

**KESÄTYÖNTEKIJÖIDEN MASSAREKRYTOINNIN TOIMIVUUS
PIRKANMAAN OSUUSKAUPASSA**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, Liiketalous

kevät, 2018

Katri Haapaniemi

Liiketalous
Visamäki

Tekijä	Katri Haapaniemi	Vuosi 2018
Työn nimi	Kesätyöntekijöiden massarekrytinnin toimivuus Pirkanmaan Osuuskaupassa	
Työn ohjaaja	Hanna-Kaisa Sulonen	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia massarekrytinnin toimivuutta Pirkanmaan Osuuskaupassa. Kyseistä rekrytointimenetelmää on käytetty jo vuonna 2017, ja haluttiin selvittää uudelleen, mitä mieltä hakijat ovat kyseisestä tapahtumasta. Kyselyyn osallistuivat ainoastaan kesätyönhakijat. Pirkanmaan Osuuskauppa palkkaa vuosittain satoja uusia työntekijöitä ja isoin tarve on kesäajaksi. Osuuskauppa on käyttänyt massarekrytointia helpottaakseen esimiesten työtä sekä samalla antaen kaikille hakijoille mahdollisuuden tulla kuulluksi ja haastatelluksi. Massarekrytointi on ollut osuuskaupalla käytössä kaksi kertaa ja sen toimivuutta haluttiin testata sekä saada palautetta kyseisestä rekrytointimenetelmästä.

Työssä on käytetty kvantitatiivisia menetelmiä kyselyn muodossa sekä kvalitatiivisia menetelmiä haastattelun ja avoimen palautteen muodossa. Aineistona työssä on käytetty kesätyöntekijöille teetettyä kyselyä sekä esimiehiltä saatuja vastauksia. Työn teoriaosuudessa kerrotaan Pirkanmaan Osuuskaupasta yleisesti. Teoriaosuudessa kerrotaan myös rekrytinnista ennen ja nykypäivänä, sekä massarekrytinnistä ja sen tarpeesta osuuskaupalle. Teoriaosuus pohjustaa opinnäytetyötä niin, että lukijan olisi helpompi ymmärtää sitä.

Tehtyjen pohdintojen perusteella massarekrytointi oli erittäin toimiva menetelmä. Eniten kiitosta ja positiivista palautetta tuli siitä, että kaikkia työnhakijoita haastateltiin. Kehitettäviä kohteita olivat jonotusajan pituus yksilöhaastatteluihin sekä haastatteluajan riittävyys.

Avainsanat Pirkanmaan Osuuskauppa, rekrytointi, kesätyönhakijat, kesärekrytointi, rekrytinnin toimivuus

Sivut 43 sivua, joista liitteitä 13 sivua

Degree Programme in Business Administration

Visamäki

Author	Katri Haapaniemi	Year 2018
Subject	The functionality of mass recruitment for summer employees in Pirkanmaa Osuuskauppa	
Supervisors	Hanna-Kaisa Sulonen	

ABSTRACT

The purpose of the thesis was to explore the performance of mass recruitment at Pirkanmaa Osuuskauppa. This recruitment method has been used already in 2017 and the company wanted to investigate further what the summer job seekers think about the summer recruitment. Only summer job applicants participated in the survey. Pirkanmaan Osuuskauppa recruits hundreds of new employees every year, the biggest need is for summer. The company has used mass recruiting to help the supervisors' work while at the same time giving all applicants the opportunity to be heard and interviewed. Mass recruitment has been used twice at osuuskauppa, and its functionality was tested and feedback was received on the recruitment method.

Quantitative methods were used in the form of questionnaires, as well as qualitative methods in the form of interview and open feedback. A questionnaire for summer workers and answers from supervisors have been used for data gathering. The theoretical part of the thesis deals with Pirkanmaa Osuuskauppa in general. The theoretical part also covers recruiting before and today, as well as about mass recruitment and its need for the Pirkanmaan Osuuskauppa.

Based on the conclusions reached, mass recruitment was a very effective method. The most praise and positive feedback came from the fact that everyone was interviewed. The item to be developed was the waiting time for their own personal interview, as well as the sufficiency of the interview period.

Keywords Pirkanmaan Osuuskauppa, recruitment, summer job seekers, summer recruitment, recruitment performance

Pages 43 pages including appendices 13 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	REKRYTOINTI	2
2.1	Rekrytointi ennen	3
2.2	Rekrytointi nykypäivänä	4
2.3	Rekrytointimenetelmät	5
2.4	Rekrytointi verkkosivuilla	5
2.5	Massarekrytointi.....	6
3	IDENTITEETTI JA IMAGO	7
4	PIRKANMAAN OSUUSKAUPPA	8
4.1	Yritysesittely	8
4.1.1	Asiakasomistajat	8
4.1.2	Henkilöstö	9
4.1.3	Sydänteot.....	9
4.2	Henkilöstöstrategia.....	9
4.3	Keskitetty rekrytointi	10
4.4	Verkkosivujen käyttö rekrytoinnissa.....	11
5	MASSAREKRYTOINTI PIRKANMAAN OSUUSKAUPASSA	14
5.1	Massarekrytointitapahtuman suunnittelu.....	14
5.2	Haastattelijoiden perehdyttäminen	15
5.3	Alueellinen yhteenveto	15
6	TUTKIMUSMENETELMÄT	17
6.1	Tutkimuksen luotettavuus.....	17
6.2	Kvantitatiivinen tutkimus	18
6.3	Kvalitatiivinen tutkimus	18
7	HAKIJOILLE TEHTY KYSELY.....	20
7.1	Tulokset	20
7.1.1	Sukupuoli	21
7.1.2	Ikä.....	22
7.1.3	Kotipaikkakunta	23
7.1.4	Mihin rekrytointitilaisuuteen osallistui	24
7.1.5	Millä saapunut haastatteluun	25
7.1.6	Mistä saanut tiedon Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyöpaikoista.....	26
7.1.7	Kuinka helposti hakija löysi perille haastattelutilaisuuteen.....	28
7.1.8	Onko hakija saanut tarpeeksi tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista	29
7.1.9	Oliko oman haastatteluvuoron jonotusaika kohtuullinen	30
7.1.10	Haastatteluajan riittävyys yksilöhaastattelussa	31
7.1.11	Tietääkö hakija miten rekrytointiprosessi etenee.....	32

7.1.12 Oliko tapahtuman kulku sujuva	33
7.1.13 Jäikö Pirkanmaan Osuuskaupasta luotettava ja vastuullinen kuva työnantajana.....	34
7.1.14 Jäikö rekrytointitilaisuudesta hyvä fiilis	35
7.2 Tulosten analysointi.....	36
8 ESIMIEHILLE SUUNNATTU KYSELY	38
8.1 Kysymykset esimiehille.....	38
8.2 Vastaukset	38
9 POHDINTA.....	40
LÄHTEET	42
LIITTEET.....	44

1 JOHDANTO

Vuonna 2013 Saara Gauffin-Kauste teki opinnäytetyön aiheenaan ”Liike-toimintalähtöisen rekrytoinnin kehittäminen Pirkanmaan Osuuskaupassa: Malli keskitetystä rekrytoinnista.” Opinnäytetyössään Gauffin-Kauste suunnitteli Pirkanmaan Osuuskaupalle mallin keskitetystä rekrytoinnista, joka on myöhemmin otettu käyttöön kaupan puolella. Vuonna 2015 keskitetty rekrytointi otettiin käyttöön myös ravitsemuspuolella. Ennen kyseistä rekrytointimenetelmää jokainen Pirkanmaan Osuuskaupan toimipaikka on suorittanut itse rekrytoinnin kunkin toimipaikan esimiehen johdolla. Uuteen rekrytointimalliin sisältyy myös keskitetty perehdyttäminen, jossa uudet työntekijät perehdytetään yhteisesti ja kaikille kerrotaan samat infot ja Pirkanmaan Osuuskaupan toimintatavat. (Ekunwe 2015.)

Pirkanmaan Osuuskauppa halusi kehittää heidän rekrytointiansa koskien kesätyöntekijöiden palkkausta kesälle 2018. Kyseistä rekrytointimenetelmää on käytetty jo vuoden 2017 kesärekrytoinnissa. Pirkanmaan Osuuskaupan tarkoituksena oli haastatella kaikki hakijat, jotka täyttävät 18 vuotta 1.6.2018 mennessä. Vapaita kesätyöpaikkoja oli yhteensä 350. Tällä menetelmällä he antoivat kaikille halukkaille mahdollisuuden päästä haastatteluun ja mahdollisuuden työllistyä Pirkanmaan Osuuskaupalle. Jokaisessa haastattelussa hakijat saivat mahdollisuuden vastata palautekyselyyn, jolla Pirkanmaan Osuuskauppa kehittää massarekrytointia seuraavalle vuodelle.

Opinnäytetyön alussa perehdytään rekrytointiin, sekä kerrotaan taustaa Pirkanmaan Osuuskaupasta, jotta lukijan on helpompi ymmärtää ja sisäistää massarekrytoinnin vaiheet. Työssä perehdytään myös identiteettiin ja imagoon. Työn lopussa perehdytään työssä käytettyihin eri tutkimusmenetelmiin sekä analysoidaan kyselyn tuloksia. Tavoitteena oli saada kyselyvastauksia yhteensä 659 kpl, koska tämän verran kyselyvastauksia saatiin viime vuonna ja näin ollen tuloksia pystyy vertaamaan kahden eri vuoden välillä.

Tutkimuskysymykset:

- Minkälainen prosessi massarekrytointi on?
- Olivatko hakijat tyytyväisiä massarekrytointitapahtumaan?
- Toiko massarekrytointi toivottua tulosta Pirkanmaan Osuuskaupalle?
- Kuinka kehittää rekrytointitapahtumaa?

2 REKRYTOINTI

Rekrytointi on suuri mahdollisuus. Uusi ihminen on erittäin kiinnostava ja täynnä energiaa. Hänellä on paljon voimavaroja sekä potentiaalia. Uusi ihminen haluaa näyttää yritykselle omat taitonsa ja päästä kehittämään itseään ja taitojaan sekä päästä menestymään yrityksessä. Jotta yritys saisi kyseisen ”täydellisen” ihmisen töihin omaan yritykseen, täytyy hänet vain etsiä. Uudet työntekijät tuovat yritykselle aina uutta näkökulmaa asioihin, tarvittavaa työpanosta sekä muuta osaamista. Monilla ihmisillä oma osaaminen ja taidot tulevat esille vasta kun hänet on rekrytoitu yritykseen. (Vaahtio 2005, 11.)

Yrityksen menestyksen kannalta onnistuneella rekrytoinnilla on suuri merkitys. Henkilöstöasiantuntija on rekrytoinnin ammattilainen ja hän osoittaa asiantuntijuutensa koko rekrytointiprosessin läpi. Yleensä henkilöstöasiantuntija laatii hakuilmoituksen, vastaa kysymyksiin, käsittelee kaikki tulleet hakemukset ja valitsee ketä haastatteluun kutsutaan. Kuitenkin rekrytointipäätöksen tekee yleensä rekrytoivan toimipaikan esimies. (Österberg 2005, 70.)

Rekrytoinnin hyöty on pyrittävä moninkertaistamaan. Kun rekrytoi uusia työntekijöitä vaatii se suuren rahallisen panostuksen. Tällöin yrityksen on mietittävä tuottaako rekrytointi enemmän rahaa kun mitä rekrytointiin on käytetty, näin ollen rekrytointi on kannattavaa. Rekrytointi tarjoaa kuitenkin mahdollisuuden ja muutoksen yritykselle, ja tarkoittaa sitä että yrityksellä on tulevaisuus. Rekrytoinneilla on suuri vaikutus perheiden elämään ja koko yhteiskuntaan. (Vaahtio 2005, 30.)

Rekrytointiprosessit lähtevät usein liikkeelle erilaisista tilanteista yrityksissä. Prosessit muodostuvat erilaisiksi ja erisuuntiin eri yrityksissä. Kuitenkin niillä kaikilla on kolme samaa pääkohtaa koskien rekrytointiprosessia. Nämä kyseiset kolme pääkohtaa ovat työtehtävän analyysi, avoimesta työpaikasta tiedottaminen ja työntekijän valinta. Alussa yritykset määrittelevät millaiseen tehtävään he tarvitsevat uuden työntekijän ja millä ominaisuuksilla varustetun henkilön. Seuraavaksi he päättävät kuinka he ilmoittavat avoimesta työpaikasta, onko se täysin julkinen ilmoitus vai yhtiön sisäinen ilmoitus. Lopuksi yritys valitsee sopivien hakijoiden joukosta parhaaksi ja sopivimmaksi katsotun henkilön. (Vaahtio 2005, 31.)

Rekrytointiprosessin loppupuolella on aika tehdä rekrytointipäätös. Tavanomaisesti työkokemus, osaaminen sekä pätevyys ratkaisevat, keitä yritys kutsuu haastatteluun. Päätöstä tehtäessä verrataan usein hakijan osaamista sekä soveltuvuutta muihin hakijoihin. Valintaa tehdessä on tärkeä muistaa, mitkä osaamisalueet ja ominaisuudet ovat työtehtävien kannalta tärkeitä. Tässä vaiheessa rekrytointia on ensiarvoisen tärkeää, että hakija on tehnyt kirjallisen hakemuksen ja rekrytoija on siihen tutustunut sekä tavannut hakijan henkilökohtaisesti. Jos sopivalle hakijalle

asettaa liikaa kriteerejä, on aina vaikeampaa löytää niihin sopiva henkilö. Hakijan sukupuoli ei ole tärkeä, myyjän on osattava myydä. Usein kaikkia haluamiaan kriteerejä ei voi saada, silloin on hyvä keskittyä vahvoihin ja suuriin osaamisiin ja piirteisiin, pieniä asioita pystyy kouluttamaan ja opettamaan. (Vaahtio 2005, 164–165.)

Tavallisimpia valintakeinoja sopivan työntekijän valitsemiseen ovat:

- hakemusten perusteella tapahtuva arviointi
- haastattelut
- suositukset tai yhteydenotot entisiin työnantajiin
- soveltuvuustestit
- kielitaitotesti
- työtilanteiden stimulointi
- terveystarkastus. (Helsilä 2002, 24.)

2.1 Rekrytointi ennen

Rekrytointiprosessin perinteinen kuvaus – toimenkuva, työpaikkailmoitus ja työsopimus - on jo kauan aikaa sitten jäänyt (Kaijala 2016, 15). Ennen henkilöstötoiminnot olivat pitkään yrityksissä osana johdon arkirutiineja. Ajan kuluessa työlainsäädäntö kehittyi sekä työehtosopimukset yleistyivät, ja näin ollen henkilöstön palkkaaminen alkoi monimutkaistua sekä vaatia enemmän osaamista. Tämän takia henkilöstötoiminnot alkoivat eriytyä 1940-luvun lopulla. Henkilöstökoulutukseen alettiin kiinnittää enemmän huomiota. Yritykset alkoivat tarvita työsuhdejuristeja, koulutuspäälliköitä, päätoimisia rekrytoijia sekä erillisiä henkilöstöosastoja. (Vaahtio 2005, 16.)

Vasta 1970-luvulla henkilöstöhallinto kehittyi omaksi osaamisalueeksi. Henkilöstöhallinto käsitti esimerkiksi henkilöstösuunnittelun, henkilöstöhankinnan, koulutuksen, palkkahallinnon, tiedotustoiminnan, sairauskassat sekä virkistystoiminnan. Kyseisistä tehtävistä vastasivat henkilöstöpäälliköt sekä muut kyseisiin asioihin erikoistuneet asiantuntijat. Ajan saatossa koettiin kuitenkin ongelmalliseksi se, että henkilöstöhallinto oli liian erillään yrityksen johdosta. Tämän vuoksi henkilöstöhallintoja alettiin siirtää takaisin yrityksen johdolle. (Vaahtio 2005, 17.)

Henkilöstöosastojen vähenemiseen on vaikuttanut 1990-luvun alussa ollut lama. Henkilöstöhallinnon toimia on yhdistelty taloudellisista syistä. Isoissa yrityksissä tietenkin tarvitaan edelleen henkilöstöhallintoa, mutta sen tehtävät ovat muuttuneet ajan saatossa hallinnollisista toimista henkilöjohtamisen suuntaan. (Vaahtio 2005, 17.)

Ajassa taaksepäin mentäessä vain 15 vuotta, suosituimpia kanavia rekrytoinnille olivat suorat kontaktit, lehti-ilmoittelu sekä työvoimatoimisto. Uudemmat keinot olivat jo tulossa ja tiedossa, kaikki eivät vain uskalta-

neet niitä vielä käyttää. Erään tutkimuksen mukaan käytetyin hakumenetelmä työnhaussa vuonna 2003 olivat suorat kontaktit. Samana vuonna vain noin joka viides yritys ilmoitti internetissä avoinna olevista työpaikoista. (Vaahtio 2005, 40.)

2.2 Rekrytointi nykypäivänä

Vaikkakin ajassa ja menetelmissä on menty huimasti eteenpäin, on silti rekrytoinnin tavoite edelleen sama: löytää parhaat tekijät sekä saada heidät viihtymään työssään ja kasvamaan työtehtävissään. Osaavat tekijät tunnistavat oman osaamisensa sekä tietävät sen, että osaavia tekijöitä tarvitaan ja halutaan. Nykypäivänä osaavat tekijät eivät halua sitoutua jatkuvasti yhteen työnantajaan. Yritykset myös jakavat projektit ja työt omille työntekijöilleen, alihankkijoilleen tai freelancereilleen. (Kaijala 2016, 15.) Nykypäivän rekrytointi on mennyt paljon sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisessa mediassa täytyy kuitenkin muistaa, ettei käytä kaikkia kanavia kerralla. Sosiaalisessa mediassa tärkeää on hyvä työnantajamielikuva ja sen tuominen esille. Suosittuja sosiaalisen median kanavia ovat LinkedIn sekä sähköiset ilmoitustaulut kuten Oikotie ja Monster. Sosiaalinen media on ollut jo vuosikymmenen ajan puhuttu aihe ja yritysten päänaiva, silti rekrytoinnin osalta monet yritykset eivät ole päässeet sen käytössä vielä pitkälle. Suomessa yritysten ongelmana on, että tiedetään mitä kanavia käytetään, mutta ei tiedetä miten niitä käytetään. (Kaijala 2016, 184–185.) Työhakemuksissa käytetään nykyään paljon sosiaalisen median kanavia sekä liitetään omia profiileja hakemuksiin. Myös videohakemukset ovat yleistyneet ja monet yritykset palkkaavat vain videon perusteella.

Nykypäivänä kaikki yritykset eivät ole tiedostaneet muuttuvia työmarkkinoita. Uhkana on, että ellei ammattiosaamista pystytä turvaamaan, yritykset siirtävät tuotantoaan ulkomaille ja maan talous heikkenee. Tällöin työttömyys Suomessa lisääntyy, verotulot valtioille vähenevät, työssäkäyville peritään enemmän veroa sekä korkeasti koulutetut henkilöt hakevat töitä ulkomailta. Nykypäivänä koulutukseen menevä aika on pidentynyt, mutta samalla käytännön taidot ovat vähentyneet. Osaavista työntekijöistä on puutetta. Palvelualoilla pääpainopisteet ovat ennen olleet asiakaspalvelu, tuotetietous, tietojärjestelmien käyttöön liittyvät taidot sekä yhteistyötaidot. Nykypäivänä pääpainopisteisiin pyritään lisäämään myös ihmissuhdetaidot, myyntitaidot, laatuasiat sekä johtaminen. Suomessa on asetettu selviytymisstrategiaksi korkea teknologia, huippuosaaminen sekä tietoyhteiskunnan kehittäminen. Suomella on hyvä ja toimiva strategia tulevaisuutta ajatellen, mutta ei pidä kuitenkaan unohtaa, että on paljon muutakin tarpeellista ja hyödyllistä työtä. (Vaahtio 2005, 218–220.)

