

TYÖNHAKIJAKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN REKRY- TOINTIPROSESSISSA

Wilderness Hotels & Safaris
Eemeli Lappalainen

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

2024

Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi (AMK)

Tekijä	Eemeli Lappalainen	Vuosi	2024
Ohjaaja(t)	Anne Tolvanen		
Toimeksiantaja	Nellim Wilderness Hotels & Safaris Oy		
Työn nimi	Työnhakijakokemuksen kehittäminen rekrytointiprosessissa		
Sivumäärä	33 + 9		

Opinnäytetyön aiheena oli työnhakijakokemuksen kehittäminen rekrytointiprosessissa. Tarkoituksena oli selvittää, miten rekrytointiprosessia voidaan kehittää siten, että työnhakijakokemus olisi parempi ja houkuttelevampi yrityksessä Wilderness Hotels & Safaris Oy. Pääasiallinen tutkimuskysymys on: Miten rekrytointiprosessia voidaan kehittää yrityksessä työnhakijakokemuksen parantamiseksi? Aputukikysymykset ovat: Miten rekrytointiprosessin eri vaiheet (työpaikkailmoitus, hakemuksen jättäminen, haastattelut ja valintapäätös) vaikuttavat työnhakijoiden kokemukseen yrityksestä? Miten rekrytointiprosessin aikana tapahtuva viestintä vaikuttaa työnhakijoiden tyytyväisyyteen ja halukkuuteen ottaa vastaan työtarjous?

Tietoperustan keskeiset käsitteet olivat työnhakijakokemus, rekrytointi ja onnistunut rekrytointi. Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli kvalitatiivinen tutkimus eli laadullinen tutkimus. Kyselytutkimuksen toteutin hyödyntäen Webropol-järjestelmää. Järjestelmästä saatujen tuloksien avulla ja erilaisia lähteitä käyttäen analysoin tutkimuksen aineiston.

Tutkimustuloksista selvisi, että iso osa toimeksiantajan uusista työntekijöistä on tyytyväisiä yrityksen rekrytointiprosessiin. Tuloksista kävi kuitenkin ilmi, että viestinnässä on kehitettävää. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän puutteita tuli ilmi muutama otteeseen.

Avainsanat

Työnhakijakokemus, rekrytointi, onnistunut rekrytointi

Business Management
Bachelor of Business Administration

Author	Eemeli Lappalainen	Year	2024
Supervisor(s)	Anne Tolvanen		
Commissioned by	Nellim Wilderness Hotels & Safaris Oy		
Title	Improving the job applicant experience in the recruitment process		
Number of pages	33 + 9		

The topic of my thesis was improving job applicant experience in the recruitment process. The purpose was to explore how the recruitment process can be developed to enhance the job applicant experience and make it more attractive in the company Wilderness Hotels & Safaris Oy. The main research question is: How can the recruitment process be improved in the company to enhance the candidate experience? The sub-questions are: How do different stages of the recruitment process (job advertisement, application submission, interviews, and selection decision) affect candidates' experience of the company? How does communication during the recruitment process influence candidates' satisfaction and willingness to accept the job offer?

The key concepts of the theoretical framework are job applicant experience, recruitment, and successful recruitment. The research method of the thesis was qualitative research. I conducted the survey using the Webropol system. With the results obtained from the system and by using various sources, I analyzed the research data.

The research findings revealed that a large portion of the new employees at the client company are satisfied with the company's recruitment process. However, the results also indicated that communication needs improvement. Both internal and external communication shortcomings were mentioned a few times.

Keywords job applicant experience, recruitment, successful recruitment

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Yrityksen esittely	5
1.2	Wilderness Hotels & Safaris oy rekrytointiprosessi.....	6
2	REKRYTOINTI	8
2.1	Rekrytointiprosessi.....	8
2.2	Onnistunut rekrytointi	9
2.3	Rekrytointistrategia	10
2.4	Työnhakijakokemus	11
2.5	Työntekijäkokemus	12
2.6	Työntekijäkokemuksen kehittäminen	13
3	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS, TAVOITE JA TUTKIMUSKYSYMYSET ...	14
3.1	Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus	14
3.2	Kyselytutkimus	15
3.3	Aineiston analyysi	17
3.4	Kohderyhmän valinta	17
4	TULOKSET JA ANALYSOINTI	19
4.1	Kyselyn tulokset	19
4.2	Avoimien kysymyksien tuloksien johtopäätökset	23
5	POHDINTA.....	26
5.1	Eettisyyden arviointi	27
5.2	Kehittämisideat.....	28
	LÄHTEET	30
	LIITTEET	32

1 JOHDANTO

Yrityskulttuuri luo pohjan toiminnalle, jonka avulla yritys menestyy. Sen kaikista tärkein prosessi on rekrytointi, koska rekrytoinnin tehtävänä on palkata yritykseen työntekijöitä, jotka sopivat yrityksen omaan kulttuuriin. Se on tärkeää sen vuoksi, että organisaatiossa työskentelevät ihmiset viihtyvät työpaikalla. Rekrytointi viestii myös paljon muille työntekijöille. Se kertoo millaista osaamista organisaatio arvostaa ja millaisia arvoja se todellisuudessa kannattaa. (Luukka 2019, 255.) Siksi haluankin tässä opinnäytetyössä korostaa rekrytoinnin merkitystä ja kehittää sitä paremmaksi yrityksessä Wilderness Hotels & Safaris oy.

