



## **Kilpailukykyä vahvistava rekrytointiopas - Opas onnistuneeseen rekrytointiprosessiin**

Ville Väätäinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Myyntityön opinto-ohjelma

Opinnäytetyö

2023

## Tiivistelmä

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tekijä</b><br>Ville Väätäinen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Tutkinto</b><br>Tradenomi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b><br>Kilpailukykyä vahvistava rekrytointiopas - Opas onnistuneeseen rekrytointiprosessiin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Sivu- ja liitesivumäärä</b><br>18                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on tehty toimeksiantajayritystä varten rekrytointiprosessin luomiseen. Työ koostuu teoriaosuudesta sekä toiminnallisesta osuudesta eli rekrytointioppaasta.</p> <p>Tietoperusta on kerätty aihepiiriin kuuluvista oleellisista lähteistä. Tietoperusta koostuu kahdesta pääteemasta, jotka ovat rekrytointiprosessi ja kilpailuedun rakentaminen rekrytoinnissa. Rekrytointiprosessissa uppoudutaan sen eri vaiheisiin ja korostetaan asioita, joihin rekrytointiprosessia rakentavan yrityksen kannattaa kiinnittää huomiota. Kilpailuedun muodostamisessa tarkastellaan asioita, joita yritys voi kehittää erottuakseen edukseen kilpaillulla työmarkkinoilla.</p> <p>Opinnäytetyön lopullinen tuotos on käytännönläheinen PowerPoint-esitys, joka käy läpi rekrytointiprosessin eri vaiheet. PowerPointissa olevien dioissa olevan tiedon lisäksi niihin on upotettu äänitiedosto, joissa avataan eri vaiheita enemmän ja annetaan toimeksiantajaa hyödyttäviä vinkkejä. Oppaassa on toimeksiantajaa hyödyntäviä ohjeita jokaisesta rekrytointiprosessin eri vaiheesta, kuten työpaikkailmoituksen luomisesta ja haastattelurungon muodostamisesta. Päättävänä on saada toimeksiantajaa varten kehitetty rekrytointiopas, joka auttaa heitä onnistumaan paremmin rekrytoinneissa ja luomaan toistettavan prosessin, jotta yritys voi keskittyä enemmän haastattelijoihin ja heidän arviointiin.</p> |
| <b>Asiasanat</b><br>rekrytointi, rekrytointiprosessi, rekrytointiopas, kilpailuetu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## Sisällys

|       |                                                                          |    |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 1     | Johdanto .....                                                           | 1  |
| 1.1   | Toimeksiantajan esittely .....                                           | 1  |
| 1.2   | Opinnäytetyön tavoitteet .....                                           | 1  |
| 1.3   | Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi .....                            | 2  |
| 2     | Rekrytointiprosessi .....                                                | 4  |
| 2.1   | Rekrytointiprosessin määritelmä ja sen vaiheet .....                     | 4  |
| 2.2   | Tarpeen tunnistaminen .....                                              | 5  |
| 2.3   | Ilmoituksen luominen .....                                               | 5  |
| 2.4   | Rekrytointikanavien käyttäminen .....                                    | 6  |
| 2.5   | Hakemusten läpikäynti .....                                              | 7  |
| 2.6   | Haastatteluprosessi .....                                                | 7  |
| 2.6.1 | Haastattelurunko .....                                                   | 8  |
| 2.6.2 | Haastattelukysymykset .....                                              | 8  |
| 2.7   | Työtarjouksen tekeminen .....                                            | 9  |
| 2.8   | Rekrytinnin jälkeinen vaihe .....                                        | 10 |
| 3     | Haastavien työmarkkinoiden kilpailuedun rakentaminen rekrytinnissa ..... | 11 |
| 3.1   | Työhyvinvointi .....                                                     | 11 |
| 3.2   | Työnantajamielikuva .....                                                | 12 |
| 3.3   | Rekrytointiprosessi hakijan näkökulmasta .....                           | 13 |
| 4     | Teorian yhteenveto .....                                                 | 14 |
| 5     | Toiminnallinen tuotos .....                                              | 15 |
| 5.1   | Aineisto ja sen keruumenetelmät sekä suunnitelma .....                   | 15 |
| 5.2   | Tuotoksen toteutus .....                                                 | 15 |
| 6     | Pohdinta .....                                                           | 17 |
| 6.1   | Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset .....                           | 17 |
| 6.2   | Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi .....                  | 17 |
|       | Lähteet .....                                                            | 19 |
|       | Liitteet .....                                                           | 20 |

# 1 Johdanto

Yritykset saattavat ajautua tilanteeseen, jossa alan työntekijöistä joutuu kilpailemaan. Tämän tyyppisessä tilanteessa pienetkin erot saattavat ratkaista, mihin yritykseen parhaat työntekijät menevät. Kun kilpaillaan työntekijöistä, on työntekijän hakeminen työpaikkaan oltava vaivatonta. Se onnistuu, kun yrityksen oma rekrytointiprosessi on suunniteltu etukäteen kuntoon. Rekrytointiprosessin tarkastelulla ja sen pitämisellä ajan tasalla helpottaa työntekijää hakuprosessissa sekä työnantajaa rekrytoinnissa. Yrityksen näkökulmasta on taloutta sekä työtunteja ajatellen tehokkaampaa valmistella rekrytoinnille runko ja luoda pohjatyö valmiiksi, jotta voitaisiin suoriutua rekrytoinnissa mahdollisimman hyvin ja löytää hakijoiden joukosta työtehtävään parhaimmat henkilöt. Tässä opinnäytetyössä selvitetään, mitä kaikkea rekrytointiprosessiin kuuluu, mihin siinä tulee kiinnittää huomiota ja annetaan työkaluja yrityksen rekrytointiprosessin parantamiseen.

## 1.1 Toimeksiantajan esittely

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on tehty toimeksiantona yritykselle Jälkipoltto Oy. Jälkipoltto tarjoaa liikunta- ja hyvinvointipalveluita yrityksille sekä yksityishenkilöille. Jälkipoltto toimii pääsääntöisesti pääkaupunkiseudulla, mutta toimintaa on levitetty myös muualle Suomeen. Kun opinnäytetyössä puhutaan toimeksiantajasta, viitataan sillä Jälkipolttoon.

Jälkipoltto Oy on aloittanut toimintansa vuonna 2012 yksilövalmennuksilla ja myöhemmin laajentanut valmennuksia myös yrityksille. Jälkipolton suurimmat asiakkaat ovat kouluja ja kuntia, joiden kautta Jälkipoltto tarjoaa liikuntaohjausta lapsille ja nuorille. Yrityksen tarjoamat palvelut eivät ole pelkästään liikunnanohjausta, vaan he jakavat tietoa hyvinvoinnista luennoimalla yrityksille ja tarjoavat kehonkoostumusmittauksia, kuntotestausta ja hyvinvointianalyysijä.

Toimeksiantajayrityksessä on huomattu tarve suunnitellulle rekrytointiprosessille. Aikaisempaa valmista runkoa ei ole ollut, joten sen luominen vähentää rekrytointiprosessiin käytettävää aikaa ja energiaa voidaan käyttää tehokkaammin hakijoihin sekä muihin työtehtäviin.