2.3 Rekrytointimenetelmät

Toimivana rekrytointimenetelmänä on hyvä sallia hakijalta mahdollisimman lyhyt hakemus ja halutessaan hakija voi liittää hakemukseen esimerkiksi LinkedIn profiilinsa tai jonkin muun sosiaalisen median kanavan tai sähköisen materiaalin itsestään. Monilla löytyy omia kotisivuja tai työnäytteitä, joilla osoittaa olevansa pätevä haettavaa paikkaa varten. Pelkästään lyhyt hakemus ei riitä, sillä nykyään hakijan täytyy markkinoida ja myydä itseään hakemuksessaan. (Kaijala 2016, 193.)

Rekrytointiprosessia aloittaessa on hyvä valita yritykselle toimiva kanava, jonka kautta rekrytoidaan. Jos oikeaa kanavaa ei vielä tiedetä, kannattaa ottaa selvää mitä kanavia muut samankaltaiset yritykset käyttävät. Nykypäivänä yleisimpiä rekrytointikanavia ovat internet, henkilöstövuokrausfirmat, konsulttitoimistot, opiskelijajärjestöt sekä korkeakoulut jotka ovat kehittäneet omaa rekrytointitoimintaa. (Vaahtio 2005, 39.)

2.4 Rekrytointi verkkosivuilla

Tikkasen (2010) mukaan yritysten monet toiminnot ovat siirtyneet verkkoon viestintäteknologian kehittymisen myötä. Nykyään yhä useammat yritykset luovat verkkoon oman rekrytointiosion. Internet on nykyään aina saatavilla ja sen avulla tavoittaa potentiaaliset työnhakijat globaalisti. Verkkoon omaan rekrytointiosioon pystyy myös lisäämään kuvia, ääniä, animaatioita sekä videoita. Verkkorekrytointi on yrityksille pääasiallinen työkalu rekrytointiin. Yrityksen rekrytointiosiossa voidaan korostaa ja tuoda esille yrityksen kulttuuriin liittyviä ainutlaatuisia ominaisuuksia. Näillä ominaisuuksilla voidaan esimerkiksi houkuttaa potentiaalisia hakijoita. Verkkosivuilla yritys voi myös esitellä jokapäiväistä toimintaansa sekä arvomaailmaansa. Kun verkkosivuilla on yksityiskohtaisia tietoja yrityksestä, niin hakija voi verrata omaa sopivuuttaan yritykseen.

Tikkanen (2010) mainitsi myös, että kun yrityksen rekrytointiprosessi on vasta alkuvaiheessa niin innokkaimmat hakijat saavat ensimmäisenä informaation verkkosivujen kautta. Yritykselle potentiaalinen hakija voi olla aktiivinen, joka on erittäin motivoitunut löytämään uuden työpaikan. Hakija voi olla myös passiivinen, eli hänellä on jo työpaikka, mutta seuraa tarjolla olevia työpaikkoja. On luotu kolmevaiheinen malli, jolla yritys onnistuu verkkorekrytoinnissa. Ensimmäisessä vaiheessa mahdolliset hakijat täytyy houkuttaa yrityksen verkkosivuille. Toisessa vaiheessa hakijoiden mielenkiinto täytyy herättää sekä luoda vuorovaikutussuhde mahdollisen hakijan kanssa. Kolmannessa vaiheessa täytyy saada hakija laittamaan hakemus avoinna olevaan työtehtävään. Jotta yritys onnistuu verkkorekrytoinnissa, täytyy kaikki nämä kolme vaihetta onnistua.

2.5 Massarekryointi

Massarekrytoinnin tavoitteena on löytää hyvällä asenteella varustetut kesätyöntekijät ja antaa kaikille samanlainen mahdollisuus näyttää omat vahvuutensa käytännössä. Pirkanmaan Osuuskauppa pyrkii myös helpottamaan toimipaikkojen esimiesten arkea ja tehostamaan rekrytointiprosessia. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2017, 29.)

Suurin ero massarekrytoinnilla ja rekrytoinnilla on se, että massarekrytoinnissa haastatellaan kaikki hakijat jotka ovat hakemuksen lähettäneet. Jokaisella hakijalla on siis samat mahdollisuudet työllistyä massarekrytointimenetelmää käyttävään yritykseen. Massarekrytointi on sellainen menetelmä jota muutkin yritykset voisivat käyttää, etenkin suuren luokan yritykset. Etenkin nuorilla on vaikeuksia tehdä hyvää työhakemusta ja usealle nuorelle kesätyöt on ensimmäinen työpaikka. Massarekrytointitapahtumassa myös jännitys hieman hälvenee kun tapaa muita samassa tilanteessa olevia hakijoita.

Tavoitteena Pirkanmaan Osuuskaupalla oli palkata mahdollisimman monta uutta kesätyöntekijää ympäri Pirkanmaata eri toimipaikkoihin. Haasteellisinta rekrytoinnissa oli saada tarpeeksi hakemuksia laitapaikkakunnille. Suosituimmat hakukohteet olivat Tampereen Sokos sekä Prisma Kaleva.

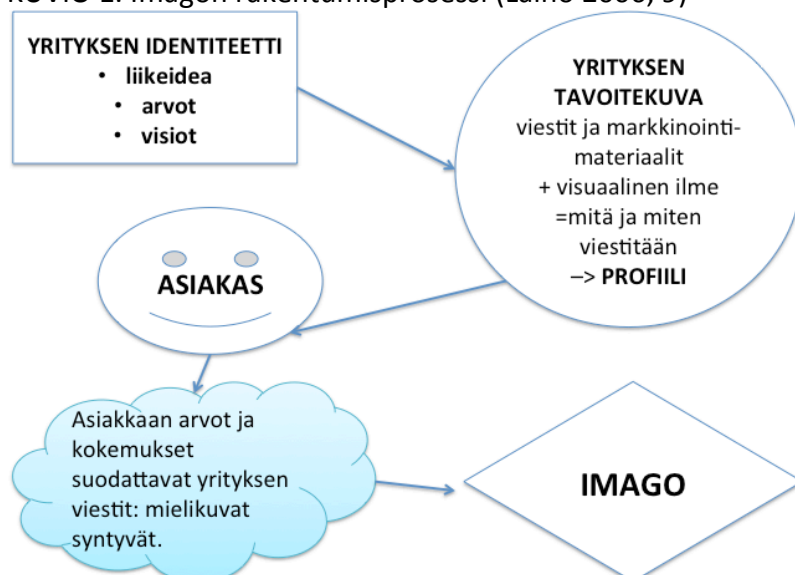
Haastattelupäivinä hakijoille pidettiin ensimmäisenä 20 minuutin pituinen infotilaisuus, jossa kerrottiin yleisesti Pirkanmaan osuuskaupasta ja sen arvoista sekä haastattelupäivän kulusta. Infotilaisuuden jälkeen hakijoita kutsuttiin yksittäin sattumanvaraisessa järjestyksessä hakemaan heidän työhakemuksensa, jonka jälkeen he siirtyivät jonottamaan yksilöhaastatteluun. Jokaisen hakijan haastattelu kesti noin viisi minuuttia. Ensimmäisen alueen haastattelut pidettiin kahtena eri päivänä koska hakijoita oli niin paljon. Haastattelihoita oli ensimmäisissä rekrytointipäivissä mukana 22.

3 IDENTITEETTI JA IMAGO

Imagon rakentaminen perustuu yrityksen identiteettiin. Suurissa yrityksissä voi olla monta eri identiteettiä. Pienissä yrityksissä joissa on vähän henkilökuntaa ja yrityksen toiminta on tiivistä, identiteetin määrittely on helpompaa. Identiteetin lähtökohtana ovat yrityksen liikeidea, arvomaailma sekä tulevaisuuden visiot. Kun yrityksen identiteetti on määritelty, niin seuraavaksi täytyy määrittellä tavoitekuva. Tavoitekuvan avulla selkeytetään, minkälaisena yritys haluaa itsensä nähtävän asiakkaiden silmin. Tavoitekuvan on perustuttava todellisuuteen. Yrityksen profiloinnilla tarkoitetaan niitä toimenpiteitä jotka vaikuttavat tavoitekuvaan. Kaikki yrityksen välittämät viestit, visuaalinen ilme sekä henkilökunnan antama vaikutelma itsestään vaikuttavat yrityksen profilointiin. Yrityksen profiili toimii pohjana yrityksen imagolle. (Laiho 2006, 7–8)

Yrityksen imago eli mielikuva vaikuttaa siihen mitä yrityksestä puhutaan, kirjoitetaan tai kuvitellaan. Imago vaikuttaa myös siihen halutaanko yrityksen kanssa tehdä yhteistyötä ja halutaanko yritystä suositella muille. Kun perustetaan uutta yritystä, täytyy panostaa imagon luomiseen jotta yrityksen alkava liiketoiminta alkaisi toivotulla tavalla. (Laiho 2006, 9) Jos yritys haluaa menestyä, täytyy imagon eteen tehdä töitä. Imagoa täytyy siis rakentaa tietoisesti. Imagon rakentamisessa yleensä ajatellaan että jos on hyvä ja laadukas tuote niin imagostakin muodostuu hyvä. Kuitenkin hyvä imago tehdään ja huonoja syntyy. Ihmiset luovat itse mielikuvan, eli imagon eri yrityksistä. Imagoon voi kuitenkin vaikuttaa esimerkiksi ihmiskontakteilla ja positiivisella ulosannilla. Samalla yrityksellä voi olla useita eri imagoja, niin kuin vaikka toimipaikkoja tai henkilökuntaa. Jokainen työntekijä yrityksessä vaikuttaa asiakkaan luomaan mielikuvaan. (Rope 2011, 51–53) Yrityksen imago muuttuu, vahvistuu tai vääristyy kaiken yrityksen toiminnan ja viestinnän kautta. Sen takia yrityksen imagon kanssa olisi hyvä työskennellä koko ajan. (Laiho 2006, 8)

KUVIO 1. Imagon rakentumisprosessi (Laiho 2006, 9)



4 PIRKANMAAN OSUUSKAUPPA

Pirkanmaan Osuuskauppa on asiakasomistajiensa omistama, vastuullisesti palveleva paikallinen yritys, joka toimii osana S-ryhmää. Pirkanmaan Osuuskauppa on yksi 20:stä alueosuuskaupasta. Osuuskauppa harjoittaa päivittäistavara- ja käyttötavarakauppaa, ravintolakauppaa sekä polttoneste- ja liikennemyymäläkauppaa. Osuuskaupan toiminta-ajatuksena on tuottaa palveluja ja etuja asiakasomistajille. (S-kanava, 2017.)

4.1 Yritysesittely

Vuonna 2016 Pirkanmaan Osuuskaupan verollinen myynti oli muutamaa miljoonaa vaille miljardi euroa. Vapautuneiden aukioloaikojen myötä osuuskauppa pystyi toteuttamaan asiakasomistajilleen enemmän ja parempia asiakaskokemuksia. Näin asiakkaat pystyvät suunnittelemaan omaa elämäänsä, mukaan lukien kaupassa käynnit. (Timo Mäki-Ullakko, Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2016, 3.) Osuuskaupalla joulumyynti oli erittäin onnistunut ja sillä oli suuri vaikutus koko vuoden myyntiin. Joulukauppa kasvoi kuusi prosenttia vuoteen 2016 verrattuna. Nokialle avattu uusi Prisma vaikutti positiivisesti kokonaiskuvaan. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2017, 3.)

Pirkanmaan Osuuskaupan verollinen myynti vuonna 2017 oli 1 036 milj. euroa eli neljä prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Päivittäis- ja käyttötavarakaupan liikevaihto kasvoi 3,5 prosenttia. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2017,3.) Liikevaihdon kasvuun vaikutti vahvasti kaupan alalla aukioloaikojen vapautuminen, sekä osuuskaupalla useiden tuotteiden hintojen halpuuttaminen. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2016, 5.)

4.1.1 Asiakasomistajat

Asiakasomistajia osuuskaupalla oli 2016 vuoden lopulla 192 141, asiakasomistajat ovat osuuskaupassa omistajia. Vuonna 2016 asiakasomistajien määrä kasvoi 6533 omistajalla. Koko Pirkanmaan talouksista 69,6 prosenttia oli osuuskaupan omistaja-asiakkaita. Bonuksia maksetaan asiakasomistajille joka kuukausi. Bonusten määrä on täysin verrannainen bonusostoihin. Pirkanmaan Osuuskauppa maksoi bonuksia asiakkailleen 31,1 milj. euroa vuonna 2016. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2016, 6.) Pirkanmaan Osuuskaupan asiakasomistajamäärä kasvoi huomasti vuoden 2016 ja 2017 välillä, sillä vuonna 2017 osuuskaupalla oli jo 198 165 asiakasomistajaa. Asiakasomistajille maksettiin bonuksia 30 miljoonaa euroa vuonna 2017. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2017, 24.)

4.1.2 Henkilöstö

Työntekijöitä osuuskaupalla oli yhteensä 3006 vuonna 2016. Kyseiseen henkilöstömäärään ei sisälly kausityöntekijät, joita palkattiin noin 1200. Kokoaikaisia työntekijöitä osuuskaupalla oli 677 ja osa-aikaisia 2329. Määräaikaisissa työsuhteissa ovat yleensä joulukiireapulaiset, perhevapaan sijaiset sekä opiskelijat. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2016, 6.)

4.1.3 Sydänteot

Osuuskaupassa otettiin käyttöön uusi palvelukulttuuri vuonna 2016. Henkilökunnan ohjeiksi tulivat ”Hurmaamme hetkessä, helpotamme kummasti ja tuotamme hyvää jälkimakua”. Nykyään on puhuttu sydänteoista sekä murustelusta. Sydänteot merkitsevät osuuskaupassa asiakkaiden yllättämistä, hurmaamista sekä yksityiskohtaista palvelua. Murustelu puolestaan on huoletonta jutustelua asiakkaan kanssa, se voi olla vaikka ruokaohjeen jakaminen, jokin neuvo ruuanlaittoon tai päivän kuulumisten vaihtaminen. Jokaisessa toimipaikassa listataan ylös sydäntekojen määrä joka päivä sekä parhaat sydänteot kirjoitetaan lapulle. Parhaat sydänteot saavat joskus pienen palkinnon. Pirkanmaan Osuuskaupassa halutaan olla aidosti läsnä ja paikalla asiakkaita varten. Sydänteoissa vain mielikuvitus on rajana. Pirkanmaan Osuuskauppa teki 3 992 875 sydäntekoa asiakkailleen vuonna 2017. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2017, 15.)

4.2 Henkilöstöstrategia

Pirkanmaan Osuuskaupassa otettiin mittavia harppauksia muun muassa rekrytoinnin, palvelukulttuurin ja työvireen saralla vuonna 2015. Uuden strategian mukaan osuuskaupassa panostettiin entistä enemmän loistaviin asiakaskokemuksiin ja sydäntekoihin. Pirkanmaan Osuuskaupassa henkilökunnalle tulee vuosittain noin 40 miljoonaa asiakaskohtaamista ja Pirkanmaan Osuuskaupassa halutaan, että jokainen kohtaaminen on positiivinen kokemus sekä asiakkaalle että myyjälle. Pirkanmaan Osuuskaupan henkilöstöjohtaja Tero Hassinen kertoo osuuskaupan vuosikertomuksessa, että he päättivät antaa henkilökunnalle vapauden toimia aina asiakkaan parhaaksi ja palautteiden perusteella päätös on osoittautunut oikeaksi. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2015, 6.)

Henkilökunnan osaamisen kehittämiseksi tehtiin uudenlainen kehityskeskustelu, jossa normaalin kehityskeskustelun lisäksi käydään jokaisen työntekijän kanssa läpi henkilökohtainen osaamisarviointi. Uudessa kehityskeskustelussa haastetaan työntekijät miettimään omaa osaamistaan tarkemmin, jonka ansiosta myös kehityskohteet ja mahdolliset toimenpiteet

ovat helpompi havaita ja määritellä. Usein kun työntekijä huomaa oman kehittymisensä hän haluaa kehittyä vielä lisää. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2015, 6–7.)

Henkilöstöstrategiassa vaikuttava tekijä on Pirkanmaan Osuuskaupan keskitetty rekrytointi-, perehdytys- ja kassakoulutusmalli, joka antaa kaikille uusille työntekijöille tasapuoliset ja aikaisempaa paremmat lähtökohdat uralle osuuskaupassa. Osuuskaupassa perehdyttäminen alkaa jo työhaastattelussa ja tähtää siihen että kun työntekijä aloittaa työt omassa toimipaikassaan, on hän jo oppinut perusasiat työstään ja työnantajastaan. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2015, 7.)

Henkilöstöstrategiaan kuuluu myös vuonna 2015 tullut henkilökunnan työviveraha, jonka työntekijä voi käyttää esimerkiksi liikuntaharrastuksen kustannuksiin tai uusiin työkenkiin. Syksyllä 2015 työterveyden edustaja kiersi fysioterapeutin kanssa eri toimipaikoilla opastamassa henkilöstöä terveellisimpiin elämäntapoihin ja hyvään työergonomiaan. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2015, 7.)

4.3 Keskitetty rekrytointi

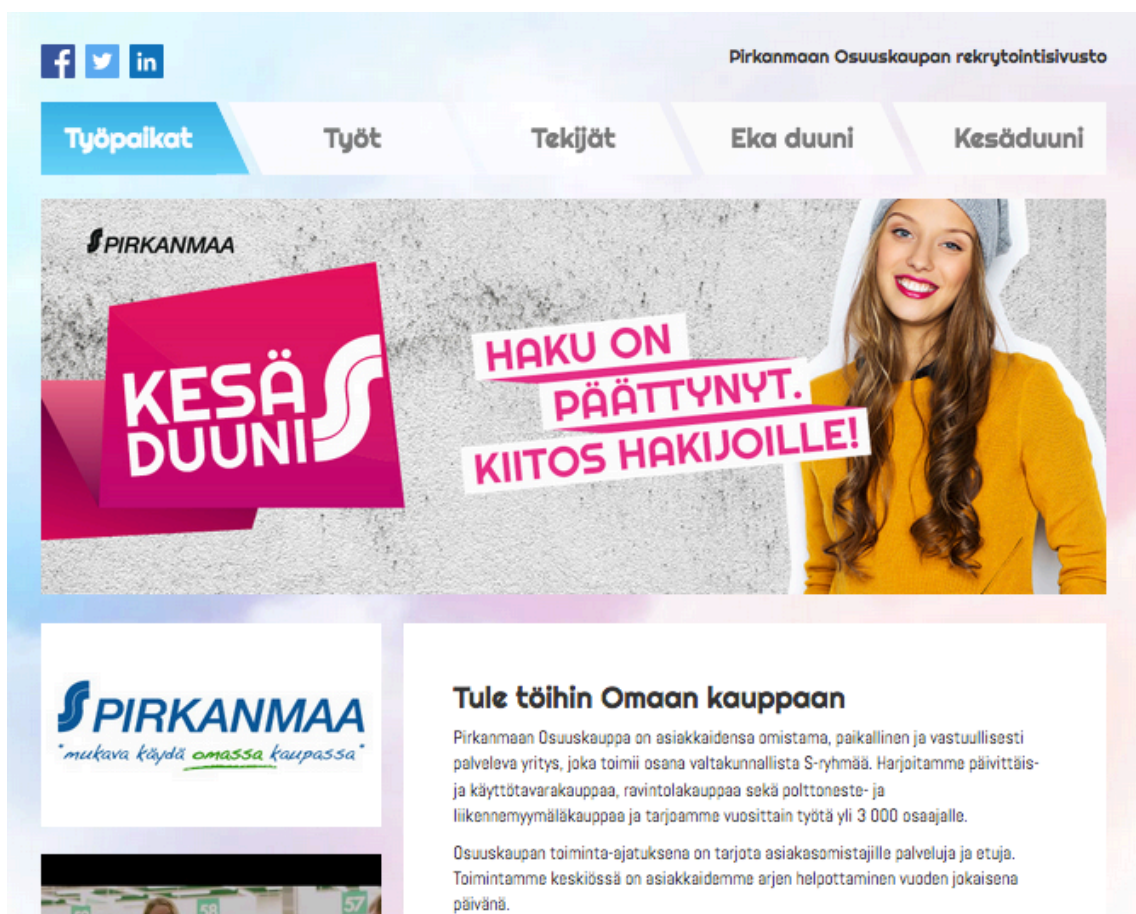
Aikaisempina vuosina Pirkanmaan Osuuskaupassa esimiehet ovat itse hoitaneet rekrytoinnit omiin toimipaikkoihinsa. Vuonna 2013 Saara Gauffin-Kauste suunnitteli opinnäytetyönään osuuskaupalle keskitetyn rekrytoinnin, joka otettiin käyttöön heti. Keskitetyssä rekrytoinnissa hakija lähettää hakemuksen Pirkanmaan osuuskaupalle, josta hänet kutsutaan ryhmähaastatteluun jossa on noin 10 muutakin hakijaa. Ryhmähaastattelun päätteeksi kaikilla hakijoilla on noin viiden minuutin yksilöhaastattelu, jossa haastateltava suosittelee hakijaa jatkohaastatteluun johonkin tiettyyn Pirkanmaan Osuuskaupan yksikköön. Tämän prosessin jälkeen hakija sopii itse haastatteluajan toimipaikkaan ja toimipaikan esimies päättää, palkkaako hän hakijan.