Tutkin opinnäytetyössä työnhakijakokemuksen kehittämistä rekrytointiprosessissa. Työnhakijakokemuksen asettaminen etusijalle on tärkeää, koska työntekijät ovat yrityksen tärkein voimavara. Ilman työntekijöitä yritystä ei olisi. Asiakaspalvelu on yksi tärkein osa matkailualaa ja se lähtee usein työntekijäkokemuksesta. Jotta asiakaspalvelu on korkealla tasolla, yritys tarvitsee sitoutuneita ja työstään nauttivia työntekijöitä. (Green 2017.)

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan yrityksen rekrytointikokemuksen nykytilaa sekä analysoidaan rekrytointiprosessissa esiintyviä vaiheita. Opinnäytetyössä keskitytään vahvasti siihen, miten rekrytointiprosessia voidaan kehittää siihen suuntaan, että se vastaa paremmin sekä yrityksen että työnhakijoiden tarpeita. Opinnäytetyön tuloksen tavoitteena on tunnistaa rekrytointiprosessin ongelmakohtia ja ehdottaa kehityskohteita, jotta työnantaja ja osaajat kohtaavat paremmin. Tämä tarkoittaa, että tulevaisuudessa yritys löytäisi tehokkaammin osaavia työntekijöitä. Tutkin työssäni kyselytutkimuksen avulla myös sitä, kuinka eri rekrytointivaiheet vaikuttavat hakijoiden ja työntekijöiden sitoutumiseen ja tyytyväisyyseen. Tutkimuksen avulla selvitetään rekrytointiprosessin vahvuudet ja kehittämiskohteet ja saadaan vastaus tutkimusongelmaan.

1.1 Yrityksen esittely

Toimeksiantajana toimii Wilderness Hotels & Safaris oy, joka on inarilainen matkailuyritys. Yritykseen kuuluu viisi kohdetta, jotka sijaitsevat Inarissa, Nellimissä, Nangussa, Muotkalla ja kuudes on rakenteilla Saariselälle sesongille 2025–2026.

Organisaation toimintaa ohjaavat neljä arvoa, joita ovat asiakaslähtöisyys, elämyksellisyys, kannattavuus ja henkilöstön arvostaminen. Kohteissa voi majoittua hotellihuoneissa, huoneistoissa, mökeissä tai revontulikodissa, nauttia ravintolapalveluista ja tehdä erilaisia luontoaktiviteetteja eräoppaan ohjaamana. Yritys tarjoaa erilaisia lomapaketteja ja elämyksiä asiakkaille. Lomapaketteja on monia erilaisia, joihin kuuluu majoitus, aktiviteetit ja ruokailut. Asiakas voi valita itselleen valmiin lomaketin tai puolestaan räätälöidä itselleen sopivan lomaketin. (Wilderness Hotels 2024).

Yrityksessä työskentelee talvisesongin aikaan noin 260 työntekijää ja kesällä kun asiakkaita on vähemmän noin 90 työntekijää. Rekrytointia tapahtuu eniten kesällä ja syksyllä talvisesonkia varten. Vuoden mukaan rekrytoinnin määrä vaihtelee. Yrityksellä on tarjota 231 petipaikkaa, joissa työntekijät voivat majoittua. (Wildernesshotels 2024).

1.2 Wilderness Hotels & Safaris oy rekrytointiprosessi

Yrityksessä Nellim Wilderness Hotels & Safaris Oy rekrytointia hoitaa pääasiallisesti hotellitoimenjohtaja ja keittiötoimenjohtaja. Tämä kattaa jokaisen eri kohteen rekrytoinnin. Rekrytointi tapahtuu pääsääntöisesti heinäkuussa, elokuussa ja syyskuussa, mutta pienimuotoista rekrytointia tapahtuu ympäri vuoden. Yrityksellä on tällä hetkellä käytössä rekrytoinnin välineinä Teamtailor, sähköposti, WhatsApp ja Teams. Lisäksi työpaikkailmoitukset ovat esillä eri sosiaalisen median kanavissa, kuten Instagramissa, Facebookissa, Tiktokissa, yrityksen verkkosivuilla ja alustoilla, joilla on esillä avoimet työpaikat kuten duunitori. Teamtailor on moderni rekrytointijärjestelmä, jota toimeksiantajani käyttää rekrytoinnissa apuna. Rekrytointiprosessi alkaa rekrytointivastaavan näkökulmasta siten, että aluksi käydään hakemuksia läpi Teamtailorista. Tämän jälkeen varataan mahdollisesti haastattelu-aika niin, että sen ajankohta sopii molemmille osapuolille. Kausityöntekijät haastatellaan usein videohaastattelulla käyttäen apuna Teams-sovellusta. Vakituiset työntekijät puolestaan haastatellaan aina kasvotusten. Haastattelun jälkeen ilmoitetaan viikon sisällä, onko henkilö tullut valituksi. Tämän jäl-

