

Sofia Vesala

**REKRYTOINTIPROSESSIN KEHITTÄMINEN
HENKILÖSTÖPALVELUYRITYKSESSÄ**

**REKRYTOINTIPROSESSIN KEHITTÄMINEN
HENKILÖSTÖPALVELUYRITYKSESSÄ**

Sofia Vesala
Opinnäytetyö
Kevät 2024
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma, Henkilöstöjohtaminen ja esimiestyö

Tekijä(t): Sofia Vesala

Opinnäytetyön nimi: Rekrytointiprosessin kehittäminen henkilöstöpalveluyrityksessä

Työn ohjaaja(t): Teija Harju

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2024

Sivumäärä: 43 + 2 liitettä

Opinnäytetyön pääasiallisena tavoitteena oli pohtia keinoja, joilla kohdeyrityksen rekrytointiprosessia kehitettäisiin tehokkaammaksi, selkeämmäksi ja toimivammaksi. Toisena tavoitteena oli selvittää, millainen rekrytointiprosessi case-yrityksessä on tällä hetkellä ja miten sitä voidaan konkreettisesti kehittää paremmaksi. Case-yritys pysyy työssä omasta toiveesta anonymina.

Opinnäytetyö toteutettiin kehittämistehtävänä ja siinä käytettiin laadullista tutkimusta. Tutkimukseen haastattelin case-yrityksen HR-konsulttia ja selvitin mm. millainen rekrytointiprosessi case-yrityksellä on tällä hetkellä ja millaisia haasteita siinä on. Haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna kasvotusten. Lisäksi tein haastatteluissa käyneille työnhakijoille Forms-kyselyn, missä selvitettiin mm. millainen hakijoiden kokemus oli rekrytointiprosessista ja mitä kehitettävää heillä voisi olla.

Tutkimuksesta selvisi, että case-yrityksen suurimpia haasteita rekrytointiprosessissa olivat työnjako, sosiaalisen median käyttö ja se, että hakijat eivät olleet panostaneet työhakemuksiin. Case-yrityksessä prosessin eri vaiheiden viimeistely ja hiominen paremmaksi olisi tärkeää, jotta pysytään kehityksessä mukana ja rekrytointi olisi mahdollisimman sujuvaa.

Opinnäytetyössä teoreettinen viitekehys kohdistui rekrytointiprosessiin ja rekrytoinnin kehittämiseen. Lisäksi työssä sivutaan rekrytoinnin tulevaisuutta, rekrytoinnin viimeisimpiä muutoksia, lainsäädäntöä ja sosiaalista mediaa. Viitekehysten aineistoon käytettiin sekä suomen- että englanninkielisiä kirjoja ja internetlähteitä.

Opinnäytetyön lopputuloksena case-yritys sai heidän rekrytointiprosessistansa kokonaisvaltaisen kuvan, sekä yhteenvedon heidän kehityskohteistansa. Kehityskohtiin case-yritys sai kehitysehdotuksia, joiden avulla rekrytointiprosessia voidaan kehittää paremmaksi ja sujuvammaksi. Kehitysehdotuksia voidaan ottaa käyttöön case-yrityksessä sellaisenaan, tai niitä voidaan jatkokehittää eteenpäin.

Asiasanat:

Rekrytointiprosessi, rekrytointi, rekrytoinnin tulevaisuus, rekrytointikanavat

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Economics and Business Administration, Managerial work and HR

Author(s): Sofia Vesala

Title of thesis: Developing the recruitment process in a personnel service company

Supervisor(s): Teija Harju

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2024

Number of pages: e.g. 43 + 2 appendices

The main objective of the thesis was to contemplate ways to enhance the recruitment process of the target company to make it more efficient, clear and functional. The secondary objective was to sort out the current state of the recruitment process and how it could be concretely improved. The case company remains anonymous by its own request.

The thesis was conducted as a developmental task and employed qualitative research methods. For my research, I interviewed the HR consultant of the case company. I investigated the current state of the recruitment process and the challenges it faces. Additionally, I conducted a Forms survey for the job applicants who participated in the interviews, aiming to uncover their experiences with the recruitment process.

The research revealed that some of the major challenges in the recruitment process were task allocation, the use of social media and the level of effort put forth by applicants in their job applications. It was found that refining and improving various stages of the process within the case company is crucial to staying abreast of developments and ensuring a smooth recruitment process.

The theoretical framework of the thesis focused on the recruitment process and its enhancement. Additionally, the thesis briefly touches upon the future of recruitment, recent challenges in the recruitment practices, social media and relevant legislation. Both Finnish and English-language books and online sources were used as references for the theoretical framework

As a result of the thesis, the case company gained a comprehensive overview of their recruitment process, along with a summary of their areas for improvement. The company received development suggestions for these areas, aimed at enhancing and streamlining the recruitment process. These suggestions can be implemented within the case company as they are, or further developed and refined for future use.

Keywords:

Recruitment process, recruitment, the future of recruitment, recruitment channels

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	REKRYTOINTI.....	8
2.1	Rekrytinnin riskit.....	8
2.2	Lainsäädäntö.....	10
2.2.1	Tietosuoja-asiat.....	10
2.2.2	Työpaikkailmoitus	11
2.2.3	Haastattelu.....	11
2.3	Pandemian vaikutus rekrytointiin	12
3	REKRYTOINTIPROSESSI	14
3.1	Työpaikkailmoitus.....	15
3.2	Työhaastattelu.....	16
3.3	Valintapäätös.....	17
4	REKRYTOINNIN TULEVAISUUS.....	20
4.1	Vastuullisuus	21
4.2	Sosiaalinen media.....	22
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	24
6	CASE-YRITYKSEN REKRYTOINTIPROSESSI	26
6.1	Rekrytointiprosessin vaiheet ja nykytilanne	26
6.2	Työpaikkailmoitus.....	28
6.3	Rekrytointiprosessin haasteet ja kehittäminen	28
6.4	Forms-kysely	30
7	TUTKIMUSTULOKSET	32
7.1	Haastattelu: Rekrytointiprosessin haasteet ja kehittäminen	32
7.2	Forms-kysely: Työnhakijoiden näkökulma.....	33
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	35
9	KEHITYSIDEAT.....	36
10	POHDINTA.....	39
	LÄHTEET.....	40
	LIITTEET	44

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee rekrytointiprosessin kehittämistä kohdeyrityksessä. Työn tavoitteena on saada toimivia ja selkeitä ratkaisuja rekrytointiprosessin toteuttamiseen. Rekrytointiprosessin selkeyttäminen ja johdonmukainen tekeminen ovat rekrytoinnissa tärkeitä tekijöitä.

Toimeksiantajana opinnäytetyöllä on suomalainen henkilöstöpalveluyritys, joka hankkii työntekijöitä asiakkailleen. Pääasialliset toimialat, mille yritys hankkii työntekijöitä ovat rakennusala, teollisuusala sekä kunnossapito. Opinnäytetyö on rajattu koskemaan vain Oulun toimipistettä, sillä yrityksellä on toimipisteitä ympäri suomea. Yritys pysyy työssä anonyyminä.

Pääasiallisena aiheena tutkittiin rekrytointiprosessia ja sen kehittämistä. Lisäksi työssä käsitellään lyhyesti rekrytoinnin muutoksia ja koronaviruksen vaikutuksia rekrytointiin. Opinnäytetyö koostuu yhdeksästä pääluvusta, jotka ovat johdanto, rekrytointi, rekrytointiprosessi, rekrytoinnin tulevaisuus, tutkimuksen toteuttaminen, case-yrityksen rekrytointiprosessi, tutkimustulokset, johtopäätökset ja kehitysideoita, sekä pohdinta.

Tutkimuksen teoreettinen aineisto on kerätty useista suomen ja englannin kielen lähteistä. Lähteinä on käytetty kirjoja ja internet lähteitä, kohdeyritykseen tehdyn haastattelun tuloksia, sekä hakijoille tehdyn Forms-kyselyn tuloksia. Haastattelun kysymykset on tehty vastaamaan teoreettista viitekehystä. Tutkimuksessani vertailen haastattelusta saatuja tuloksia ja tietoja muuhun teoriaan, jonka pohjalta kehitysideoita rekrytointiprosessiin on tehty.

Tutkimuskysymyksenä on selvittää, miten saataisiin rekrytointiprosessista tehokkaampi ja toimivampi. Nykyisessä prosessissa jotkin työvaiheet ovat epäselviä, kuka tekee mitään. Olen myös tarkastellut, miten prosessi on toteutettu tällä hetkellä ja miten nykyistä prosessia lähdetäisiin kehittämään. Tutkimuksessa perehdytään siihen, miten saataisiin enemmän potentiaalisia hakijoita ja lopulta heidät myös töihin. Lisäksi miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää ja miten houkutellaan ihmisiä hakemaan yrityksen työpaikkoja.

Teoriaosion jälkeen kartoitin huolella nykyisen rekrytointiprosessin kokonaisuuden ja miten se etenee vaihe vaiheelta. Tämän jälkeen aloin miettimään erilaisia kehitysideoita, miten rekrytointiprosessia voitaisiin konkreettisesti kehittää parempaan suuntaan. Kehitysehdotukset eivät ole

yksi iso uudistus, vaan monia pienempiä viilauksia jo olemassa olevaan rekrytointiprosessiin. Rekrytointiprosessi on tällä hetkellä jo ihan hyvä, mutta pieniä muutoksia ja kehityksen mukana pysymistä se kaipaa.

2 REKRYTOINTI

Rekrytoinnilla pyritään hankkimaan tiettyyn työtehtävään oikea tai oikeat osaajat. Tällä päätöksellä on yleensä yritykselle kauaskantoiset ja merkittävät seuraukset. Rekrytointi on investointi yritykselle ja se vaikuttaa mm. tuottavuuteen ja laatuun. Kun rekrytointi on onnistunut, se tuo yritykseen paljon tehokkuutta ja hyötyä. Työilmapiiri voi parantua ja ihmisistä voi tulla innovatiivisempia. Rekrytoinnin epäonnistuessa taas siitä voidaan kärsiä pitkäänkin niin palkattu työntekijä, kuin myös koko organisaatio, asiakkaita unohtamatta. (Viitala 2021, 71.)

Rekrytointiin päädytään yleensä silloin, kun vanha työntekijä lähtee, organisaatio laajenee tai uusia työntekijöitä tarvitaan. On myös tilanteita, missä tarvitaan uudenlaista osaamista, jonka seurauksena pitää rekrytoida uusia osaajia. Tarpeen kartoitus on tärkeää aloittaa tässä vaiheessa, jotta tiedetään, millaista osaamista tarvitaan ja millaisiin tehtäviin. (Viitala 2021, 71.)

Rekrytointi on mahdollisuus saada uutta osaamista ja potentiaalia yritykseen. Henkilö tai henkilöt tulevat kehittämään ja kehittymään yritykseen. Henkilö tuo mukanaan myös inhimillistä pääomaa. Rekrytoinnissa on järkevää etsiä myös sitä ei niin oleellista osaamista, mitä ei varsinaisesti edellytetä tehtävässä suoriutumiseen. Tällöin osaaminen on monipuolista ja joustavuus lisääntyy yrityksen sisällä. Joskus on ihan järkeväkin hankkia osaamista kilpailijoilta. Henkilöllä voi olla uusia ideoita ja kehitysmenetelmiä, sillä hän on ulkopuolinen henkilö ja näkee asiat eri näkökulmasta. Rekrytoinnilla voidaan saada jopa muutos koko yrityskulttuuriin. (Vaahtio 2005, 11-12.)

2.1 Rekrytoinnin riskit

Jos rekrytointiprosessi ei ole tarkoin suunniteltu ja se on tehty hätiköiden, lisätään riskiä virhemahdollisuuksille. Rekrytointia lykkäämällä ja täyttämättömyydellä voidaan menettää potentiaalisia asiakkaita ja tuotanto voi kärsiä. Rekrytointi voi olla hyvin kallis prosessi. Erehdykset maksavat ja perehdytys voi olla kallista. (Vaahtio 2005, 12-13.)

Taitamaton rekrytoija voi tehdä pahaa jälkeä yrityksen imagolle. Rekrytointitilanteessa epäeettisiä keinoja käyttämällä ja asiattomia kysymyksiä kysymällä voidaan kärsiä isojakin haittoja. Näistä voi seurata jopa oikeusprosessi tai joudutaan maksamaan korvauksia. Rekrytointiprosessin to-

teuttaminen vaatii ammattimaista otetta, ihmistuntemusta ja välittämistä, sekä eettistä käsitystä. Nykymaailmassa eettisyydellä ja kaikkien tasapuolisella kohtelulla on iso rooli. Yksittäinen syrjintäepäily voi olla yrityksen imagolle suuri kolahdus. Eettisyys on asia mihin on alettu panostamaan yhä enemmän viimeisten vuosikymmenien aikana. (Vaahtio 2005, 13.)

Virherekrytoinneilla on oma hintansa ja sen hintahaarukka vaihtelee suuresti. Hintaan vaikuttaa monet tekijät, kuten työpaikan markkinointikulut. Markkinointikuluihin kuuluu mahdolliset lisämarkkinoinnit somessa ja digitaalisilla alustoilla. Muita vaikuttavia tekijöitä on rekrytointiprosessin kesto. Yhden teollisuusalan henkilön rekrytointiin voi mennä 20 tuntia, johon sisältyy työnkuvan määrittämisen, työpaikkailmoituksen tekeminen ja julkaiseminen, hakijoiden käsittely ja kontaktoiminen, haastattelu, sekä henkilöarviointi ja viimeisenä päätös. Virherekrytoidun henkilön palkka ja menetetyt tuotot vaikuttavat siihen, mitä onnistuneen rekrytoinnin työntekijä olisi tuonut yritykselle. Hintaa koko virherekrytoinnille tulee tässä esimerkissä 25 000€. (Niskanen 2023.)