## 1.2 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän työn tavoite on luoda toimeksiantajalle heti käyttöön otettava rekrytointiopas. Oppaan on tarkoitus tukea toimeksiantajaa tulevissa rekrytoinneissa ja luoda uusi, selkeä rekrytointiprosessi yritykselle. Yrityksen rekrytointiprosessista tulee oppaan avulla tehokkaampi ja se on toistettavissa

samanlaisia rekrytointeja varten. Oppaasta saatua tietoa on myös mahdollista soveltaa erilaisia rekrytointeja varten. Opinnäyte voi hyödyttää myös muita yrityksiä, jotka eivät ole hyödyntäneet suunniteltua rekrytointiprosessia tai haluavat parantaa heidän nykyistä rekrytointiprosesiaan.

Tietoperustan tavoitteena on tukea luotua opasta ja luoda luotettava pohja oppaassa olevalle tiedolle. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään rekrytointiprosessia ja sen eri vaiheita, jotta lukijalla on perustietämys rekrytoinnista. Teoriaosuudessa avataan rekrytointiprosessiin liittyviä käsitteitä sekä teemoja. Työssä näkökulma on rajattu yritykselle, joka hoitaa rekrytoinnin itse. Rekrytoinnin ulkoistaminen on rajattu työstä pois, jotta tarkasteltava alue on riittävän suppea eikä se tällä hetkellä ole toimeksiantajalle ajankohtaista. Kilpailukyvyn vahvistamiseen on valittu kaksi teemaa, joita yritys voi hyödyntää rekrytoinnissa. Käsiteltävät teemat ovat valittu hyödyntäen toimeksiantajan omia kilpailuetuja.

### **1.3 Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi**

Opinnäyte työ koostuu teoriaosuudesta, tuotoksena syntyvästä rekrytointioppaasta sekä pohdintaosuudesta. Tietoperustassa tutkitaan rekrytointiprosessia yleisesti sekä tarkastellaan sitä myös työnhakijan näkökulmasta. Sen lisäksi työhön on kerätty tietoa siitä, miten kilpailulla alalla erottautuu hyödykseen rekrytoinnin avulla. Teoriaosuudessa käsitellään myös ideaalityöntekijän muodostamista ja sen hyödyntämistä rekrytoinnissa. Tietolähteinä on käytetty teemoihin liittyvää tietokirjallisuutta, blogitekstejä sekä erilaisia nettiartikkeleita. Itse tuotokseen lähteenä toimivat kerätty tietoperusta ja haastattelut toimeksiantajayrityksen nykyisten työntekijöiden sekä rekrytoinnista vastaavien henkilöiden kanssa.

Opinnäytetyön ensimmäisessä luvussa esitellään työn aihe ja tavoitteet sekä toimeksiantaja. Toisessa luvussa käydään läpi rekrytointiprosessin teoriaa ja sen eri vaiheita. Kolmannessa luvussa keskitytään kilpailuedun muodostamiseen. Neljännessä luvussa käydään läpi tuotoksen toteutusprosessia, jossa kuvataan tuotoksen sisältö ja toteutusmalli. Viimeisenä lukuna on pohdinta, jossa työn tekijä reflektoi opinnäytetyöprosessin onnistumista, siitä opittuja asioita sekä kehityskohtia jatkoa ajatellen.

Taulukko 1. Peittomatriisi

| Tavoitteet                                                                             | Tietoperusta                                                 | Projektinhallinta<br>sekä<br>toteutusmenetelmät           | Tuloskappaleet                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Päätavoite:</b><br>Rekrytointioppaan<br>luominen<br>toimeksiantajayritykselle       | Rekrytointi,<br>rekrytointiprosessi,                         | Kirjat, artikkelit,<br>blogikirjoitukset,<br>oppaat       | 2, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4,<br>2.6, 3.1, 4                  |
| <b>Osatavoite 1:</b> Mitä<br>rekrytointiprosessiin ja<br>sen eri vaiheisiin<br>kuuluu? | Rekrytointiprosessi,<br>työhaastattelu,                      | Kirjat                                                    | 2, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4,<br>2.4.1, 2.4.2, 2.5,<br>2.6, 4 |
| <b>Osatavoite 2:</b> Miten<br>kilpailuetua<br>hyödynnetään<br>rekrytoinnissa?          | Kilpailuetu,<br>työnantajamielikuva                          | Kirjat, netti,<br>haastattelu                             | 3, 3.1, 3.2, 4                                         |
| <b>Osatavoite 3:</b> Oman<br>toiminnan ja kehityksen<br>reflektointi                   | Motivaatio,<br>reflektointi,<br>kehittyminen,<br>projektityö | Omat havainnot,<br>pohdinta, reflektointi,<br>haastattelu | 6, 6.1, 6.2                                            |

Peittomatriisi (taulukko 1) kokoaa opinnäytetyön keskeiset teemat yhteen ja havainnollistaa työn rakenteen. Peittomatriisiin on kerätty tärkeimmät aiheet, joita käsitellään työssä sekä aineenkeruumenetelmät, joista tietoperusta on laadittu kasaan.

## 2 Rekrytointiprosessi

Tässä luvussa perehdytään rekrytointiprosessin eri vaiheiden teoriaan. Rekrytointiprosessin eri vaiheissa vastataan lukijalle, miten eri vaiheisiin kuuluu valmistautua, miten hakemuksia on tehokasta käydä läpi, miten rekrytointihaastattelut etenevät ja mitä niissä kannattaa kysyä ja mitä työsopimuksen allekirjoittamisen jälkeen tulee ottaa huomioon.

### 2.1 Rekrytointiprosessin määritelmä ja sen vaiheet

Rekrytointiprosessilla tarkoitetaan prosessia (kuva 1), jonka vaiheet kuuluvat henkilöstön hankintaan yritykselle. Rekrytointiprosessi on oltava siitä vastaavan henkilön prioriteettilistan kärkipäässä, sillä onnistunut rekrytointi on yhtä tärkeää kuin mitkä tahansa muut merkittävät liiketoimintaan kuuluvat päätökset. Rekrytointiprosessissa korostuu erityisesti työnantajamielikuva ja siksi rekrytointiprosessin kuuluu olla luotettava sekä tehokas. (Salli & Takatalo 2014, 10-12)



Kuva 1. Rekrytointiprosessin eri vaiheet (mukaillen Salli & Takatalo 2014, 10)

Työnantajan on selkeytettävä itselleen rekrytointiprosessin vaiheet (kuva 1) ennen kun käydään itse rekrytointiin. Tämä helpottaa prosessin tehokkuutta sekä antaa työkalut korkeampaan läpivientiin, jolla voi ennustaa työntekijän menestymistä työtehtävässään. Jokainen vaihe on tärkeä ja niihin on valmistauduttava huolella. (Eilakaisla. 2020)

## **2.2 Tarpeen tunnistaminen**

Rekrytointi alkaa tarpeen tunnistamisesta ja se on koko rekrytointiprosessin tärkein vaihe. Rekrytointi ei ole pelkästään työtehtävän täyttämistä vaan sen perimmäinen tarkoitus on löytää henkilö, joka ratkaisee yrityksessä olevan ongelman. Tarpeen määrittästä tulee pohtia uudestaan sopivin väliajoin. Huomioon tulee myös ottaa, olisiko mahdollista käyttää nykyisiä resursseja ongelman ratkaisemiseksi. (Kaijala, M. 2016. 26-27)

