Maximising the credibility of realistic job preview messages : the effect of jobseekers' decision-making style on recruitment information credibility / Yu-Lun Liu, Kathleen A. Keeling, K. Nadia Papamichail // Int. J. Hum. Resour. Manage. - 2018, nr 7-8, s. 1330-1364, rys. tab. bibliogr.

Maksymalizacja wiarygodności realistycznych informacji rekrutacyjnych : wpływ sposobu podejmowania decyzji przez poszukujących pracy na wiarygodność informacji dotyczących rekrutacji.

Zrekrutowanie utalentowanych osób ma kluczowe znaczenie, zwłaszcza w takich sektorach gospodarki jak przemysł i handel detaliczny, które to charakteryzują się dużą rotacją i niskim poziomem zaangażowania i lojalności pracowników. Na dzisiejszym rynku pracy, poszukujący zajęcia otrzymują informacje dotyczące rekrutacji z wielu źródeł. Natomiast rekruterzy coraz bardziej troszczą się o efektywność informacji zawartych w przygotowanych ofertach pracy. Dotychczasowe badania wykazały, iż wiarygodność informacji dotyczącej rekrutacji ma zasadniczy wpływ na skłonność osób poszukujących pracy do podjęcia zatrudnienia w danym przedsiębiorstwie. Jednakże analizy dotyczące sposobu maksymalizacji wiarygodności informacji dotyczących rekrutacji nie skończyły się żadnymi praktycznymi konkluzjami. Opisane w artykule badanie, uwzgledniające perspektywę indywidualnej różnorodności, obejmowało dwa eksperymenty, mające na celu przeanalizowanie, jak osoby poszukujące zatrudnienia w sektorze detalicznym różnie reagują na oferty rekrutacyjne przekazywane przez konkretne przedsiębiorstwo, przygotowane na podstawie zróżnicowanego sposobu podejmowania decyzji przez aplikujących. Pierwszy eksperyment, obejmujący 746 uczestników udowodnił, że w sytuacji kiedy informacja jest przygotowana z punktu widzenia pracowników (np. poczta pantoflowa) i zawiera nieformalne opinie personelu, jest traktowana jako bardziej wiarygodna dla osób poszukujących zatrudnienia na niższym stanowisku. Natomiast ci, którzy aplikują na stanowiska kierownicze, nie zwracają uwagi na źródło pochodzenia informacji. Dugi eksperyment, obejmujący 351 uczestników, potwierdził wpływ łącznego efektu rodzaju pracy i źródła informacji na osoby zainteresowane pracą na szeregowym stanowisku, ale nie na te zainteresowane stanowiskami kierowniczymi. Przeprowadzone badanie ma praktyczne implikacje dla rekruterów, którym zależy na pozyskaniu jak najlepszych kandydatów do pracy, a zatem

także na zapewnieniu wiarygodności ofert dla aplikujących o zatrudnienie w danej organizacji.