Virherekrytoinnit johtuvat yleensä siitä, että yritys ei ihan tiedä minkälaista työntekijää etsitään. Etsittävän työntekijän määrittely jää vähäiseksi tai yrityksen viestintä on puutteellista, jolloin voi syntyä epäselvyyksiä. Toinen iso syy, miksi työntekijä ei ole tyytyväinen työhön on työpaikan kaunistelu. Ilmoitukseen voidaan kaunistella sitä, millainen työpaikka oikeasti on. Kun todellisuus selviää, se voi laskea motivaatiota sitoutua yritykseen ja monesti tällaiset tilanteet päättyvät irtisanoutumiseen. Puutteellinen rekrytointiprosessi ja haastattelun hätäisyys voi johtaa siihen, että työntekijällä on puutteellinen osaaminen, jota ei huomattu ajoissa. Tähän johtaa yleensä kiire saada nopeasti uusi työntekijä. (Niskanen 2023.)

Liiketoiminta on nykymaailmassa hyvin nopeatempoista. Muutokset tapahtuvat nopeasti ja niitä on vaikea ennustaa, minkä seurauksena niihin reagoidaan joko liian myöhään tai silloin, kun on jo tarve. Kun rekrytoidaan kiireessä, se kasvattaa merkittävästi riskiä virherekrytoinneille. Rekrytoija tekee yleensä rekrytoitavista henkilöistä omia tulkintoja, jotka voivat joissain tilanteissa olla huonoksi. Tämä lisää riskiä epäonnistua, sillä rekrytoija voi olla kokematon, haastatteluteknikka on väärä tai rekrytointiprosessia ei ole suunniteltu kunnolla. (Silfversten, Härkönen & Eskola 2019, 236-237.)

Riskiä kasvattaa myös hakija ja sen tietoihin luottaminen. Tietoja voidaan vääristellä, hakijalla voi olla asenteellisia ongelmia tai henkilökohtaisia ongelmia. Muita hakijaan liittyviä riskejä on ennestään tutun henkilön valinta ja kilpailijalta houkuteltu hakija. Tutun henkilön valinnassa päätös voi-

daan tehdä nopeasti ja perusteettomasti. Muita hakijoita ei käsitellä puolueettomasti, jolloin parempi hakija voi mennä ohi. Kilpailijalta hankittu henkilö lisää rekrytoinnin riskiä, sillä ei ole varmuutta siitä, selviytyykö hän yhtä hyvin uudessa yrityksessä ja uudessa työilmapiirissä. (Silfversten, Härkönen & Eskola 2019, 237-238.)

2.2 Lainsäädäntö

Rekrytointi sisältää paljon lainsäädäntöä ja ohjenuoria, joita pitää noudattaa. Nämä ei kuitenkaan aina toteudu, jonka seurauksena on hyvin tärkeää tietää, mitä rekrytoija saa tehdä ja pitää tehdä, ja mitä taas ei. Jos lainsäädäntöä ei noudateta oikein, voi yritykselle tulla suuriakin seurauksia. Rekrytointia koskevia lakeja on tällä hetkellä Henkilötietolaki 22.4.1999/52, EU:n tietosuojasetus eli GDPR alkaen 25.5.2018, laki yksityisyyden suojasta työelämässä 759/2004, laki nuorista työntekijöistä 998/1993, työsopimuslaki 55/2001, laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta 1329/2014, sekä Suomen perustuslaki 731/1999. (Rekrytointi 2018.)

Kun työntekijä on irtisanottu ja aletaan miettimään uutta palkkausta, sitä ennen selvitetään, voidaanko työtä tarjota omille osa-aikaisille työntekijöille tai lomautetuille työntekijöille. Lisäksi selvitetään, voidaanko työtä tarjota ensin tuotannollisin ja taloudellisin perustein. Tuotannollisin ja taloudellisin perustein irtisanottua henkilöä koskee takaisinottovelvollisuus sellaiseen työhön, joka on samankaltaista, kuin edellinen työ. Tämä pätee silloin, kun työntekijä on TE-toimistoon ilmoittautunut työnhakija ja työn päättymisestä on 4 kuukautta. Osa-aikaisille työntekijöille on velvollisuus tarjota lisätyötä. Työnantajalla on ensisijaisesti velvollisuus tarjota lomautetuille työntekijöille työtä, jos on kohtuullista sijoittaa lomautettu uusiin tehtäviin tai koulutettavissa. (Lindfelt 2023.)

2.2.1 Tietosuojasiat

Rekrytoinnissa kerätään ja käsitellään paljon työnhakijoiden henkilötietoja, jonka seurauksena yksityisyyden suojaan liittyvät lait on tiedettävä. Työntekijästä saa kerätä vain tarpeellista tietoa. Tämä on tärkeää huomioida, kun suunnitellaan online-lomakkeita ja haastattelukysymyksiä. Työnhakijalle on tarjottava tietosuojainformaatiota, joka toteutetaan yleisimmin tietosuojaselosteella. (Lindfelt 2023.)

Kun tehdään valintoja hakijoiden välillä, tietojen on perustuttava hakijan toimittamiin tai suostumuksella muualta saatuihin tietoihin. Tämän perusteella esim. googlaaminen hakijasta on kiellettyä. Myös hakijan edellisiin työnantajiin saa olla yhteydessä vain hakijan omalla luvalla. Suostumusten keräämisessä ja dokumentoinnissa on tärkeää huomioida laki EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen GDPR:n vaatimukset. (Lindfelt 2023.)

2.2.2 Työpaikkailmoitus

Avoimista työpaikoista yrityksessä on ilmoitettava myös sisäisesti, jotta osa-aikaisilla ja määräaikaisilla on mahdollisuus hakea työtehtävää. Työpaikkailmoitus on laadittava tarkoin, jotta se ei ole syrjivä tai siinä ei ole käytetty syrjiviä ilmaisuja. Tällaisia ilmaisuja voivat olla esim. ”haetaan naisia” tai ”haetaan henkilöä, jonka syntyperä on Suomi”. (Lindfelt 2023.)

Työpaikkailmoitusta tehdessä on hyvä muistaa, että sillä ei mainosteta yritystä, vaan sen kuuluu sisältää työtehtävään liittyviä tietoja. Näitä tietoja on esim. työtehtävän kuvailu tarkasti ja selkeästi, oikeellinen tieto ja ajankohtainen sisältö. Työpaikkailmoituksessa ei saa osallistaa työnhakijoita arvontoihin ja työhakemuksen täydentämisestä ei palkita hakijoita. (TE-palvelut.)

2.2.3 Haastattelu

Haastattelussa saa kysyä vain perusteltuja ja tarpeellisia, sekä työhön liittyviä kysymyksiä. Valintaprosessi ei saa olla millään tavalla syrjivä. Asiattomat ja tarpeettomat kysymykset työhaastattelussa voi aiheuttaa syrjintäepäilyä. Tällaisia kysymyksiä voivat olla esimerkiksi siviilisääty, kirkkoon kuuluminen tai seksuaalinen suuntautuminen. (Lindfelt 2023.)

Työnhakija voi olla vastaamatta kysymyksiin, jotka eivät ole työn kannalta oleellisia. Usein haastattelijalla on haastattelutilanteessa valta-asema, jolloin vastaamatta jättäminen voi tuntua siltä, että se vaikuttaa valintaperusteisiin. Tällaisessa tilanteessa laki sallii olla vastaamatta tai vastata puutteellisesti. (Mäkelä 2023.)

2.3 Pandemian vaikutus rekrytointiin

Monissa työrooleissa taidot, joita tarvitaan ovat muuttuneet ja muuttuvat yhä. COVID-19 pandemia on vaikuttanut suuresti yhteiskuntaamme. Tutkimus ja neuvonantoyhtiö Gartnerin toteuttaman tutkimuksen mukaan rekrytointin kohdalla se on kiihdyttänyt jo käynnissä ollutta muutosta rekrytointin toteuttamiseen. Pandemian seurauksena työttömyys lisääntyi. Kuitenkin avoimien työpaikkojen määrä on lisääntynyt, minkä seurauksena kilpailu huippuosajista on kovaa. Kun on epävarmat ajat, oikeiden ihmisten löytäminen on entistä tärkeämpää. (Harvard Business Review 2021.)

Tutkijat tunnistivat kolme suuntausta, jotka muuttavat perinteistä rekrytointia. Ensimmäisenä huomattiin, että monissa työrooleissa tarvittavien taitojen käyttöikä on lyhentynyt. Tämä johtuu osittain yleistyneistä teknologisista läpimurroista. Vuonna 2019 tehdyssä tutkimuksessa, johon osallistui 3500 johtajaa todettiin, että vain 29 prosentilla uusista työntekijöistä on kaikki nykyisessä työssä tarvittavat taidot. Tutkimus toteaa, että nykyään edellytetään jopa kymmentä uutta taitoa 18 kuukauden sisällä. Se myös kertoo lisääntyvää epävarmuutta siitä, mitä taitoja tarvitaan nykyisissä ja tulevaisuudessa työpaikoissa, kun etätöiden lisääntyminen käynnistää monien työtehtävien uudelleen suunnittelun. (Harvard Business Review 2021.)

Toinen huomio, jonka rekrytoijat tekivät, on se, että lahjakkuusvarastot ovat vanhentumassa. Lahjakkaita ehdokkaita löytyy nykyään perinteisten paikkojen, kuten yliopistojen ja teknillisten korkeakoulujen ulkopuolelta. Yhä useammat hankkivat osaamista ja taitoja epävirallisesti työssä tai vaikkapa kotona. Virtuaalinen oppiminen on antanut työntekijöille uutta itsenäisyyttä kehittyä. (Harvard Business Review 2021.)

Viimeisenä huomiona nousi se, että hakijat valitsevat yhä enemmän, kenelle he työskentelevät. Yritykset tarvitsevat yhä enemmän jonkin kilpailuvallin tai lupauksen, mitä muilla ei ole. Se voi sisältää mitä tahansa kilpailukykyisestä palkitsemisesta ja eduista urakehitysmahdollisuuksiin. Nykyään punnitaan enenevässä määrin hyvinvointiin liittyviä asioita, kuten mielekäs työ ja työhyvinvointi. (Harvard Business Review 2021.)

Yritysten on sopeuduttava muuttuviin suuntauksiin ja rakennettava tarvitsemaansa työvoimaa keskittymällä kahteen toimintatapaan. Ensimmäinen tapa on hylätä perinteinen ajattelu, jossa

uusia työntekijöitä etsitään korvaamaan lähteneet saman profiilin omaavat henkilöt. Sen sijaan pitäisi keskittyä palkkaamaan potentiaalia, ei pelkkää kokemusta. Pahimmillaan voi käydä niin, että uusi työntekijä on valmis eilisen haasteisiin, mutta ei tuleviin. Tärkeää on miettiä, minkälaista osaamista tarvitaan, eikä ketä tarvitaan. (Harvard Business Review 2021.)

Osaamisen hankkimisessa on kuitenkin omat haasteensa. On vaikeaa tunnistaa osaamista ja potentiaalia, kun sille ei ole kunnollisia mittareita. Kun akateemisiin tutkintoihin ja sertifiointeihin kiinnitetään vähemmän huomiota, katsotaan tällöin perinteisten lahjakkuuksien ulkopuolelle. Rekrytoijien tulisi kohdistaa huomio sisäisiin kykyihin ja itseopittuihin taitoihin. Etätyön läsnäollessa voidaan ihmisiä palkata jopa eri puolelta maailmaa. Tämä lisää monimuotoisuutta ja vähentää kustannuksia. (Harvard Business Review 2021.)

On tärkeää huomata, miten ehdokkaat näkevät yrityksen imagon. Moni hakija korostaa työ- ja yksityiselämän tasapainoa. Moni ehdokas voi jättää hakematta, jos yrityksen imago ja käytännöt ei ole kunnossa. Pandemia on tarjonnut mahdollisuuden uudistaa vanhentuneita rekrytointikäytäntöjä ja yritykset voivat hyötyä tarkastelemalla uudelleen perinteisiä liiketoimintamalleja. Pandemian myötä muutokset ovat nyt helpommin havaittavissa ja yritykset voivat käyttää tätä mahdollisuutena kehittää uusia strategioita ja lähestymistapoja työvoiman rakentamiseen ja sitouttamiseen. (Harvard Business Review 2021.)

3 REKRYTOINTIPROSESSI

Rekrytointiprosessi on monivaiheinen prosessi, missä pyritään etsimään tiettyyn työtehtävään sopiva henkilö. Rekrytointiprosessin vaiheet voivat vaihdella eri yrityksillä ja joitain vaiheita voidaan jättää joissain yrityksissä tekemättä ja taas joissain niitä on enemmän. Tässä luvussa käydään läpi rekrytointiprosessin yleisimpiä vaiheita.

Rekrytointiprosessi alkaa *tarpeen kartoittamisella*. Aletaan määrittämään haettavaa profiilia ja sovitaan aikataulusta. Yleisimpiä virherekrytointeja tapahtuu jo tässä vaiheessa, kun haettavaa profiilia ei ole määritetty kunnolla. Työnkuvan kartoitus täytyy tehdä tarkkaan, jotta tiedetään, millaiseen työhön ollaan etsimässä työntekijää. Kohderyhmän määrittely tapahtuu myös tässä vaiheessa. Tämän on tärkeää siksi, että tiedetään mihin työpaikkailmoitus julkaistaan, jotta määritetyn kohderyhmän hakijat löytävät sen mahdollisimman helposti. Alun suunnittelu täytyy tehdä tarkkaan ja kaikille tulee olla selkeää, mitä haetaan, miksi haetaan ja mihin haetaan. (atalent 2024.)

