن في الأردن يعمل فعلياً بلغتين، لكن اللغة الإنجليزية تتقدم بوضوح في الوظائف المهنية، التقنية، الإدارية، والدولية. وهذا يستدعي من المؤسسات التعليمية والتدريبية تعزيز تعليم اللغة الإنجليزية المهنية والوظيفية، لا بوصفها مادة مدرسية أو جامعية فقط، بل بوصفها أداة عملية للاندماج في سوق العمل والوصول إلى فرص أفضل.

تُظهر بيانات لغة الإعلان الوظيفي أن اللغة الإنجليزية هي الأكثر حضوراً في إعلانات الوظائف المرصودة، حيث شكّلت 61.4 بالمئة من إجمالي الإعلانات، مقابل 38.6 بالمئة للإعلانات المنشورة باللغة العربية.

**38.6%**

اعلانات التوظيف  
اللغة العربية

**61.4%**

اعلانات التوظيف  
اللغة الإنجليزية

يعكس هذا التوزيع تحولاً مهماً في سوق الإعلان الوظيفي في الأردن. فارتفعت نسبة الإعلانات باللغة الإنجليزية لا يرتبط فقط باللغة بوصفها أداة تواصل، بل يعكس أيضاً طبيعة الجهات المعلنة ونوعية الوظائف المطلوبة. فالإعلانات باللغة الإنجليزية غالباً ما تصدر عن منظمات دولية، وشركات أجنبية أو إقليمية، وشركات تكنولوجيا، ومؤسسات تعمل مع أسواق خارجية، أو جهات تستخدم أنظمة عمل ووصفاً وظيفياً بمعايير دولية. ويظهر استخدام اللغة الإنجليزية بوضوح في وظائف تكنولوجيا المعلومات، البرمجة، الأمن السيبراني، البيانات، الذكاء الاصطناعي، إدارة المشاريع، الإدارة المؤسسية، التمويل، الاستشارات، التسويق الرقمي، والوظائف المرتبطة بالمنظمات الدولية. وهذا يعني أن اللغة الإنجليزية أصبحت عملياً جزءاً من متطلبات الوصول إلى سوق العمل المنظم والرقمي، حتى عندما لا تُذكر صراحة كشرط مستقل في الإعلان.

## جنس الوظيفة المعلن عنها

وغالبا ما يرتبط اشتراط الذكور بوظائف ميدانية أو تشغيلية، مثل السائقين، الأعمال الزراعية، الورش، النقل، وبعض الأعمال الهندسية في المواقع، أو الوظائف التي يُنظر إليها اجتماعياً ومؤسسياً على أنها تتطلب حركة ميدانية أو جهداً بدنياً أكبر.

أما اشتراط الإناث فيظهر غالباً في وظائف محددة مثل الاستقبال، وبعض وظائف المحاسبة، والتعليم، والرعاية، أو بيئات عمل تفضل موظفات لأسباب تنظيمية أو اجتماعية. ومع ذلك، فإن انخفاض نسبة الإعلانات المخصصة للإناث مقارنة بالذكور يشير إلى استمرار بعض الاختلالات أو التحيزات في صياغة الطلب على العمل، خصوصاً في الوظائف الميدانية والتشغيلية.

تُظهر البيانات المتعلقة بجنس الموظف المطلوب أن غالبية الإعلانات الوظيفية في العينة المرصودة لم تُحدّد جنس المتقدم المطلوب، إذ بلغت فئة "غير محدد" نسبة 70.3 بالمئة من إجمالي الإعلانات. وقد جرى ضمن هذه الفئة إدراج الإعلانات التي لم تذكر شرطاً جندياً واضحاً، بما في ذلك الصيغ التي تشير إلى عدم وجود تحديد جندي.

وتحمل هذه النتيجة دلالتين أساسيتين. فمن جهة، يمكن النظر إليها بوصفها مؤشراً إيجابياً نسبياً، لأنها تعني أن معظم الإعلانات لا تضع شرطاً مباشراً يقيّد التقدم للوظيفة على أساس الجنس. ومن جهة أخرى، لا ينبغي افتراض أنها تعني بالضرورة أن الإعلان مصمم بصورة شاملة أو أنه مفتوح فعلياً للجنسين؛ فقد يكون عدم التحديد أحياناً ناتجاً عن ضعف في صياغة الإعلان أو غياب التفاصيل، وليس بالضرورة تعبيراً واضحاً عن سياسة تكافؤ فرص.