keen tehdään nopealla aikataululla työsopimus. Työsopimuksen tekeminen tapahtuu niin, että rekrytointivastaava lähettää työnhakijalle informaatioviestin ja henkilötietolomakkeen. Kun hakija on täyttänyt tarvittavat tiedot, sopimus menee tarkastukseen, jonka jälkeen sopimus allekirjoitetaan puolin ja toisin. (Laiti 2024).

Viestintä hakijan ja rekrytoijan välillä toimii siten, että hakijalle kerrotaan mahdollisuudesta esittää kysymyksiä joko viestillä tai soittamalla. Tämän jälkeen hotellinjohtaja ottaa hakijaan yhteyttä lähettämällä hakijalle tervetulokirjeen. Perehdytys tapahtuu sen jälkeen, kun työsopimus on tehty. Perehdytys riippuu paljon työnkuvasta ja kestää riippuen viikosta kahteen viikkoon. Työntekijäkokemusta mitataan tällä hetkellä lähettämällä kauden lopuksi anonyymi työtyytyväisyyskysely, jossa työntekijät voivat vapaasti kertoa mitä mieltä he ovat olleet yrityksestä ja siellä työskentelystä. (Laiti 2024).

2 REKRYTOINTI

Rekrytointi on vaihe, joka edeltää valintaa. Sen tarkoituksena on houkutella sopivia henkilöitä täyttämään avoimia työpaikkoja. (Rashmi 2010, 11.) Rekrytointi on pitkä prosessi, koska se perustuu yrityksen visioon, strategiaan ja henkilöstösuunnitteluun. Prosessissa on useita vaiheita, joita ovat esimerkiksi avoimien työpaikkojen määrittely, hakijoiden houkuttelu, hakijoiden arviointi ja päätös siitä otetaanko työnhakija töihin organisaatioon. Rekrytoinnin tavoitteena on, että organisaatio löytäisi ne työntekijät, jotka sopivia omiin tarpeisiin. Rekrytoinnin onnistuessa siinä pitää ottaa huomioon yrityksen nykyiset tarpeet sekä tulevaisuuden tarpeet. (Heilman 2008, 192–195.) Työntekijöiden tulee siis sopia yrityksen kulttuuriin. Löytääkseen oikeat henkilöt oikeisiin työtehtäviin ja yrityksen kulttuuriin pitää etsiä työntekijöitä etsiä oikeista paikoista. (Luukka 2019, 255–257).

2.1 Rekrytointiprosessi

Rekrytointiprosessi alkaa siitä, kun yritykselle tulee tarve saada uusi työntekijä tai uudenalaista osaamista. Tarve voi syntyä esimerkiksi yrityksen kasvun myötä. Tarve uudelle työntekijälle voi syntyä myös, jos joku nykyinen työntekijä irtisanoutuu. Itse rekrytointi alkaa aina suunnittelulla. Suunnitelma sisältää ajatuksen siitä, kuinka yritykseen saadaan uusia työntekijöitä. Rekrytoijan pitää miettiä tulevaa työtehtävää monelta eri kannalta. Näitä asioita, joita rekrytoija käy läpi ovat esimerkiksi työtehtävän tarpeellisuus, työtehtävän sisältö, vastuualue ja palkkataso. Tämän jälkeen rekrytoijan tulee määrittää toimenkuva. Se sisältää toimen nimen ja tärkeimmät tehtävät. Yleensä siinä myös kerrotaan, kuuluuko kyseiseen tehtävään päätöksentekoa. (Hyppänen 2007, 176–177).

Kolmantena asiana, on hyvä alkaa miettimään, millaista työntekijää yritykseen etsitään. Henkilöprofiili on hyvä keino tähän. Se on kooste työnhakijan eri ominaisuuksista. Sen avulla työpaikkailmoitukset, haastattelut ja lopuksi valinnat on helpompi suorittaa. Neljäntenä voidaan alkaa miettimään mitä eri rekrytointikanavia käytetään. Vaihtoehtona on käyttää sisäisiä ja ulkoisia rekrytointikanavia. Sisäisessä rekrytoinnissa uutta osaajaa etsitään yrityksen sisältä, kun taas ulkoisessa rekrytoinnissa osaajaa etsitään organisaation ulkopuolelta. Viidentenä tulee rekrytointi-ilmoituksen tekeminen. Siinä mietitään kohderyhmää, eli kenelle

ilmoitus suunnataan, koska sen tärkein tehtävä on saada oikeanlaiset ihmiset hakemaan kuvailtua työtehtävää. (Hyppänen 2007, 179–181).