Rekrytointiprosessiin liittyy selkeä ymmärrys siitä, minkälaisen henkilön yritys haluaa palkata. On hyvä miettiä jo valmiiksi mikä erottaa hyvän ja erinomaisen kandidaatin. Yksi keino on tarkastella yrityksessä nyt jo toimivia henkilöitä ja peilata heidän hyviä ominaisuuksia siihen, mitä tulevalta työntekijältä vaaditaan. Huomioon kuuluu ottaa myös se, millaisia ominaisuuksia vaaditaan jo valmiiksi ja mitä voi työn kautta oppia. Selkeäksi hahmoteltu suunnitelma tekee rekrytoinnista objektiivisemmän, sekä tasapuolisen kaikille hakijoille. (Salli & Takatalo. 2014. 15.) Onnistunutta rekrytointia helpottaa valmiiksi suunniteltu asiakasprofiili, johon on koottu ominaisuudet, joita tulevalta työntekijältä halutaan.

Businessliikkeen esseessä ”Mitä jokaisen yrityksen pitäisi tietää asiakasprofiloinnista” tiivistetään, että asiakasprofiili kertoo asiakkaasta sisäisiä tekijöitä, kuten arvoja ja käyttäytymistapoja. Asiakasprofiilin muodostaminen syventää asiakasymmärrystä ja sen voi muodostaa havainnoimalla, haastatteleamalla tai tekemällä erilaisia tutkimuksia. (Businessliike. 2019). Profiilin ideaalista rekrytoitavasta työntekijästä voi muodostaa käyttäen samoja kriteerejä ja keinoja.

## **2.3 Ilmoituksen luominen**

Hyvin laadittu työpaikkailmoitus auttaa oikeat työntekijät ja yrityksen yhteen. Työpaikkailmoituksen seasta edukseen erottautuvat tarkasti työtä kuvaavat ilmoitukset. Yleistasolla puhuttelevat työpaikkailmoitukset herättävät vain lisäkysymyksiä ja hakijan kiinnostus saattaa helposti loppua kesken. Ilmoituksen tulee luoda selkeä mielikuva siitä, mikä hakijaa työpositiossa odottaa. Ilmoituksessa on ennakoitava hakijan seuraavia askelia, kun hän kiinnostuu työpaikasta. On siis

mietittävä ennalta mahdollisia kysymyksiä, joita työtehtävästä nousee hakijalle ja vastattava niihin. Lisätietoa haluavat voidaan ohjata yrityksen omille sivuille. (Businessliikenne. 2022)

Hyvän työpaikkailmoituksen rakenne tulee olla selkeä ja kirjoitusasu tarkkaa ja oikoluettua. Liian pitkää työpaikkailmoitusta liian pitkin teksteineen ei vaivauduta lukemaan ja ydinasia täytyy tuoda nopeasti esille. Ilmoituksen kuuluisi olla noin yhden sivun mittainen. Työpaikkailmoituksessa käytetyn kielen ja otsikon kannattaa olla hakukoneoptimoitua eli käyttää yleisiä ja konkreettisia termejä. Vaikka erikoiset tittelit saattavat kuulostaa uusilta ja hienoilta, eivät ilmoitukset välttämättä tavoita oikeaa kohderyhmää. Työpaikkailmoitus voi alkaa houkuttelevalla kuvalla. Kuva on ensimmäinen huomiopiste, johon voi sisällyttää yrityksen omaa brändiviestintää ja mielikuvamainontaa työpaikasta. Olennainen on tärkeä tuoda nopeasti esille eli ilmoituksessa kuvataan työtehtävä, työn edellytykset ja vaatimukset. Sen lisäksi voidaan kuvata ominaisuuksia tai osaamisia, joita katsotaan eduksi, mutta eivät ole vaadittavia hakijalta. Kun tehtävä on selkeä, on kerrottava mihin ympäristöön hakija olisi tulossa. Yrityksen lyhyt esittely ja toiminnan kuvaus on tärkeää, mutta on muistettava, että työpaikkailmoituksessa on kyse hakijasta eikä yrityksestä. Ilmoitukseen laitetaan suoraan työtarjous, joka kertoo hakijalle, miksi juuri tämä yritys, eikä kilpaileva. Työtarjous tehdään siten, että se puhuttelee sen tyyppistä hakijaa, jonka yritys haluaa tulevan töihin eikä sen tarvitse sopia kaikille. Loppuun on hyvä vastata heränneisiin kysymyksiin, kuten haastattelujen etenemisestä ja rekrytoinnin aikataulutuksesta (LAURA Rekrytointi Oy. 2022)

## 2.4 Rekrytointikanavien käyttäminen

Kun ulkoisia hakukanavia käytetään rekrytointiin, vaikuttaa se aina työntantajamielikuvaan, jonka takia viestintää on suunniteltava ennalta. Työpaikkailmoituksen sisältö on kohdennettava heille, jotka sopisivat koulutukseltaan, osaamiseltaan ja persoonaltaan työhön. Vaikka kaikki eivät työpaikkaan sopisi tai haluaisikaan, voi yritys nostaa kiinnostavuuttaan ja tunnettavuuttaan omaperäisillä ilmoituksilla. Sosiaalinen media ei välttämättä pelkästään riitä, vaan yrityksen kannattaa käyttää rinnakkain useampaa kanavaa rekrytointia varten. Muita kanavia voivat olla esimerkiksi rekrytointimessut, korkeakoulujen rekrytointipalvelut tai rekrytointisivut, kuten Monster tai Duunitori. Kanavien valinta riippuu yrityksen budjetista, työtehtävästä sekä rekrytoinnin aikataulusta. (Joki, M. 2021. 68)

Yhtenäinen viestintä eri sosiaalisen median kanavissa antaa johdonmukaisen työnantajamielikuvan. Kaikkialla ei tarvitse olla jatkuvasti näkyvillä, joten yrityksen kannattaa valita 1-2 kanavaa, joihin panostetaan täysillä. Kanavat valitaan oman tarkoitukseen sopivimmiksi. Nykypäivänä ihmiset etsivät yritykset sosiaalisista medioista ja työnantajamielikuva vaikuttaa

vahvasti siihen, haluaako kandidaatti hakea yritykseen töihin. Selkeä ja houkutteleva brändi herättää kiinnostusta ulkopuolelta ja niiden on oltava kunnossa. Tärkeintä on olla rehellinen muodostamastaan mielikuvasta. (Kaijala, M. 2016 186-187)

## 2.5 Hakemusten läpikäynti

Hakemuksien läpiluku huolellisesti toimii esikarsintana, vaikka liiallisia johtopäätöksiä ei niistä voida tehdä. Kun hakemuksia käydään läpi, on kiinnitettävä huomiota muun muassa hakemuksen yleisilmeeseen ja sen sisällön huolellisuuteen, kriteerien täyttymiseen, koulutustaustaan ja kokemuksen peilaaminen rekrytointitarpeeseen. On kuitenkin mahdollista, että hakemuksien joukosta ei löydy täydellisesti sopivaa henkilöä paikkaa varten ja varsinainen sopivuus persoonan puolesta ilmenee vasta myöhemmin rekrytointiprosessissa. (Salli, M. & Takatalo, S. 2014. 49)