أما الإعلانات التي نصّت صراحة على أن الوظيفة متاحة للجنسين أو بصيغة الدمج فقد بلغت 14.9 بالمئة. وهذه الفئة أكثر وضوحاً من فئة "غير محدد"، لأنها تعلن بشكل مباشر أن الفرصة مفتوحة للذكور والإناث، أو تتضمن توزيعاً مقصوداً بين الجنسين أو بين المحافظات والجنسين. ومن منظور سياسات سوق العمل، تُعد هذه الصياغة أفضل لأنها تقلل الغموض وتؤكد مبدأ تكافؤ الفرص بصورة مباشرة. في المقابل، بلغت الإعلانات التي اشترطت الذكور نسبة 11.5 بالمئة، وهي أعلى بوضوح من الإعلانات التي اشترطت الإناث فقط، والتي بلغت 3.2 بالمئة.



## الاستنتاجات

كما يكشف التقرير عن حضور مهم للوظائف الصحية والتعليمية، مع تحول واضح نحو التخصصات الدقيقة، والصحة النفسية، والتعليم الرقمي، والبحث التطبيقي، والتدريب. وهذا يعني أن قطاعات الصحة والتعليم لا تزال توفر فرصاً مهمة، لكنها تتطلب تحديثاً مستمراً في المهارات وأساليب العمل.

وتؤكد الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والبيانات والذكاء الاصطناعي تمثل مجالاً استراتيجياً للمستقبل، حتى إن لم تكن وحدها المجال الأكبر من حيث حجم الإعلان. فهذه الوظائف تتطلب تعليماً مستمراً، وإتقاناً للأدوات الرقمية، وشهادات تطبيقية، وقدرة على العمل ضمن بيئات مرنة ومحلية أو عابرة للحدود.

ومن حيث المؤهلات، يتضح أن الشهادة الجامعية ما تزال تحتل موقعاً مركزياً في سوق العمل المعلن، لكنها لم تعد كافية وحدها. فمعظم الوظائف التي تشترط مؤهلاً جامعياً تربطه بمهارات إضافية مثل اللغة الإنجليزية، استخدام التكنولوجيا، التحليل، إدارة المشاريع، كتابة التقارير، والخبرة العملية. وفي المقابل، يظهر حضور محدود للتعليم التقني والمهني في الإعلانات، رغم أهميته الكبيرة لسوق العمل، ما يشير إلى فجوة ينبغي معالجتها في التخطيط التعليمي والتدريب.

وتكشف بيانات التخصصات أن جزءاً واسعاً من الإعلانات لا يحدد تخصصاً أكاديمياً دقيقاً، أو يفتح المجال أمام أكثر من خلفية تعليمية. وهذا يعكس من جهة زيادة أهمية المهارات والخبرة العملية، لكنه يعكس من جهة أخرى حاجة إلى تحسين جودة الإعلانات الوظيفية وتوضيح متطلباتها، حتى يتمكن الباحثون عن عمل ومخططو التعليم من قراءة اتجاهات الطلب بدقة أكبر.

تخلص الدراسة إلى أن سوق العمل المعلن في الأردن يشهد تحولاً واضحاً نحو الرقمنة، سواء في طريقة الإعلان عن الوظائف أو في طبيعة المهارات المطلوبة. فقد أصبحت المنصات الرقمية القناة الأوسع للوصول إلى فرص العمل، بينما بقيت الصحف الورقية حاضرة في بعض الإعلانات الرسمية والمؤسسية. وهذا يعني أن الباحثين عن عمل لم يعودوا قادرين على الاعتماد على قناة واحدة، بل أصبحوا بحاجة إلى متابعة متعددة للمصادر الرقمية والتقليدية معاً.