Hakuvaiheessa tehdään työpaikkailmoitus ja joissain tapauksissa hyväksytetään se asiakasyrityksellä. Tämän jälkeen työpaikkailmoitus julkaistaan. Julkaisupaikkana toimii yleensä yrityksen omat verkkosivut, sekä muut työnhakusivut. Joissain tapauksissa työpaikkailmoitusta markkinoidaan esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. (Academicwork 2023.)

Seuraavana vaiheena on *arviointi*. Arviointiin kuuluu hakemuksien käsittely, hakijoiden kontaktointi, sekä haastattelujen pitäminen. Haastatteluja voidaan pitää useita kierroksia, jos hakijoita on paljon tai työtehtävä on vaativa. Kun halutaan karsia hakijoita nopeasti, puhelin- ja videohaastattelu on tehokas keino tähän. Haastattelussa on hyvä myös miettiä sitä, millaisen vaikutuksen rekrytoijana jättää haastateltavaan. Arvioinnissa punnitaan hakijoiden osaamista, koulutuksia ja taitoja. Haastatteluissa samaa tehtävää hakeville esitetään samat kysymykset, jotta haastattelu olisi tasapuolinen ja oikeudenmukainen kaikille. (Academicwork 2023.)

3.1 Työpaikkailmoitus

Työpaikkailmoituksen pitää olla houkutteleva, sillä se on markkinointiviesti, jonka tavoitteena on saada kohderyhmään kuuluvilta hakemus kyseiseen tehtävään. Alussa mietitään, onko työnhakija aktiivinen hakija vai passiivinen. Aktiivisella hakijalla tarkoitetaan hakijaa, joka etsii työtä ja selaa työpaikkailmoituksia. Passiivinen hakija on taas henkilö, joka ei selaa työpaikkailmoituksia ja ei varsinaisesti etsi työtä aktiivisesti. Kun työpaikkailmoitusta tehdään, päätetään, kumpaan kohderyhmään ilmoitus kohdistetaan. Vaikuttamisen keinot eroavat toisistaan, kun valitaan kohderyhmä. (Rantanen 2017.)

Kohderyhmän valinta vaikuttaa siihen, mitä ilmoituksessa sanotaan, miten visuaalinen se on, millä tyylillä ilmoitus kirjoitetaan, sekä kuinka pitkä siitä tehdään. On eriasia hakea myyntityöntekijää kuin insinööriä ja tämä ero on tärkeää tiedostaa ilmoitusta tehdessä. Tärkeää on tuntea kohderyhmä ja toimia sen mukaan. (Haavisto 2021.)

Hyvässä työpaikkailmoituksessa vältellään kliseisiä ilmauksia. Ilmoituksissa käytetään yleensä vakiintuneita fraaseja, kuten kilpailukykyinen palkka, vain sen takia, että saataisiin ilmoitukseen enemmän sisältöä. Näitä fraaseja ei kuitenkaan yleensä tarkenneta millään tavalla. Moni hyvä hakemus voi jäädä lähettämättä ilmoituksen takia. Työpaikkailmoituksesta tulisi tehdä persoonallinen. Persoonallisuus voi olla yksinkertaista, kuten kertoa ja heijastaa työnantajaa. Voidaan esimerkiksi kertoa yrityksen kulttuurista ja henkilöstöstä. (Haavisto 2021.)

Työn kuvailu herättää kiinnostusta. Pelkkä monipuoliset työtehtävät ei anna työnhakijalle mitään. Kun työpaikkailmoituksessa kerrotaan jo tarkemmin, mitä työ oikeasti sisältää, voidaan välttyä niin virherekrytoinneilta, kuin myös työnhakijan ajan haaskaamiselta. Voi olla myös tilanteita, jossa työpaikkailmoituksen kirjoittajalla ei ole tarpeeksi tietoa työtehtävästä, jolloin on hyvä kysyä apua henkilöltä, jolla tietoa on. Työnhakijalle on hyvä kertoa, mitä hän saa vastineeksi työpanoksestaan. Työnantajan arvolupaus tulee ilmi hyvässä työpaikkailmoituksessa. Sillä tarkoitetaan syitä, miksi henkilöt haluavat työskennellä juuri tässä yrityksessä. (Haavisto 2021.)

Työpaikkailmoituksen houkuttelevuus on tarkistettava ennen julkaisua. Jaksako itse lukea ilmoituksen loppuun ja innostaako hakemus itseä. Ilmoitukseen voidaan lisätä tarinallisia elementtejä lisätäkseen houkuttelevuutta. Lopetukseen panostaminen on tärkeää, sillä hakijalle pitäisi jäädä

tunne, että hän haluaa hakea työtehtävään heti. Kun hakemusta aletaan julkaisemaan, se kannattaa julkaista siellä, missä kohderyhmä viettää aikaa. (Haavisto 2021.)

3.2 Työhaastattelu

Kun hakemukset on käsitelty ja arvioitu, voidaan edetä seuraavaan vaiheeseen eli työhaastatteluihin. Sen tavoitteena on saada hakijasta tietoa ja nähdä onko hän sopiva henkilö työhön. Haastattelussa halutaan saada tarkentavaa tietoa siitä, mitä työhakemuksessa on jo kerrottu. Mitä enemmän hakijasta saadaan tietoa, sitä helpompi rekrytoijalla on tehdä päätös.

Työhaastattelu on arviointitilanne, missä arvioidaan, soveltuuko kyseinen hakija työtehtävään ja työpaikkaan. Rekrytoijaa kiinnostaa erityisesti työhistoria, motivaatio, tavoitteet ja osaaminen. Rekrytoija kiinnittää huomiota myös haastateltavan vuorovaikutustaitoihin ja siihen, miten reagoidaan erilaisiin kysymyksiin. Rekrytoijaa kiinnostaa yleensä se, kuinka paljon hakija tietää kyseisestä yrityksestä, mihin ollaan hakemassa. Haastattelumenetelmiä on monia ja kaikkiin tehtäviin ei sovi sama haastattelumuoto. (Työhaastattelu.fi 2013.)

Työhaastattelutyypin valinta tehdään työpaikkakohtaisesti. Oikean tyylin valinta tehdään ennen haastattelujen aloitusta niin, että kaikille samaan työtehtävään hakevalle haastattelutyyli on sama. Näin ollen saadaan mahdollisimman tasapuolinen haastattelutilanne ja arviointi pysyy tasapuolisena. (Jobly 2023.)

Puhelinhaastattelu on nopein tapa haastatella isoja joukkoja pikaiseen tahtiin. Puhelinhaastattelut suorittaa yleensä rekrytoija. Puhelinhaastattelun tavoitteena on saada vastauksia kysymyksiin, joita nousi esille hakijan CV:stä. Puhelinhaastattelu voi olla esihaastattelu, missä selvitetään jo joitain kysymyksiä ennen kompetenssihaastattelua. Puhelinhaastattelussa saadaan jo ensivaikutelma hakijasta, mikä vaikuttaa suuresti rekrytoijan mielikuvaan hakijasta. Tätä haastattelutyyppiä käytetään erityisesti sellaisissa työhaastatteluissa, joissa hyvä puhelinkäytös on tärkeässä roolissa työn kannalta. (Jobly 2023.)

Kompetenssihaastattelu on kasvotusten tapahtuva haastattelu. Tavoitteena on selvittää, onko hakijalla oikeanlaista osaamista ja kokemusta haettavan työn kannalta. Kompetenssihaastatte-

lussa määritellään työssä menestymisen kannalta tärkeimmät ominaisuudet ja hakijaa arvioidaan näiden kompetenssien perusteella. Kompetenssit valitaan sen perusteella minkä kautta henkilö tulee menestymään työssä. Haastattelussa arvioidaan myös hakijan muita ominaisuuksia, joita on muun muassa motivaatio, tekniset taidot ja kulttuuriin sopivuus. Haastattelussa kysytään yleensä tilanteista, joissa on käyttänyt omaa osaamistaan ja minkälaisista haasteista on selvinnyt. (Academicwork 2023.)

Behavioraalinen haastattelu on suunniteltu niin, että siinä ennustetaan, onko hakija sopiva kyseiseen rooliin. Nämä on tarkoitettu sellaisiin tehtäviin, missä hakijalla ei todennäköisesti ole aikaisempaa kokemusta kyseisestä työstä. Haastattelussa rekrytoija esittää hypoteettisen tilanteen ja sen pohjalta arvioidaan, miten hän osaa ajatella uudessa tilanteessa ja miten hän työskentelee paineen alla. (Jobly 2023.)

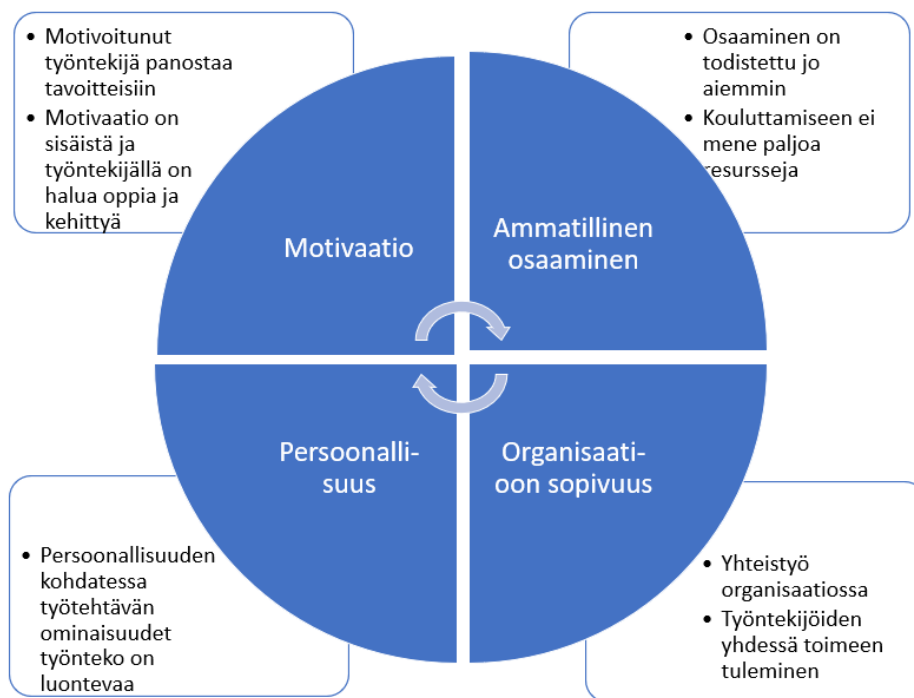
Paneelihaastattelu on harvoin käytetty haastattelumuoto, mutta sekin sopii joihinkin tilanteisiin. Se sopii sellaisiin tilanteisiin, missä on hankala saada samat tiedot kaikille rekrytointipäätökseen osallistuville henkilöille. Haastattelu toteutetaan niin, että hakija tuodaan paneeliston eteen (noin 4-5 henkilöä) ja hakija pitää esitelmän. Tämä haastattelumuoto ei sovi kaikkiin yrityksiin ja paineiden kasvattamisen takia tätä haastattelumuotoa käytetään harvoin. (Jobly 2023.)

Ryhmähaastattelu on myös harvemmin käytetty haastattelumuoto. Tätä käytetään suurien hakijajoukkojen läpikäymiseen. Tätä voidaan käyttää esivaiheena yksilöhaastattelulle, jotta saadaan karsittua isoa hakijamäärää. Ryhmähaastattelussa annetaan ryhmälle tehtävä ja sen toteuttamisen perusteella arvioidaan persoonallisuutta, paineensietokykyä, työskentelytyylejä ja kykyä johtaa. (Jobly 2023.)

3.3 Valintapäätös

Hakijan valintapäätös ei ole helppo tehdä, sillä uuden henkilön palkkaaminen on merkittävä investointi. Hakijoiden vertailua tapahtuu koko rekrytointiprosessin ajan. Kuvio 1 kertoo tärkeimmät kriteerit millä rekrytoijan kannattaa vertailla potentiaalisia hakijoita. Kun päätöksiä aletaan tekemään, tärkeää olisi palata alkuun ja miettiä miksi rekrytoidaan ja mitkä arvot ovat tärkeimpiä hakijassa. Rekrytoijaa kiinnostaa erityisesti hakijan motivaatio. Motivaatiolla työntekijä jaksaa toteut-

taa yrityksen tavoitteita ja hänellä on halua oppia. Toinen tärkeä kriteeri hakijaa valitessa on hakijan taidot. Ammatillinen osaaminen on tärkeää työssä menestymisen kannalta. Haastatteluvaiheessa kartoitetaan hakijan työelämätaitoja ja saada esimerkkiä siitä, mitä kaikkea edellisissä töissä on tehnyt. Nykyisessä työympäristössä korostetaan yhä enemmän organisaatiokulttuuria. Hakijan soveltuvuutta organisaatioon mietitään jo haku vaiheessa. Organisaatiokulttuuriin sopiminen vaikuttaa yhteistyön toimivuuteen. Hakijan arvot ja toimintatavat tulisi kohdata organisaation kanssa, jotta yhteistyö olisi toimivaa. (Mäkelä 2023.)