Kuudentena vaiheena on hakemusten käsitteleminen. Tässä vaiheessa on hyvä käyttää apuna aikaisemmin mainittua henkilöprofiilia, jotta saadaan karsittua pois ne hakemukset, jotka eivät sovi profiiliin. Tämän jälkeen kutsutaan haastatteluun ne hakijat, jotka ovat täyttäneet ne kriteerit, jotka rekrytoija on suunnitellaansa kirjannut. Haastatteluiden jälkeen, jokainen haastateltu arvioidaan erikseen. Arvioinnin jälkeen tehdään valinta siitä, ketkä pääsevät jatkokon. Riippuen tarpeesta voidaan heidät tai osa haastateltavista kutsua jatko haastatteluun. Näiden vaiheiden jälkeen rekrytoija tai esihenkilö tekee valintapäätöksen. Esimies siis valitsee työntekijän tai työntekijät, jotka olivat hänen mielestään sopivimpia työtehtävään. Tärkeää on myös ilmoittaa ei-valituille työntekijöille, siitä että heitä valittu työtehtävään. (Hyppänen 2007, 182–188).

Kun työntekijät ovat valittu tehdään heille työtarjous. Heidän hyväksyessään sen he allekirjoittavat työsopimuksen ja näin työsuhde on alkanut. Viimeisenä rekrytointiprosessin vaiheena on työhön perehdyttäminen. Esimiehen tehtävänä on kertoa uudelle työntekijälle kaikki oleellinen tieto hänen tulevasta työpisteestä ja tarvittavista työvälineistä. On yleistä, että perehdyttäminen kestää koeajan verran. (Hyppänen 2007, 190–195).

2.2 Onnistunut rekrytointi

Onnistunut rekrytointi vaatii yritykseltä paljon. Ensinnäkin se on suuri investointi yritykselle ja toiseksi ei ole helppoa löytää yritykseen henkilö, joka täyttää kaikki yrityksen vaatimat kriteerit. (Kaijala 2016, 19). Yksi tärkeimmistä asioista on, että henkilö, jota rekrytoidaan yritykseen, sopii yrityksenkulttuuriin. Se tarkoittaa sitä, että yrityksen pitää tietää millaista henkilöä he etsivät. Esimerkiksi jos yrityksenkulttuuri on avoin, etsitään henkilöitä, jotka tulevat toimeen toisten työntekijöiden kanssa. Puolestaan jos työ vaatii paljon yksilösuorittamista, niin etsitään henkilöitä, jotka ovat luonteeltaan yksilösuorittajia. (Luukka 2019, 256). Rekrytointivaiheessa apuvälineenä voi käyttää erilaisia soveltavuusarvioita, joiden avulla voi-

daan varmistaa, että henkilö sopii yrityskulttuuriin. (Kaijala 2016, 22). Kokonaisuudessaan rekrytointi vaatii tiimityöskentelyä ja halua kehittää toimintaa siihen suuntaan, johon yritys sitä haluaa. Rekrytoinnin tärkeimpiin asioihin kuuluu tieto siitä mitä yritys haluaa saavuttaa rekrytoinnilla. (Kaijala 2016, 21).

Henkilöstöjohtaminen voidaan määritellä niin, että sen tarkoituksena on henkilöstön hankintaa, valintaa, sitouttamista, kehittämistä ja hyödyntämistä. Henkilöstöjohtamisen vastuulla on se, että yrityksellä on oikeaan aikaan oikea määrä työntekijöitä, jotka pystyvät suoriutumaan yrityksen tavoitteiden mukaisista tehtävistä. (Viitala 2021, 1.1).

Huolellinen suunnittelu ja toteutus yrityksen sisällä etukäteen varmistavat oikean henkilön löytämisen yrityksen tarpeisiin. Se lähtee liikkeelle määrittelystä, jossa pohditaan, millaista osaamista ja ominaisuuksia uusi työntekijä tuo mukanaan yritykseen. Tämän vaiheen jälkeen rekrytointiprosessi jatkuu hakijoiden houkuttelemisella, arvioinnilla ja valinnalla. Tärkeää on saada henkilö, joka sopii organisaation kulttuuriin ja työyhteisöön. Rekrytointiprosessi vaikuttaa myös yrityksen työnantajakuvaan. Tällä tarkoitetaan ensivaikutelmaa, joka hakijoille syntyy yrityksestä. Siihen keskittyminen voi parantaa yrityksen mainetta ja kilpailukykyä. Hyvä rekrytointi vähentää yleensä virhevalintojen riskejä, jonka vuoksi yritykselle voi tulla taloudellisia tappioita. (Joki 2021, 65–81).