Jos hakija tulee valituksi, niin hän osallistuu ensimmäisenä keskitettyyn perehdytykseen, joka tapahtuu myös ryhmässä. Perehdytys kestää kaksi päivää joista toinen keskittyy kassa ja hyllytys työskentelyyn ja toinen työturvallisuuteen ja muihin verkkokursseihin. Näin kaikki Pirkanmaan Osuuskaupan uudet työntekijät ovat perehdytetty samalla kaavalla, joten kaikilla on samat pohjatiedot ja -taidot aloittaessaan työt. Pirkanmaan Osuuskauppa on ottanut massarekrytoinnin käytäntöön rekrytoidessaan uusia kesätyöntekijöitä jotta kaikilla olisi samat mahdollisuudet päästä töihin osuuskauppaan.

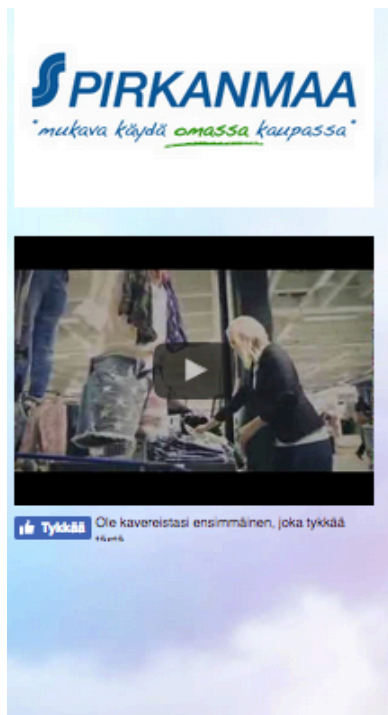
4.4 Verkkosivujen käyttö rekrytinnissa

Pirkanmaan Osuuskaupalla on käytössä omat rekrytointisivustot. Verkkosivuille on koottu kaikki avoinna olevat työpaikat sekä kerrottu, mitä kukin osuuskaupan työtehtävä pitää sisällään. Verkkosivuilta löytyy myös ohjeet ekaduuniin, joka on ns. työkokeilu alle 18-vuotiaille. Ekaduuni kestää kaksi viikkoa ja on palkallinen.

Ensimmäisessä kuvassa on Pirkanmaan Osuuskaupan omat rekrytointiverkkosivut. Etusivulla aukeaa ensimmäisenä avoimet työpaikat. Verkkosivujen yläpalkissa on pikalinkit muille välisivuille. Toisena välisivuna löytyvät ”Työt”-välisivu, jossa on kerrottu tarkat kuvaukset osuuskaupan eri työtehtävistä. Seuraavana on välisivu ”Tekijät”, josta löytyy muutama video joissa osuuskaupan työntekijät kertovat millaista on olla osuuskaupalla töissä. Seuraavana on ”Eka duuni” -välisivu, josta löytyy tietoa alle 18-vuotiaiden kesätyömahdollisuuksista Pirkanmaan Osuuskaupassa. Viimeinen välisivu on ”Kesäduuni”, johon on koottu kaikki tieto kesätyömahdollisuuksista sekä kerrottu myös hakualueet ja niiden haastattelu-päivät ja –paikat.



KUVA 1. Pirkanmaan Osuuskaupan rekrytointisivuston etusivu, josta löytyy avoinna olevat työpaikat (WorkyourS n.d.)



Tehtäväkuvat

Laadukas asiakaspalvelu on jokaisen työntekijämme tärkein tehtävä. Olemme aina töissä asiakasta varten. Kassatyöskentely kuuluu kaikkien työntekijöidemme toimenkuvaan. Alla lyhyet kuvaukset tyypillisimpien tehtävänimikkeidemme sisällöstä.



KUVA 2. Rekrytointisivuston "Työt" välilehti, josta löytyy jokaiseen työtehtävään oma kuvaus, mitä työtehtävä pitää sisällään (WorkyourS n.d.).

Pirkanmaan Osuuskaupan rekrytointisivusto

Työpaikat Työt Tekijät **Eka duuni** Kesäduuni

EKA DUUNI

PIRKANMAA

Tutustu työelämään ja tienaa!

Onks sulla ens kesänä Ässä eka duuni?

Pirkanmaan Osuuskauppa tarjoaa kesällä 2018 Tutustu työelämään ja tienaa -kesäharjoittelupaikan noin 650 nuorelle. Haku harjoittelupaikkoihin on päättynyt. Kiitos runsaasta mielenkiinnosta tarjoamiemme harjoittelupaikkoja kohtaan.

Harjoitteluun valituille tullaan ilmoittamaan henkilökohtaisesti. Hakijoiden suuresta määrästä johtuen emme ilmoita valitsematta jääneille.

KUVA 3. Rekrytointisivuston välilehti "Eka duuni", josta löytyy tietoa alle 18-vuotiaiden kesätyömahdollisuuksista (WorkyourS n.d.)

Yhdellä hakemuksella suoraan kesätyöhaastatteluun

Järjestämme kesätyönhakijoidemme ensimmäisen haastattelukierroksen alueellisina rekryointitilaisuuksina, joissa pikahaastattelemme kaikki hakemuksen lähettäneet ja tilaisuuteen osallistuvat 1.6.2018 mennessä 18 vuotta täyttävät hakijat.

Yhden alueellisen hakemuksen täyttäminen sekä yhteen rekryointitilaisuuteen osallistuminen riittää, mikäli olet kiinnostunut kesätyömahdollisuuksistamme useammassa eri toimipaikassamme ympäri Pirkanmaata.

Täytähän hakemuksesi huolella, sillä jokainen aikaisempi koulutus-, harjoittelu- ja työkokemus on arvokas kesätöitä hakiessasi. Haastattelu-aika on napakka, joten hakemuksessasi sinun on mahdollista kertoa yksityiskohtaisemmin taustastasi. Laitathan oman hakualueesi rekryointitilaisuuden jo nyt kalenteriisi ja tutustu ennakkoon tarjolla oleviin työtehtäviimme **töällä**.

Olemme kaikkiin hakijoihin yhteydessä sähköpostitse lähempänä haastatteluajankohtaa.

Haastattelussa nähdään!

Pirkanmaan Osuuskauppa

Keskitetty rekryointi

rekryointi.pirkanmaaesok.fi

KUVA 4. Rekryointisivuston ”Kesäduuni”-välilehti, josta löytyy tietoa kesätyömahdollisuuksista (Workyoys n.d.)

Osuuskaupan rekryointisivustot ovat erittäin onnistuneet ja niiden väri-maailma on sopiva. Sivustoilta löytyy kaikki tarvittava tieto koskien työnkuvauksia ja avoimia työpaikkoja. Myös videot eri työtehtävistä ovat hieno keino näyttää sivustolla vieraileville mitä osuuskaupassa tehdään. Verkkosivujen etusivulla voisi olla myös lyhyt kuvaus Pirkanmaan Osuuskaupasta, sillä kaikki hakijat eivät mene osuuskaupan verkkosivujen kautta kyseiselle rekryointisivustolle. Monet löytävät osuuskaupan rekryointikanavan Googlestä.

5 MASSAREKRYTOINTI PIRKANMAAN OSUUSKAUPASSA

Pirkanmaan Osuuskauppa on halunnut helpottaa esimiesten työtä, sekä samalla antaa mahdollisuuden kaikille halukkaille kesätyöhakijoille päästä töihin osuuskaupalle. Massarekrytointia on kokeiltu kerran aikaisemmin, vuonna 2017. Silloin tapahtuma oli erittäin onnistunut ja sai paljon positiivista palautetta.

5.1 Massarekrytointitapahtuman suunnittelu

Rekrytoinnin suunnittelu oli jo todella hyvässä kunnossa, kun opinnäyte-työtä alettiin tehdä, koska Pirkanmaan osuuskauppa oli järjestänyt massarekrytoinnin jo vuonna 2017. Kyselylomake, joka toteutettiin hakijoille, oli jo valmiina ja siihen tehtiin vain muutama tarkennus. Julisteet ja muut mainokset olivat jo valmiina, joten niitä ei tarvinnut suunnitella uudelleen.

Joulukuussa 2017 pidettiin kolme palaveria, maanantaina 11.12., keskiviikkona 13.12. sekä tiistaina 19.12. Palavereissa osallisina oli rekrytointipäällikkö Heini Salo, projektiasistentti Kreetta Luoma sekä opinnäyte-työntekijä Katri Haapaniemi. Ensimmäisessä palaverissa suunniteltiin workyours -nettisivuille uusia kuvauksia avoinna olevista työtehtävistä, jotta kaikki Pirkanmaan osuuskaupan työnkuvat olisi selkeästi selitetty ja hakija ymmärtäisi heti millaista paikkaa on hakemassa. Ensimmäisessä palaverissa suunniteltiin myös rekrytointikutsu, joka lähetetään kaikille hakijoille jotka ovat täyttäneet 18 vuotta ennen 1.6.2018.

Toisessa palaverissa mukana oli markkinointitiimi. Palaverissa käytiin läpi vuoden 2017 käytössä olleet mainonnat ja mietittiin, voisiko samoja käyttää uudelleen. Lopulta päädyttiin käyttämään samoja mainoksia kuin edellisvuonna. Kaikki mainokset käytiin kuitenkin läpi:

- kesäduuni-tapetti haastattelupaikoille,
- prisma.fi nettisivujen mainokset,
- mainoksia kouluille, joissa haastattelut toteutetaan,
- Facebook mainos,
- käyntikortit, joita lähetetään jokaiselle toimipaikalle, jotta he voivat jakaa niitä potentiaalisille kesätyönhakijoille, sekä
- karttakuva haastattelualueista workyours.fi nettisivulle.

Kolmannessa palaverissa todettiin, että kaikki tehtävät koskien rekrytointia on jo hyvällä mallilla. Koska kyseinen tapahtuma on toteutettu kerran aikaisemminkin, niin kaikkea ei tarvinnut suunnitella uudelleen. Kolmannessa palaverissa kuitenkin suunniteltiin vielä uudet infotekstit avoinna oleviin työpaikkoihin Pirkanmaan osuuskaupassa.

Torstaina 8.2.2018 valmisteltiin haastattelutila yhdessä projektipäällikkö Anu Votilaisen sekä rekrytointipäällikkö Heini Salon kanssa. Käytössä oli

kaksi tilaa Prisma Koivistonkylän yläkerrassa. Toiseen tilaan järjesteltiin tuolit infotilaisuutta varten, ja toiseen tilaan järjesteltiin jokaiselle haastattelijalle oma pöytä, sekä palautekyselylle oma piste.

5.2 Haastattelijoiden perehdyttäminen

Pirkanmaan osuuskauppa pyrki saamaan noin 20 esimiestä haastattelemaan kesätyönhakijoita. Kaikille esimiehille pidettiin perehdyttäminen maanantaina 22.1.2018 Koivistonkylän Prismalla. Perehdytyksessä Heini Salo kertoi haastattelupäivien kulun sekä kaikki esimiehet saivat tutustua lomakkeeseen, jonka he täyttivät haastateltavasta haastattelussa. Esimiehet saivat myös esittää omia ideoitaan ja näkökulmiaan lomakkeeseen.

5.3 Alueellinen yhteenveto



KUVA 5. Alueet, joihin Pirkanmaa jaettiin rekrytointia varten (workyours n.d.).

Massarekrytoinnissa Pirkanmaa jaettiin kuuteen eri alueeseen niin kuin kuvasta 5 näkee. Kaikilla alueilla oli oma haastattelupäivänsä. Jaetuilla alueilla varmistettiin se, että kaikki halukkaat ympäri Pirkanmaata pääsivät osallistumaan johonkin kuudesta haastattelutilaisuudesta.

Taulukko 1 näyttää vuoden 2018 massarekrytoinnin lukuina kun taas taulukko 2 näyttää vuoden 2017 luvut massarekrytoinnista. Yhteensä avoimia paikkoja kaikille kuudelle alueelle vuonna 2018 oli 350, kun taas hakijoita oli yhteensä 2444. Vuonna 2017 avoimia paikkoja oli yhteensä 500 eli reilusti enemmän kuin vuonna 2018. Hakijoita vuonna 2017 oli 2491 eli suunnilleen saman verran molempina vuosina. Myös haastatteluun jätti saapumatta suunnilleen saman verran hakijoita molempina vuosina. Vuonna 2018 haastateltiin yhteensä 1824 hakijaa ja heistä 798 pääsi jatko-haastatteluun toimipaikkojen esimiehille. Vuonna 2017 haastateltiin yhteensä 1904 hakijaa ja heistä pääsi 721 jatko-haastatteluun.

TAULUKKO 1. Massarekrytointi lukuina vuonna 2018 (Luoma 2018.)

Hakualue	Toimipaikat	Avoimet p.	Hakemuks.	Ei saapunut	Ei saapunut	Haastatelt.	Haastatelt.	Jatkoon lki.	Jatkoon %
1	62	257	2072	358	17 %	1549	83 %	640	41 %
2	9	38	135	26	19 %	109	81 %	63	58 %
3	2	4	61	21	34 %	35	66 %	18	51 %
4	6	26	56	16	29 %	50	71 %	28	56 %
5	5	13	87	22	25 %	60	75 %	33	55 %
6	3	12	33	9	27 %	21	73 %	16	76 %
Yhteensä	87	350	2444	452	18 %	1824	75 %	798	44 %

TAULUKKO 2. Massarekrytointi lukuina vuonna 2017 (Luoma 2018.)

Hakualue	Toimipaikat	Avoimet p.	Hakemuks.	Ei saapunut	Ei saapunut	Haastatelt.	Haastatelt.	Jatkoon lki.	Jatkoon %
1	57	409	2076	347	17 %	1653	80 %	566	34 %
2	9	29	131	40	31 %	84	64 %	48	57 %
3	2	11	77	22	29 %	38	49 %	21	55 %
4	6	27	89	15	17 %	52	58 %	40	77 %
5	4	9	76	14	18 %	49	64 %	23	47 %
6	3	15	42	11	26 %	28	67 %	23	82 %
Yhteensä	81	500	2491	449	18 %	1904	76 %	721	38 %

6 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimusmenetelmät ovat laadullisia ja määrällisiä aineiston hankinta- ja analyysivälineitä. Menetelmien avulla pystyy hankkimaan ja analysoimaan eri tutkimusaineistoja. Kun valitsee omaa tutkimusmenetelmää, täytyy ottaa huomioon tutkimuskysymykset. Tutkijan täytyy pystyä perustelemaan omat valintansa. (Jyväskylän yliopisto 2018). Hiltusen (2009) mukaan tutkimustyötä tehdessä siinä käytetty menetelmä ei johda suoraan tietoon, vaan on valittava tutkimusmenetelmä sen mukaan, millaista tietoa halutaan. Tutkimusmenetelmä, jota aikoo käyttää, on pohdittava heti ensimmäisenä.

Aineistoja voi kerätä tutkimukseensa valmiista aineistoista kuten virallisista tilastoista, erilaisista arkistoista tai tietokannoista. Aineistoa voi myös kerätä itse. Perusvaihtoehdot aineistoa kerätessä itse on kysely, haastattelu sekä havainnointi. Kysely on tyypillisin tiedonkeruumenetelmä, jossa käytetään erilaisia lomakkeita. Kyselylomakkeella on helppoa saada tietoa suurelta väkijoukolta. Kysely voi olla joko postikysely, jolloin vastaaja vastaa yksin kotona ollessaan tai sitten kysely voi olla kontrolloitu kysely, jolloin tutkija on itse paikan päällä jakamassa kyselylomakkeita, informoimassa tutkimuksesta sekä tarkistamassa vastauksia. Haastattelussa puolestaan ideana on, että vastaaja saa vastata itse omin sanoin kysymyksiin. Havainnoimalla tutkija seuraa itse erilaisia tapahtumia tai tilanteita. Havainnointimenetelmän ääripäinä ovat systemaattisesti suunniteltu havainnointi sekä osallistuva havainnointi. (Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot n.d). Heikkilän (2014) mukaan tutkimustoiminta käsittelee empiirisen tutkimuksen sekä teoreettisen tutkimuksen. Empiiriseen tutkimukseen kuuluvat kvantitatiiviset tutkimukset sekä kvalitatiiviset tutkimukset. Samassa tutkimuksessa voidaan käyttää molempia empiirisen tutkimuksen käsitteitä, jos ne täydentävät toisiaan.

6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Kaikissa tehdyissä tutkimuksissa pyritään arvioimaan tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen reliaaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tulokset voidaan todeta reliaaabeliksi jos esimerkiksi kaksi arvioijaa päätyy samaan tulokseen tai samaa henkilöä tutkitaan moneen kertaan ja saadaan aina sama tulos. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 231) Heikkilän (2014) mukaan reliaaabeli tutkimus puolestaan antaa tarkkoja tuloksia. Jotta tulokset ovat luotettavia, on otoksen oltava tarpeeksi suuri sekä tiedonkeruu, tulosten syöttö sekä käsittely tehdään virheettömästi ja huolellisesti.

Tehty tutkimus voi olla myös validi. Validi tarkoittaa sitä että tehty tutkimus mittaa juuri sitä mitä pitikin. Validiutta voi arvioida monesta eri näkökulmasta. Silloin puhutaan ennustevalidiudesta, tutkimusasetelmavali-

diudesta ja rakennevalidiudesta. Kaikkia tutkimuksia pitäisi arvioida jollakin tavalla. (Hirsjärvi ym. 1997, 231–232) Heikkilän (2014) mukaan validi tutkimus mittaa sitä, mitä oli tarkoituskin, sekä se antaa keskimäärin oikeita tuloksia. Tutkimuksen validius varmistetaan etukäteen huolellisella suunnittelulla. Validissa tutkimuksessa on korkea vastausprosentti. Tutkimuksen validiteetti on hyvä, kun kohderyhmä, jolle tutkimus on tehty, on oikea sekä tutkimuksen kysymykset ovat oikeat.

6.2 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisen tutkimuksen eli määrällisen tutkimuksen tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat: lomakekyselyt, internet-kyselyt, strukturoidut haastattelut, puhelinhaastattelut, systemaattinen havainnointi sekä kokeelliset tutkimukset. (Heikkilä 2014) Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään määrällisesti sekä numeerisesti. Tässä kyselymuodossa kaikki kyselyn kysymykset ovat yleisesti ns. suljettuja eli strukturoituja ja niihin on omat vastausvaihtoehdot. Nykyään kerätyt aineistot analysoidaan atk-ohjelman avulla. Jotta tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavana, täytyy tutkimustuloksia olla riittävä määrä. (Vilpas n.d)

Opinnäytetyöhön tehty tutkimus oli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimukseen tehtiin kyselylomake kesätyönhakijoille. Kyselyssä lähes kaikki kysymykset olivat suljettuja ja niihin oli vastausvaihtoehdot. Kysely oli kaikille vastaajille täysin sama ja vastaajat vastasivat samoihin kysymyksiin, joten tulokset ovat tarkkoja. Tavoitteena kyselyyn oli saada 659 vastausta. Kyselyyn saatiin kuitenkin vastauksia reilusti yli tavoitteen, 1040 vastausta. Tutkimusta voi siis pitää luotettavana. Tutkimuksen validiteettia voidaan pitää hyvänä, koska otanta oli suuri.