KUVIO 1. Työnhakijoiden osa-alueet

Päätöksen teko voi olla haastavaa, jos kukaan hakija ei ole työhön soveltuva. Tällöin on tehtävä päätös, palkataanko ollenkaan. Palkkaamatta jättäminen voi olla vaikea päätös tehdä, sillä rekrytointiin on jo käytetty tietty määrä resursseja ja työtä. Kuitenkin hätiköity päätös voi kostautua pidemmällä aikavälillä. Jos selvää ensimmäistä valintaa ei löydy, on hyvä miettiä vielä hakukriteereitä ja priorisoida niitä. Kun kriteerit on priorisoitu, voidaan niiden perusteella tehdä valinta. Intuition roolia ei kannata unohtaa myöskään, sillä rekrytoijalla tulee yleensä jonkinlainen tunne hakijasta. Intuition perusteella valintaa ei kuitenkaan kannata tehdä. (Mäkelä 2023.)

Valintapäätöksen jälkeen on hyvä muistaa jälkihoito. Ensin ilmoitetaan valitulle tai valituille henkilöille, että heidät on valittu. Kun valituille on ilmoitettu ja he ovat ottaneet paikan vastaan, ilmoitetaan hakijoille, joita ei valittu. Usein tämä vaihe unohtuu rekrytointiprosessissa ja syynä on yleensä kiire. Jos työhakemuksia on pyydetty kirjallisesti, on etiketin mukaista ilmoittaa myös kirjallisesti, että valinta ei osunut häneen. Ei valituksi tulemisesta ilmoittaminen on kohteliasta tehdä, sillä hakija on käyttänyt vaivaa tekemällä hakemuksen yritykselle. Lisäksi on tärkeää muistaa, että ilmoittamatta jättämäinen vaikuttaa yleensä negatiivisesti työnantajakuvaan, joka voi tulevaisuudessa vaikuttaa siihen, että kyseiseen yritykseen ei jätetä enää hakemuksia huonon kuvan perusteella. (Vaahtio 2005, 191-194.)

4 REKRYTOINNIN TULEVAISUUS

Rekrytointi on muutoksessa ja se on muuttunut jo viimeisten vuosien aikana paljon. Teknologisen kehityksen ja koronapandemian takia muutokset ovat syntyneet nopeasti. Rekrytointiin kohdistuu jatkuvasti kasvavaa painetta ja odotuksia, jotka liittyvät esimerkiksi laatuun, tehokkuuteen ja lopputulokseen. Henkilöstöammattilaisilta, jotka vastaavat rekrytoinneista edellytetään entistä enemmän. Heiltä vaaditaan vahvaa liiketoiminnan ymmärrystä sekä heidän on hallittava rekrytointimenetelmiä ja -työkaluja, sekä hakukanavia. Lisäksi heidän odotetaan olevan perillä kuluttajakäyttäytymisestä ja markkinoista. Nämä asiat tulisi toteuttaa yhtäaikaaisesti muuttuvan teknologiakehityksen kanssa. (Koivusaari 2019.)

Tulevaisuuden rekrytointi tulee sisältämään enemmän automaatiota ja strategista suunnittelua. Uuden henkilön palkkauksessa on otettava huomioon rekrytointitrendit. Kun rekrytointistrategia on onnistunut, se kattaa nykyiset tarpeet ja on joustava tulevaisuutta varten. Yhä enemmän yritykset panostavat monimuotoisuuteen ja tasapuolisuuteen. Rekrytointiprosessi on muuttunut ja enää kasvotusten tapahtuvat haastattelut eivät ole pakollisia. Ihmisten ajattelumalli työstä on muuttunut paljon. Enää ei koeta, että työlle eletään, vaan halutaan myös pidempiä vapaita ja etätyömahdollisuuksia. Yhä enemmän koetaan, että ei haluta tehdä työtä vain yhdessä yrityksessä koko elämää, vaan työpaikkoja vaihdetaan tiuhempaan tahtiin. (Spilker 2019.)

Tekoäly tulee olemaan läsnä myös rekrytoinnissa enenemissä määrin tulevaisuudessa. Tekoälyä käytetään jo monissa paikoissa rekrytoinnin alkuvaiheilla. On ennustettu, että 2030 mennessä tekoälyä jalostetaan ja se vaikuttaa jokaisessa eri vaiheessa rekrytointiprosessin aikana. Erityisesti tekoäly auttaa rekrytoijia löytämään osaajia, arvioimaan heitä oikealla tavalla ja sijoittamaan heidät oikeisiin tehtäviin. Näin ollen huippuosaajat saadaan nopeasti löydettyä ja palkattua oikeisiin tehtäviin. Rekrytoijat saavat tästä monenlaista etua, kuten kustannukset vähenevät, aikatehokkuus parane ja palkkauksen laatu paranee. Kuitenkaan rekrytointihenkilöstön korvaaminen tekoälyllä ei ole tapahtumassa. (Agouridis 2022.)

Nykyaikana yhä useampi työnhakija on entistä kriittisempi yrityksistä. Nykyään yrityksen maineella on suuri rooli siinä, hakeeko henkilö edes kyseiseen yritykseen. Moni ei halua työskennellä yrityksessä, jolla on huono maine, vaikka palkka olisi kilpailukykyinen. Tämä kertoo siitä, että

nykyään yrityksen brändillä on suuri rooli siinä, saako yritys hyviä ja osaavia työntekijöitä. (Agouridis 2022.)

Perinteiset teksti-ilmoitukset jäävät vähemmälle. Useat yritykset siirtyvät nykyaikaisiin työpaikkailmoituksiin, jotka houkuttelevat osaavia hakijoita. Työpaikkailmoituksia aletaan julkaisemaan sosiaalisessa mediassa, kuten Instargamissa ja TikTokissa. Yrityksen julkaisema sisältö pitää tuoda sinne, missä lahjakkuudet ovat ja missä he viettävät aikaa, mikä on nykyään sosiaalinen media. (Agouridis 2022.)

4.1 Vastuullisuus

Nykymaailmassa työnhakijat kiinnittävät yhä enemmän huomiota vastuullisuuteen. Suuret puheet yrityksen imagosta ei enää riitä, vaan kaivataan tekoja. Yrityksen lupaukset vastuullisesta toiminnasta pitää todeta konkreettisesti. Yhä useampi osaaja ei pelkää hylätä nykyistä työnantajaa, jos lupauksia ei lunasteta tai toimitaan vasten omaa eettistä näkemystä. Vastuullisella työnantajalla on liike-elämässä valtava kilpailuetu verrattuna vastuuttomiin työnantajiin. (Salminen-Kultanen 2019.)

Vastuu alkaa heti rekrytointiprosessin alusta ja jatkuu koko työuran työsuhteen päättymiseen asti ja mahdollisesti vielä pidempään. Vastuullisen työnantajan tehtäviin kuuluu hyvä hakijakokemus, oikeudenmukainen kohtelu, viestintä hakijoille läpi rekrytointiprosessin, sekä hyvä perehdytys ja koulutus työsuhteen alkaessa. Työnantaja näkökulmasta korostuu kaikkien tasavertainen kohtelu, kohtuullinen palkka, mahdollisuus oman osaamisen kehittämiseen, työssä viihtyvyys, sekä merkittisyys. (Salminen-Kultanen 2019.)

Päivittäinen vastuullisuus näkyy eri aloilla eri tavalla. Esimerkiksi rakennusalalla kiinnitetään paljon enemmän huomiota työturvallisuuteen, kuin toimistotyössä. Kuitenkin alasta riippumatta on tärkeää huolehtia, että työntekijöiden koulutus on riittävää ja työvälineet ovat kunnossa. Ympäristökysymykset ovat nykypäivää ja vastuullinen työnantaja ottaa huomioon myös sen. Ympäristön hyvinvointiin voidaan vaikuttaa esimerkiksi pakkausmateriaalien valinnalla, mistä tuotteet ostetaan ja missä tuotteita myydään. Vastuullisuutta määrittelee myös se, miten yritys kohtelee yhteistyökumppaneitaan. Avoin viestintä omasta toiminnasta ja kysymyksiin vastaaminen luo yritykselle vastuullisempaa kuvaa. Avoimuus on yksi vastuullisen yrityksen kulmakivistä. Media voi

tarttua epäkohtiin ja valheisiin hyvin nopeasti ja yrityksen imago voi kärsiä paljon. (Salminen-Kultanen 2019.)

Tulevaisuuden osaajia kiinnostaa, millaisiin eri hankkeisiin ja hyväntekeväisyys projekteihin yritykset osallistuvat. Tulevaisuuden tekijöitä kiinnostaa, mitä yritys sanoo ja tekee julkisesti, sekä millaisten yritysten puolesta he taistelevat. Läpinäkyvyys on tärkeä piirre uusille osaajille. Myös johtamistyylit ovat murrosvaiheessa. Uusia osaajia kiinnostaa työntekijöiden asettaminen edelle ja vanhat hierarkiamallit ja pelolla johtaminen jätetään menneisyyteen. Vastuullisuus toteutuu silloin, kun kaikki osallistuvat siihen päivittäisessä tekemisessä. (Salminen-Kultanen 2019.)

4.2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on termi, mitä käytetään verkkoalustojen kuvaamiseen. Sosiaalista mediaa käytetään vuorovaikutukseen toisten ihmisten kanssa ja eri sovelluksilla on yleensä omat teemat, minkälaista sisältöä sinne julkaistaan. Esimerkkinä Instagramiin julkaistaan kuvia ja videoita ja Facebookia käytetään ystävien yhteydenpitoon kuvien, videoiden ja tekstien avulla. Nykyään sosiaalisen median alustoja on todella monia ja valinnanvaraa löytyy paljon. Trendit vaihtuvat nopeasti ja jos ei ole ajanhermoilla, voi jäädä nopeasta kehityksestä jälkeen. (Markkinoinnin trendit 2022.)

Sosiaalisesta mediasta on tullut iso osa kaikkien ihmisten arkea. Somesta etsitään tietoa ja vuorovaikutamme siellä. Somen kautta on helppo lähestyä yritystä ja olla heihin yhteydessä. Näin ollen asiakkaat ja yritys voivat vuorovaikuttaa keskenään ja asiakkaat kokevat itsensä tärkeäksi. Somen avulla tavoitetaan oma kohderyhmä paremmin. Yhä useammat yritykset ottavat somen käyttöön ja pyrkivät tavoittamaan oman liiketoiminnan kannalta tärkeitä ihmisiä. Verkostoituminen on helpottunut sosiaalisen median kautta. Some on avannut ovet yhteistöille eri yritysten tai yrittäjien kanssa. (Venermo.)

Brändin kasvattaminen on yksi tärkeimmistä ja suurimmista hyödyistä, mitä sosiaalisen median avulla voidaan tehdä. Aktiivinen läsnäolo ja päivitysten julkaisu antaa mahdollisuuden olla ihmisten mielissä. Kun jokin yritys on jäänyt mieleen, voidaan jatkossa, kun tarvitaan palveluita, palata

tähän yritykseen. Somen kautta voidaan erottua kilpailijoista, kertoa työskulttuurista ja brändistä enemmän, sekä sitouttamaan uusia asiakkaita ja työntekijöitä. (Venermo.)

Sosiaalisen median rooli rekrytoinnissa on kasvanut viime vuosien aikana suuresti. Yhä useampi käyttää rekrytoinnissa hyötynä sosiaalisen median voimaa ja näitä some kanavia on monia. Joillekin aloille sosiaalisen median osaaminen on jopa vaadittua, kuten markkinointi ja viestintä. (Te palvelut 2022) Työnhakijoista 86 % sanoo käyttävänsä sosiaalista mediaa työnhaunapuna. Yritykselle, joka osaa käyttää somea tehokkaasti on hyödyt suuret. He vahvistavat heidän brändiään ja avaavat heidän yrityskulttuuriaan läpinäkyvämmäksi. Lisäksi somen avulla tavoitetaan potentiaalisia asiakkaita, kuin myös jo olemassa olevia nopealla aikavälillä. (Talentech 2023) Somen kautta tavoitetaan laaja joukko potentiaalisia työnhakijoita. Rekrytointipostaukset näkyvät useissa eri kanavissa ja saavat tällöin paljon näkyvyyttä, jolloin passiiviset hakijat tavoittavat myös ne. Postauksista saa paljon lähestyttävämpiä, kun voidaan liittää esimerkiksi kuvia työpaikasta tai esittelyitä nykyisistä työntekijöistä. Näin hakija pääsee jo tutustumaan työyhteisöön, jolloin hakija ei hae ihan sokkona paikkaa. (Laaksonen 2022.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimuksen aiheena oli kohdeyrityksen rekrytointiprosessin kehittäminen. Tutkimuksen aihe valikoitui ammattiharjoittelun aikana kyseisessä yrityksessä, kun huomasin rekrytointiprosessissa eriävyyksiä ja siihen ei ollut tarkkaa linjausta, miten se toteutetaan, sekä se kaipasi pientä viilausta. Olen itse tehnyt kyseisessä yrityksessä rekrytointia ammattiharjoittelun aikana, jolloin minulla on omakohtaista kokemusta rekrytointiprosessista. Tutkimus on rajattu koskemaan vain Oulun toimipistettä, sillä yrityksellä on toimipisteitä 13 eri paikkakunnalla.

Työ on toteutettu laadullisena tutkimuksena ja haastattelumuotona on käytetty teemahaastattelua. Valitsin teemahaastattelun, koska koen, että sillä saadaan tarkkoja vastauksia ja aitoja kehitysideoita yrityksen työntekijöiltä. Teemahaastattelu antaa mahdollisuuden avoimelle keskustelulle haastattelijan ja haastateltavan välille. Teemahaastatteluun aihepiirit on suunniteltu ennalta. (Kallinen & Kinnunen) Lisäksi olen suunnitellut Forms-haastattelun rekrytoitaville haastatteluun saapuville henkilöille, joka toteutetaan puolistrukturoituna haastatteluna. Pulistrukturoitu haastattelu on lomake, missä kysymykset ovat kaikille samat, mutta vastausvaihtoehtoja ei ole annettu. (Kallinen & Kinnunen) Tavoitteena olisi tehdä lomake, missä on sekä kysymyksiä, missä on vastausvaihtoehdot, kuin myös kysymyksiä, mihin on kirjoitettava oma vastaus.