Sisäiset ja ulkoiset rekrytointikanavat ovat tärkeitä onnistuneessa rekrytoinnissa. Sisäisessä rekrytoinnissa tarkastellaan löytyisikö sopiva osaaja organisaation sisältä. Ulkoisessa rekrytoinnissa puolestaan työntekijää etsitään organisaation ulkopuolelta. Yrityksen sisältä uuteen tehtävään valittu henkilö on monesti taloudellisesti ja ajallisesti tehokkaampi keino, koska henkilö tuntee jo yrityksen käytännöt ja tavat toimia. Ulkoisesti rekrytoitu henkilö voisi taas tuoda uusia ideoita ja kokemusta yritykseen. (Joki 2021, 65–81).

2.3 Rekrytointistrategia

Uuden henkilön rekrytointi lähtee yrityksessä usein siitä, kun organisaatiosta lähtee työntekijä tai työtä tulee yritykseen lisää ja uusia työntekijöitä tarvitaan. Vaihtoehtona on myös uuden osaajan palkkaaminen organisaatioon. Tämä vaihto-

ehto voi olla jossain tapauksessa ainoa vaihtoehto, koska vanhojen työntekijöiden kouluttaminen voi olla liian työlästä tai siihen ei ole osaamista. (Viitala 2021, 3,3).

Rekrytointistrategian avulla asetetaan tietyt rajat ja periaatteet, joiden perusteella rekrytoidaan työntekijöitä yritykseen. Se säästää rekrytoijan aikaa ja helpottaa rekrytointiprosessia. Rekrytointistrategian avulla saadaan työntekijöitä yritykseen, joita halutaan ja tarvitaan. Strategiaa tehdessä voidaan linjata esimerkiksi eri kanavat, joita rekrytoinnissa käytetään. Laadukkaasti suunniteltu rekrytointistrategia säästää yrityksen aikaa ja vaivaa huomattavasti, sekä tekee rekrytoinnista yritykselle vaivatonta. Strategian luominen ja siinä pysyminen on viisasta, mutta rekrytointistrategiassa pitää myös pystyä joustamaan, koska jokainen rekrytointi on uniikki ja tilannekohtainen. (Viitala 2021, 3,3).

Yrityksen päättyessä päätökseen rekrytoida uusi työntekijä yritykseen aloitetaan miettimään mitkä ovat valintakriteerit, joiden perusteella valitaan uusi työntekijä yritykseen. Valintakriteerit voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään, joista ensimmäinen on organisaatiotason kriteerit. Siihen kuuluu yrityksen strategiset päämäärät, toiminnan luonne, kulttuuri ja ilmapiiri. Toisena tulee yksikön kriteerit, johon mahdollinen työntekijä on tulossa. Tässä on tärkeää ottaa huomioon mitä mahdolliselta uudelta työntekijältä odotetaan yksikön sisällä. (Viitala 2021, 3,3).

2.4 Työnhakijakokemus

Työnhakijakokemus koostuu erilaisista vaiheista. Niitä ovat esimerkiksi, työpaikkailmoitus, hakemuksen käsittely, viestintä rekrytoinnin aikana, haastattelu, päätös ja työsopimuksen laatiminen. Työnhakijakokemukseen vaikuttaa ne tunteukset mitä työnhakija kokee rekrytointiprosessin aikana. Tähän vaikuttaa esimerkiksi, miten henkilö näkee yrityksen työpaikkailmoituksen. Työpaikkailmoituksen on herätettävä kiinnostus työnhakijassa. Hakuprosessin on oltava selkeää työnhakijalle. Se tarkoittaa, että yrityksen tulee selkeästi kertoa, miten hakuprosessi etenee. Ilmoituksessa tulisi lukea hakuajan päättymisaika, milloin mahdolliset haastattelut järjestetään, kenelle hakemus on suunnattu ja yrityksen yhteyshenkilö. (Kortejärvi & Murtola 2015).

Hakijakokemukseen vaikuttaa myös viestintä rekrytointiprosessin aikana. Säännöllinen viestintä hakijoiden kanssa ja ajan tasalla pitäminen rekrytointin valinnoista luo hakijalle välittävän kuvan. Tärkeää on, että yritys ei viivyttele hakijoille tiedottamisessa. On yhtä tärkeää ilmoittaa valitulle hakijalle kuin ei-valitulle hakijalle. Työnantajakuvaa ja hakijakokemusta voi parantaa laatimalla kirjeen, joka lähetetään tai kerrotaan ei-valituille henkilöille. Se voi sisältää esimerkiksi kiittämisen kiinnostuksesta ja miksi henkilöä ei valittu yritykseen töihin. (Kortejärvi & Murtola 2015).

2.5 Työntekijäkokemus

Työntekijäkokemus on tunne, johon vaikuttaa työntekijän omat ajatukset työpäivän tarpeista ja toiveista, työkuultuurista, johtamisesta, työyhteisöstä, ja kaikesta muusta työhön liittyvästä. Voidakseen kehittää työntekijäkokemusta pitää ymmärtää mitkä tekijät vaikuttavat yksilöön. Työympäristö on isossa roolissa työntekijäkokemuksen muodostuessa. Siihen kuuluu se ympäristö, jossa työtä tehdään. (Paasikallio 2023).

