



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	21.08.2007
Tekijä	Marjo Heikkinen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	101
Otsikko	Rekrytointi-ilmoituksen viestintä – osa onnistunutta rekrytointiprosessia		
Ohjaajat	KTT Arto Suominen ja KTM Marjo Westergård		

Tiivistelmä

Kilpailu osaavasta henkilöstöstä kiristyy ja rekrytointien onnistumisen merkitys korostuu yritysten kriittisenä menestystekijänä. Rekrytointiviestintä on oleellinen osa rekrytointeja, joten työntekijöiden hankinnassa olisi huomioitava kaikki keinot, myös rekrytointi-ilmoitusten mahdollisuudet, parantaa rekrytointiprosessin onnistuneisuutta. Tutkimuksen tavoitteena on tutkia viestinnän merkitystä rekrytointiprosessin onnistumisessa. Tutkimusongelmaa lähestytään kolmen osaongelman avulla. Mitkä ovat viestinnän mahdollisuudet vaikuttaa rekrytointi-ilmoitukseen? Mikä merkitys rekrytointi-ilmoituksen houkuttelevuudella on rekrytointiprosessiin? Kolmanneksi tarkastellaan imagon merkitystä rekrytointiviestinnässä.

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen. Kvalitatiivisen tutkimusotteen tukena käytettiin kvantitatiivista tutkimusotetta. Tutkimusotteet yhdistävällä tutkimuksella on tarkoitus tarkastella tutkimusongelmaa sekä rekrytointiviestin lähettäjän ja vastaanottajan näkökulmasta. Tutkimusmenetelmänä käytettiin case-tutkimusta. Aineistonhankintamenetelmänä käytettiin webropol-ohjelmalla toteutettua sähköpostikyselyä sekä puolistrukturoituja teemahaastatteluita. Haastattelut tehtiin kahdelle case-yrityksen rekrytoinneista vastaavalle henkilölle ja sähköpostikysely lähetettiin 76:lle case-yrityksen myyntineuvottelijalle. Vastausprosentti oli 60.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan sanoa, että rekrytointiprosessin onnistumiseen vaikuttaa työnkuvan ja vaadittavien ominaisuuksien huolellinen kartoitus sekä yhteistyö yrityksen sisällä. Rekrytointi-ilmoituksen kohderyhmän hyvä tuntemus ja vuorovaikutteinen rekrytointiviestintä ovat myös tärkeitä tekijöitä rekrytointiprosessin onnistumisen kannalta. Kyselyn tulokset osoittivat, että rekrytointi-ilmoituksesta halutaan edelleen lukea perinteisiä tietoja kuten informaatiota työnkuvasta, vaadittavista ominaisuuksista, osaamisesta, koulutuksesta, palkasta jne. Rekrytointi-ilmoituksen tekstin esittäminen tiivistetysti koettiin vastaanottajien näkökulmasta tärkeäksi houkuttelevuustekijäksi. Ulkoasun houkuttelevuus muodostuu ytimekkään tekstin ja sanomaa viestivän kuvan loogisen ja selkeän asettelun avulla. Työnantajakuvan merkitys rekrytointiprosessin onnistumisessa todettiin huomattavaksi. Oleellisiksi tekijöiksi rekrytointiprosessin onnistumisen ja positiivisen työnantaja-mielikuvan välittämisen kannalta osoittautuivat myös rekrytointiviestinnän ja kokonaisviestinnän yhtenäinen linja sekä rekrytointi-ilmoitusten jatkuva kehittäminen. Hyödyntämällä tutkimusten lisäksi henkilökunnan mielipiteitä rekrytointi-ilmoitusten houkuttelevuudesta voidaan parantaa rekrytointi-ilmoituksen viestintää ja rekrytointiprosessin onnistumista.

Asiasanat	rekrytointi, viestintä, rekrytointi-ilmoitus
Muita tietoja	