Tutkimukseen haastateltiin yrityksen HR-konsulttia. HR-konsultti toimii rekrytoitavien työnhakijoiden kanssa ja hoitaa rekrytointiin liittyvät asiat. Lisäksi HR-konsultti tekee työsopimukset ja hoitaa työntekijöiden asioita, kuten sairaslomia. Yrityksessä on tällä hetkellä vain HR-konsultti Oulun toimipisteellä, mutta eri paikkakunnan myyjät ja aluepäälliköt ovat tiiviissä yhteistyössä HR-konsultin kanssa. Ammattiharjoitteluni aikana case-yrityksessä oli myös myyjä, sekä aluepäällikkö.

Tutkimus tehtiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Laadullisessa tutkimuksessa tarvitaan luotettavaa tietoa ja se ei saa olla ristiriidassa tulkinnan kanssa. Tavoitteena on oppia ymmärtämään tutkittavia ilmiöitä ja prosesseja. (Alasuutari 2012.) Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on lähestyä tutkimuskohdetta sen luonnollisissa olosuhteissa, korostaen tutkijan vuorovaikutusta ja osallistuvien ihmisten näkökulmaa liittyen tutkittavaan ilmiöön. Tutkimuksessa keskiössä ovat tutkittavien kokemukset ja tutkimuksen tehtävänä on tarjota teoreettisesti merkityksellinen analyysi tutkittavasta ilmiöstä. Laadulliselle tutkimukselle on ominaista monipuoliset lähestymistä-

vat ja menetelmät, mikä mahdollistaa sen, että tutkimuksella voi olla useampia tavoitteita, kuin yksi. (Puusa & Juuti 2020, luku 2.)

Haastattelu pidettiin 23.1.2024, jolloin haastattelin HR-henkilöä. Haastattelemisen tapahtui paikan päällä. Lisäksi Forms-haastattelulomake haastattelussa käyville hakijoille julkaistiin ja se oli kuu-
kauden auki 29.2.2024 asti.

Työssä on käytetty sisällönanalyysiä, jonka avulla analysoin haastattelusta saatua tietoa. Sisällönanalyysissä tärkeässä roolissa on se, mistä asioista ja teemoista aineisto kertoo. Sisällönanalyysin avulla litteroin ensin haastattelun ja sen jälkeen analysoin tekstiksi muodostunutta aineistoa. Sisällönanalyysiä hyödynnetään kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston analyysitapana, jonka tarkoituksena on saada aineistosta esille siinä esiintyvät merkitykset. (Kallinen & Kinnunen, b.)

6 CASE-YRITYKSEN REKRYTOINTIPROSESSI

Haastattelin Case-yrityksen HR-konsulttia. Jaoin haastattelun kolmeen teemaan, jotka ovat rekrytointiprosessi, työpaikkailmoitus ja rekrytointikanavat, sekä rekrytinnin haasteet. Haastatteluiden teemojen sisällä on tarkentavia kysymyksiä ja jatkokysymyksiä. Haastattelu pidettiin yrityksen toimistossa 23.1.2024.

6.1 Rekrytointiprosessin vaiheet ja nykytilanne

Rekrytointiprosessi alkaa case-yrityksessä niin, että myyjältä tulee tilaus työntekijästä/työntekijöistä. Tällöin myyjän hankkimaan tilaukseen aletaan etsiä työntekijää myyjän hankkiman asiakkaan antamien tietojen ja vaatimusten mukaan. Tilauksia on eri kokoisia ja useille eri toimialoille. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

Tämän jälkeen tehdään työpaikkailmoitus ja aukaistaan haku. Haku aukaistaan yrityksen omilla sivuilla, Duunitorissa, Joblyssa, Oikotiessä, TE-palveluilla ja rakennusliitolla. Lisäksi ilmoituksia julkaistaan heidän markkinointikanavissansa, jotka ovat Instagram ja Facebook. Joidenkin ilmoitusten näkyvyyttä voidaan lisätä kohdennetulla mainonnalla Instagramissa ja Facebookissa. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

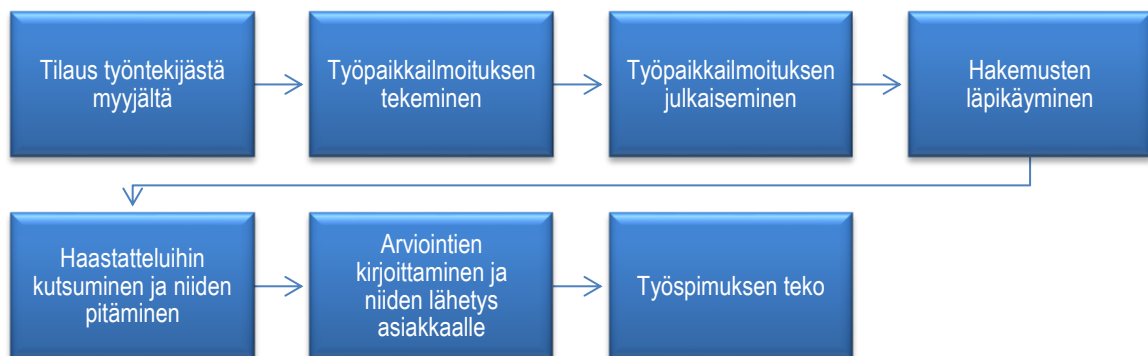
Seuraavana vaiheena aletaan käymään hakemuksia läpi. Hakemuksia aletaan käymään läpi jo hakuajan aikana. Case yrityksessä hakemuksen voi jättää joko pikahakemuksella, jossa robotti kysyy muutamia peruskysymyksiä, tai täyttämällä hakemuslomake. Potentiaalisille ehdokkaille soimitaan ja pyydetään käymään haastattelussa. Hakemukset tulevat Case-yrityksen käyttämään järjestelmään Likeithen. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

Seuraavana on vuorossa haastatteluiden pitäminen. Haastattelut pidetään aina paikan päällä joitain poikkeuksia lukuun ottamatta, kuten pitkä välimatka tai etätö. Yrityksessä halutaan nähdä ja kohdata mahdollisesti tuleva uusi työntekijä henkilökohtaisesti. Haastatteluiden pituudet vaihtelevat vaadittavan työn kannalta paljon. Haastattelun aikana kirjoitetaan hakijasta muistiin tietoja. Kun haastattelu on päättynyt, täydennetään hakijan hakijaprofiili järjestelmään ja kirjoitetaan hänestä arviointi. Arvioinnissa kerrotaan työntekijästä ja hänen osaamisestaan. Arviointi lähetetään

asiakkaalle CV:n kanssa ja asiakas voi tämän perusteella tutustua hakijoihin. Asiakas valitsee näiden arviointien perusteella ottaako hän jonkun tai jotkut töihin. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

Jos työntekijä löytyy, seuraavana tehdään työsopimus. Työsopimus tehdään rekrytointiyrityksen kautta ja työntekijä on heidän kauttansa töissä. Jos työsuhde on pitkä, työntekijä on alkuun rekrytointiyrityksen kirjoilla, jonka jälkeen siirtyy asiakasyrityksen kirjoille. Työsopimus tehdään rekrytointiyrityksen käyttämän Likeit-järjestelmän kautta, jonne työntekijät kirjaavat myös tehdyt tuntinsa. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

Tähän roolitusjakoon HR-konsultin ja myyjän välillä on päädytty siksi, koska on koettu, että HR-konsultin on tärkeää keskittyä vain rekrytointiin ja myyjän myymiseen sekä asiakkaiden hankkimiseen. Yrityksessä on ollut ennen pientä ongelmaa roolituksen jaossa ja asioita on hoitanut se, kuka kerkeää. Myyjä on osallistunut rekrytointiin ja etsinyt potentiaalisia työntekijöitä, joka on sekoittanut rekrytointiprosessia. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)



KUVIO 2. Case-yrityksen rekrytointiprosessin vaiheet

Seuraavana kysyin HR-konsultilta yrityksen rekrytointimääristä, työn vaihtelevuudesta sesonkiluontaisesti ja onko jokin tietty ala rekrytoinnissa, mikä erottuu. Haastattelussa selvisi, että yrityksessä rekrytoidaan vuoden aikana noin 200 henkilöä. Yrityksen pääasialliset toimialat ovat rakennusala, siivousala ja teollisuusala sekä kuljetusala. Huono taloustilanne ja rakennusalan hil-

jaisuus on vaikuttanut selkeästi rekryoitavien määrään ja työn tarpeeseen. Rakennusala on yrityksen tärkeitä toimialoja ja rakennusalan huono tilanne vaikuttaa siihen, että etsittäviä työpaikkoja ei ole, vaikka työntekijöitä olisi. Rekryoitavien määrä vaihtelee kausiluontoisesti ja selkeästi kesää kohti mentäessä rekryoitavien määrä kasvaa ja syksyllä kohti talvea mentäessä laskee. Tällä hetkellä tarve on siivousalassa ja logistiikka-alassa, mutta kun kesä lähestyy, tulee tarvetta myös muille aloille. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

6.2 Työpaikkailmoitus

Työpaikkailmoitukset julkaistaan useissa kanavissa. Niiden välisiä selkeitä eroja ei tiedetä, mutta HR-konsultin mielestä paras kanava on Duunitori. Duunitori on helppokäyttöinen ja tunnettu kanava, minkä takia ilmoitukset saavat näkyvyyttä. Huonoin rekryointikanava on hänen mielestään TE-palvelut. TE-palveluiden käyttöjärjestelmä on sekava ja hieman ”vanhanaikainen”, joka vaikeuttaa niin hakijoita, kuin myös rekrytoijia. TE-palveluiden hakemukset voivat olla myös huonolaatuisempia ja hakemuksissa saattaa lukea jopa ”En halua töihin, vaan työkkäri pakottaa hakemaan töitä”. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

Kun valitaan rekryointikanavaa, tulisi ottaa huomioon se, että julkaistaan ilmoitus useammassa eri paikassa, jotta se saisi mahdollisimman paljon näkyvyyttä ja hakijat löytävät sen. Lisäksi kohdentaminen hakukanavissa on tärkeää. Pidempiaikaiset tehtävät voidaan laittaa markkinointikanaviin, jolloin ilmoituksia näkyy Instagramissa ja Facebookissa. Tämän seurauksena voidaan saada kohderyhmältä hakemuksia, vaikka he eivät etsisi aktiivisesti työtä. HR-konsultti kuitenkin mainitsee, että markkinointia voisi tehostaa ja sitä voisi käyttää enemmän esimerkiksi haastavien alojen ja spesifien ammattien rekryoinnissa. (HR-konsultti, haastattelu 23.1.2024.)

6.3 Rekryointiprosessin haasteet ja kehittäminen

HR-konsultin haastattelussa nousi esille, että moni työnhakija ei panosta työhakemukseensa tarpeeksi. Oleellisia tietoja jää puuttumaan ja esimerkiksi omasta työkokemuksesta ei kerrota tarkemmin. Näiden hakemusten kohdalla on hyvin vaikea tietää hakijasta juuri mitään ja se antaa rekrytoijalle kuvan, että työ ei edes kiinnosta hakijaa. Kun profiilia ei ole täytetty kunnolla, ei häntä yleensä kutsuta haastatteluunkaan. Haastattelussa nousi myös esille se, että hakija laittaisi haki-

japrofiiliinsa kuvan, jotta sitä ei tarvitsisi pyytää myöhemmin, jos hakija saa työn ja tarvitsee tilailla erilaisia kortteja.

Haasteena nousi esille myös rekrytointiprosessin eri vaiheiden roolien jako. Varsinkin aikaisemmin on ollut haasteita siinä, miten HR-konsultti ja myyjä jakavat tehtävät rekrytointiprosessin aikana. HR-konsultilla työmäärää on enemmän kuin myyjällä ja HR-konsultilla voi mennä paljon aikaa työpäivästä jo työssä olevien työntekijöiden asioiden hoitamiseen, kuten sairauslomiin ja tuntien merkkäämiseen. Tämän seurauksena myyjä on voinut hypätä rekrytointin eri vaiheisiin auttamaan, jolloin HR-konsultille ei ole selvää, mitä on jo tehty ja milloin.

Yrityksellä on käytössä Likeit-järjestelmä, jossa voi hoitaa kaikki rekrytointiin liittyvät asiat ja muuta. Likeit on monilla rekrytointiyrityksillä käytössä ja se on yleispätevä sovellus. Sovelluksessa voi hoitaa asiakkuuksien hallintaa, rekrytointia, työkirjauksia, töiden laskuttamista, palkkojen maksua ja kirjanpitoa. (Likeit) Kysyin HR-konsultilta, miten järjestelmä toimii heillä ja onko siinä joitain puutteita. HR-konsultin mielestä järjestelmä toimii hyvin ja sisältää kaikki tarvittavat toiminnot. Järjestelmää päivitetään jatkuvasti ja ongelmia pyritään ratkaisemaan ja tekemään järjestelmää helpokäyttöisemmäksi. HR-konsultti ei ole huomannut itse mitään ongelmia tai puutteita.