Työntekijäkokemukseen vaikuttavat suoraan päivittäiset työtehtävät, niiden sisältö sekä organisaation prosessit ja hallinnollisuus, jotka muovaavat arjen sujuvuutta. Työtehtävien haasteellisuus, autonomia ja merkityksellisyys ovat avaintekijöitä työntekijän motivaatiossa ja sitoutumisessa. Lisäksi vuorovaikutus ja luottamus organisaatiossa ovat keskeisiä hyvän työilmapiirin luomisessa. Organisaation arvot, johtamistyyli ja yhteisöllisyys vahvistavat luottamusta, joka edistää tiimityötä ja tehokasta viestintää. Yhteisen strategian ja tavoitteiden ymmärtäminen lisää työn merkityksellisyyttä ja innostusta. (Paasikallio 2023).

2.6 Työntekijäkokemuksen kehittäminen

Työntekijäkokemuksen kehittäminen on pitkäjänteistä, strategiaan sidottua toimintaa, joka vaatii organisaatioon sitoutumista, avointa viestintää ja työntekijöiden osallistamista. Tavoitteena on luoda työyhteisö, jossa työntekijät voivat menestyä ja tuntea itsensä arvostetuiksi. Prosessi ei ole yksittäinen projekti, vaan jatkuvaa kehitystyötä, joka parantaa organisaation tuottavuutta ja työntekijöiden hyvinvointia. Kehittäminen alkaa työntekijöiden tarpeiden ja odotusten kartoittamisesta ja se vaatii aktiivista työntekijöiden osallistamista, jotta heidän tarpeensa ja hiljainen tieto saadaan esille ja huomioidaan päätöksenteossa. (Paasikallio 2023).

Yrityksen täytyy tunnistaa työntekijöiden erilaiset tarpeet ja kehittää eri tapoja vastata niihin, jotta työntekijäkokemuksesta voi tulla paremmaksi. Yrityksen on panostettava työympäristön kehittämiseen, työntekijöiden hyvinvoinnin ja motivaation tukemiseksi. Tärkeää on myös huolehtia siitä, että yrityksen työntekijät kokevat työnsä hyödylliseksi ja merkitykselliseksi. Asiat, jotka voivat tuntua pieniltä, luovat hyvän työyhteisön ja niistä huolehtiminen lisää työntekijöiden sitoutumista koko organisaatiolle. (Joki 2021, 115–119).

Viestinnän merkitys on suuri, kun puhutaan työntekijäkokemuksen kehittämisestä. Säännöllisesti palautteen antaminen työntekijöille auttaa työntekijöitä tiedostamaan missä he ovat onnistuneet ja missä he voivat parantaa. Yrityksen johdon ja työntekijöiden välinen luottamus on tärkeä asia koko yrityksen toiminnan kannalta. Sen ollessa hyvä yrityksen työntekijäkokemuksen kehittäminen onnistuu myös paremmin. (Joki 2021, 115–124).

Työntekijöiden osallistuessa joihinkin päätöksiin ja heidän mielipiteidensä huomiointi auttavat vahvistamaan tunnetta, että heidän työpanostaan arvostetaan työpaikalla. Työntekijöille voidaan antaa esimerkiksi mahdollisuus antaa parannusehdotuksia yrityksen johonkin osa-alueelle. Tämä auttaa kehittämään työntekijäkokemusta ja myös parantamaan yrityksen toimintaa. (Joki 2021, 125–126).

3 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS, TAVOITE JA TUTKIMUSKYSYMYSET

Tutkin opinnäytetyössäni työnhakijakokemuksen kehittämistä rekrytointi prosessissa yrityksessä Wilderness Hotels & Safaris oy. Tavoitteena on selvittää, kuinka heinäkuun, elokuun ja syyskuun 2024 aikana rekrytoidut työntekijät ovat kokeneet yrityksen rekrytointiprosessin. Tuloksia analysoimalla pyrin kehittämään rekrytointiprosessia niin, että se on sujuvampi esihenkilön ja työnhakijan näkökulmasta. Tutkimuskysymyksien avulla saan ratkaistua tutkimusmenetelmän. (Heikkilä 2014, 12.)

Opinnäytetyöni tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten rekrytointiprosessia voidaan kehittää Wilderness hotelseilla työnhakijakokemuksen parantamiseksi?
2. Aputukikysymykset: Miten Wilderness hotelsien rekrytointiprosessin eri vaiheet (työpaikkailmoitus, hakemuksen jättäminen, haastattelut ja valintapäätös) vaikuttavat työnhakijoiden kokemukseen yrityksestä?

Miten rekrytointiprosessin aikana tapahtuva viestintä vaikuttaa työnhakijoiden tyytyväisyyteen ja halukkuuteen ottaa vastaan työtarjous Wilderness hotelseilta?