كما يتضح أن سوق العمل لا يتحرك في اتجاه مهني واحد، بل يتوزع بين وظائف إدارية وتنظيمية، ووظائف هندسية وفنية، ووظائف تجارية وخدمية، ووظائف صحية وتعليمية، إلى جانب وظائف التكنولوجيا والبيانات والذكاء الاصطناعي. ويعكس ذلك أن التحول الرقمي لا يلغي الحاجة إلى الوظائف التقليدية والمهنية، بل يعيد تشكيلها ويضيف إليها متطلبات جديدة في المهارات والخبرة والتواصل.

وتشير النتائج إلى أن الوظائف الإدارية والتنظيمية وإدارة المشاريع والموارد البشرية تشكل محوراً مهماً في الطلب الوظيفي، ما يدل على حاجة المؤسسات إلى كفاءات قادرة على التخطيط، التنسيق، إدارة الفرق، المتابعة، وكتابة التقارير. كما يستمر الطلب على الهندسة والطاقة والجودة والسلامة، لكن بصورة أكثر تطبيقية ومرتبطة بالمشاريع، والاستدامة، والسلامة المهنية، ونظم العمل الحديثة.

وتظهر الدراسة أن التسويق والمبيعات وخدمة العملاء ما تزال من المسارات المهمة لدخول الشباب إلى سوق العمل، خصوصاً في الاقتصاد الخدمي والتجاري. غير أن هذه الوظائف لم تعد تعتمد فقط على القدرة على البيع أو التواصل المباشر، بل أصبحت مرتبطة بالتسويق الرقمي، وإدارة علاقات العملاء، وتحليل احتياجات السوق، والعمل تحت الضغط.

أما من منظور النوع الاجتماعي، فتظهر أغلب الإعلانات دون تحديد واضح لجنس المتقدم، وهو أمر قد يكون إيجابياً من زاوية عدم وضع قيود مباشرة، لكنه لا يعني بالضرورة أن الإعلانات مصممة بطريقة شاملة أو حساسة للنوع الاجتماعي. كما أن وجود إعلانات تشترط الذكور بنسبة أعلى من الإناث يشير إلى استمرار بعض التصورات التقليدية حول الوظائف الميدانية والتشغيلية.

بصورة عامة، يستنتج التقرير أن سوق العمل المعلن في الأردن يتجه نحو نموذج جديد يقوم على المزج بين المؤهل، المهارة، الخبرة، اللغة، والقدرة على استخدام التكنولوجيا. ولذلك لم تعد الشهادة وحدها كافية، ولم يعد التخصص وحده كافياً، بل أصبحت فرص التوظيف الأفضل مرتبطة بقدرة الباحث عن عمل على إثبات مهاراته وخبرته العملية والتكيف مع بيئات عمل متغيرة.

أما من حيث المهارات، فتؤكد الدراسة أن سوق العمل لم يعد يسأل فقط عن التخصص، بل عن حزمة المهارات التي يمتلكها المتقدم. وتبرز بصورة خاصة مهارات التواصل واللغة، والمهارات الرقمية والتقنية، والمهارات الإدارية والتنظيمية. وهذا يعني أن قابلية التوظيف أصبحت مرتبطة بالقدرة على الجمع بين المعرفة التخصصية والمهارات العملية العابرة للمجالات.

وتظهر الخبرة العملية بوصفها عاملاً حاسماً في التوظيف. فهناك مساحة لدخول حديثي التخرج إلى السوق، لكنها ليست كافية بمفردها، إذ يميل جزء مهم من الطلب إلى من يمتلكون خبرة عملية متراكمة. كما تظهر أهمية الخبرة النوعية، أي الخبرة المرتبطة بأدوات أو مهام أو قطاعات محددة، وليس فقط بعدد سنوات العمل.

وتشير الدراسة كذلك إلى أن اللغة الإنجليزية أصبحت مهارة عبور إلى جزء واسع من فرص العمل، خصوصاً في الوظائف المهنية، التقنية، الإدارية، والمنظمات الدولية. وهذا يجعل اللغة الإنجليزية المهنية والوظيفية شرطاً عملياً للاندماج في سوق العمل الحديث، وليس مجرد ميزة إضافية.