Kysyin HR-konsultilta seuraavana siitä, että lähetetäänkö hakijoille välitietoja, miten rekrytointiprosessi etenee ja lähetetäänkö hakijoille, joita ei tullut valituksi viestiä. HR-konsultti vastasi, että he pyrkivät lähettämään välitietoja hakijoille, sillä se antaa ammattimaisemman kuvan yrityksestä. Asiakkaalla saattaa muuttua tarve työntekijästä kesken rekrytointiprosessin, jolloin ilmoitetaan hakijoille, että asiakkaalla ei ole enää tarvetta työntekijälle. Valintojen tuloksista pyritään myös ilmoittamaan hakijoille. Case-yrityksellä on myös päällä jatkuvia hakuja, joihin voi jättää hakemuksen pitkällä aikavälillä. Tämä on ns. poolin keräämistä ja sieltä katsotaan hyviä työntekijöitä talteen. Koska nämä haut ovat pitkään auki, ei niistä ilmoiteta välitietoja hakijoille.

Kysyin haastattelussa myös onnistuneeseen rekrytointiprosessiin vaikuttavista tekijöistä. HR-konsultin mielestä rekrytointiprosessi on onnistunut, kun löydetään oikea henkilö kyseiseen työhön. Haastattelu menee hyvin ja siitä jää itselle hyvä fiilis ja asiakaskin on tyytyväinen häneen. Kun henkilö sitten lopulta saadaan työhön ja saadaan hyvää palautetta, on rekrytointiprosessi onnistunut hyvin. Lisäksi kysyin HR-konsultilta mitkä tekijät hänen mielestään vaikuttavat työnantajamielikuvaan. Hän vastasi, että haastattelutilanteesta tulisi luoda mahdollisimman mukava ja sellainen, että hakijasta saadaan paljon tietoa irti. Jos hakija on hyvin jännittynyt, ei hänestä saa-

da paljoo tietoo, vaikka hakija olisi muuten hyvä. Haastattelussa luodaan hakijasta mielikuva, joka vaikuttaa myös siihen, pääseekö henkilö työhön. Lisäksi HR-konsultti piti tärkeänä sitä, että pidetään hakijat ajan tasalla, miten hakuprosessi etenee ja missä vaiheessa ollaan menossa valinnoissa. Tämä antaa hakijalle ammattimaisen kuvan ja hänkin tietää mitä prosessissa tapahtuu.

6.4 Forms-kysely

Tein case-yritykseen hakeville, jotka ovat käyneet haastattelussa, Forms-kyselyn. Kysely käsitteli case-yrityksen rekrytointiprosessia ja sen vaiheita hakijan omasta näkökulmasta. Kysely rakennettiin niin, että se olisi mahdollisimman helposti lähestyttävä ja siihen olisi nopea vastata. Kyselyssä on kysymyksiä, joihin on annettu vastausvaihtoehdot, sekä kysymyksiä, joihin vastaukset kirjoitetaan itse. Tein kyselyn, koska haluan saada rekrytointiprosessista tietoa myös niiltä, jotka ovat sen käyneet läpi.

Kysymyksiä oli yhteensä 12 ja vastauksia kyselyyn tuli kuusi. Vastauksia tuli kyselyyn suhteellisen vähän, mikä vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen ja tuloksiin. Kysely oli auki kuukauden ajan, jolloin vastauksia tuli vain muutama. Tämän seurauksena vastausaikaa pidennettiin kahdella viikolla. Tekemäni kyselyn linkin annoin case-yrityksen HR-konsultille, joka jakoi sen haastattelussa käyneille ihmisille. HR-konsultti jakoi linkin yli 20 työnhakijalle ja kyselyssä oli mahdollisuus osallistua lahjakorttiarvontaan, kun vastasi kyselyyn.

Ensimmäisenä kysymyksenä oli, että mitä kautta sait tiedon avoimesta työpaikasta. Vastauksissa oli vaihtelevuutta, joten case-yrityksen työpaikkailmoitukset ovat tavoittaneet monista eri lähteistä hakijoita. Yleisin vastaus oli Duunitori ja netistä. Seuraavana kysymyksenä oli, että mikä hakemuksessa herätti mielenkiinnon. Yleisin vastaus oli työn kuvaus tai mielenkiintoa herättävä työ. Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin, oliko hakijalla riittävästi tietoa kyseisestä tehtävästä ja yrityksestä ennen hakemista. Vastauksista 67 % vastasi kyllä ja 33 % vastasi en osaa sanoa. Ei vastauksia ei tullut yhtään kappaletta. Seuraavana kysyttiin, että jos edelliseen kysymykseen vastasi ei, niin mitä tietoa olisi kaivannut enemmän. Tähän kysymykseen tuli yksi vastaus, missä oli haluttu tarkempaa tietoa palkasta.

Viides kysymys koski hakemuksen jättämisen helppoutta. Kaikki vastanneet olivat sitä mieltä, että hakemuksen jättäminen oli helppoa. Tämän jälkeinen kysymys oli, että jos vastasi edelliseen kysymykseen ei, niin miksi. Tähän ei tullut yhtäkään vastausta, sillä edelliseen kysymykseen kukaan ei vastannut, että hakemuksen jättäminen oli vaikeaa. Seuraavana kysymyksenä oli, että millä tavalla ilmoitettiin, että pääset haastatteluun. Viisi vastasi, että soittamalla ja yksi vastasi, että viestillä. Kahdeksas kysymys käsitteli haastattelun sujuvuutta ja informaation tarpeellista saamista. Kaikki vastanneet sanoivat, että haastattelu sujui hyvin ja he saivat tarpeellista informaatiota haettavasta tehtävästä. Seuraavana käsiteltiin haastattelutilannetta ja miten he kokivat sen. Kaikki kokivat haastattelutilanteen mukavaksi, asialliseksi ja haastattelussa oli hyvä ilmapiiri.

Kymmenentenä kysymyksenä oli, että miten hakija koki hakuprosessin kokonaisuutena. 33 % koki haastattelun erittäin hyvänä ja 67 % hyvänä. Seuraavana kysyttiin, että mitä hyvää tai kehitettävää sanottavaa heillä on rekrytointiprosessista. Kysymykseen vastasi kolme, ja kaikki vastasivat, että prosessi oli hyvä ja heillä ei ollut kehittämisideoita. Viimeisenä kysyttiin, että ilmoitettiinko sinulle, miten haastattelun jälkeen jatketaan. Kaikki vastasivat kysymykseen kyllä.

7 TUTKIMUSTULOKSET

7.1 Haastattelu: Rekrytointiprosessin haasteet ja kehittäminen

HR-konsultin haastattelussa nousi esille, että moni työnhakija ei panosta työhakemukseensa tarpeeksi. Oleellisia tietoja jää puuttumaan ja esimerkiksi omasta työkokemuksesta ei kerrota tarkemmin. Näiden hakemusten kohdalla on hyvin vaikea tietää hakijasta juuri mitään ja se antaa rekrytoijalle kuvan, että työ ei edes kiinnosta hakijaa. Kun profiilia ei ole täytetty kunnolla, ei häntä yleensä kutsuta haastatteluunkaan. Haastattelussa nousi myös esille se, että hakija laittaisi hakiprofiiliinsa kuvan, jotta sitä ei tarvitsisi pyytää myöhemmin, jos hakija saa työn ja tarvitsee tilailla erilaisia kortteja.

Haasteena nousi esille myös rekrytointiprosessin eri vaiheiden roolien jako. Varsinkin aikaisemmin on ollut haasteita siinä, miten HR-konsultti ja myyjä jakavat tehtävät rekrytointiprosessin aikana. HR-konsultilla työ määrää on enemmän kuin myyjällä ja HR-konsultilla voi mennä paljon aikaa työpäivästä jo työssä olevien työntekijöiden asioiden hoitamiseen, kuten sairauslomiin ja tuntien merkkäamiseen. Tämän seurauksena myyjä on voinut hypätä rekrytoinnin eri vaiheisiin auttamaan, jolloin HR-konsultille ei ole selvää, mitä on jo tehty ja milloin.

Yrityksellä on käytössä Likeit-järjestelmä, jossa voi hoitaa kaikki rekrytointiin liittyvät asiat ja muuta. Likeit on monilla rekrytointiyrityksillä käytössä ja se on yleispätevä sovellus. Sovelluksessa voi hoitaa asiakkuuksien hallintaa, rekrytointia, työkirjauksia, töiden laskuttamista, palkkojen maksua ja kirjanpitoa. (Likeit) Kysyin HR-konsultilta, miten järjestelmä toimii heillä ja onko siinä joitain puutteita. HR-konsultin mielestä järjestelmä toimii hyvin ja sisältää kaikki tarvittavat toiminnot. Järjestelmää päivitetään jatkuvasti ja ongelmia pyritään ratkaisemaan ja tekemään järjestelmää helpokäyttöisemmäksi. HR-konsultti ei ole huomannut itse mitään ongelmia tai puutteita.

Kysyin HR-konsultilta seuraavana siitä, että lähetetäänkö hakijoille välitietoja, miten rekrytointiprosessi etenee ja lähetetäänkö hakijoille, joita ei tullut valituksi viestiä. HR-konsultti vastasi, että he pyrkivät lähettämään välitietoja hakijoille, sillä se antaa ammattimaisemman kuvan yrityksestä. Asiakkaalla saattaa muuttua tarve työntekijästä kesken rekrytointiprosessin, jolloin ilmoitetaan hakijoille, että asiakkaalla ei ole enää tarvetta työntekijälle. Valintojen tuloksista pyritään myös

ilmoittamaan hakijoille. Case-yrityksellä on myös päällä jatkuvia hakuja, joihin voi jättää hakemuksen pitkällä aikavälillä. Tämä on ns. poolin keräämistä ja sieltä katsotaan hyviä työntekijöitä talteen. Koska nämä haut ovat pitkään auki, ei niistä ilmoiteta välitietoja hakijoille.

Kysyin haastattelussa myös onnistuneeseen rekrytointiprosessiin vaikuttavista tekijöistä. HR-konsultin mielestä rekrytointiprosessi on onnistunut, kun löydetään oikea henkilö kyseiseen työhön. Haastattelu menee hyvin ja siitä jää itselle hyvä fiilis ja asiakaskin on tyytyväinen häneen. Kun henkilö sitten lopulta saadaan työhön ja saadaan hyvää palautetta, on rekrytointiprosessi onnistunut hyvin. Lisäksi kysyin HR-konsultilta mitkä tekijät hänen mielestään vaikuttavat työnantajamielikuvaan. Hän vastasi, että haastattelutilanteesta tulisi luoda mahdollisimman mukava ja sellainen, että hakijasta saadaan paljon tietoa irti. Jos hakija on hyvin jännittynyt, ei hänestä saada paljoa tietoa, vaikka hakija olisi muuten hyvä. Haastattelussa luodaan hakijasta mielikuva, joka vaikuttaa myös siihen, pääseekö henkilö työhön. Lisäksi HR-konsultti piti tärkeänä sitä, että pidetään hakijat ajan tasalla, miten hakuprosessi etenee ja missä vaiheessa ollaan menossa valinnoissa. Tämä antaa hakijalle ammattimaisen kuvan ja hänkin tietää mitä prosessissa tapahtuu.

7.2 Forms-kysely: Työnhakijoiden näkökulma

Tein case-yritykseen hakeville, jotka ovat käyneet haastattelussa, Forms-kyselyn. Kysely käsitteli case-yrityksen rekrytointiprosessia ja sen vaiheita hakijan omasta näkökulmasta. Kysely rakennettiin niin, että se olisi mahdollisimman helposti lähestyttävä ja siihen olisi nopea vastata. Kyselyssä on kysymyksiä, joihin on annettu vastausvaihtoehdot, sekä kysymyksiä, joihin vastaukset kirjoitetaan itse. Tein kyselyn, koska haluan saada rekrytointiprosessista tietoa myös niiltä, jotka ovat sen käyneet läpi.

Kysymyksiä oli yhteensä 12 ja vastauksia kyselyyn tuli kuusi. Vastauksia tuli kyselyyn suhteellisen vähän, mikä vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen ja tuloksiin. Kysely oli auki kuukauden ajan, jolloin vastauksia tuli vain muutama. Tämän seurauksena vastausaikaa pidennettiin kahdella viikolla. Tekemäni kyselyn linkin annoin case-yrityksen HR-konsultille, joka jakoi sen haastateluissa käyneille ihmisille. HR-konsultti jakoi linkin yli 20 työnhakijalle ja kyselyssä oli mahdollisuus osallistua lahjakorttiarvontaan, kun vastasi kyselyyn.

Ensimmäisenä kysymyksenä oli, että mitä kautta sait tiedon avoimesta työpaikasta. Vastauksissa oli vaihtelevuutta, joten case-yrityksen työpaikkailmoitukset ovat tavoittaneet monista eri lähteistä hakijoita. Yleisin vastaus oli Duunitori ja netistä. Seuraavana kysymyksenä oli, että mikä hakemuksessa herätti mielenkiinnon. Yleisin vastaus oli työn kuvaus tai mielenkiintoa herättävä työ. Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin, oliko hakijalla riittävästi tietoa kyseisestä tehtävästä ja yrityksestä ennen hakemista. Vastauksista 67 % vastasi kyllä ja 33 % vastasi en osaa sanoa. Ei vastauksia ei tullut yhtään kappaletta. Seuraavana kysyttiin, että jos edelliseen kysymykseen vastasi ei, niin mitä tietoa olisi kaivannut enemmän. Tähän kysymykseen tuli yksi vastaus, missä oli haluttu tarkempaa tietoa palkasta.