Jos rekrytointiprosessin pohjatyö on tehty kunnolla, on hakemusten läpikäynti helpompaa. Kun tietää mitä etsii, on helpompi löytää parhaat hakijat hakemuksien joukosta. Hakemuksia läpi käydessä on etsittävä syitä sanoa hakemukselle ei. Tämä auttaa pitämään rekrytinnin kriteerit korkealla ja kasvattaa onnistuneen rekrytinnin todennäköisyyttä. Jos hakemuksia luetaan etsimällä syitä päästää hakija jatkoon, löytyy niitä huomattavasti useammin ja löysemmin perustein. (Horstman, M. 2019, Kappale 7)

## 2.6 Haastatteluprosessi

Koska kaikkia kandidaatteja haetaan samaan työtehtävään, on tehokasta ja reilua verrata kaikkia samojen kriteerien pohjalta. Sen lisäksi, että kysymyksien pitäisi olla samat jokaiselle, on myös haastattelun kulun olla suunniteltu samanlaiseksi jokaista haastattelua varten. Se poistaa haastattelijalta jännitystä ja auttaa haastateltavia, jotka eivät ole välttämättä valmistautuneet kovinkaan hyvin. Kaikista eniten se kuitenkin auttaa haastateltavia, jotka ovat valmistautuneet. Suunniteltu ja sama runko antaa kaikille yhtäläiset mahdollisuudet onnistua, mutta myös mahdollisuuden erottaa hyvät kandidaatit erinomaisista. Kun haastattelut ovat suunniteltu valmiiksi, ovat ne mitattavia, reiluja sekä toistettavia. Valmiiksi suunniteltu runko vähentää myös työtaakkaa tulevaisuuden rekrytoinneissa. (Horstman, M. 2019, Kappaleet 16-17)

Hienosti hiotun rungon ja kysymyspatterin lisäksi on haastattelutilanteessa osattava olla läsnä ja mahdollistaa läsnäolo haastateltavalle. Ennen haastattelua on valmistauduttava pelkästään haastatteluun ja pyrkiä sulkemaan muu ylimääräinen kiire pois ajatuksista. Kun haastateltava on

läsnä, on haastattelijan helpompi tulla haastatteluun. Haastattelussa välitetään tunnetta tulevasta potentiaalisesta työnantajasta, joten sen halutaan olevan positiivinen. Jos haastattelussa on mukana useampi haastattelija, voidaan roolitus sopia siten, että yksi on vastuussa muistiinpanojen tekemisestä, jotta toinen tai toiset voivat keskittyä kysymyksiin ja vastausten kuuntelemiseen. (Salli, M. & Takatalo, S. 2014. 67)

### 2.6.1 Haastattelurunko

Horstman (2019, Kappale 17) kertoo hyvän haastattelurungon pitävän sisällään seuraavat asiat:

- Esittelypro
- Lyhyt small talk
- Haastattelurungon läpikäynti
- Itsestään kertominen
- Käyttäytymiseen liittyvät kysymykset
- Tilannekysymykset
- Kandidaatin kysymyksiin vastaaminen

Kevyt aloitus haastattelulle poistaa liiallista jännitystä sekä haastattelijalta mutta erityisesti haastateltavalta. Jos haastattelussa on mukana useampi haastattelija, on myös heidän esiteltävä itsensä ja kerrottava tarkoituksensa haastattelussa. Lyhyt kuulumisien vaihto rikkoo jään eikä itse asiaan tarvitse heti hypätä, jotta tilanne on mahdollisimman rento. Jos kandidaatti ei ole valmistautunut haastatteluun, voi hän keskittyä ulosantiinsa, kun hänellä on tuleva runko selkeänä. Jos haastattelija tekee muistiinpanoja, voi niistä mainita runkoa läpikäydessä, jotta se ei tule yllätyksenä kesken haastattelun. Haastattelun tarkoitus on kuitenkin mahdollistaa haastateltavalle antaa paras mahdollinen kuva itsestään (Horstman, M. 2019, Kappale 17)

### 2.6.2 Haastattelukysymykset

Haastattelukysymyksien on paljastettava haastateltavasta hänen käyttäytymiseensä liittyviä seikkoja. Hyvässä käyttäytymiseen liittyvässä kysymyksessä on kolme osaa, jotka ovat tilanteen pohjustus, avoin aloitus ja käyttäytymismalli, jota etsitään. Käyttäytymiseen liittyvä kysymys voi olla seuraavanlainen: ”Joskus meidän täytyy palvella hankalia ihmisiä. Olisiko sinulla antaa esimerkki, kun olet ollut tilanteessa, jossa palvelet ihmistä, jota jotkut voisivat kuvailla hankalaksi.” Ensimmäinen osa jätetään joskus pois, mutta se antaa haastateltavalle konkreettisia esimerkkejä, mitä työssä saattaa kohdata. Toinen osa on avoin kysymys, johon haastateltavan on vastattava

kuvailevammin ja antaa yleensä pidemmän vastauksen verrattuna kysymyksiin, jotka alkavat sanoilla miksi, mitä, ketä. Kolmannessa osassa paljastetaankin, minkä tyyppistä ja minkälaista käyttäytymistä tehtävään haetaan. Jos kandidaatti ymmärtää mitä kysymyksellä haetaan, painottaa hän käyttäytymistään ja se joko osuu yrityksen kriteereihin tai ei osu. Jos käyttäytymistä ei painoteta, selvitetään sitä myöhemmin jatkokysymyksillä. (Horstman, M. 2019 Kappale 5)

Suomalaiset ovat tyyppillisesti arvostettuja teknisestä osaamisesta sekä työn tarkkuudesta, mutta itse persoona ja luovempi puoli jää useammin pimentoon. Haastatteluissa tämä voi ilmentyä kysymyksien keskittymisenä työhistorian yhtenäisyyteen, koulutukseen ja vanhoihin toimenkuviin, eikä muutoskeskeisyyteen tai oppimishaluun keskitytä. Koulutus ja työkokemus ovat tärkeitä, mutta kysymykset, joista selviää haastateltavan henkilökohtainen potentiaali ja erikoisuus ovat nykypäivänä aikaisempaa tärkeämpiä. Sellaisia kysymyksiä voivat olla esimerkiksi ongelmanratkaisukysymyksiä. Vastauksen lisäksi on oleellista myös seurata haastateltavan reaktiota, kun häneltä kysytään kysymyksiä, jotka vaativat ajattelua. Haastateltava voi reagoida esimerkiksi lähtemällä luonnollisesti pilkkomaan ja purkamaan ongelmaa, olemalla hermostunut, vastaamalla selkeästi opetellun vastauksen tai hän voi käyttää luovuutta ja heittäytyä. Tämän tyyppisten kysymysten tarkoituksena on selvittää henkilön ongelmanratkaisukykyä, päätöksentekokykyä ja potentiaalia. (Markkanen, M. 2009.180)