## التوصيات

### أولاً: توصيات لسياسات التعليم والتدريب

1. إدماج المهارات في صميم التعليم الأكاديمي من خلال إعادة تصميم البرامج الجامعية بحيث لا تقتصر على المحتوى النظري، بل تربط كل تخصص بحزمة مهارات عملية واضحة (التواصل، التحليل، العمل الجماعي، استخدام التكنولوجيا، وإدارة المشاريع).
2. تعزيز التعليم التقني والمهني من خلال توسيع الطاقة الاستيعابية وجودة التعليم التقني والتطبيقي (الدبلوم والتدريب المهني)، وربطه مباشرة باحتياجات القطاعات الأكثر طلباً مثل الصناعة، الخدمات، النقل، والتكنولوجيا.
3. دمج التدريب العملي والإلزامي من خلال إدخال تدريب عملي/تطبيقي إلزامي داخل الخطط الدراسية (Inter-ns / Cooperative Training) بحيث يتخرج الطالب بخبرة موثقة وليس شهادة فقط.
4. تحويل تعليم اللغة الإنجليزية من مادة أكاديمية إلى مهارة وظيفية، مع التركيز على كتابة السيرة الذاتية، المقابلات، المراسلات المهنية، ومصطلحات سوق العمل.

### ثانياً: توصيات لربط التعليم بسوق العمل

1. إعادة النظر في بعض التخصصات الجامعية التي تفتقر إلى مكونات تطبيقية، وربطها بمهارات رقمية ومهنية حديثة.
2. اعتماد مشاريع تطبيقية داخل الجامعات تعكس مشكلات سوق العمل الحقيقي (إدارة مشاريع، تحليل بيانات، تسويق رقمي، تصميم حلول تقنية).

### ثالثاً: توصيات للشباب والباحثين عن عمل

1. بناء خبرة مبكرة حتى قبل التخرج من خلال تشجيع الطلبة على التدريب الجزئي، العمل التطوعي، والعمل الحر، لبناء خبرة عملية تراكمية تقلل فجوة الدخول إلى سوق العمل.
2. التركيز على المهارات القابلة للتسويق، مثل: مهارات التواصل، اللغة الإنجليزية، المهارات الرقمية، التحليل، والعمل ضمن فرق، لأنها أصبحت شروطاً أساسية في معظم الوظائف.
3. بناء ملف مهني رقمي، حيث لم يعد كافياً السيرة الذاتية التقليدية؛ بل يجب بناء سجل أعمال رقمي يثبت المهارات (مشاريع، أعمال تصميم، برمجة، تقارير، حملات تسويق...).

## رابعاً: توصيات لأصحاب العمل ومنصات الإعلان

1. تحسين جودة الإعلانات الوظيفية من خلال توضيح المؤهلات، الخبرات، والجنس (إن لزم)، لتقليل الغموض وتحسين مواءمة المتقدمين مع الوظائف.
2. اعتماد وصف وظيفي قائم على المهارات من خلال التحول من التركيز على الشهادات فقط إلى التركيز على المهارات الفعلية المطلوبة لأداء الوظيفة.
3. تعزيز مبدأ تكافؤ الفرص من خلال تقليل الشروط الجندرية غير الضرورية في الوظائف، وتوسيع استخدام صيغ "الوظيفة متاحة للجنسين" بشكل صريح وواضح.

## خامساً: توصيات على مستوى السياسات العامة

1. دعم التحول نحو الاقتصاد الرقمي من خلال الاستثمار في المهارات الرقمية والذكاء الاصطناعي والأمن السيبراني باعتبارها قطاعات استراتيجية مستقبلية.
2. سد فجوة الخبرة لدى الشباب من خلال تطوير برامج وطنية للتدريب المدفوع أو المدعوم (First Job Pro-grams) لتسهيل الانتقال من التعليم إلى العمل.
3. تعزيز الشفافية في سوق العمل من خلال بناء نظام وطني أكثر شفافية لبيانات سوق العمل يساعد على تقليل الفجوة بين العرض والطلب.

## CONTACT US:

الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية  
PHENIX FOR ECONOMIC & INFORMATICS STUDIES

Tel. +962 6 56 838 54  
Fax: +962 6 56 838 64  
P.O.Box: 304 Amman 11941 Jordan  
E-Mail: info@phenixcenter.net  
www.phenixcenter.net



@PhenixCenter

المرصد العمالي الأردني  
JORDAN LABOR WATCH

www.labor-watch.net



@LaborWatchJo