3.1 Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus

Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmänä käytetään laadullista tutkimusta eli kvalitatiivista tutkimusta, sillä sen avulla voidaan saada syvälinen ymmärrys tutkittavasta asiasta. Se on empiiristä eli erilaisiin aineistoihin ja niiden analysointiin perustuvaa. (Juhila 2024.) Teorian osuus laadullisessa tutkimuksessa on välttämätöntä, koska se on kokonaisuus, jossa sekoittuu aineiston kerääminen ja aineiston analysointi. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteitä on monta erilaista. Yksi näistä ominaispiirteistä on analyysivetoisuus ja se sopii tähän opinnäytetyön kuvaukseen hyvin, koska se perustuu empiirisen aineiston käsittelemiseen ja sen

kautta johtaviin tuloksiin eli havaintoihin, joita voi kerätä esimerkiksi kyselytutkimuksella. (Juhila 2024.)

Aineistonkeruumenetelmät, jotka kuuluvat laadullisen tutkimuksen menetelmiin ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja dokumentit. (Sarajärvi, Tuomi 2018.) Kvalitatiivinen eli tutkimus sopii opinnäytetyöhöni hyvin, koska työn tavoitteena on kehittää työntekijäkokemusta rekrytointiprosessissa ja kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa yleistä on, että keskitytään pieneen määrään tapauksia ja analysoidaan tuloksia tarkasti. Henkilöt, joita tutkimuksessa tutkitaan, valitaan usein tarkasti eikä tarkoituksena ole pyrkiä yleistämään tilastoja, vaan pyritään saada tietoa, jonka avulla yritys voi hyötyä ja kehittyä esimerkiksi taloudellisesti. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään saamaan vastauksia kysymyksiin miksi, miten ja millainen sekä siinä yritetään ymmärtää ilmiötä. (Heikkilä 2014, 15.) Laadullisessa tutkimuksessa olennaista on, että sekä haastattelija että haastateltava ymmärtävät toisiaan. Tämän periaatteen avulla vastauksista voidaan saada mahdollisimman oikeita. (Sarajärvi, Tuomi 2018.)

3.2 Kyselytutkimus

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin saan vastaukset tekemällä Wilderness Hotels & Safaris oy yrityksen työntekijöille kyselytutkimuksen. Kyselytutkimus on hyvä väline kerätä henkilöiden tietoa, mielipiteitä ja asenteita. Kysely voidaan toteuttaa verkkokyselynä tai esimerkiksi paperisena lomakkeena. Kysely on hyvä keino kerätä ainestoa esimerkiksi opinnäytetyötä varten. (Vilka 2021).

Kyselyä luodessa tärkeää on määrittellä kysymykset sen perusteella, kuinka tarkkoja vastauksista halutaan. Tavoitteen määrittely on myös olennainen osa, koska sen perusteella kysymykset luodaan. Tärkeää on myös selvittää eri taustatekijät, jotka voivat vaikuttaa tutkittavaan asiaan. (Heikkilä 2014, 45–46). Näitä taustatekijöitä, jotka voivat vaikuttaa vastauksiin voivat olla esimerkiksi sesonkiluonteisuus, kulttuurierot ja aikaisemmat työntekijäkokemukset. (Viitala 2021.)

Koska valitsin tutkimusmenetelmäksi laadullisen tutkimuksen on yleistä, että käytetään avoimia kysymyksiä. Kysymykset ovat siis usein helppoja tehdä, mutta

niiden käsittely on monimutkaisempaa syvän analysoinnin vuoksi. Ne ovat myös työläämpiä vastata, joten vastauksien saaminen voi olla vaikeampaa. Avoimet kysymykset voivat myös tuoda uusia näkökantoja ja parannusehdotuksia. Tämän vuoksi on tärkeää, että kysymyksiä luodessa ei tulisi virheitä, jotta tuloksien analysointi ei ole todella haastavaa tai jopa mahdotonta. (Heikkilä 2014, 47–48).

Laatimassani kyselyssä on neljä monivalintakysymystä ja kolme avointa kysymystä. Ensimmäisessä kolmessa monivalintakysymyksessä vastaajilla on mahdollisuus valita viidestä vaihtoehdosta, jotka ovat joko erittäin tyytyväinen, tyytyväinen, neutraali, tyytymätön ja erittäin tyytymätön tai erittäin selkeä, selkeä, ei selkeä eikä epäselvä ja erittäin epäselvä. Neljännessä kysymyksessä olen laatinut vaihtoehdot, joissa vastaaja voi valita useamman eri vaihtoehdon. Vaihtoehdot ovat: Työpaikkailmoituksen selkeys ja houkuttelevuus, hakemuksen jättämisen helppous ja käytettävyys, haastatteluprosessin sujuvuus ja vuorovaikutus, rekrytointipäätöksen ilmoittaminen ja saatu palaute, viestintä ja tiedonkulku koko rekrytointiprosessin aikana ja muu, mikä? Avoimissa kysymyksissä vastuksen pituutta ei ole rajoitettu. Tarkoitukseni on saada mahdollisimman paljon tietoa tarkkaan harkituilla kysymyksillä, jotka hyödyttävät toimeksiantajaani rekrytointiprosessin kehittämisessä.