## 2.7 Työtarjouksen tekeminen

Haastattelujen jälkeen punnitaan rekrytoitavia ja jos rekrytointi on onnistunut, on yrityksellä valinnan paikka. Paras tapa ilmoittaa hakijalle valituksi tulemisesta on soittaa. Koska useat hakijat hakevat varmasti moneen paikkaan, on hakijalle viestittävä, että hänet halutaan töihin ja että häntä arvostetaan. Kun hakijalle ilmoitetaan valinnasta, on käytävä läpi, mitä työtehtävää hakijalle nyt tarjotaan. Koska hakijalla on edelleen mahdollista kieltäytyä työtarjouksesta, on tarjoukselle annettava aikataulut, mihin mennessä työtarjoukseen on vastattava. Hakija voi vastata myönteisesti tai kielteisesti jo puhelimesta, mutta vastauksen takaraja on asetettava, jotta työnantaja voi tarjota paikkaa toiselle, mikäli hakija ei määräaikaan mennessä tarjoukseen vastaa. Myös hakijan kysymyksiin on varattava puhelussa aikaa. Tarjouksen tekemisessä on osoitettava hakijalle, että paikkaa tarjotaan mielellään ja innoissaan, eikä vain sen takia, että muita potentiaalisia ei löytynyt. (Horstman, M. 2019, Kappale 23)

Kun valittuja hakijoita on ilmoitettu valinnasta puhelimitse, on heille lähetettävä kirjallinen työtarjous. Hyvässä työtarjouksessa tärkeimmät seikat tulevat selkeiksi, eikä siitä jää kysymyksiä vastaamatta. Työtarjoukseen kuului sisällyttää työn titteli, tuntimäärä, palkkausmalli,

aloituspäivämäärä, työn kesto eli onko se esimerkiksi määräaikainen vai vakituinen työsopimus, sekä muut mahdolliset velvoitteet kuten kilpailukiello, salassapitosopimukset. Työtarjoukset tulee allekirjoittaa joko sähköisesti tai perinteisesti allekirjoittamalla. (Liveabout. 2022)

## **2.8 Rekrytoinnin jälkeinen vaihe**

Rekrytoinnin viimeinen vaihe ei ole työsopimuksen allekirjoittaminen. Sekä työnantajaa, että työntekijää hyödyttää se, että uudella työntekijällä on motivaatio pysyä yrityksessä, kun hän on sinne päässyt. Kun työsopimukset on tehty, alkaa työnantajan puolesta lupauksen lunastaminen. Alkuun kuuluu säännöllistä valmennusta yrityskulttuuriin, talojen tapoihin ja oman toiminnan rajoihin liittyen. Suunniteltu ohjaaminen auttaa työntekijää pääsemään tehokkaasti alkuun uudessa työssään tai tehtävässään. (Kaijala, M. 2016, 96-97)

Seuraavat asiat ovat Kaijalan (2016. 97) mukaan otettava huomioon:

- Kattava perehdytys yrityksen toimintatapoihin sekä työntekijän omaan tehtävään
- Selkeä työnkuva vastuualue sekä odotukset työntekijältä
- Helposti seurattavat tavoitteet, jotka ovat luotu yhdessä
- Nopea ja säännöllinen tuki esihenkilöltä
- Palautteen anto puolin ja toisin

### 3 Haastavien työmarkkinoiden kilpailuedun rakentaminen rekrytoinnissa

Tässä luvussa käydään läpi kaksi kilpailuetua, joita yritykset voivat hyödyntää. Työhyvinvointi sekä työnantajamielikuva ovat molemmat asioita, joihin jokainen yritys voi missä vaiheessa vaan yrityksen elinkaarta alkaa kiinnittämään huomiota. Molemmat näistä ovat eläviä käsitteitä ja niissä onnistumista täytyy jatkuvasti tarkastella. Nykyisessä työmarkkinatilanteessa vaihtoehtoja on paljon, joten yritysten on kilpailtava hyvistä työntekijöistä. Etua voi luoda yrityksestä sisältä päin pitämällä nykyiset työntekijät tyytyväisinä. Hyvät olot yrityksen sisällä välittyy myös ulkopuolisille.

Kilpailuetua voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta, kuten johtamisen, markkinoinnin tai strategian kannalta. Kilpailuetu laajana käsitteenä tarkoittaa etua kilpailijoihin nähden, jonka avulla yritys menestyy. Kilpailuetu voi muodostua aineettomasta pääomasta, uniikista ideasta tai strategiasta, jota nykyiset tai potentiaaliset kilpailijat eivät tai eivät voi toteuttaa. Kilpailuetu voi näkyä myös ajatuksena, että yritys on loistava työpaikka. (Vierula, M. 2021, 63-65)

Työhyvinvointi sekä työnantajamielikuva ovat toimeksiantajayritykselle kaksi tärkeää teemaa, jotka palvelevat yrityksen arvoja ja jotka yrityksen sisällä koetaan eduksi kilpailijoihin nähden. Toimeksiantajan ydintoiminto on lisätä yrityksissä työhyvinvointia, joten myös heidän yrityksen sisällä tämä koetaan tärkeäksi. Työnantajamielikuvaa rakennetaan ja ylläpidetään jatkuvasti toimeksiantajan omassa sosiaalisessa mediassa. Tämä näkyy esimerkiksi tasaisina julkaisuina sosiaaliseen mediaan, jossa tuodaan informaatiota käyttäjille liikunnan, unen ja yleisen terveyden hyödyistä seuraajille. (Väätäinen 5.1.2023)

#### 3.1 Työhyvinvointi

Työ ei ole nykypäivänä sidottu tiettyyn aikaan tai paikkaan. Uutta tietoa ja uusia taitoja on omaksuttava jatkuvasti ja painetta on jatkuvaan kehitykseen. Työsuhteissa on näkyvillä muutoksia, kun samaan työnantajaan ei sitouduta välttämättä edes vuosiksi, vaan työpaikan pysyvyys ei ole alasta riippumatta varmaa. Nämä kaikki vaikuttavat työn mielekkyyteen sekä työhyvinvointiin, jonka yritys voi kääntää voimavarakseen. Mahdollisuuksien luominen sekä hankalien tilanteiden ennakointi auttaa pitämään työntekijät yrityksessä tyytyväisinä. (Kehusmaa, K. 2011. 55).