6.3 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisen tutkimuksen eli laadullisen tutkimuksen tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat: henkilökohtaiset haastattelut, syvähaastattelut, ryhmähaastattelut, osallistuva havainnointi, eläytymismenetelmä sekä valmiit aineistot ja dokumentit. (Heikkilä 2014) Tällä menetelmällä pystytään selvittämään eri ihmisten mielipiteitä, kun he ovat osallistuneet esimerkiksi johonkin tapahtumaan. Kvalitatiivista tutkimusta tehdään yleensä silloin, kun kohteesta ei ole vielä mahdollista tehdä määrällistä analyysia. Kun toteutetaan laadullista tutkimusta, niin siinä vastaajat saavat vastata kysymyksiin omin sanoin eli toisin sanoen kyselyssä ei ole valmiiksi annettuja vastausvaihtoehtoja. Tutkija kokoaa itse saamistaan vastauksista yhtenäisen analyysin. (Vilpas n.d)

Tehdyssä tutkimuksessa kvalitatiivinen tutkimus näkyy haastateltavien kyselyssä avoimena vastausvaihtoehtona. Siihen vastaajat saivat vastata

omin sanoin eikä heitä johdateltu mihinkään vastausvaihtoehtoon. Tutkimuksessa on myös tehty puhelinhaastattelu muutaman eri toimipaikan esimiehelle koskien osuuskaupan imagoa. Esimiehet saivat vastata haastatteluun omin sanoin eikä heitä johdateltu mihinkään vastaukseen.

7 HAKIJOILLE TEHTY KYSELY

Kyselypohja tuli valmiina Pirkanmaan Osuuskaupalta, koska sama kysely oli toteutettu jo kevään 2017 massarekrytoinnissa. Kysely toteutettiin Surveypal-sovelluksella. Kyselyyn tehtiin muutama tarkennus verraten viime vuoden kyselyyn. Kyselyssä oli yhteensä 16 kysymystä.

Kyselyssä haluttiin selvittää aluksi hakijan sukupuoli, ikä sekä kotipaikkakunta. Näin saatiin selville hakijoiden sukupuoli- ja ikäjakauma sekä kuinka laajalta alueelta hakijat ovat. Seuraavana kysyttiin, minkä alueen haastatteluun he ovat osallistuneet. Näin saatiin tietää, miten hakijat jakautuivat eri alueiden välillä. Seuraavana kysyttiin, millä hakija on saapunut haastatteluun ja mistä on saanut tietää vapaista työpaikoista osuuskaupassa. Seuraavana kyselyssä oli seitsemän väittämää, joissa oli arviointiasteikko 1-4. Arviointiasteikolla numero 1 tarkoitti täysin eri mieltä, ja numero 4 tarkoitti täysin samaa mieltä. Numerot 2 ja 3 sijoittuivat näiden ääripäiden väliin. Arviointiasteikossa ei ollut lainkaan vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, jotta kaikki vastaukset ilmaisivat mielipiteen. Kyselyn lopussa oli väittämä ”rekrytointitilaisuudesta jäi hyvä fiilis”, tähän väittämään vastattiin hymynaamoilla. Tähän asti kyselyä kaikki kysymykset ja väittämät olivat pakollisia vastata. Viimeisenä kyselyssä oli avoin palaute, johon hakija sai kirjoittaa omia mietteitään ja terveisiään rekrytointipahtumasta. Avoimia palautteita saatiin yhteensä 256 kappaletta.

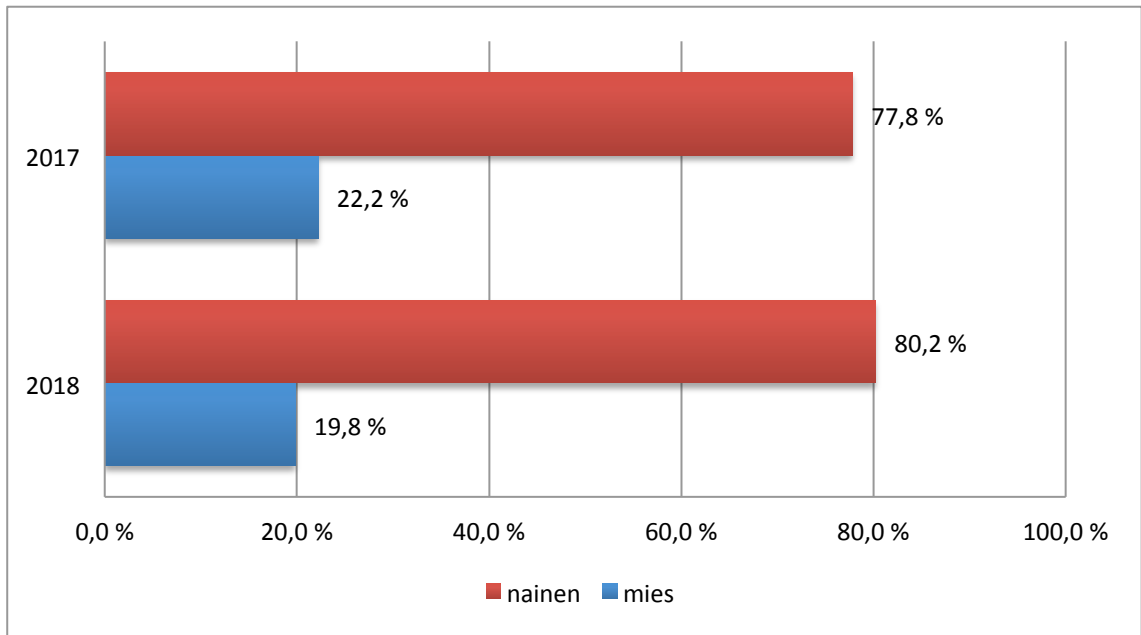
Kaikki, jotka vastasivat kyselyyn, saivat karkkipatukan. Tämä houkutteli hakijoita jäämään jonottamaan omaa vastausvuoroaan, vaikka he olivat jo jonottaneet omaan haastatteluun.

7.1 Tulokset

Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 1040 kappaletta, joka ylitti tavoitteemme reilusti. Viime vuonna kyselyyn vastasi 659 kesätyöntekijähakijaa. Avoimen palautteen antoi 256 vastaajaa. Kaavioista näemme myös viime vuoden vastausprosentit, jotka ovat merkitty punaisella pylväällä lähes kaikissa kaavioissa.

7.1.1 Sukupuoli

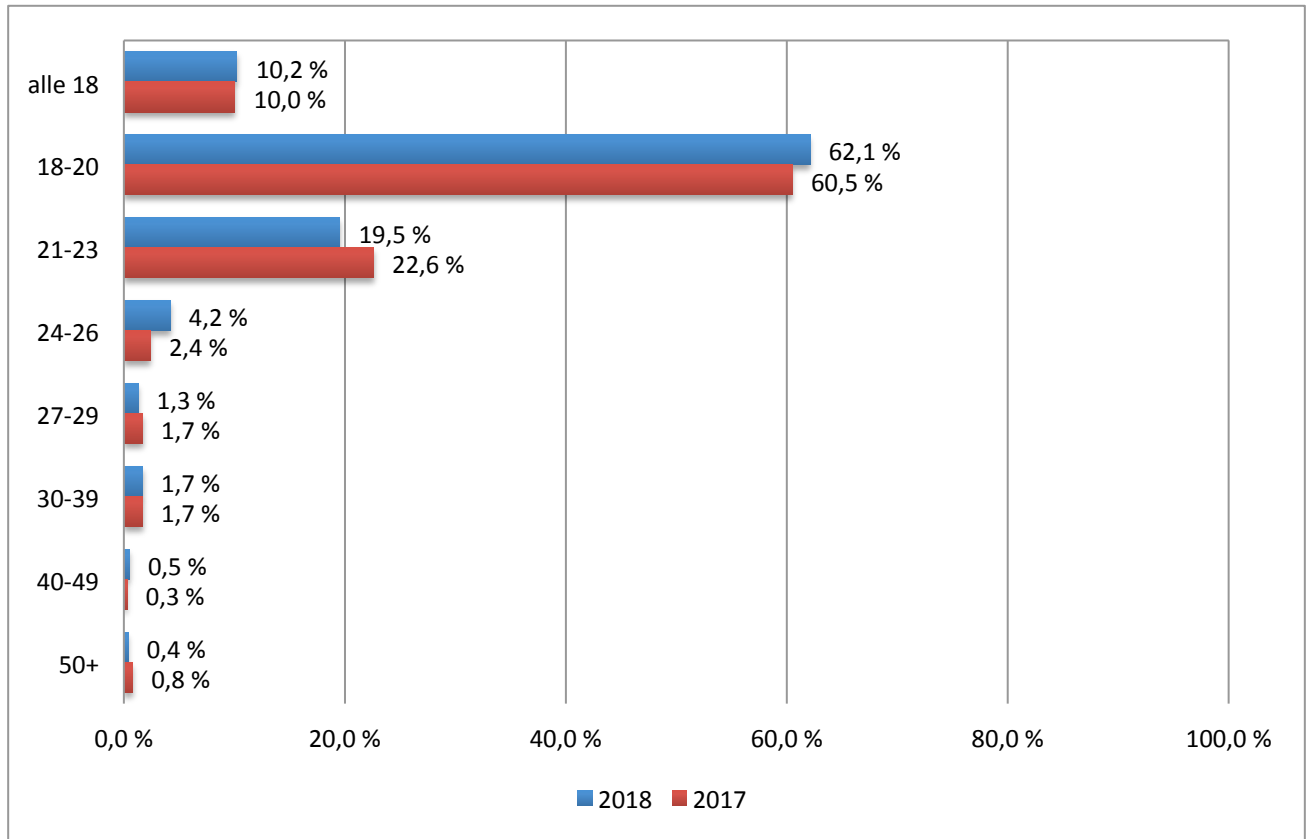
Ensimmäisenä vastaajilta kysyttiin sukupuolta. Ylemmät palkit esittävät viime vuoden tuloksia ja alemmat palkit tämän vuoden tuloksia. Molempina vuosina enemmistö hakijoista on ollut naisia. Viime vuonna naisia oli kaikista 659 hakijasta 77,8 % ja tänä vuonna 80,2 %. Miehiä hakijoista oli reilusti vähemmän, viime vuonna 22,2 % ja tänä vuonna 19,80 %. Naisten määrä kasvoi hieman viime vuoteen verrattuna, kun taas miesten määrä väheni hieman viime vuoteen verrattuna.



KUVA 6. Sukupuolijakauma

7.1.2 Ikä

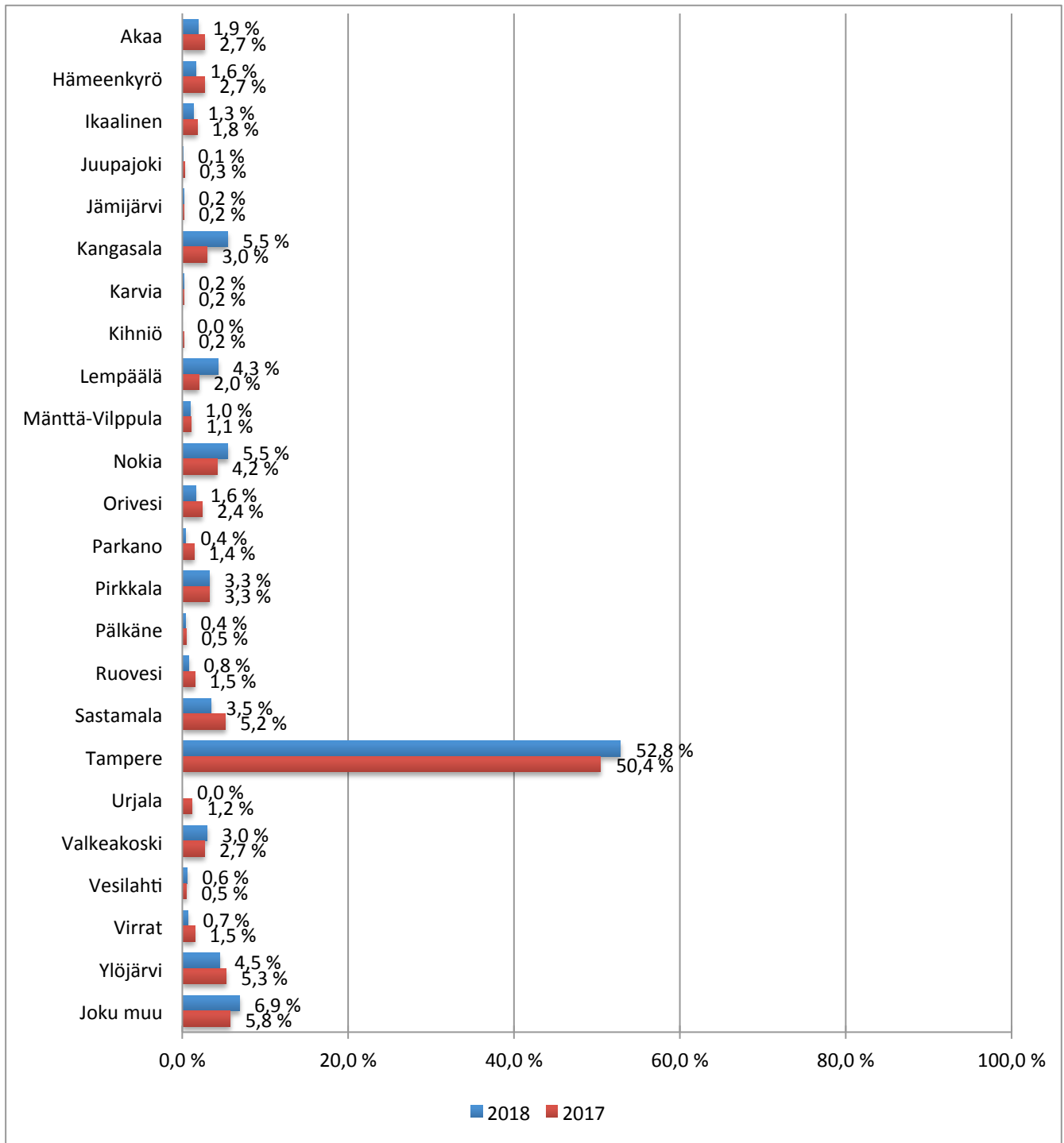
Seuraavana vastaajilta kysyttiin heidän ikäänsä. Kuvassa siniset palkit kuvaavat tämän vuoden tuloksia ja punaiset palkit kuvaavat viime vuoden tuloksia. Vastaajien ikäjakaumat saivat lähes samat tulokset molempina vuosina. Isoimmat erot olivat 21–23 -vuotiaiden ikäryhmässä, jossa viime vuonna oli 3,1 % enemmän vastaajia. Toiseksi suurin muutos oli 18–20 ikähaarukassa, jossa vastaajia oli 1,6 % enemmän kuin viime vuonna. Selkeästi enemmistö hakijoista oli 18–20-vuotiaita, kun taas vähemmistö oli yli 24-vuotiaita.



KUVA 7. Ikäjakauma

7.1.3 Kotipaikkakunta

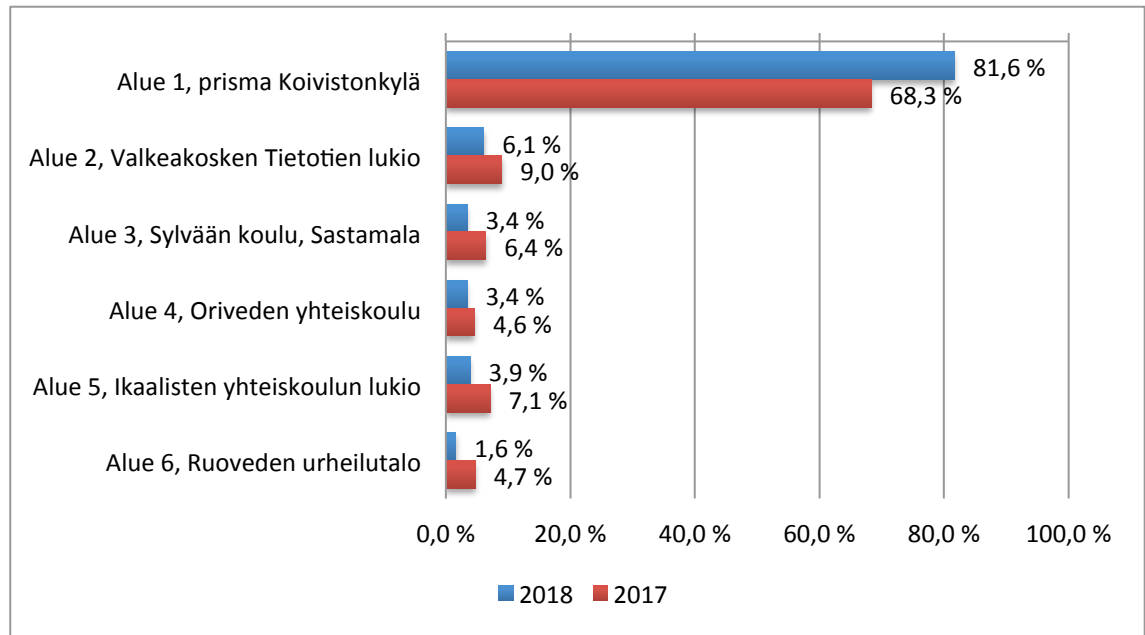
Seuraavana vastaajilta tiedusteltiin heidän kotipaikkakuntaansa. Selkeästi eniten hakijoita asui Tampereella (52,8 %) niin kuin viime vuonnakin (50,4 %). Urjala oli ainut paikkakunta, jossa ei asunut ainuttakaan hakijaa, toisin kuin viime vuonna siellä asui 2,1 % hakijoista. Kangasalla hakijoita oli 2,5 % enemmän kuin viime vuonna. Muuten hakijoita oli suunnilleen saman verran jokaiselta paikkakunnalta kuin viime vuonna. Viimeinen vastausvaihtoehto oli jostain muualta ja siihen vastasi 72 hakijaa.



KUVA 8. Kotipaikkakunta

7.1.4 Mihin rekrytointitilaisuuteen osallistui

Seuraavana vastaajilta tiedusteltiin, minkä alueen haastatteluun he olivat osallistuneet. Eniten hakijoita osallistui alueen 1 haastatteluun, joka pidettiin Koivistonkylän Prismassa. Ensimmäinen haastattelu oli kaksipäiväinen. Viime vuoteen verrattuna hakijoita osallistui 13,3 % enemmän ensimmäiseen haastattelutilaisuuteen. Muissa haastattelualueissa vastaajien määrä väheni viime vuoteen verrattuna. Viime vuonna alueen 2 haastattelu paikka oli Toijalan yhteiskoulu sekä alueen 5 haastattelu pidettiin F.E. Sillanpään lukiolla Hämeenkyrössä.