Viides kysymys koski hakemuksen jättämisen helppoutta. Kaikki vastanneet olivat sitä mieltä, että hakemuksen jättäminen oli helppoa. Tämän jälkeinen kysymys oli, että jos vastasi edelliseen kysymykseen ei, niin miksi. Tähän ei tullut yhtäkään vastausta, sillä edelliseen kysymykseen kukaan ei vastannut, että hakemuksen jättäminen oli vaikeaa. Seuraavana kysymyksenä oli, että millä tavalla ilmoitettiin, että pääset haastatteluun. Viisi vastasi, että soittamalla ja yksi vastasi, että viestillä. Kahdeksas kysymys käsitteli haastattelun sujuvuutta ja informaation tarpeellista saamista. Kaikki vastanneet sanoivat, että haastattelu sujui hyvin ja he saivat tarpeellista informaatiota haettavasta tehtävästä. Seuraavana käsiteltiin haastattelutilannetta ja miten he kokivat sen. Kaikki kokivat haastattelutilanteen mukavaksi, asialliseksi ja haastattelussa oli hyvä ilmapiiri.

Kymmenentenä kysymyksenä oli, että miten hakija koki hakuprosessin kokonaisuutena. 33 % koki haastattelun erittäin hyvänä ja 67 % hyvänä. Seuraavana kysyttiin, että mitä hyvää tai kehitettävää sanottavaa heillä on rekrytointiprosessista. Kysymykseen vastasi kolme, ja kaikki vastasivat, että prosessi oli hyvä ja heillä ei ollut kehittämisideoita. Viimeisenä kysyttiin, että ilmoitettiinko sinulle, miten haastattelun jälkeen jatketaan. Kaikki vastasivat kysymykseen kyllä.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Hakijat olivat saaneet tiedon avoimesta työpaikasta Duunitorista tai muista verkkolähteistä. Tämä kuvastaa hyvin, että yrityksen työpaikkailmoitukset tavoittavat hyvin hakijoita eri lähteistä. Hakijat olivat saaneet pääsääntöisesti riittävästi tietoa yrityksestä ja työtehtävistä, johon haastateltava oli hakemassa. Tämä kertoo yrityksen hyvästä ja selkeistä viestintä- ja tiedotuskäytännöistä. Hakijat kokivat hakemuksen jättämisen helpoksi ja haastattelun sujuneen hyvin. Se viittaa siihen, että rekrytointiprosessin käytännöt ovat tehokkaita ja selkeitä, jotka luovat hakijalle positiivisen kuvan prosessista. Kaikki hakijat kokivat rekrytointiprosessin hyvänä tai erittäin hyvänä, joten yrityksen rekrytointiprosessi toimii hyvin ja lisäksi hakijat eivät löytäneet kehityskohteita prosessista. Viimeisenä kaikille hakijoille kerrottiin, miten hakuprosessia jatketaan. Tämä kertoo sen, kuinka selkeästi yritys viestii hakijoille prosessin eri vaiheissa. Tämä auttaa vähentämään epävarmuutta hakijoille ja se luo heidän ja yrityksen välille vahvemman luottamuksen. Kuitenkin on tärkeä huomioida, että kyselyyn vastasi vain kuusi hakijaa, joka vaikuttaa vastauksien luotettavuuteen ja laajuuteen.

Koska kyselyyn tuli hyvin positiivisia vastauksia ja rekrytointiprosessi vaikuttaa tämän kyselyn perusteella todella hyvälle, on tärkeää pohtia vastausten laatua. Osatekijä vastausten positiiviseen luonteeseen voi olla se, että kyselyssä ei korosteta tarpeeksi anonymiteettia. Tämän seurauksena työnhakijat eivät välttämättä uskalla antaa negatiivista palautetta, sillä yritys voi olla tuleva työnantaja vastaajalle. Koko työnhakuprosessin aikana hakijat haluavat antaa hyvän kuvan itsestään, joka voi myös heijastua kyselyn tuloksiin, koska halutaan vastata niin, kuin rekrytoija toivoisi. Kysymysten laatu ja monipuolisuus voivat myös vaikuttaa kyselyn tuloksiin. Olivatko kysymykset tarpeeksi laajoja ja kattavia selvittämään hakijoiden kokemusta rekrytointiprosessista.

HR-konsultin haastattelussa nousi esille se, että hakijat eivät panosta riittävästi työhakemuksiin. Moni pätevä hakija saattaa jäädä kutsumatta haastatteluun hakemuksen puutteellisuuden takia. Lisäksi HR-konsultin haastattelussa selvisi, että sisällön markkinointiin ja sosiaaliseen mediaan voitaisiin panostaa enemmän. On tärkeää olla siellä, missä työnhakijatkin ovat ja yrityksen kohde-ryhmästä merkittävä osa on sosiaalisen median käyttäjiä. HR-konsultin mielestä rekrytointiprosessi on ihan hyvä ja hänellä ei ollut mitään suuria kehitysideoita mielessä.

9 KEHITYSIDEAT

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten saataisiin kohdeyrityksen rekrytointiprosessista tehokkaampi ja toimivampi. Idean työn toteuttamiseen sain, kun olin ammattiharjoittelussa kyseisellä yrityksellä keväällä 2023. Harjoittelun loppuajana ehdotin, että jos tekisin opinnäytetyön yritykselle ja kyselin vähän, olisiko heillä jotain ehdotusta aiheesta. Yrityksellä ei ollut mitään tiettyä ideaa, joten ehdotin omaa ideaani rekrytointiprosessin kehittäminen yritykselle, joka sopi yritykselle hyvin.

Kohdeyrityksen rekrytointiprosessi on tällä hetkellä ihan hyvä. Yritys saa rekrytoitua työntekijöitä ja asiakkaita on, vaikka tämänhetkinen työllisyystilanne on huono. Kuitenkin joitain kehityskohtaitakin löytyy. Toimintatavat on ollut kehityskohtana yrityksessä jo harjoitteluni aikana 2023 keväästä asti. Vaikka toimintatapoja on hiottu, niiden välillä on silti toisinaan erimielisyyksiä sen välillä, kuka tekee mitään. Yrityksessä on ollut viimeisen vuoden aikana paljon vaihtuvuutta työntekijöissä, jonka seurauksena toimintatavat ovat muuttuneet vaihdosten aikana. Myyjä on ottanut joitain HR-konsultin asioita hoitoon, koska HR-konsultilla on enemmän hommaa, jonka seurauksena ei ole ihan selvää mitä on tehty ja kuka on tehnyt. Tämän seurauksena on sovittu, että myyjä keskittyy myymiseen ja HR-konsultti HR-asioihin ja myyjä auttaa tarvittaessa HR-konsulttia, jos hänellä on tarve.

HR-konsultin haastattelussa nousi esille myös se, että hakijat voisivat panostaa enemmän hakemuksiinsa, jotta saataisiin hakijoista kokonaisvaltaisempi kuva. Kokemuksen omaavat hakijat, joiden hakemuksiin ei olla panostettu saattavat jäädä huomiotta, koska hakemuksesta ei saada tarpeellista tietoa. Kun hakijat panostavat heidän hakemuksiinsa, niin potentiaalisia hakijoita olisi enemmän. Case-yrityksessä on mahdollista jättää joko pikahakemus, jossa robotti kyselee muutamia peruskysymyksiä, tai vaihtoehtoisesti normaali sähköinen hakemus. Sähköisessä hakemuksessa täytetään omat perustiedot ja vastataan kysymyksiin, joissa kerrotaan itsestä, työkokemuksesta ja kokemusvuosista alalta. Hakemusta jättäessä ei ole kohtaa, mihin voisi jättää pelkästään CV:n ja työhakemuksen. Pelkkä CV:n ja työhakemuksen jättäminen voi olla joillekin hakijoille nopeampi ja helpompi tapa hakea työpaikkaa, sillä monilla nämä ovat jo valmiina ja ne on tehty yleensä huolella. Näin ollen voitaisiin vähentää puutteellisten hakemusten määrää ja moni voisi kokea hakemuksen jättämisen helpommaksi.

Forms-kyselyssä nousi esille, että työhakemuksessa voisi näkyä tarkka palkka tai haitari, mille välille palkka sijoittuu. Tällä hetkellä case-yrityksen työpaikkailmoituksissa palkasta mainitaan vain se, että se määräytyy TES:in mukaan. Moni hakija ei jaksanut nähdä vaivaa, että etsisi palkan määrän itse, joten palkkahaitari olisi hyvä olla näkyvässä jo ilmoituksessa. Osa hakijoista ei välttämättä edes osaa etsiä palkkaa netistä, joka voi vaikuttaa siihen, hakeeko hän paikkaa ollenkaan. Lisäksi palkasta avoimesti puhuminen antaa yritykselle ammattimaisen kuvan. Avoimuus rekrytointiprosessin ajan säästää sekä hakijan, että myös rekrytoijan aikaa. Duunitorin tekemän palkkakyselyn perusteella 91 % hakijoista toivoisi työpaikkailmoitukseen tarkan palkan tai palkkahaitarin. (Salonen 2022) EU on hyväksynyt vuonna 2023 palkka-avoimuus-direktiivin, jonka mukaan palkka tai palkan vaihteluväli on ilmoitettava työpaikkailmoituksessa tai ennen haastattelua menoa. Tällä pyritään naisten ja miesten väliseen tasa-arvoon palkan saamisessa. (Eurooppa-neuvosto 2024)

Henkilöstöpalveluyrityksiä on tällä hetkellä paljon. Osa yrityksistä voi luvata työntekijöilleen esim. työvaatteet tai tulityökortin käymisen ja maksamisen. Tällä tavalla yritykset erottuvat toisistaan ja yritys saa positiivista palautetta ja kokemuksia työntekijöiltään. Case-yrityksessä annetaan työntekijöille tarpeelliset työvaatteet ilmaiseksi. Yksi suuri kilpailuetu henkilöstöpalvelualalla voisi olla työturvallisuuskortin ja tulityökortin käyminen yrityksen kustantamana tai puoliksi kustantamana. Jos case-yritys järjestäisi koulutukset näihin ja kustantaisi edes puolet siitä, olisi tämä suuri etu kilpailulla alalla. Tällöin myös hakijat, keillä on potentiaalia ja motivaatiota, mutta heiltä puuttuu tarvittavat kortit, voisivat myös olla hyvä vaihtoehto työhön, jos heille järjestettäisiin tarvittavat koulutukset. Moni hakija ei halua käydä kortteja turhaan, jos ei ole varmuutta työpaikan saamisesta ja heillä ei ole välttämättä varaa siihen. Ehdottaisin siis, että case-yritys voisi ottaa käyttöön korttien maksamisen joko kokonaan, tai puoliksi ja järjestäisi tarvittavat koulutukset.

HR-konsultin haastattelussa nousi esille se, että sisältömarkkinointiin voitaisiin panostaa enemmän. Case-yritys laittaa muutamia työpaikkailmoituksia myös sosiaaliseen mediaan pyörimään, jolla pyritään tavoittamaan kohderyhmään kuuluvia henkilöitä. Sisältömarkkinoinnilla voidaan tavoittaa myös passiivisia työnhakijoita, jotka eivät aktiivisesti etsi töitä, mutta ovat avoimia uusille työpaikoille. Sisältömarkkinointiin panostaminen tuo enemmän näkyvyyttä itse yritykselle ja tällä tavoin tavoitetaan uusia ihmisiä. Sisältömarkkinointiin panostaminen nykypäivä liiketoimintaympäristössä on todella tärkeää, jotta pysytään digitaalisen kehityksen mukana ja ollaan ajan tasalla. Ehdottaisin, että case-yritys pyrki laittamaan enemmän mainoksia hyvistä työpaikoista

sosiaaliseen mediaan, jotta saadaan enemmän näkyvyyttä yritykselle ja uusia hakijoita kohderyhmästä.

Yhä useammat rekryointiyritykset ovat ottaneet käyttöön sosiaalisen median kanavia, kuten Instagramin ja TikTokin. Näihin postataan infoa yrityksestä ja heidän toimintatavoistaan, sekä someen voidaan tehdä hauskoja videoita, joka tekee yrityksestä lähestyttävämmän ja aidomman. On todella yleistä, että yrityksellä on edes jokin sosiaalisen median kanava käytössä ja yleisimmin se on Instagram tai Facebook. Case-yrityksellä on Facebook käytössä, mutta kannustaisin heitä laajentamaan myös Instagramiin, missä suuri osa kohderyhmästä on. Lisäksi TikTok on noussut viime aikoina suuresti myös yritysten keskuudessa ja yhä useampi yritys tekee sisältöä myös sinne. TikTokissa voidaan tehdä rentoja videoita ja voidaan kannustaa ihmisiä hakemaan heille töihin. TikTokissa voidaan saada suurtakin näkyvyyttä yritykselle, jos videot saavat paljon näyttökertoja, jonka seurauksena yritys jää ihmisten mieleen ja se voi parantaa työnantaja mielikuvaa.

10 POHDINTA

Aiheeni oli rekrytointiprosessin kehittäminen case-yrityksessä ja koin aiheen mielenkiintoiseksi tehdä, sillä olin itse tekemässä rekrytointia kyseisessä yrityksessä ammattiharjoitteluni aikana. Tämän seurauksena minulla oli jo hyvä kuva case-yrityksen rekrytointiprosessin etenemisestä. Mielestäni sain vastattua tutkimuskysymyksiini hyvin ja sain uusia mielenkiintoisia näkökulmia työtä tehdessä. Yritys voi jatkossa käyttää kehitysideoitani hyödyksi rekrytointiprosessia kehittäessä. Haastavinta opinnäytetyön teossa oli aiheen rajausta ja tärkeän tiedon kiteyttäminen. Pyrin kehitysehdotuksillani valitsemaan toteutettavissa olevia ideoita, jotta niistä voisi olla oikeaa hyötyä yritykselle.