Työelämän laatua on tutkittu ja tutkitaan edelleen paljon. Erilaisia tekijöitä, joita siihen vaikuttaa ovat esimerkiksi työn mielekkyys, tasa-arvo, mahdollisuus vaikuttaa omaan työhön, kehitysmahdollisuudet, tavoitteiden selkeys ja johtamismalli. (Kehusmaa, K. 2011. 85)

Työhyvinvointi rakentuu koko organisaatiota sitouttavasta strategiasta, joka luo yksilölle merkityksen arkeen työssä. Työhyvinvoinnin tavoite on luoda yksilölle tunne, että tekemä työ on merkityksellistä. Tällöin tämä henkilö toteuttaa yrityksen strategiaa omalla työpanoksellaan. Työhyvinvointi ei ole yrityksen toiminnasta erillinen osa-alue, vaan se on sulautettava jokapäiväiseen toimintaan. Työhyvinvointi on liikkuva käsite, joka elää yrityksessä tehtyjen päätösten mukaan. Yrityksen johdolta vaaditaan tunneälyä, kun arvioidaan päätösten vaikutuksia yksilön työhyvinvointiin. (Kehusmaa, K. 2011 225-226)

Manka (2016. Kappale 2) kertoo kirjassaan Työhyvinvointi kolmesta pääomasta, joita kehittämällä työhyvinvointi kasvaa yrityksessä. Ne ovat rakennepääoma, sosiaalinen pääoma sekä psykologinen pääoma. Pääomat liittyvät organisaation rakenteeseen ja strategiaan, organisaation väliseen vuorovaikutukseen sekä yksilön henkilökohtaiseen hyvinvointiin ja muutoskykyyn.

Kehittämällä rakennepääomaa, on yrityksen tarkasteltava asettamia tavoitteita sekä strategiaa. Organisaation rakenne on nykypäivänä oltava hierarkialtaan matala, jotta johtaminen on inhimillistä sekä ihmisläheistä. Hyvinvoivalla yrityksellä työhyvinvointi on osa strategiaa, jota päivitetään ja tarkastellaan tasaisen väliajoin. Kehittäminen on suunnitelmallista ja siihen osallistetaan henkilöitä koko organisaation läpi. (Manka, M-L. 2016, Kappale 4)

Sosiaalinen pääoma rakentuu yhteisön jäsenten välisestä vuorovaikutuksesta. On tärkeää, että yrityksen sisällä vallitsee suvaitseva sekä avoin sosiaalinen ympäristö. Tämä mahdollistaa turvallisen työpaikan jokaiselle yksilölle, jossa jokaista kohdellaan tasavertaisesti ja kunnioittavasti. Johtamisen mallia kannattaa myös tarkastella ja tarvittaessa ajankohtaistaa sitä kohti vuorovaikutteista johtajuutta. Matalampi hierarkia organisaation sisällä kasvattaa luottamusta tiimin sisällä ja saavat helpommin useat henkilöt toimimaan yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. (Manka M-L, 2016, Kappale 5)

Psykologinen pääoma kertoo enemmän yksittäisen työntekijän valmiuksista jaksaa jokapäiväisessä työssä. Osa on perinnöllistä ja osa on opittua asennoitumista ja tekemistä. Psykologisen pääoman kasvattamiseksi yrityksessä voidaan tarjota työkaluja stressinlievitykseen, palautumiseen sekä vapaa-ajalla parempaan hyvinvointiin. (Manka M-L, 2016. Kappale 6)

### **3.2 Työnantajamielikuva**

Työnantajamielikuva tarkoittaa yrityksen muodostamaa kuvaa nykyisten sekä mahdollisten tulevien työntekijöiden mieliin. On tärkeää, että työnantajamielikuva on yhtenevä arvolupauksen kanssa eli yrityksen on pidettävä siitä oikeasti kiinni, mitä lupaa työntekijöilleen. (Manpowergroup. 2016)

Rekrytointiprosessin aikana yrityksellä on mahdollisuus vaikuttaa omaan brändiinsä rekryointiviestinnällä. Vaikka hakija ei tulisikaan valituksi, on yritykselle hyväksi jättää positiivinen kuva myös tulevia rekryointeja varten. Viestintä on tärkeässä roolissa koko rekrytoinnin ajan ja rekrytointiprosessin edetessä pidemmälle, on sen oltava tiiviimpää kuin alussa. Monelle huonosti kirjoitettu työpaikkailmoitus muodostaa negatiivisen mielikuvan jo ennen varsinaista rekrytoinnin alkua. Hakijan pitäminen ajan tasalla rekrytoinnin etenemisestä ylläpitää kiinnostusta yritystä kohtaan. Loistavasti hoidettu ja yrityksen brändiä vahvistava viestintä auttaa myös rekrytoinnissa kielteisen vastauksen saanutta hakijaa kehittymään palautteen kautta. (Duunitori 2018)

Työnantajamielikuvaa luodaan myös tahtomattaan työajan ulkopuolella. Käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa leimaa yritystä, vaikka kyseessä olisikin yksittäinen työntekijä. Tärkeänä rakennuspalikkana toimivat työpaikan puolestapuhujat, jotka jakavat omia positiivisia kokemuksiaan työpaikasta ja luovat itsestään mielekkään kuvan sosiaalisessa mediassa. (Salli, M, Takatalo, S. 2014. 43)

### **3.3 Rekrytointiprosessi hakijan näkökulmasta**

Potentiaalisille työntekijöille on suuressa merkityksessä mahdollisesti jo ennalta muodostunut työnantajamielikuva, mutta se voi muuttua positiivisemmaksi tai negatiivisemmaksi rekrytointiprosessin aikana, riippuen siitä, miten rekrytointi etenee. (Salli, M, Takatalo, S. 2014. 43)

Hakija haluaa tietää missä vaiheessa rekrytointiprosessia mennään. Hakijalle kuuluu siis viestiä avoimesti ja henkilökohtaisesti eteni sitten rekrytointi hänen osaltaan tai ei. Rekrytoivan osapuolen on tärkeä pitää hakija ajan tasalla rekrytoinnin etenemisestä tai sen pysähtymisestä. Hyvän hakijakokemuksen jättäminen hyödyttää sekä hakijaa, että yritystä. Kaikille, jotka ovat saaneet kieltävän päätöksen rekrytoinnista, tulisi ilmoittaa henkilökohtaisesti perusteluineen ja antaa mahdollisuus myös kysyä palautetta. (Manpowergroup 2016)

Hakijan kannalta on muistettava, että se on ainoa asia mitä hänestä tiedetään, joten mielikuva, joka hakijasta muodostetaan hakemuksen perusteella, on ratkaisevassa asemassa rekrytointiprosessin etenemisen kannalta. Hakemuksia käsittelevät henkilöt voivat käsitellä satoja hakemuksia, joten asiaan liittymättömät asiat eivät ole kiinnostavia. Vaarana on myös kuitenkin se, että hakemuksesta tulee liian lyhyt, jonka johdosta rekrytoinnista vastaavat henkilöt eivät innostu hakemuksesta ja siitä saattaa välittyä kuva, ettei hakija ole joko tosissaan tai hän salaa jotakin. (Markkanen, M. 2009. 29-30)

## 4 Teorian yhteenveto

Aikaisemmissa luvuissa on kerätty yhteen, mitä kaikkea tulee rekrytointiprosessissa ottaa huomioon. Jokainen vaihe on tärkeä, eikä niitä tulisi mitään vähätellä. Valmiiksi suunniteltu rekrytointiprosessi auttaa työnantajaa onnistumaan rekrytoinnissa ja valitsemaan niistä parhaiten sopivimmat henkilöt tehtävään. Jokaiseen vaiheeseen voi valmistautua etukäteen ja niitä voi soveltaa toimiala- ja yrityskohtaisesti. On yritykselle kustannustehokkaampaa suunnitella rekrytointiprosessi etukäteen, koska se kasvattaa mahdollisuuksia palkata pitkäaikainen työntekijä, eikä uutta rekrytointia tarvitse vähän ajan kuluttua käynnistää uudestaan. Kun rekrytointiprosessi on kunnossa, luo se jo valmiiksi positiivisen pohjan uudelle työntekijälle tulla töihin. Työhyvinvointi kasvaa, kun työntekijä tulee odottavaisin mielin töihin ja jos työnantajamielikuva vastaa ulkoisesti sisäistä, jatkuu työsuhte suuremmalla todennäköisyydellä pidempään.