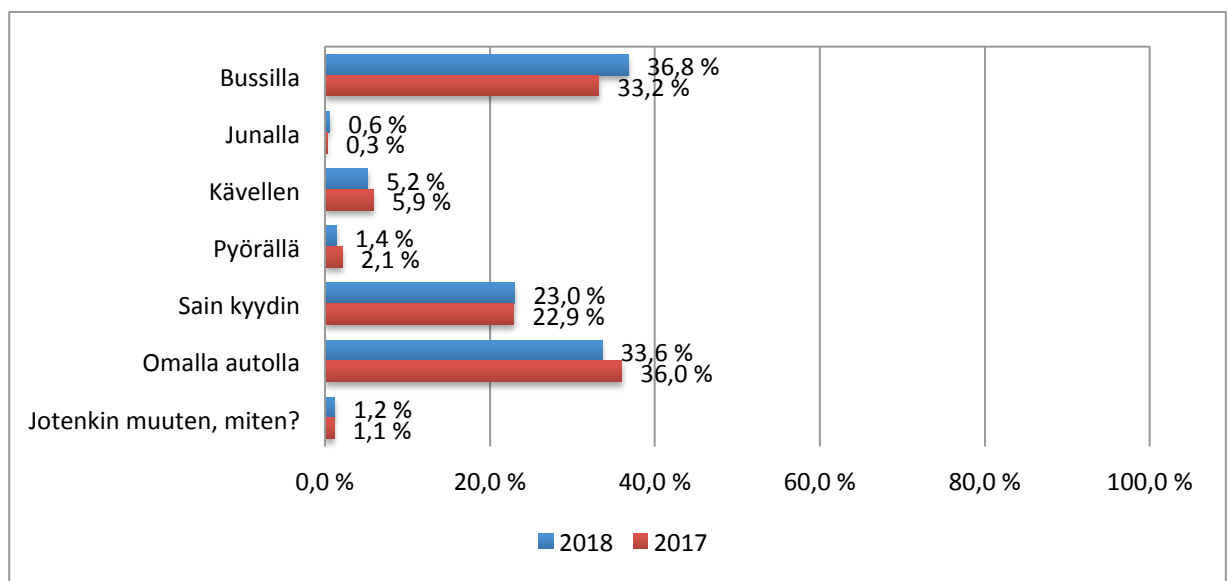
KUVA 9. Haastattelutilaisuus

7.1.5 Millä saapunut haastatteluun

Seuraavana vastaajilta kysyttiin, millä he ovat saapuneet haastattelutilaisuuteen. Suurin osa vastaajista oli saapunut haastatteluun bussilla. Toiseksi suurin osuus oli saapunut haastatteluun omalla autolla. Vain 0,6 % hakijoista oli saapunut junalla. Tulokset ovat tässäkin kysymyksessä melkein samat kuin viime vuonna.

Viimeinen vastausvaihtoehto oli ”jotenkin muuten, miten?” ja siihen vastasi 12 hakijaa. Tässä kohdassa hakijat saivat kirjoittaa avoimeen tekstikenttään, millä he saapuivat haastatteluun:

- mopoautolla x3
- auto ei ollut oma
- mopolla
- isäpuolen autokyydillä
- mummon autolla
- vanhempien kyydillä
- laina-autolla
- bussilla Tampereelle eilen ja autolla tänne tänään
- taksilla
- vanhempien autolla.



KUVA 10. Millä saapunut haastatteluun

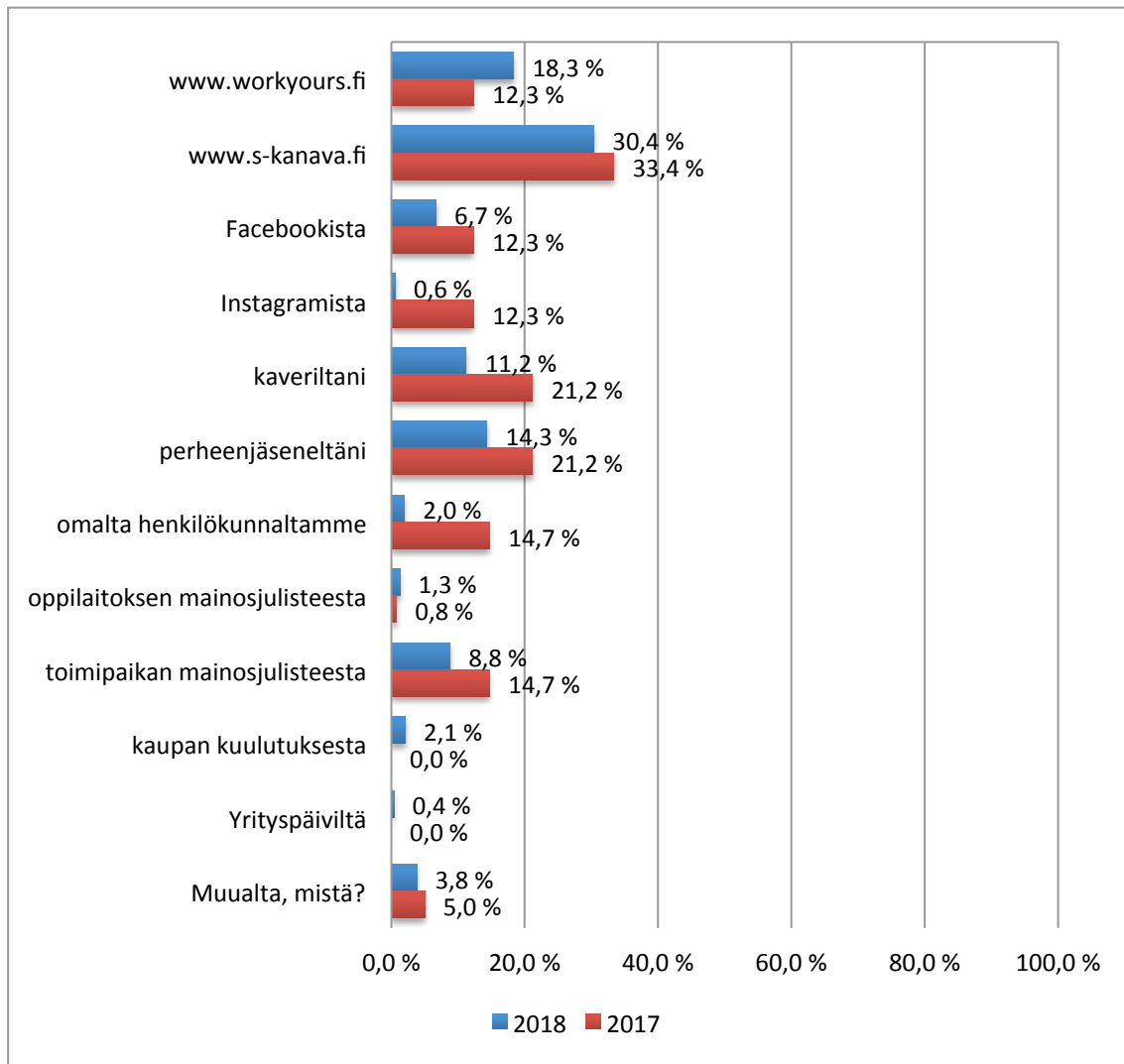
7.1.6 Mistä saanut tiedon Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyöpaikoista

Seuraavassa kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin, mistä he ovat saaneet tiedon avoimista kesätyöpaikoista Pirkanmaan Osuuskaupassa. Tässäkin kuvassa näemme myös viime vuoden tulokset. Tähän kysymykseen tehtiin muutama muutos verrattuna viime vuoden kysymykseen. Viime vuoden kysymyksessä yhtenä vastausvaihtoehtona oli sosiaalinen media, johon oli vastannut 12,3 % hakijoista. Tänä vuonna eroteltiin sosiaalisesta median vaihtoehdot Facebookiin ja Instagramiin. Facebook sai 6,7 % vastauksista ja Instagram 0,6 % vastauksista. Viime vuoden kyselyssä oli myös vaihtoehtona kaveriltani/perheenjäseneltäni, joka oli saanut vastauksia 21,2 %, mutta tänä vuonna jaettiin kyseiset vaihtoehdot erikseen. Yhdeksi vaihtoehdoksi lisättiin myös ”kaupan kuulutuksesta” ja ”yrityspäiviltä”. Nämä kaksi vaihtoehtoa näkyvät nollana viime vuoden tuloksissa. Eniten vastauksia oli saanut www.s-kanava.fi (30,4 %) ja toiseksi eniten vastauksia oli saanut www.workyours.fi (18,3 %). Selkeästi netti on vieläkin suosituin tapa etsiä avoinna olevia työpaikkoja. Suurin ero verrattuna viime vuoteen oli toimipaikkojen henkilökunnalta, ero oli 12,7 %. Vähiten tietoa oli saanut yrityspäiviltä sekä Instagramista.

Viimeisenä vastausvaihtoehtona oli ”jostain muualta, mistä?”. Tähän vastasi 40 hakijaa. Vastaajat saivat kirjoittaa omin sanoin tyhjään tekstikenttään, mistä he saivat tietää avoimista työpaikoista:

- duunitori x10
- kävin paikanpäällä kysymässä prismassa Nokialla
- Toijalan S-marketin myymäläpäälliköltä
- kävin kysymässä henkilökohtaisesti kaupasta töitä ja siellä kerrottiin kyseisestä työpaikasta
- esimieheltä töissä
- olin viime kesänä töissä s-marketissa joten osasin hakea töitä
- Mänttä S-marketin myymäläpäälliköltä
- alun perin aikaisemmasta haastattelusta
- etsin itse S-ryhmän kesätyöpaikkoja
- Dooriksesta
- avoimet työpaikat
- netissä oli ilmoitus
- mol.fi x3
- POK Kampaamosta
- kävin itse viime vuonna samassa tilaisuudessa
- työharjoittelupaikkani eräältä esimieheltä (Emotion Ideapark)
- opettajaltani
- olen itse töissä Salessa
- Oksa Ravintolapäälliköltä
- google x2
- vinkki monesta paikasta
- sanomalehdestä

- Sokokselta kun olin siellä kausiapulaisena
- Aamulehti x2
- uravalmennuksesta
- Sokoksen mainostaululta
- Aarresaari.

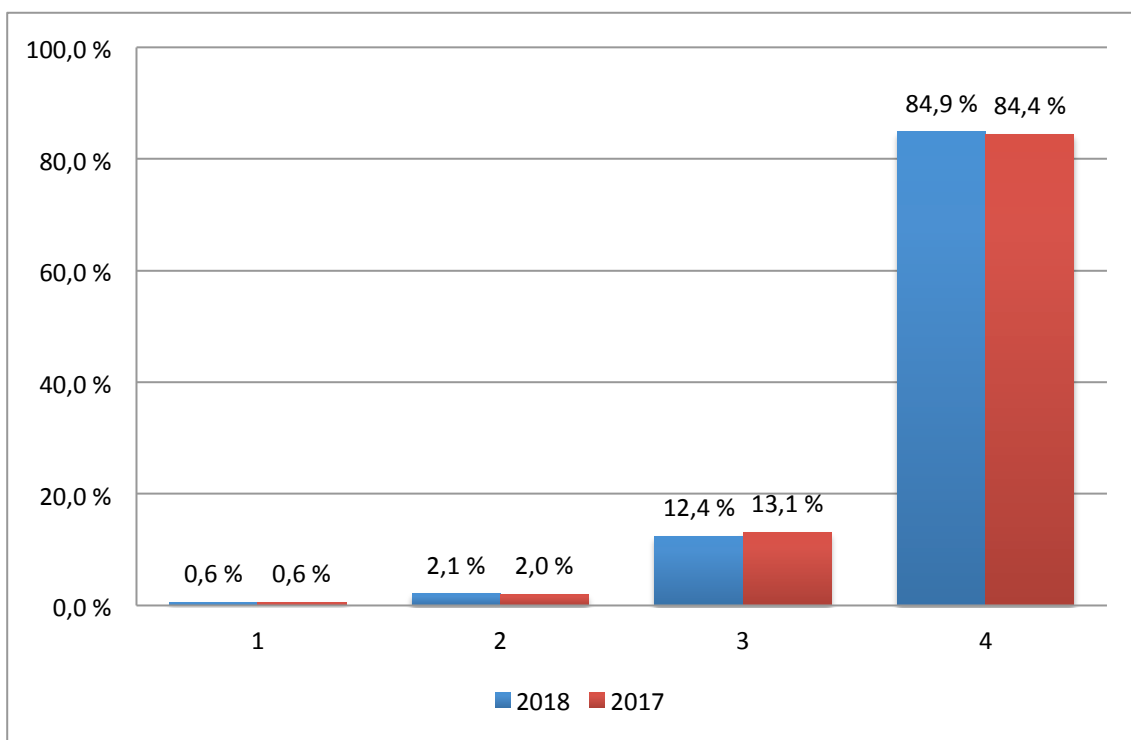


KUVA 11. Mistä saanut tiedon kesätyöpaikoista

7.1.7 Kuinka helposti hakija löysi perille haastattelutilaisuuteen

Seuraavana oli väittämäkysymys, jossa vastaaja vastasi seitsemään eri väittämään asteikolla 1–4. Tällä asteikolla ääripäät olivat 1 ja 4, jolloin 1 tarkoitti täysin eri mieltä ja 4 tarkoitti täysin samaa mieltä. Numerot 2 ja 3 sijoittuivat näiden väliin.

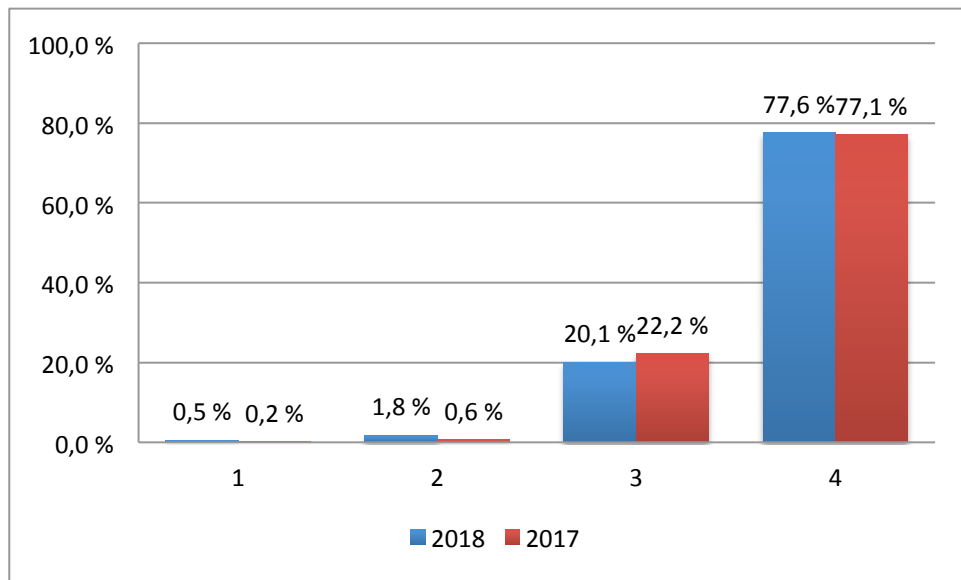
Ensimmäisessä väitteessä kysyttiin, kuinka helposti hakija löysi perille haastattelutilaisuuteen. Lähes kaikki vastaajista olivat samaa mieltä ja vain 0,6 % vastaajista oli eri mieltä väittämän kanssa. Luvut ovat melkein samoja kuin viime vuonna. Haastattelupaikkojen sijainti siis oli hyvä, koska kaikki löysivät perille.



KUVA 12. Haastattelupaikalle löytäminen

7.1.8 Onko hakija saanut tarpeeksi tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista

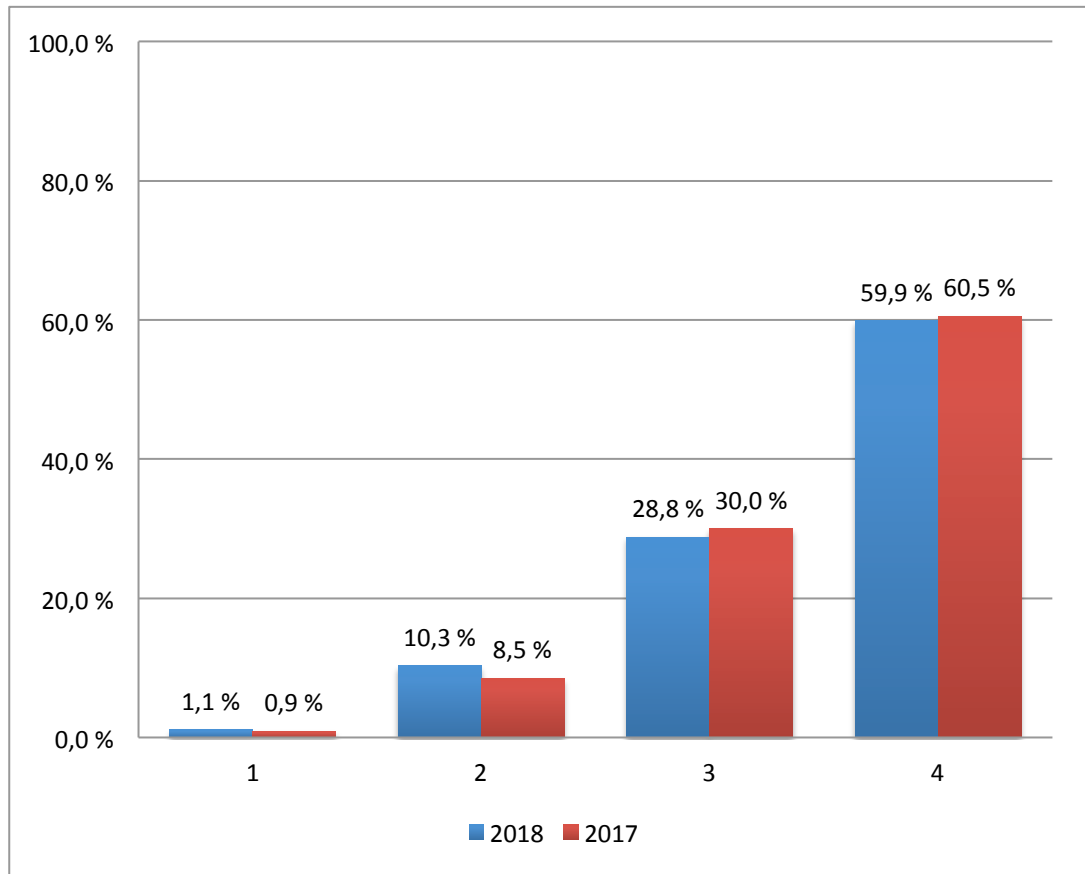
Seuraava väittäjä kertoi, oliko hakija saanut tarpeeksi tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista. Valtaosa vastaajista (77,6 %) oli täysin samaa mieltä. Tänä vuonna vastaajat olivat vastanneet hieman enemmän kohtiin 1 ja 2 kuin viime vuonna. Tulos on erittäin hyvä, jos 77,6 % vastaajista on saanut riittävästi tietoa kesätyömahdollisuuksista.