Opinnäytetyössä suurin haasteeni oli Forms-kyselyn pieni otanta. Kyselyyn pystyi vastaamaan kuukauden ajan, mutta vastauksia ei tullut tarpeeksi, joten jouduin pidentämään kyselyn vastausaikaa muutamalla viikolla. Lisäksi koin, että rekrytointikirjallisuutta on aika vähän ja se on suhteellisen vanhaa tietoa, mikä vaikutti lähteiden valintaan. Lisäksi case-yrityksessä on ollut vuoden aikana suuri vaihtuvuus, joka on vaikuttanut mm. yhteydenpitoon opinnäytetyön vastuuhenkilön kanssa.

Opin työtä tehdessä paljon rekrytointin eri vaiheista ja siitä, millainen hyvä rekrytointiprosessi voisi olla. Eri lähteet opettivat paljon ja sain uusia näkökulmia rekrytointin toteuttamiseen ja kehittämiseen. Lisäksi opin, miten suuresti onnistunut rekrytointiprosessi voi vaikuttaa laadukkaisiin työntekijöihin ja rekrytoitavien määrään. Mielestäni tärkeimmät tekijät rekrytointiprosessin onnistumisessa ovat hyvä lähtötilanteen kartoitus ja tarpeen analysointi, haastattelu, sekä hakijoiden ajan tasalla pitäminen.

LÄHTEET

Academicwork 2023. Edessä kompetenssipohjainen työhaastattelu – näin valmistaudut! Hakupäivä 21.11.2023.

<https://www.academicwork.fi/blogi/tyonhaku/vinkit-kompetenssipohjaiseen-haastatteluun>

Academicwork 2023. Rekrytointiprosessi. Hakupäivä 16.11.2023

<https://www.academicwork.fi/yrityksille/rekrytointiprosessi>

Agouridis, Andy2022. Jobylon. 7 Predictions for Recruitment in 2030. Hakupäivä 7.12.2023.

<https://www.jobylon.com/blog/7-predictions-for-recruitment-in-2030>

Atalent 2024. Rekrytointiprosessi. Hakupäivä 17.1.2024. <https://atalent.fi/fi/rekrytointiprosessi>

Duunitori 2023. Kuka palkataan? Huomioi nämä tekijät, kun teet rekrytointivalinnan. Hakupäivä 29.11.2023. <https://duunitori.fi/tyoelama/lopullinen-valinta>

Haavisto, Mikko 2021. Näistä asioista syntyy hyvä työpaikkailmoitus – älä sorru yleisiin sudenkuoppiin. Duunitori. Hakupäivä 20.11.2023.

[https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-](https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-tyopaikkailmoi-)

[tyopaikkailmoi-](https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-tyopaikkailmoi-)

[tus?q_src=google_ads&q_cmp=1684044693&q_term=&q_plac=&q_net=g&q_plt=gp&qad_sour-](https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-tyopaikkailmoi-tus?q_src=google_ads&q_cmp=1684044693&q_term=&q_plac=&q_net=g&q_plt=gp&qad_sour-)

[sour-](https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-tyopaikkailmoi-tus?q_src=google_ads&q_cmp=1684044693&q_term=&q_plac=&q_net=g&q_plt=gp&qad_sour-)

[ce=1&qclid=Cj0KCQiApOyqBhDIARIsAGfnyMrai7Z5JZCwFmGbff1StTjxKIWZbYHrGdcgCphNIhtl](https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-tyopaikkailmoi-tus?q_src=google_ads&q_cmp=1684044693&q_term=&q_plac=&q_net=g&q_plt=gp&qad_sour-ce=1&qclid=Cj0KCQiApOyqBhDIARIsAGfnyMrai7Z5JZCwFmGbff1StTjxKIWZbYHrGdcgCphNIhtlWFxE0jKSIWQaAsT4EALw_wcB)

[WFxE0jKSIWQaAsT4EALw_wcB](https://duunitori.fi/tyoelama/hyva-tyopaikkailmoi-tus?q_src=google_ads&q_cmp=1684044693&q_term=&q_plac=&q_net=g&q_plt=gp&qad_sour-ce=1&qclid=Cj0KCQiApOyqBhDIARIsAGfnyMrai7Z5JZCwFmGbff1StTjxKIWZbYHrGdcgCphNIhtlWFxE0jKSIWQaAsT4EALw_wcB)

Salonen, Aino 2022. Palkka työpaikkailmoituksiin, kiitos! 10 painavaa syytä kertoa palkkahaitari työnhakijalle ja vinkit työnantajalle. Duunitori. Hakupäivä 20.3.2024.

<https://duunitori.fi/tyoelama/palkka-tyopaikkailmoituksissa>

Mäkelä, Anna 2023. Työnhakija, muista oikeutesi – nämä asiat eivät kuulu työhaastatteluun. Duunitori. Hakupäivä 6.11.2023. <https://duunitori.fi/tyoelama/kielletyt-tyohaastattelukysymykset>

Rantanen, Susanna 2017. Miten hyvä työpaikkailmoitus kirjoitetaan? Näin tehostat kohderyhmään vaikuttamista työpaikkailmoituksella. Emine. Hakupäivä 20.11.2023. <https://emine.fi/miten-hyva-tyopaikkailmoitus-kirjoitetaan/>

Eurooppa-neuvosto 2024. Palkkauksen läpinäkyvyys EU:ssa. Hakupäivä 25.3.2024 <https://www.consilium.europa.eu/fi/policies/pay-transparency/>

Venermo, Alina. Sosiaalisen median hyödyt yritykselle. Folcan. Hakupäivä 8.4.2024. <https://folcan.fi/sosiaalisen-median-hyodyt/>

Harvard Business Review 2021. Reengineering the Recruitment Process. EBSCO-tietokanta. Vaatii käyttöoikeuden. Special issue, 18-20. Hakupäivä 9.11.2023.

Jobly 2023. Vinkkejä rekrytointiin: työhaastattelun rakenne. Hakupäivä 21.11.2023 <https://www.jobly.fi/artikkelit/tyonantajille/tyohaastattelun-rakenne>

Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina. Tietoarkisto. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>

Laaksonen, Katarina 2022. Sosiaalinen media rekrytoinnissa. Kuulu. Hakupäivä 8.4.2024. <https://blog.kuulu.fi/sosiaalinen-media-rekrytoinnin-apuna>

Lindfelt, Villy 2022. Lakius. Rekrytoinnin juridiikka. Hakupäivä 6.11.2023 <https://www.lakius.fi/kirjoituksia/rekrytoinnin-juridiikka>

Likeit. Hakupäivä 4.3.2024. <https://likeit.fi/>

Nieminen, Kari 2022. Sosiaalinen media – synnystä nykypäivään. Markkinoinnin trendit. Hakupäivä 8.4.2024. <https://markkinointitrendit.fi/s-kirjaimella-alkavat-sanat-85489/sosiaalinen-media/>

Koivusaari, Anne 2019. Tuloksellisen rekrytoinnin opas ilmestynyt. ManpowerGroup. Hakupäivä 5.12.2023. <https://blogi.manpowergroup.fi/tuloksellinen-rekrytointi-opas>

Niskanen, Aaretti 2023. Paljonko virherekrytointi maksaa ja miten siltä voidaan välttyä? Hakupäivä 31.10.2023. <https://wellpack.fi/rekrytointi/paljonko-virherekrytointi-maksaa-ja-miten-silta-voidaan-valttya/>

Salminen-Kultanen, Päivi 2019. Vastuullisuus rekrytoinnin kilpailuetuna – mitä se oikein tarkoittaa? Oikotie työpaikat Hakupäivä 5.2.2024. <https://tyopaikat.oikotie.fi/tyonantajalle/artikkelit/vastuullisuus-rekrytoinnin-kilpailuetuna-mita-se-oikein-tarκοittaa>

Puusa, Anu & Juuti, Pauli 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus.

Spilker, Josh 2019. The Future of Recruiting: 5 Areas to watch for. Recruitment.com. Hakupäivä 5.12.2023. <https://recruitment.com/future/future-of-recruiting>

Rekrytointi 2018. Onnistunut rekrytointi on haaste, mahdollisuus ja sijoitus. Hakupäivä 19.12.2023. <https://www.rekrytointi.info/>

Silfversten, Noora, Härkönen, Saaga & Eskola, Jari 2019. Rekrytointi riskillä vai varman päälle? Hakupäivä 19.12.2023. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/138075/08_Silfversten_rekrytointi_riskilla_vai_varman_paalle.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Talentech 2023. Mitä on SoMe-rekrytointi ja miksi se on tärkeää? <https://blog.talentech.com/fi/mita-on-some-rekrytointi>

Te-palvelut 2022. Sosiaalinen media työnhaussa. Hakupäivä 3.4.2024 <https://toimistot.te-palvelut.fi/web/suoma/sosiaalinen-media-tyonhaussa>

TE-palvelut. Uusi työpaikkailmoitus. Hakupäivä 6.2.2024.

<https://ohje.te-palvelut.fi/taohje/fi/yrityksen-ja-tyonantajan-oma-asiointi/uusi-tyopaikkailmoitus>

Vahtio, Eeva-Leena 2005. Rekrytointi menestystekijänä. Helsinki: Edita.

Viitala, Riitta 2021. Henkilöstöjohtaminen. Keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Helsinki: Edita.

Rekrytointiprosessin

1. Kerro, miten rekrytointiprosessi etenee ja miten vaiheiden vastuut jakautuu HR:n ja myyjän välillä
2. Miksi juuri näihin roolituksiin on päädytty ja onko kokeiltu jotain muuta?
3. Millainen työllisyystilanne tällä hetkellä on? Onko jokin tietty työtehtävä, mikä korostuu tällä hetkellä?
4. Miten paljon rekrytoitavien määrä vaihtelee vuoden aikana ja kuinka paljon rekrytoitte vuoden aikana?
5. Minkälainen teidän käyttämäne järjestelmä on? Minkälaisia puutteita siinä on? Entä mikä on hyvää järjestelmässä?
6. Lähetättekö hakijoille väliaikatietoja, miten rekrytointi etenee? Lähetättekö viestiä henkilöille, jotka eivät tulleet valituiksi tietoa?

Työpaikkailmoitus ja rekrytointikanavat

7. Missä kanavissa työpaikkailmoitukset julkaistaan?
8. Mikä kanava on mielestäsi toimivin? Miksi?
9. Mitä tulisi ottaa huomioon, kun valitsee rekrytointikanavia?
10. Hyödynnetäänkö kaikkia rekrytointikanavia tehokkaasti? Olisiko jotain kehitettävää?

Rekrytoinnin haasteet

11. Koetko, että rekrytointi on haastavaa? Miltä osin? Onko jokin rekrytointiprosessin vaihe haasteellinen?
12. Onko joillekin aloille haastavampi löytää osaajia? Mille? Mistä se johtuu?

Rekrytointiprosessin kehitysideat

13. Miten kehittäisit nykyistä rekrytointiprosessia?
14. Onko prosessissa turhia tai liian vähän vaiheita ja mitä nämä ovat?
15. Millaiset tekijät vaikuttavat onnistuneeseen rekrytointiin?
16. Mitkä vaiheet rekrytointiprosessissa ovat tärkeitä työnantajamielikuvan kannalta?

13.00 Outlook forms.office.com

Rekrytointiprosessin kysely

Teen oppinäytetyötä rekrytointiprosessin kehittämistä ja olisin todella kiitollinen, jos vastaisit tähän lyhyeen kyselyyn rekrytointiprosessista. Kysely on anonyymi. Kaikkien vastaajien kesken arvotaan 20€ S-ryhmän lahjakortti! Arvonta suoritetaan 29.2.2024.

1. Mitä kautta sait tiedon avoimesta työpaikasta?

Kirjoita vastaus

2. Mikä hakemuksessa herätti mielenkiinnon?

Kirjoita vastaus

3. Oliko sinulla riittävästi tietoa tehtävästä ja yrityksestä ennen hakemista

kyllä

en osaa sanoa

ei

4. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, niin mitä tietoa olisit kaivannut enemmän?

Kirjoita vastaus

5. Oliko hakemuksen jättäminen helppoa?

kyllä

en osaa sanoa

ei

6. Jos vastasit ei, niin miksi?

Kirjoita vastaus

7. Miten sinulle ilmoitettiin, että pääsit haastatteluun?

Soittamalla

Viestillä

7. Miten sinulle ilmoitettiin, että pääsit haastatteluun?

Soittamalla

Viestillä

Sähköpostilla

Jokin muu

8. Miten haastattelu sujui? Saitko riittävästi lisää infoa?

Kirjoita vastaus

9. Miten koit työhaastattelutilanteen?

Kirjoita vastaus

10. Miten koit hakuprosessin kokonaisuudessaan?

erittäin hyvä

hyvä

en osaa sanoa

huono

erittäin huono

10. Miten koit hakuprosessin kokonaisuudessaan?

erittäin hyvä

11. Mitä hyvää tai kehitettävää sanottavaa sinulla on rekrytointiprosessista?

Kirjoita vastaus

12. Ilmoitettiin sinulle, miten haastattelun jälkeen jatketaan?

Kyllä

Ei

11. Mitä hyvää tai kehitettävää sanottavaa sinulla on rekrytointiprosessista?

erittäin huono

12. Ilmoitettiin sinulle, miten haastattelun jälkeen jatketaan?

Kyllä

Ei

13. Jos haluat osallistua S-ryhmän lahjakorttiarvontaan, jätä nimi puhelinnumero ja sähköposti.

Kirjoita vastaus

Lähetä

Älä koskaan luovuta salasanaa kenellekään. [Ilmoita väärinkäytöstä](#)