Teoriaosuus koostuu kahdesta pääteemasta, rekrytointiprosessista sekä kilpailuedun vahvistamisesta rekrytoinnissa. Rekrytointiprosessista käydään läpi sen peruskäsitteet, eri vaiheet ja tarkastellaan jokaista vaihetta syvemmin. Rekrytointiprosessista muodostuu lukijalle ymmärrys asioista, joita rekrytointiprosessia suunnitellessa tulee ottaa huomioon. Rekrytointiprosessin eri vaiheet ovat tarpeen tunnistaminen, ilmoituksen tekeminen, hakemusten läpikäynti, haastatteluprosessi ja rekrytoinnin jälkihoito. Jokaisessa kappaleessa on neuvoja ja vinkkejä, joita yritykset voivat hyödyntää rekrytointiprosessissa ja monista kappaleista löytyy alaotsikoita, joista ymmärrys syvenee. Esimerkiksi ilmoituksen tekemisessä on käsitelty myös eri kanavia, joita yritykset voivat hyödyntää rekrytoinnissa.

Kilpailuedun muodostamista tarkastellaan työhyvinvoinnin ja työnantajamielikuvan kautta. Nämä kaksi ovat rajattu mukaan, koska niiden on havaittu hyödyttävän toimeksiantajaa eniten. Näistä kahdesta käsitteestä on tarkoitus muodostaa lukijalle kuva, mitä yritys voi esimerkiksi kehittää erottautuakseen joukosta kilpailluilla työmarkkinoilla. Työhyvinvointi sekä työnantajamielikuva liittyvät vahvasti rekrytointiprosessissa muodostettujen lupausten lunastamiseen.

Työnantajamielikuva muodostuu hakijalta osakseen jo työpaikkailmoitusta lukiessa ja on tärkeää, että yritykset vastaavat realistisesti muodostettuun kuvaan, jonka ovat antaneet. Työhyvinvointiin panostavat yritykset haluavat, että työntekijät viihtyvät ja voivat hyvin. Se vaikuttaa positiivisesti saatuun tulokseen, mutta myös tukee hyvin vahvasti työnantajamielikuvaa, joka välittyy sisältä ulospäin.

## 5 Toiminnallinen tuotos

Tämän työn toiminnallinen osuus on toimeksiantajayritystä varten tehty rekrytointiopas. Tuotos on päätetty tehdä PowerPoint-muotoon, jotta se on selkeä ja helppolukuinen. PowerPointin diat ovat selitetty auki ja esitys on tallennettu äänitiedostona jokaiseen diaan. Lopullinen luettava tuotos on tehty myös PDF-tiedostona, jotta opasta on helpompi lukea eri laitteilla ja tiedostokoko säilyy pienempänä. Sekä lukumuodossa oleva PDF-tiedosto, että muokattavissa oleva PowerPoint-tiedosto annetaan toimeksiantajalle vapaaseen käyttöön, jotta opasta voi tarpeiden mukaan muokata eri rekrytointeja varten.

Rekrytointiopas menee toimeksiantajayritykselle suoraan käyttöön ja sen onnistumista voidaan havainnoida rekrytoinnista vastaavien henkilöiden kokemusten sekä työnhakijoiden kokemusten perusteella. Rekrytointioppaan tavoite on luoda toimeksiantajalle toistettava ja ennalta suunniteltu rekrytointiprosessi, jonka avulla he voivat käyttää ajan tehokkaammin hakijoiden arviointiin, eikä itse rekrytointiprosessin eri vaiheiden suunnitteluun. Tuotokseen on otettu huomioon toimeksiantajan toiveet sekä omat ehdotukset heidän omista kokemuksistaan ja preferensseistään.

### 5.1 Aineisto ja sen keruumenetelmät sekä suunnitelma

Tuotoksen aineistona on käytetty sekä toimeksiantajan haastattelua sekä opinnäytetyön tietoperustaa. Aineistoa on kerätty useasta tietolähteestä käyttäen kirjoja, e-kirjoja, artikkeleja, rekrytointiyritysten oppaita sekä muita nettilähteitä.

Suunnitelmana kirjoittajalla oli aloittaa tuotos vasta kun teoriaosuus on valmis. Tiedossa oli, että teoriaosuus vie suuremman osan ajasta, jonka takia toiminnallinen tuotos tulisi aloittaa kokonaisuudessaan vasta sen jälkeen. Tuotoksen rakentamiseen varattiin reilusti aikaa, jotta sen kanssa ei tule kiire ja muun opinnäytetyön parantelemiseen ja hiomiseen jäisi myös aikaa.

### 5.2 Tuotoksen toteutus

Toiminnallisen tuotoksen rakenne on suunniteltu jo tietoperustaa kirjoittaessa. Tarkoitus oli heti alusta asti luoda helppolukuinen PowerPoint-esitys, joka toimii yleismaallisena oppaana ja on sovellettavissa toimeksiantajan kaikkiin rekrytointeihin. Aikataulutusta on luotu käyden keskustelua ohjaajan kanssa soveltaen kirjoittajan omaan henkilökohtaiseen aikataulutavoitteeseen.

Tavoitteena kirjoittajalla oli saada tuotos aikataulun mukaisesti valmiiksi viimeistään keuhällä 2023.

Vaihtoehtoja PowerPoint-muotoiselle esitykselle olisi voinut olla Word-tiedosto, mutta äänen lisääminen mukaan esitykseen oli kirjoittajan mielestä oleellinen osa tuotosta.

Tuotos eteni suunnitelman mukaisesti ja se aloitettiin vasta, kun tietoperusta oli valmis.

PowerPoint-muodossa oleva opas oli luonnollisin valinta tuotoksen toteuttamiselle. Opinnäytetyö eteni aikataulun mukaisesti eteenpäin, vaikka taukoja tekemisessä oli, joihin ei alkuperäisessä suunnitelmassa ollut varauduttu. Kirjoittajan henkilökohtaisessa elämässä tapahtuneet asiat nousivat prioriteettilistassa opinnäytetyötä suuremmiksi, jonka johdosta opinnäytetyön eteneminen vaarantui.