KUVA 13. Riittävä tiedonsaanti kesätyömahdollisuuksista

7.1.9 Oliko oman haastatteluvuoron jonotusaika kohtuullinen

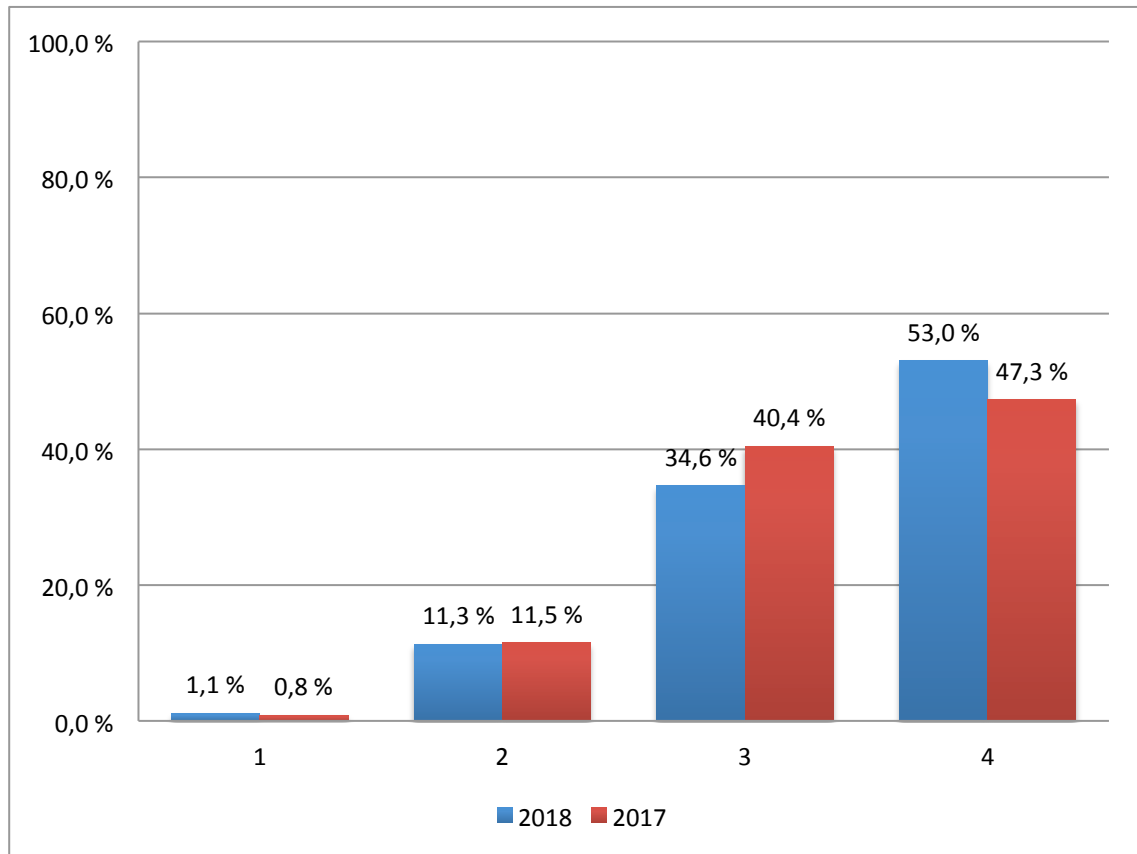
Seuraavassa väittämässä hakijat vastasivat oman haastatteluvuoronsa jonotusajasta. Yli puolet vastaajista (59,9 %) olivat täysin samaa mieltä ja vain 1,1 % oli täysin eri mieltä. Valtaosa vastaajista kuitenkin vastasi joko kohtaan 3 tai 4. Osalla hakijoista saattoi olla suhteellisen pitkä jonotusaika, mutta silti tulokset tähän väittämään olivat erittäin positiivisia.



KUVA 14. Jonotusaika

7.1.10 Haastatteluajan riittävyys yksilöhaastattelussa

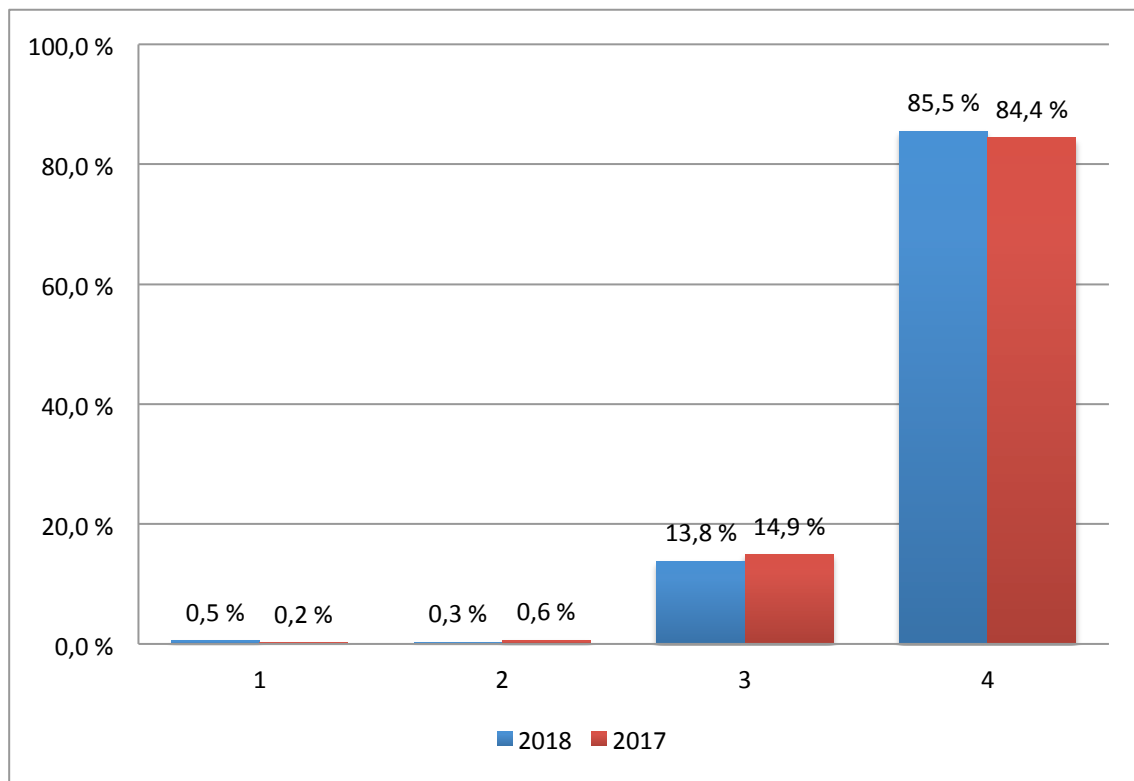
Tässä väittämässä hakijat mieltivät, ehtivätkö he kertoa kaiken oleellisen omalla yksilöhaastatteluvuorollaan. Valtaosa vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ajan riittävyyteen. Verrattuna viime vuoteen muut vastausvaihtoehdot ovat saaneet saman verran suosiota molempina vuosina.



KUVA 15. Haastatteluajan riittävyys

7.1.11 Tietääkö hakija miten rekrytointiprosessi etenee

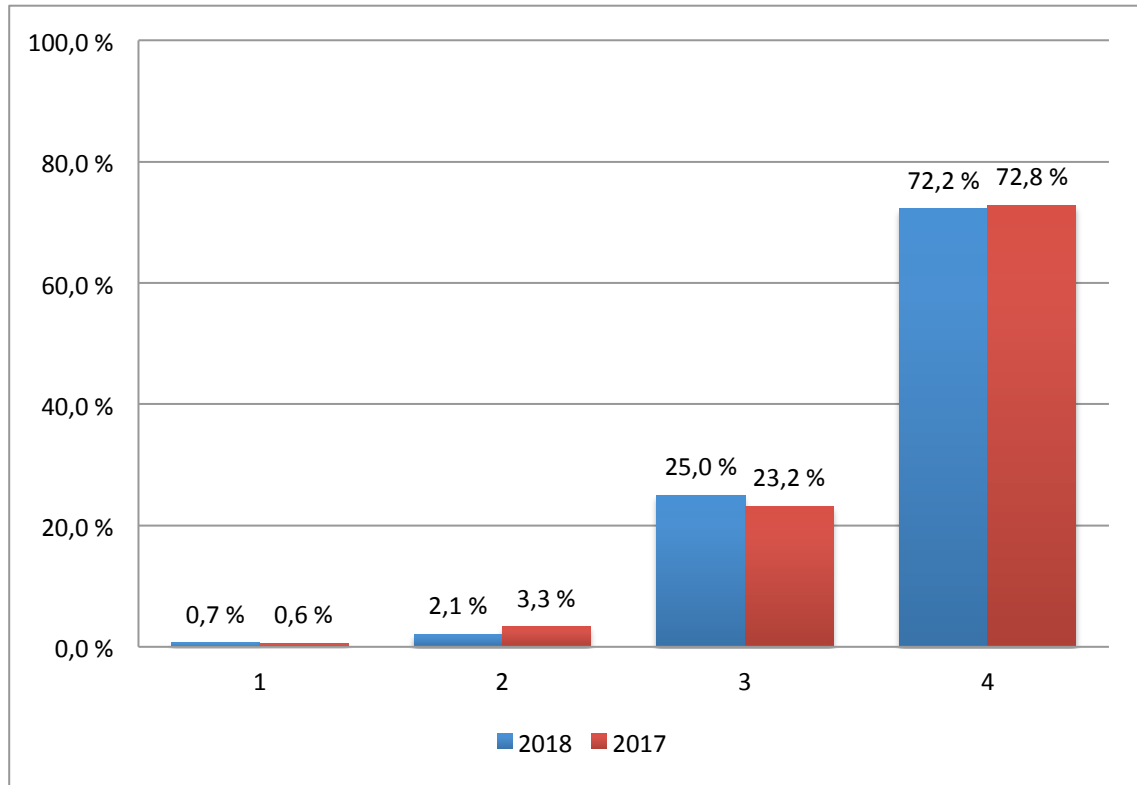
Seuraavassa väittämässä hakijoilta kysyttiin, tietävätkö he, miten rekrytointiprosessi etenee. Lähes kaikki vastaajat tiesivät, miten prosessi etenee. Vain 0,5 % vastaajista ei tiennyt lainkaan miten prosessi etenee. Tästäkin väittämässä tulokset ovat melkein samoja molempina vuosina.



KUVA 16. Rekrytointiprosessin eteneminen

7.1.12 Oliko tapahtuman kulku sujuva

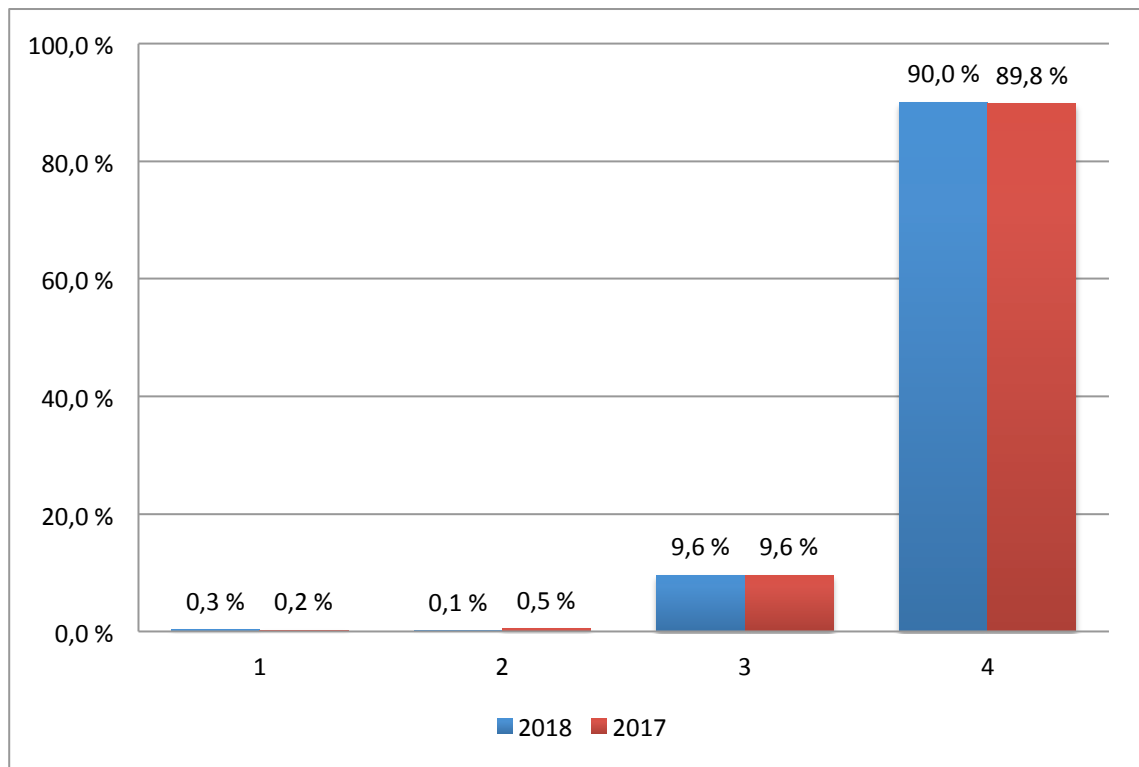
Tässä väittämässä tiedusteltiin, oliko massarekryointitapahtuman kulku sujuva hakijan näkökulmasta. Tässä väittämässä hajontaa on enemmän kuin äskeisessä väittämässä. Silti suurin osa vastaajista on täysin samaa mieltä ja vain 0,7 % ei ollut lainkaan samaa mieltä. Tässäkin väittämässä luvut ovat suunnilleen samat molempina vuosina.



KUVA 17. Tapahtuman kulku

7.1.13 Jäikö Pirkanmaan Osuuskaupasta luotettava ja vastuullinen kuva työnantajana

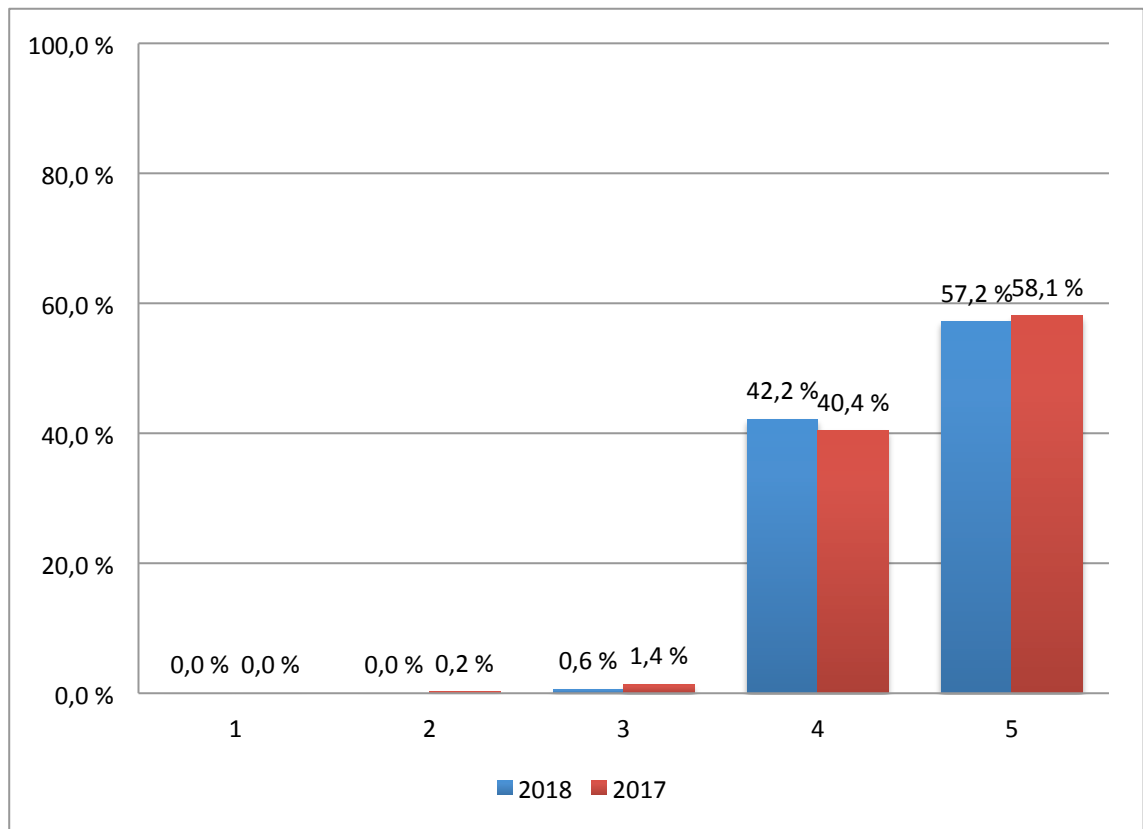
Seuraavassa väittämässä vastaajilta tiedusteltiin, jäikö heille luotettava ja vastuullinen kuva Pirkanmaan Osuuskaupasta. Jopa 90 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja myös vuonna 2017 89,8 % vastaajista oli täysin samaa mieltä. Vastausvaihtoehdot 1 ja 2 saivat alle prosentin vastaajien äänistä, mikä on todella hyvä.



KUVA 18. Mielikuva Pirkanmaan Osuuskaupasta

7.1.14 Jäikö rekryointitilaisuudesta hyvä fiilis

Viimeisenä vastaajien piti ilmaista oma fiilis rekryointitapahtumasta hymynaamoilla. Yli puolet vastaajista valitsi vihreän naaman eli heillä oli jäänyt erinomainen fiilis tapahtumasta. Kukaan vastaajista ei ollut vastannut punaista naamaa, joka tarkoitti, että on täysin eri mieltä eikä pitänyt tapahtumasta ollenkaan.



KUVA 19. Fiilis rekryointitapahtumasta

7.2 Tulosten analysointi

Kyselyn tuloksia läpi käydessä nousi esiin muutama kysymys, jossa oli enemmän hajontaa kuin muissa. Tässä kappaleessa analysoidaan vain muutamaa kysymystä ja jätetään analysoimatta sellaiset kysymykset, joilla ei uskota olevan niin suurta arvoa Pirkanmaan Osuuskaupalle tai opin- näytetyölle.

Ensimmäinen kysymys koski sukupuolijakaumaa. Vastaajista 80,2 % prosenttia oli naisia. Tämä johtuu varmasti pitkälti siitä, että kaupanala mielletään naisvaltaiseksi. Hakupaikkoja oli myös ravintoloihin, mutta sekin mielletään naisvaltaiseksi alaksi.

Suuri hajonta oli myös ikäjakaumassa. Valtaosa vastaajista valitsi ikäluokan 18–20 vuotta. Tämä johtuu luultavimmin siitä, että kyseessä oli kesätyöhaku ja monelle nuorelle ensimmäinen työpaikka. Kesätyöt myös mielletään usein niin, että ne on suunnattu vain nuorille. Vanhemmat ihmiset haluavat vakisuhteita tai pitkiä työsopimuksia. Vastaajien joukossa oli myös muutama prosentti yli 27-vuotiaita. Luultavasti vanhemmilla vastaajilla oli sellainen elämäntilanne, että kesätyöt olivat sopivin vaihtoehto.

Haastattelupaikkakuntana yli puolella vastaajista oli Tampere. On mahdollista, että tämä johtuu siitä, että ensinnäkin hakijoista valtaosa oli hakenut Tampereen alueen toimipaikkoihin sekä asukkaita Tampereella on eniten. Muut paikkakunnat ovat saaneet vastauksia suurin piirtein saman verran.

Tiedonsaanti Pirkanmaan Osuuskaupan vapaista kesätyöpaikoista oli myös tärkeä kysymys analysoida. Suurin osa (30,4 %) vastaajista oli saanut tiedon S-kanavan verkkosivuilta. Tämä kanava löytyy google-haulla, jonka kautta varmasti monet hakijat ovat sen löytäneet. S-ryhmä on todella iso toimija, joten moni potentiaalinen hakija on tiennyt sen entuudestaan ja tiennyt että S-ryhmä palkkaa useita hakijoita kesäksi.

Toiseksi suurimman vastaajamäärän oli saanut workyous-verkkosivut. Tämä on S-ryhmän oma rekrytointisivusto ja oletetaan, että moni hakija on kyseiselle sivustolle päätenyt S-kanavan verkkosivujen kautta. Nykypäivänä useat potentiaaliset hakijat tavoittaisi sosiaalisen median kautta, mutta tämän vuoden kyselyssä vain murto-osa oli saanut tiedon Facebookin (6,7 %) tai Instagramin (0,6 %) kautta. Lisäämällä mainontaa sosiaalisen median kanaville saataisiin varmasti hakijoita vieläkin enemmän.

Jonotusaika oli nostettu Metsäkylän opinnäytetyössä esille siten, että miten sitä voisi lyhentää ja saada positiivisempaa palautetta kyseiseen kysymykseen. Vuoden 2018 kyselyssä reilusti yli puolet vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että jonotusaika oli sopiva. Vain 1,1 % vastaajista oli

täysin eri mieltä. Mielestäni jonotusaika on ollut kaikilla sopiva ja se ei vaadi muita toimenpiteitä. Jos tapahtumaan järjestäisi jotain ohjelmaa jonotukseen, niin siitäkään tuskin kaikki eivät pitäisi tai osallistuisi, joten se ei poistaisi negatiivisia vastauksia ja palautetta.

Avoimia palautteita oli tullut paljon koskien haastatteluajan riittävyyttä. Monet olivat avoimessa palautteessa sitä mieltä, että oma aika ei riittänyt kertoa kaikkea, mitä halusi. Kuitenkin noin puolet vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että haastattelu-aika oli riittävä. Hakijoille myös kerrottiin alkuinfossa, että mieltivät valmiiksi mitä haluavat itsestään kertoa. Potentiaaliset hakijat lähetettiin jatko-haastatteluun toimipaikkojen esimiehille, jossa he pääsivät kertomaan itsestään lisää. Jos haastattelu-aikaa pidennettäisiin, silloin myös jonotusaika pitenisi. Hakijoille oli myös painotettu sitä, että haastattelut ovat nopeita pikahaastatteluja.

8 ESIMIEHILLE SUUNNATTU KYSELY

Esimiehille suunnattua palautekyselyä suunniteltiin alun perin toteutettavaksi samalla tavalla kuin viime vuonna. Vuonna 2017 Metsäkylä toteutti esimiesten kyselyn kanssa surveypal -ohjelmalla ja se lähetettiin Pirkanmaan Osuuskaupan toimipaikkojen esimiehille sähköpostilla. Kyselystä ei kuitenkaan saatu sellaista palautetta, mikä olisi vaikuttanut suuresti massarekryointitapahtumaan. Salo ja Luoma ehdottivat, jos tänä vuonna toteutettaisiin haastattelu puhelimitse muutamalle eri toimipaikan esimiehelle ja kysyttäisiin avointa palautetta kesään kohdistuneesta rekrytoinnista. Myös suoraa palautetta kysyessä saa suoran ja todenmukaisen vastauksen.

8.1 Kysymykset esimiehille

Esimiehille tehtiin puhelimitse haastattelu jossa oli muutama valmis kysymys, kysymykset eivät johdatellut mihinkään tiettyyn vastaukseen. Kysymyksillä haluttiin selvittää, mitä mieltä esimiehet ovat Pirkanmaan Osuuskaupan imagosta. Kysymykset suunnitteli opinnäytetyöntekijä. Esimiehille soitettiin maanantaina 28.5.2018. Tällöin he olivat jo haastatelleet kaikki potentiaaliset hakijat ja osassa toimipaikoissa kesätyöntekijät ovat jo aloittaneet työt.

- Millainen mielikuva sinulla on Pirkanmaan Osuuskaupasta työnantajana?
- Millaista mielikuvaa toivoisit osuuskaupan jakavan ulkopuolisille, etenkin kesätyönhakijoille?
- Onko mielessäsi jotakin keinoa tai ideaa, jolla kehittää ihmisten mielikuvaa Pirkanmaan Osuuskaupasta?
- Millaisena koet massarekrytoinnin omaan asemaasi nähden?
- Onko ideoita, joilla kehittää kesätyönhakijoiden rekrytointia?
- Millainen taso oli jatkohaastatteluun tulleissa hakijoissa?

8.2 Vastaukset

Ennen kuin kyselyä tehtiin, saatiin palautetta jo noin kymmeneltä eri toimipaikan esimiehiltä, joissa todettiin, että tapahtuma oli onnistunut ja massarekryointi on esimiesten työtä helpottavaa. Kyselyn alussa esimiehet eivät vastanneet puheluun, osa ilmoitti, että on lomalla ja osalla ei ollut aikaa/mielenkiintoa vastata kysymyksiin.

Palautetta kuitenkin onnistuttiin saamaan ja se oli pääasiassa positiivista. Esimiehillä on vastuullinen, hyvin reilu sekä yleisesti positiivinen kuva Pir-

kanmaan Osuuskaupasta. Esimiehet mainitsivat että viihtyvät työssään ja työ on mielekästä. Esimiehiltä tuli myös maininta, kuinka osuuskauppa on kehittynyt ja mennyt eteenpäin vuosien mittaan, sekä kehittyä koko ajan.

Esimiehet halusivat jakaa muille pysyvää, reilua sekä vastuuntuntoista kuvaa osuuskaupasta. Laitapaikkakuntien esimiehet painottivat pysyvyyttä, koska laitakunnille on vaikea saada pitkäaikaisia työntekijöitä tai sellaisia, jotka pystyisivät jatkamaan työsuhdettaan kesätöiden jälkeen. Osuuskaupan pitäisi esimiesten mukaan myös tuoda enemmän julki sitä, kuinka paljon opiskelijoita on töissä Pirkanmaan Osuuskaupalla. Tämän voisi ilmaista vaikka prosentuaalisesti. Esimerkiksi opiskelijoille olisi hyvä kertoa, kuinka paljon osa-aikaisia työsuhteita osuuskaupalla on. Monen opiskelijan ei tarvitse ottaa opintolainaa, jos he tekevät satunnaisia vuoroja osuuskaupalle. Kesätyöt tulisi myös ottaa tosissaan, koska monelle kesätyöpaikka voi olla väylä vakinaiseen työsuhteeseen.

Kehitysideoita, joilla voisi parantaa osuuskaupan mielikuvaa, olisi että myymälöiden työntekijät ottaisivat hyvin vastaan uudet kesätyöntekijät. Myös uusien työntekijöiden perehdyttäminen on tärkeää. Esimiehet halusivat painottaa potentiaalisille hakijoille, että monelle kesätyö voi olla ovi vakituiseen työsuhteeseen, jopa vuosien mittaiseen. Osa-aikaisten työsuhteiden korostaminen olisi myös toimiva tapa, harvalla yrityksellä on osa-aikaisia työsuhteita tarjolla. Pirkanmaan Osuuskaupassa on myös helppo sopia työvuoroista sekä sopia määrästä, kuinka paljon työtunteja pystyy tekemään.

Massarekrytointi koettiin erittäin hyvänä ja toimivana tapana. Rekrytointimenetelmästä käytettiin esimerkiksi sanaa ”loistava” ja ”tehokas”. Massarekrytointiin koettiin helpottavan huomattavasti esimiesten arkea. Esimiehet mainitsivat myös, että on suuri helpotus, kun suurin karsiminen hakijoista on jo tehty. Enää esimiesten ei tarvitse käydä läpi montaa sataa työhakemusta ja haastatella useita kymmeniä hakijoita. Massarekrytointi säästää esimiesten aikaa ja voimavaroja.

Esimiehet kokivat massarekrytointiin erittäin positiiviseksi. Kuitenkin he kaipaisivat tarkennuksia myymälöiden tarpeisiin. Myymälöiltä voisi karvoittaa tarkemmin ennen rekrytointeja, montako työntekijää ja mihin työtehtäviin he tarvitsevat henkilöitä kesäksi. Eräältä esimiehellä tuli esimerkki, että jos myymälä tarvitsee kesäksi, vaikka viisi kassamyymyjää niin jatkohaastatteluun ei kannata lähettää montaa tehokasta hyllyttäjä.

Jatkohaastatteluun tulleiden taso oli hyvä. Muutamia hakijoita oli pitänyt lähettää niin sanotusti ”takaisin”. Osaan toimipaikkoja oli tullut hakijoita laidasta laitaan, tässä tapauksessa erinomaisesta hyvään, koska epäsoivat hakijat olivat pudonneet jo massarekrytointivaiheessa.

9 POHDINTA

Tutkimuksessa tutkimuskysymyksinä olivat:

- Minkälainen prosessi massarekrytointi on?
- Olivatko hakijat tyytyväisiä massarekrytointitapahtumaan?
- Toiko massarekrytointi toivottua tulosta Pirkanmaan Osuuskaupalle?
- Kuinka kehittää rekrytointitapahtumaa?

Voidaan sanoa, että kaikki tutkimuskysymykset täyttyivät ja kaikkiin kysymyksiin löytyi vastaus. Massarekrytointiprosessi on kuvattu tarkasti työssä. Suurin ero massarekrytoinnissa sekä ns. normaalissa rekrytointiprosessissa on se, että massarekrytoinnissa haastatellaan kaikki, jotka ovat hakemuksen lähettäneet. Massarekrytoinnissa yritykselle haastavinta on saada resurssit järjestämään kyseistä tapahtumaa. Kun yrityksellä on toimiva ja aikaansaava rekrytointitiimi, niin kaikki on mahdollista.

Pääpiirteittäin voidaan myös todeta, että hakijat olivat tyytyväisiä rekrytointitapahtumaan. Suurin osa kyselystä oli saanut positiivista palautetta. Hakijat antoivat myös rekrytointitapahtumassa paljon suullista palautetta siitä, kuinka onnistunut tapahtuma oli ollut sekä kiva kun kaikki saavat saman mahdollisuuden päästä kesäksi töihin Pirkanmaan Osuuskaupalle.

Voidaan myös olettaa, että rekrytointitapahtuma toi toivottua tulosta osuuskaupalle. Kyseinen tapahtuma vähentää paljon töitä toimipaikkojen esimiehiltä, koska heidän ei tarvitse itse rekrytoida henkilökuntaa. Massarekrytoinnissa alkukarsinta on tehty rekrytointitiimin puolesta ja potentiaalisimmat hakijat esimiehet haastattelevat itse. Kyselyyn saatiin todella paljon vastauksia ja voidaan olettaa että osuuskaupalla on käyttöä saaduille vastauksille.

Työn haastavin osuus oli löytää teoriaa rekrytoinnista sekä varsinkin massarekrytoinnista. Myös Vaahtio oli todennut kirjassaan, kuinka vähän rekrytoinnista on tehty teoriapohjaisia kirjoja tai artikkeleita. Opinnäytetyötä tehdessä myös ajankäyttö olisi pitänyt priorisoida eri tavalla. Jos työtä olisi tehnyt esimerkiksi vähän joka päivä, niin se olisi valmistunut nopeammin. Opinnäytetyön mielekkäin osuus oli haastattelupäivät, joissa pääsi toteuttamaan kyselyä. Oli erittäin mielekästä kohdata hakijoita ja saada positiivista palautetta. Hakijat olivat myös erittäin kiinnostuneita opinnäytetyöstä, johon kyselyä tehtiin.

Ensimmäisenä kehityskohteena liittyen massarekrytoinnin markkinointiin on sosiaalisen median käyttö. Nykypäivänä potentiaalisin kohderyhmä koskien kesätyönhakijoita käyttää jatkuvasti sosiaalista mediaa. Myös Pirkanmaan Osuuskauppa pystyisi kehittämään ja rakentamaan omaa imagoaan ja identiteettiään sosiaalisen median avulla. Ainakin Facebook ja

Instagram olisivat otollisia kanavia avoimien työpaikkojen markkinointiin. Nykypäivänä myös Snapchat on paljon yritysten käytössä ja kyseiselle kanavalle olisi hyvä luoda Pirkanmaan Osuuskaupalle oma käyttäjä. Kanaville riittäisi muutama mainos, ja ne tavoittaisivat suuren määrän potentiaalisia hakijoita. Sosiaalisen median kanaville voisi myös järjestää jonkin kilpailun esimerkiksi sivustosta tai työpaikkailmoituksesta tykkääjien kesken. Lisäämällä mainontaa sosiaaliseen mediaan myös laitapaikkakuntien potentiaaliset hakijat voisi aktivoitua. Osuuskaupan markkinointiin saatiin esimiehiltä kehitysidea. He toivoivat että osuuskauppa markkinoisi kohdennetusti opiskelijoille työmahdollisuuksia osuuskaupassa. Esimiehien ideana oli ilmaista mainonnassa prosentuaalisesti osuuskaupassa töissä olevien opiskelijoiden osuus koko henkilökunnasta. Kehityskohteena hakijat näkivät jonotusaikojen lyhentämisen. Ainut ratkaisu tähän olisi porrastaa vielä enemmän hakijaryhmiä. Myös haastatteluajan kestoja toivottiin pidemmäksi. Tämä kuitenkin on sidonnainen jonotusaikaan. Jos haastatteluaikaa pidentäisi, niin silloin olisi pakko porrastaa hakijaryhmiä, jotteivät hakijat joudu jonottamaan entistä pidempään.

Jatkotutkimusaiheena voisi tutkia massarekrytoinnin markkinointia Pirkanmaan Osuuskaupassa. Markkinoinnissa voisi paneutua etupäässä sosiaalisen median käyttöön ja sosiaalisen median mainontaan. Tutkimuksessa voisi myös paneutua tarkemmin Pirkanmaan Osuuskaupan sen hetkiseen imagoon ja imagon parantamiseen.

LÄHTEET

Ekunwe, I. (2015). *Keskitetty kesärekrytointi*. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu. Haettu 14.1.2018 osoitteesta http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/94615/Ekunwe_Ida.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Heikkilä, T. (2014). *Kvantitatiivinen tutkimus*. Haettu 7.5.2018 osoitteesta <http://tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Hiltunen, L. (2009). *Validiteetti ja reliabiliteetti*. Gradu –tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Haettu 7.5.2018 osoitteesta http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. (1997). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Jyväskylän yliopisto (2018). *Tutkimusmenetelmät ja –aineistot*. Haettu 7.5.2018 osoitteesta <https://koppa.jyu.fi/avoimet/kirjasto/kirjastotuutori/aihehaku-tutkimusprosessissa/menetelmatietoa-ja-palveluja>

Kaijala, M. (2016). *Rekrytointi tehtävään vai yhtiöön?*. Helsinki: Talentum Media Oy & Markku Kaijala

Laiho, S. (2006). *Yrityksen visuaalisen linjan ja tavoiteimagon luominen*. Turku: Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 27

Luoma, K. (2018). Kesärekröyn tilastot. Sähköpostiviesti tekijälle 22.3.2018.

Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus (2015). Haettu 7.3.2018 osoitteesta http://view.sokjulkaisut.fi/public_files/users/pirkanmaanok/publications/9b539a927290f6f885a39908c7e4f39f/document.pdf

Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus (2016). Haettu 4.1.2018 osoitteesta <http://view.sokjulkaisut.fi/publication/pirkanmaanok/10840c6024419ac0191079eb32bb5e67#/page=3>

Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus (2017). Haettu 23.4.2018 osoitteesta <http://view.sokjulkai->

sut.fi/publication/pirkanmaanok/4adfb0cc15e7af01a8c0527584d3bd07#/page=30

Rope, T. (2011). *VOITA MARKKINOINNILLA*. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy ja Timo Rope

S-ryhmän verkkosivut. Haettu 11.2.2017 osoitteesta
<https://www.s-kanava.fi/web/pirkanmaa/etusivu>

Tikkanen, T. (2010). *Houkutteleva rekrytointiviestintä organisaation verkkosivuilla*. Pro gradu. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto. Haettu 25.5.2018 osoitteesta
<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/23591/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201005201874.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot. Haettu 7.5.2018 osoitteesta
<http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusmenetelmat.html>

Vaahtio, E. (2005). *Rekrytointi menestystekijänä*. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Vilpas, P. (n.d). *Kvantitatiivinen tutkimus*. Metropolia. Haettu 10.5.2018 osoitteesta <https://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf>

WorkyourS kesäduuni. Aluekartta. Haettu 5.3.2018 osoitteesta
<http://www.workyours.fi/kesaduuni/>

WorkyourS nettisivut. Screenshot kaikista sivuista. Haettu 25.5.2018 osoitteesta <http://www.workyours.fi/>

Österberg, M. (2005). *Henkilöstöasiantuntijan käsikirja*. Helsinki: Edita Publishing Oy

LIITTEET

Liite 1. Kesätyönhakijoille toteutetun kyselyn avoin palaute

- Kivaa
- Yllättävän nopeasti pääsi haastatteluun
- Homma meni sujuvasti, eikä tarvinnut jonottaa kauaa. Kaikki tärkeät asiat tulivat selville ja tiedän miten kaikki menee jatkossa.
- Muuten hyvä, mutta istumapaikkoja voi lisätä.
- Mukava ja sopivan rento ilmapiiri kevensi omaa jännitystä. Haastattelija oli ymmärtäväinen ja mukava.
- Hienoa, että kaikki haastatellaan! Plussaa myös runsaasta haastattelijamäärästä!
- Hyvä, että pääsi satunnaisessa järjestyksessä (ei aakko)
- Kiva ja erilainen rekry,mihin tottunut!
- Heti tervetullut fiilis ja haastattelija oli lämminhenkinen, ei tullut ”tenttausta” oloa.
- Hakemusten jakaminen oli suunniteltu hyvin, kun ei ollut aakkosjärjestyksessä eikä tarvinnut muutenkaan hirveän kauaa odotella. Iso peukku!👍
- Rekrytointitilaisuus tuntui sujuvalta ja asiallisen rennolta, vaikka jännittikin.
- Haastattelu oli mukava kokemus. Varmasti positiivinen monille ensikertalaisille. Info jaettiin hyvin alussa. Kaikenkaikkiaan hieno haastattelu.
- Erittäin kiva ja nopea rekrytointitapahtuma. Kiitos! :)
- Tapahtuma oli hyvin järjestelty ja kaikki sujui jouhevasti
- 5 minuuttia on hieman lyhyt aika haastatteluun, kannattaisin enemmän hakemusperusteista työhaastatteluun valintaa.
- Hyvin järjestetty!
- Kaikille istumapaikkoja niin kivempi odotella. Alkuinfo oli kattava ja ytimekäs.
- Haastattelu jännitti vähän, mutta mukavan haastattelijan asioista jännitys häveni.

- Rento tapahtuma, ei liian jännittävä :)
- Todella mukava ja rauhallinen tilaisuus, haastattelukin oli kiva ja onnistunut eikä yhtään pelottava
- Nopea, kompakti ja iloiset haastattelijat
- Hyvä yhteinen aloitus, henk koht haastis oli sujuva
- Haastattelijana oli super mukava!
- Sujuva kulku, tarpeeksi selkeä info, eikä kestänyt liian pitkään. Kaikin puolin hyvä, koska tällöin on mahdollisuus tutustua hieman ihmisen luonteeseen kuin vain lukea paperista
- Jonotusaika oli kohtuullinen, mutta haastattelu-aika todella lyhyt.
- Tällainen rekrytapahtuma oli todella positiivinen kokemus. Kiva että annetaan kaikille mahdollisuus näyttää kykynsä.
- Haastattelujono meni todella nopeasti. Alkujonotus riippui nimestä, mutta omalla kohdalla meni suht nopeasti. Toimiva kokonaisuus
- Kiva ja lämminhenkinen:)
- Hyvin organisoitu tilaisuus eteni sujuvasti
- Sähköisen haastattelun mahdollisuuksia voisi jatkossa hyödyntää
- Jono sujui nopeasti ja tilaisuus hoidettu hyvin!
- Naulakot olisivat olleet käteviä niin ei olisi tarvinnut kantaa ulkovaatteita mukana.
- Hyvin organisoitu
- Kiitos , toivotaan että saan töitä ja lisää kokemuksia
- Jonotus aika olisi voinut olla lyhyempi, mutta se ei ollut aivan älyttömän pitkä.
- Oli hyvin järjestetty ja eteni nopeasti sekä informointi tilaisuus olin lyhytnja ytimekäs
- Tapahtuma oli rento ja mukava ja erittäin sujuvaa :)
- Odottelutilaisuuden mainosvideo oli hyvä, mutta sen näkeminen 10 kertaa oli hieman turhauttavaa...
- Hyvin järjestetty rekrytointitilaisuus ja ihanan aurinkoinen haastattelija!