Taulukko 2. Tuotoksen toteutunut aikataulu

| Viikko | Päivämäärät<br>2023 | Tehtävä                                                                                                                                 |
|--------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 1.-5.1.             | Tuotoksen suunnittelu, toteutuksen valinta, ensimmäinen haastattelu toimeksiantajan kanssa                                              |
| 2      | 13.1.               | PowerPoint-tiedoston luominen, tuotoksen rakenteen suunnittelu ja hahmottaminen                                                         |
| 3      | 16.1.-22.1.         | Tauko tekemisestä sairastumisen johdosta                                                                                                |
| 4      | 24.1.-27.1.         | Tapaaminen ohjaajan kanssa, tuotoksen muokkaaminen ja täyttäminen. Ideointi äänen käytöstä esityksessä.                                 |
| 5      | 31.1.               | Tapaaminen ohjaajan kanssa                                                                                                              |
| 6-7    | 6.2.-19.2.          | Suunniteltu 2 viikon tauko tekemisestä                                                                                                  |
| 8      | 20.2.-24.2.         | Toinen tapaaminen toimeksiantajan kanssa, palautteen kerääminen tähän astisesta tuotoksesta, tuotoksen muokkaaminen palautteen pohjalta |
| 9      | 27.2.               | Äänen tallentaminen tuotokseen                                                                                                          |
| 11     | 14.3.-19.3.         | Viimeinen tapaaminen ohjaajan kanssa, tuotoksen viimeistely ja palautus                                                                 |

Taulukossa kuvataan aikataulu, jolla lopullinen tuotos on palautettu. Alkuperäinen suunniteltu aikataulu vastasi karkeasti toteutumaa.

## 6 Pohdinta

Tuotoksen tarkoitus on mennä toimeksiantajalle käyttöön. Kirjoittajan mielestä lopullinen tuotos on varteenotettava opas, jota toimeksiantaja voi hyödyntää rekrytoinneissa. Oppaassa nidotaan yhteen työn teoriaosuus tiiviseen pakettiin. Oppaassa kerrotaan asioita, mitä kuuluu tehdä ja teoriaosuudessa kerrotaan miksi niitä asioita kannattaa tehdä ja ne tukevat hienosti toisiaan. Toimeksiantajalta saatu palaute on ollut hyvää ja toimeksiantaja aikoo ottaa rekrytointioppaan mukaan tueksi yrityksen tulevissa rekrytoinneissa.

### 6.1 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Oppaassa on suhteellisen tiivis kattaus, mitä rekrytoinnissa pitäisi ottaa huomioon. Yleiset ohjenuorat saattavat kuitenkin kokemattomalle rekrytoijalle antaa liian pinnallisen kuvan rekrytointiprosessista. Tuotoksen lisäksi voisi esimerkiksi rekrytoijan avuksi luoda valmentavan oppaan haastattelijan rooliin ja erilaisten ihmisten kohtaamiseen. Monet rekrytoijat saattavat jännittää rekrytointihaastatteluja vähintään yhtä paljon kuin haastateltavat. Toinen kehitettävä puoli voisi olla rekrytointikanavien käyttö. Jos yritys ei ole juurikaan aktiivinen sosiaalisessa mediassa, olisi heille hyvä avata, miten siellä aktivoidutaan ja minkälaista sisältöä on sinne hyvä lisätä.

Oppaassa oletetaan että rekrytoijalla on jo tiedossa yleinen kuva rekrytoinnista ja on muistuttava opas eri vaiheista. Jos lähdetään liikkeelle lähtöruudusta, vaatisi opas kuitenkin enemmän perehdytystä rekrytoinnin maailmaan ja perusteluja niille liikkeille, mitä oppaassa ohjataan tekemään.

### 6.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi on tunnetusti iso itsenäinen projekti, joka vaatii kirjoittajalta ajanhallintaa, itseohjautuvuutta sekä selkärankaa. Opinnäytetyötä aloittaessa oli hankala päästä vauhtiin. Kirjoittajasta tuntui, että teoriaosuuteen oli alussa vaikea uppoutua. Kuitenkin, kun teoriaosuutta kirjoitti useana päivänä pienemmissä jaksoissa, muuttui asenne siihen ja kirjoittamisesta tuli helpompaa. Kirjoittaja ei alussa keskittynyt liialti siihen, miltä työn tulisi näyttää, vaan muokkasi sitä työn muotoutuessa. Punainen lanka muodostui vähitellen projektin edetessä ja ohjaajan kanssa ideoiden pallottelu auttoi kirjoittajaa hahmottamaan aihepiiriä paremmin.

Opinnäytetyöprosessin tekeminen oli kirjoittajalle ensinnäkin oppimiskokemuksena merkittävä, joka auttoi häntä kehittämään monia taitoja, kuten ajanhallintaa, projektiluontoista tekemistä ja aikataulujen yhdistelyä. Sen lisäksi myös tieto rekrytointimaailmasta kehittyi paljonkin. Yksi tärkeimmistä oppimiskokemuksista olikin syventyminen rekrytointiprosessiin ja sen eri vaiheisiin. Opinnäytetyön tekeminen auttoi häntä ymmärtämään, miten projektit kannattaa aikatauluttaa sekä

suunnitella, jotta työmäärä on hallittavissa. Tekemisen priorisointi osottautui tärkeäksi ja aikataulujen sovittaminen yhteen kirjoittaman arkielämän kanssa onnistui. Kirjoittaja oppi myös kehittymään saamansa palautteen kautta ja ottamaan palautteen huomioon opinnäytetyötä tehdessä. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö oli haastava, mutta palkitseva kokemus.

## Lähteet

Businessliike. 2019. Millainen on hyvä moderni työpaikkailmoitus. Luettavissa:

<https://businesslike.fi/millainen-on-hyva-tyopaikkailmoitus-2/>. Luettu: 22.1.2023

Duunitori. 2018. Onnistunut hakijaviestintä. Luettavissa: <https://duunitori.fi/tyoelama/onnistunut-hakijaviestinta>. Luettu: 8.11.2022

Eilakaisla. 2020. Miten onnistua rekrytoinnissa omin voimin. Luettavissa:

<https://www.eilakaisla.fi/blogi/miten-onnistua-rekrytoinnissa-omin-voimin?hsCtaTracking=e0f64d5c-6ffd-47a6-b1c5-baf778b80c2c%7C50a7fcf4-d126-4af3-9f88-973af6fad5d1>. Luettu: 7.11.2022

Horstman, M. 2019, The Effective Hiring Manager. Wiley.

Joki, M. 2021. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Hansaprit Oy. Vantaa uudistettu 7. painos

Kaijala, M. 2016. Rekrytointi, tehtävään vai yhtiöön? Helsinki, Alma Talent

Kehusmaa, K. 2021 Työhyvinvointi kilpailuetuna. Kauppakamari. Helsinki

LAURA Rekrytointi Oy. 2022 Miten tehdä tehokas työpaikkailmoitus? Luettavissa:

<https://rekrytointi.com/rekrytoijalle/vinkkejä-tyontekijan-palkkaamiseen/miten-tehdä-tehokas-tyopaikkailmoitus/> Luettu: 22.1.2023

Manka. M-L. 2016. Työhyvinvointi. Alma Talent. Helsinki

Salli, M, Takatalo, S. 2014 Loista rekrytoijana, hoida kosiomatka tyylillä. Viro: Kauppakamari.

Vierula, M. 2021 Löydä kilpailuetusi. 2021. Meedia Zone OÜ. Viro

Väätäinen. O. 5.1.2023. Toimitusjohtaja. Jälklipoltto Oy. Haastattelu. Helsinki

## Liitteet