- Jee
- Yleinen info hyvä, haastattelijat ammattimaisia ja mukavia.
- Jatkuva Osuuskaupan markkinointivideo odotuksen taustalla oli hieman rasittava.
- Lisää tuoleja ☒
- Ehkäpä lisää istumapaikkoja odottelijoille.
- Rekry tapahtuma oli mielestäni hyvä ja sujui jouhevasti
- Hienoa mielestäni, että kaikki saavat tilaisuuden haastatteluun.
- Tilaisuutta olisi ehkä voinut vielä porrastaa niin, että osa olisi kutsuttu vaikka puoli 10. Muutoin tilaisuus sisälsi kaiken olennaisen.
- Hyvä ja tiivis paketti. Jonotus sujui mukavaa vauhtia ja haastattelukysymykset olivat hyviä.
- Tosi nopeasti meni, vaikka hakijoita paljon. Hyvin järjestetty
- Kiva fiilis jäi, vaikka joutuikin melko pitkään odottelemaan haastateltavaksi pääsyä. ☒
- Aika pitkä odotus kun hakemuksia jaettiin
- Kaikki sujui nopeasti
- Tarkoista työtehtävistä olisi voinut löytyä lisää tietoa internetistä.
- Oli helppo tulla ja löytää paikalla henkilökunta oli mukavaa poppoota
- Paljon haastattelijoita, eiköhän tuo jono tuosta etene. Hienoa, että kaikki saavat reilun mahdollisuuden!
- Rekrytointitilaisuus oli mielestäni onnistunut
- Tapahtuma oli hyvin organisoitu. Plussaa siitä.
- Hyvin järjestetty ja selkeä vaikka ihmisiä oli paljon
- Ihanan rento, mutta asiallinen tapahtuma
- Hienosti toteutettu rekrytapahtuma, mahtavaa, että haastattelette kaikki!
- Tukitoiminnot olivat haussa mukana, vaikkei työntekijöitä kesäksi tarvitakaan. Siivouspalvelujen paikkoja voisi mainostaa enemmän

- Hyvin hoidettu tapahtuma, sillä haastattelijoita oli useita ja siten haastattelu oli sujuvaa.
- Erittäin hyvä jälkimaku, haastattelija oli mukava
- Hieman vaikeahkoa oli pirkanmaan osuuskaupan sivuilta löytää tarkemmin eri toimipisteitä ja niiden funktioita. Muuten rekrytapahtumasta positiivinen kuva, vaikka olikin vain massa haastattelu.
- Tapahtuma oli organisoitu todella hyvin. Jonottaminen kävi odotettua nopeammin ja sujuvammin, pelkkää positiivista yllättymistä!
- Tapahtuma sujui helposti ja muitta mutkitta, vaikka nuoria työnhakijoita oli paljon.
- Mukavaa ja sujuvaa
- Lisää sukupuolivaihtoehtoja kyselyyn :)
- Jännitti vähän, mutta olen tyytyväinen tapahtuman toteuttamisesta! Jäi hyvä mieli.
- Kiitos hyvästä tilaisuudesta
- Mukavia haastattejoita, jäi hyvä jälkimaku:)
- Todella mukava haastattelija! Jäi hyvä olo.
- Vessa tauot hankalia. Kun omia hakulomakkeita jaetaan on vaikea arvioida, kuinka kauan aikaa kuluu ennen kuin pääsee itse haastatteluun. On ikävää jos tulee pakollinen tarve käyttää vessaa ja oma hakulomake huudettiin ja silloin täytyy odottaa pino loppuun ennen kuin oma sattuu taas kohdalle. Voisiko tähän olla jokin järjestely? Esim. Kerrotaan jo alussa mikä on lomakkeiden jako järjestys.
- Haastattelu tuntui mukavalta, tilanne oli tehty rennoksi.
- Mukavat haastattelijat ja tunnelma!
- Hyvä, asiallinen meininki, asiat sujuivat vaivatta
- Tosi mahtava kokemus
- Oikein hyvä!
- Tilaisuudesta jäi hyvä fiilis vaikka vähän jännitti.
- Oli kivaa päästä haastatteluun, kun aina ei aukea edes siihen mahdollisuutta. Haastattelutilanne ei ollut liian ahdistava, vaan mukavan rento!

- Nopeasti sujui haastattelu, eikä joutunut kauaa odottelemaan!
- Erittäin pätevää toimintaa.
- Juontaja kohteli kuin ala-asteella: laittoi hakemaan tuoleja, tervehdys
- Pelkäsin aluksi tapahtuman kestävän monta tuntia mutta sujuikin yllättävän jouhevasti!
- Haastattelu oli todella lyhyt. Eikä siinä oikein mitään kerinnyt :D
- Useampi haastattelijalla on erittäin iloinen yllätys näin isolle porukalle. Kiitos!
- Tilanne oli mielestäni hyvin järjestetty, vaikka hakijoita olikin paljon. Mielestäni on kiva kun kaikki pääsivät osallistumaan haastatteluun!
- Tapahtuma oli kiva ja antoi mukavasti lisää infoa työskentelystä ja työmahdollisuuksista Pirkanmaan osuuskaupalla.
- Se hirvittävä mainosvideo olisi voinut pyöriä odottaessa vielä pari kertaa.
- Rekrytointitapahtuma oli hyvä, koska kaikilla oli mahdollisuus osallistua haastatteluun.
- Hyvä kaikin puoli.
- Kiitos!
- Kiitos
- Hyvin organisoitu tilaisuus, paljon porukkaa mutta ei silti "kaaosta"☹️
- Kaikin puolin mukava tapahtuma!
- Odotusaika oli lopulta ihan kohtuullinen, mutta etukäteen tuntui työläältä sitoa koko iltapäivä tähän. Ehkä sopivien kellonaikasloittien toivominen voisi helpottaa. (Esim. Aamu vai päivä, pe vai la)
- Ihan miellyttävä ja varsinkin varmasti jos on eka haastattelu kokemus niin tosi hyvä ja rento tilanne.
- Tuoleja olisi voinut olla enemmän.
- Oli oikein mukava tilaisuus! Jatkakaa samaan malliin ☺️
- Oikein ystävällisiä ihmisiä oli meitä täällä vastassa ja olivat sopivan rempseitä jännittävään tilanteeseen nähden. Kiitos!
- Oli kiva haastattelu :)

- Lomakkeesta: sukupuoli-kohdassa olisi hyvä olla myös vaihtoehto "muu"
- Oli kivaa ☺
- Tosi hyviä haastattelijat mutta jännittää että ei pääsis kun on paljon hakenut
- Oli rento ja rohkaiseva ilmapiiri. Haastattelu jännitti mutta haastattelija oli mukava mikä helpotti tilannetta
- Haastattelija oli tosi mukava ja tilaisuus oli alkujännityksen jälkeen rento. Kiitos!
- Pidin myös aikaisemmasta systeemistä, mutta tämäkin toimii.
- Tilaisuus eteni sujuvasti ja haastattelija oli mukava!
- Toivottavasti pääsen kesätöihin tänne! Se on ollut pitkäaikainen haaveeni. Haastattelija oli mukava ja jännitys laantui.
- Ihmismäärään nähden jouheva ja hyvin suunniteltu tilaisuus!
- Rento fiilis, kiva tapahtuma!
- Hyvin järjestetty näin suureksi tapahtumaksi, eikä jonottaakkaan tarvinnut pitkään.
- Tosi hyvä ja rento tapahtuma!
- Ihana meininki ja jäi hyvä fiilis koko prosessista. Kiitos!
- Tosi mukava haastattelija, rento fiilis pysyi koko haastattelun ajan.
- Yllättävän hyvin pyörii valtavaan hakijamäärään nähden
- kiva haastattelija ja ei jännittänyt yhtään
- Mukava rekrytoija.
- Oli kiva, että kaikki hakijat pääsivät haastatteluun. Infotilaisuus alussa oli hyödyllinen ja itse haastattelutilanne oli mukavan jutusteleva.
- Haastattelu oli varsin mekaaninen ja tuntui ettei muutamassa muodollisessa kysymyksessä oikein pystymyt tuomaan itseään esille. Jonottaessa huomasi kuinka erilaisia haastattelijat olivat ja millä tavalla hoitivat mekaaniset kysymykset. Kokonaisuudessaan hyvin järjestetty ja hienoa että kaikki pääsevät haastateltaviksi.
- Kiitos!

- Oli kyllä hyvä! Haastatteluaika olisi voinut olla vähän pitempi, koska itsestään ei paljoa ehtinyt tuossa kertomaan.
- Haastattelija oli ihana, lämmin ja samalla asiantunteva. Pystyi helposti olemaan rentona ja oma itsensä. Kiitos miellyttävästä kokemuksesta!
- Jonotus aikoja voisi yrittää lyhentää. Muuten aivan mahtavasti järjestetty.
- Mukavat ihmiset ja muut asiantuntijat
- Odotusaika haastatteluun oli sen verran pitkä että siinä ehti saada ehkä turhan ison jännitystutinan päälle.
- Todella helppo ja mielekäs!:)
- Mukavan rento ja kiva ilmapiiri!
- Hyvää porukkaa oli haastattelemassa
- Ei tarvinnut jännittää yhtään, super mukava haastattelu :)
- Haastattelijat olivat mukavan rentoja.
- Tunnelma oli rento ja jäi hyvä mieli, vaikka jonotusaika olikin pitkä.
- Oli mukava tapahtuma ja haastattelusta jäi fiilis että sai kertoa asioita paremmin kuin sähköisessä hakemuksessa.
- Jäin kaipaamaan naulakoita odotustilaan! Muutoin vain positiivisia kokemuksia
- Hyvi meni, odotus hieman puuduttavaa.
- Lyhyemmät jonot olisivat mukavampia.
- Nimeni sanottiin aluksi väärin, joten jouduin odottamaan loppuun asti sen takia. Muuten tilaisuus oli hyvin organisoitu.
- Kiva haastattelija! :)
- Mukava haastattelija
- Hyvin toimi nimenhuuto ainakin alussa, koska oli 2 ihmistä kutsumassa ihmisiä
- Super mukava haastattelija ja iloinen tunnelma, jäi hyvä fiilis! Toivottavasti tein vaikutuksen :-)
- Tykkäsin ☑ Helppo ja mukava tilaisuus ☑
- Turhaan jännitin. Oli todella ystävällinen haastattelija

- Tosi rento haastattelu!
- Hyvin järjestetty, mukavat haastattelijat
- Hommat sujui yllättävänkin jouhevasti
- Hyvä tapahtuma
- Sopivan rentoa
- Tapahtuma oli hyvin järjestetty ja sujui sulavasti
- Oli tosi rentoa meininkiä, jäi hyvä maku ;)
- Haastattelija oli mukava ja rento!
- Rekrytointi oli oikein sujuva. Toimi!!
- Hyvin järjestetty!
- Ihanan rento haastattelu
- Tietysti olisin toivonut hieman enemmän aikaa haastatteluihin, jotta ei ois jännittänyt niin paljoa ja olisi saanut tuotua itsestään enemmän esille.
- Hyvin suunniteltu ja selkeä tapahtuma!
- Kivaa oli ja mukava haastattelija. Mikin käyttöä voisi harjoitella, ja pientä pränättiä vähentää dioissa. Kiitos!
- Jännitti tosi paljon, mutta haastattelu oli todella rento. Tykkäsin jo pelkämästä kokemuksesta.
- Oli tosi mukava vaikka jännitti kauheesti. Oli myös paljon tuttuja
- Hyvä ja sujuva tapahtuma!
- Hienoa, että kaikki hakijat haastatellaan ja kaikkiin ollaan yhteydessä valinnan tuloksista. Yleensä nämä asiat jäävät toteutumatta kesätyönhaussa, mikä on hakijan kannalta kurjaa. Järjestelyt olivat toimivat, vaikka porukkaa oli paljon. Kiitos!
- Hienosti oli järjestetty tapahtuma ja nimien lausunta oli reilumpaa kuin vuosi sitten kun nimi ei vaikuttanut nopeuteen.
- Kerrottiin kaikki tarpeellinen.
- Odottaminen jonoissa ei ollut paha ja haastattelu oli rento.
- Todella mukava ja rento haastattelu :)

- Tosi jees. Mukavan nopeaa toimintaa!
- Arvostan, että jokainen hakija saa mahdollisuuden päästä haastatteluihin ja saada kokemusta työhaastatteluissa.
- Mukava haastattelija ja rento haastattelu. Hyvä fiilis jäi.
- Hyvin hoidettu ja mukavaa henkilökuntaa, ei ollut paineita haastattelussa
- Hyvin järjestetty massarekry
- Hyvin toteutettu tapahtuma ihmisten määrään nähden!
- Rekrytointitilaisuus oli melko hyvin organisoitu. Positiivista oli että salista löytyi hyvin istumapaikkoja ja että haastattelupisteitä oli useampia.
- Mukavan rento ja sujuva tapahtuma
- Kiva kun saatiin katsoa olympialaisia odottaessa!
- Hyvin järjestetty ja rentohaastattelutilanne.
- Vähän oli lyhyt aika kertoa itsestään mutta on toki ymmärrettävää että ei jaaritele sitten koko päivää. Olisi hyvä vaikka 7 min haastatteluun•
- Fiksu ja nopea tilaisuus. Haastattelu aika olisi voinut olla inasen pidempi, mutta ymmärrän pituuden hakijoiden määrään nähden.
- Hieman pitkät jonot, mikä on tietenkin ymmärrettävää.
- On mukavaa huomata miten paljon kesärekrytointiin on panostettu, ja haastattelutilaisuuden antaminen kaikille hakijoille on todella hieno asia! Tapahtuma oli todella selkeä ja sujuva. Todellakin jäi hyvä jälkimaku!
- Todella mukava ja rento tapahtuma. Haastattelu oli lyhyt ja ytimekäs, joka oli erityisen hyvä juttu.
- Viiden minuutin aika on aika kova aikataulu tiivistää yksi persoona.
- Haastattelija oli turhan lyhyt sanainen
- Vaikka itse haastattelu osuus oli nopea, siitä jäi silti hyvä tunne, eikä tarvinnut turhaa jännittää
- Hyvin järjestetty!
- Odotusaika hieman pitkäkö, tilaisuudesta jäi hyvä mieli,? Kiitos Essi!
- Mielestäni oli mukava rekrytointitapahtuma, kun jonotusaika ei ollut liian pitkä

- Oli rento ja mukava haastattelu
- Olympialaisten kisakatsomo oli huippu
- Haastattelija oli hyvin mukava, joten haastattelutilanne oli mukavan rento!
- Mukava tapahtuma, ei syntynyt mitään paniikkia tapahtuman kulusta
- Hienoa, että kaikki haastatellaan. Kaikilla on mahdollisuudet, eikä vain suhteilla pääse.
- Oli mukava ja luonnollisen tuntuinen haastattelu!
- Kaikki sujui ongelmitta. Yhteinen tilaisuus oli sopivan mittainen, eikä jonottamisessa mennyt omalta osaltani aikaa.
- Hyvin informoitu.
- Karsikaa hakijoita ennen haastattelua ettei kaikkia haastatella, sillä se vie niin paljon resursseja sekä sketjulta että työnhakijoilta.
- Napakka ja täynnä tietoa
- Mielestäni rekrytointitapahtuma oli paljon parempi haastattelutapa kuin ryhmähaastattelu.
- Kaikki toimi, kiitos siitä.
- Paljon ihmisiä, mutta hyvin sujui!
- Sujuvaa toimintaa ja ihailtavaa, että kaikki hakijat haastatellaan edes nopeasti.
- Hyvä oli!
- Viisi minuuttia on todella lyhyt aika tiivistää kaikki mitä haluaa kertoa, jos se sisältää myös peruskysymykset.
- Hyvin järjestetty tapahtuma, mutta olisi kiva jos kaikki haastattelijat kysyisivät samat kysymykset
- Tapahtuma sujui loistavasti.
- Hyvin kulkeva ja järjestelmällinen tapahtuma!
- Loistavasti hoidettu tapahtuma ☺ kaikki tuli selväksi ja toiminen oli sujuvaa, ei turhaa jaarittelua tai odottelua. Tykkäsin!
- Tilaisuus oli suuresta hakijamäärästä huolimatta erittäin sujuva, kiitos!

- Kaikki toimi sujuvasti ja mukavaa sekä kannustavaa fiilistä pidettiin kokoajan yllä. Jäi kiva fiilis mahdollisesta tulevasta työnantajasta!
- Tukitoimin haku hoidettu huonosti. Hakijoiden ajan kunnioituksen suhteen olisi parantamisen varaa.
- Iso tapaaminen tuo ryhtiä työnhakuun ja innostaa hakijoita
- Tuttu tapahtuma. Aiempien vuosien tilaisuuteen osallistuneille infopläjäys vähän toistoa.
- Hyvin järjestetty ja toimiva, mukavat haastattelijat ja rento ilmapiiri!
- Hakijamäärään nähden äärettömän hyvin hoidettu prosessi.
- Tapahtuma oli hyvin organisoitu.
- Jännitti niin paljon oma tekeminen, että haastattelu meni mönkään. Tapahtumassa itsessään ei oikein mitään moitteita.
- Oli kyllä ihan huippukivaa ja mielestäni hyvin suunniteltu tilaisuus! (:
- Hienosti hoidettu tapahtuma ja jäi hyvä mieli.
- Hyvä tilaisuus päästä esittelemään itsensä kunnolla, mikäli hakemuksen tekeminen ei ole vahvuus.
- Kysymykset hieman ympäröityjä, olin varautunut yksityiskohtaisempaan haastatteluun. Mutta oikein mukava tilaisuus ja vaikka viimeisimpien jatkossa olinkin oli odotusaika mielestäni jopa lyhyt! Kiitos.
- Hienosti järjestetty, kaikki toimi moitteettomasti. Kiitos.
- Hyvin toteutettua näin suureen ihmismassan suhteutettuna!
- On erittäin hienoa, että kaikki hakijat haastatellaan. Se antaa hyvää kokemusta sekä nuorille että meille hieman vanhemmillekin.
- Oli rentoa ja mukavaa
- Ihanan ystävällisiä ihmisiä, mikä helpotti jännitystä
- Todella ammattimaista ja asiallista toimintaa. Arvostan suuresti.
- Tosi mahtava systeemi, että kaikilla mahdollisuus haastatteluun, jonka perusteella tehdään valinta. Valinta perustuu oikesti enemmän luonteeseen ja innokkuuteen kuin kirjoitustaitoon kehua itseään. Tosi hyvä!
- Oli järjestetty paremmin kuin odotin.

- Vessaan oli hieman pelottava mennä, kun ei ollut pienintäkään hajua, milloin oma nimi tulisi. Muuten erittäin selkeästi ja hyvin organisoitu.
- Olisi ollut hyvä jos markkinointi- ja talouspuolen työnkuvatkin olisivat käyneet ilmi netistä. Kauppatieteiden opiskelijana nuo vaativimmat tehtävät olisivat voineet kiinnostaa eniten, mutta informaatiota oli saatavilla melko vähän. Muutoin tapahtuma oli mielestäni onnistunut.
- Sujuva tapahtuma
- Hyvä tapahtuma.
- Itselleni jäi todella positiivinen kuva haastattelutilaisesta ja odotan innolla mahdollista työtä S-ryhmässä.
- Tehokas tapahtuma.
- Oli mukava työ haastattelu :)
- Hyvä oli
- Tulisin uudelleenkin
- Oli mukavaa ☺
- Hyvin informatiivinen ja mukava rekrytointitapahtuma, hyvä kokemus myös tulevaisuuden haastatteluja varten.
- Hyvä tapahtuma
- Toimiva tilaisuus
- Hyvin toteutettu
- Hyvin järjestetty tapahtuma josta sai paljon hyödyllistä tietoa.
- Hyvin järjestetty ja alussa ollut infotilaisuus oli kattava
- Hyvin järjestetty ja selkeä rakenne. Kiitos!
- Selkeä ja rento tapahtuma. Sain kaiken tarpeellisen informaation ja lähdin luottavaisin mielin!
- Kiitos haastattelusta.
- Kyselyssä olisi hyvä huomioida myös muun sukupuoliset ja haastattelukysymykset olisivat voineet sisältää jonkin haastavammankin kysymyksen

- Mukava ja ainutlaatuinen tapahtuma omalla kohdalla. Kiitos uudesta kokemuksesta!
- Kivaa oli
- Hyvin organisoitu ja selkeä eikä kestänyt liian kauaa.
- Rekrytointitapahtuma oli mielestäni onnistunut
- Hyvin järjestetty
- Hyvin järjestetty mutta haastattelijoita voisi olla enemmän.
- Odotusaika oli pitkäkö, mutta toisaalta siitä oli ilmoitettu etukäteen. Muuten oikein mukava kokemus.
- Hyvä tapahtuma josta jäi hyvä fiilis.
- Kiitos, oli kiva käydä. Tunnelma hyvä ja varmasti kaikki kokivat tulleensa kuuliksi. Armonne ja toiveenne tulivat työntekijälle tutuksi. Hyvä tilaisuus.