Laadullisessa tutkimuksessa ei ole olemassa tiettyä kaavaa minkä mukaan aineistoa tulisi analysoida. Analysointi tarkoittaa huolellista tutustumista aineistoon, sisällön erittelyä, jäsentämistä, ja pohtimista. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 73–74). Kyselytutkimuksen vastauksia analysoidessa tulkitsem vastauksia pohjustaen niitä tutkimuskysymyksiini. Pyrin siis tulkitsemaan aineistoa siltä näkökulmalta, miten niitä voisi hyödyntää työntekijäkokemuksen kehittämisessä rekrytointiprosessissa. Analysoinnista tekee haastavan sen, että vastauksiin pitää suhtautua kriittisesti sillä ne eivät ole absoluuttisia totuuksia. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 73–74.) Käytän aineistoa analysoidessa apuna teemoittelua. Se on yksi laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmistä. Teemoittelussa aineistosta tunnistetaan tutkimustehtävän kannalta tärkeät asiakokonaisuudet ja usein toistuvat ominaispiirteet. (Juhila 2021.)

3.3 Aineiston analyysi

Aineiston käsittely aloitetaan, kun se suljetaan eikä siihen ole enää mahdollista vastata. Normaali käytäntö on, että vastausaikaa on 10–14 päivää. Aluksi vastauksista siivotaan pois kaikki turhat vastaukset, jos niitä on. Tämän jälkeen vastauksia käydään läpi vaihe vaiheelta aloittaen ensimmäisestä kysymyksestä. Kun aineiston laatua arvioidaan, on tärkeää miettiä kysymyksiä kuten, ketkä eivät ole vastanneet kyselyyn, onko toteutunut otos kadosta huolimatta edustava vai ainoastaan osittain edustava. (Vilkkä 2021).

Laadullisessa tutkimuksessa todella usein analyysi esiintyy samassa luvussa, kuin tulokset. Analysoinnin ideana on tiivistää kerätty sisältökokonaisuus, joka on tässä tapauksessa kyselyn tuottamat vastaukset pienemmiksi kokonaisuuksiksi. Analysointi vaatii paljon ajattelua, lukemista ja tulkintaa. Sen tarkoituksena on hallita kokonaisuutta, jonka on kerännyt esimerkiksi kyselytutkimuksella. (Vilkkä 2021).

3.4 Kohderyhmän valinta

Laadullisen tutkimuksen osallistuvien määrä on usein pieni verrattuna määrälliseen tutkimukseen. Tärkeää ei siis ole suuri määrä osallistujia kyselyyn, vaan osallistuneiden tietoisuus tutkittavasta asiasta. On siis hyvä, että henkilöt, joille lähetän kyselyn ovat perillä tutkittavasta asiasta ja heillä on kokemusta siitä. Kyselyyn osallistujat tulee valita harkitusti ja tarkoituksen mukaisesti. Eliittiotanta on hyvä keino kohderyhmän valinnassa. Siinä tutkimuksen perusjoukko on joko pieni tai suuri ja henkilöt, jotka tutkimukseen valitaan ovat niitä, joilta oletetaan saavan parhaiten tietoa. (Sarajärvi, Tuomi 2018).

Valitsin tutkimuksen kohderyhmän hyödyntäen eliittiotantaa. Lähetin kyselyn 80 uudelle työntekijälle, jotka ovat rekrytoitu yritykseen heinä-syyskuussa 2024 tulevaa talvisesonkia varten. Valitsin kohderyhmäksi uudet työntekijät sen vuoksi, että heillä on kokemusta nykyisestä rekrytointiprosessista. Kysely toteutettiin

anonyymina Webropol-järjestelmää hyödyntäen ja vastaaminen kyselyyn oli vapaaehtoista. Kyselyn saatteeksi lähetin kaikille kyselyn linkin lähettäneille sähköpostiviestin, jossa kerroin mitä varten kysely on.

4 TULOKSET JA ANALYSOINTI

4.1 Kyselyn tulokset

Kysely toteutettiin Webropol-järjestelmää hyödyntäen. Lähetin kyselyn (liite 1) 10.10.2024. Vastausaikaa oli kaksi viikkoa eli kysely suljettiin 24.10.2024. Kyselyssä oli yhteensä 7 kysymystä, joista 4 oli monivalintakysymystä ja 3 avointa kysymystä. Vastausprosentti oli 35 prosenttia ja vastauksia tuli 28 kappaletta. Käyn tässä kappaleessa läpi kyselyn tulokset.



Kuvio 1. Ensimmäinen monivalintakysymys

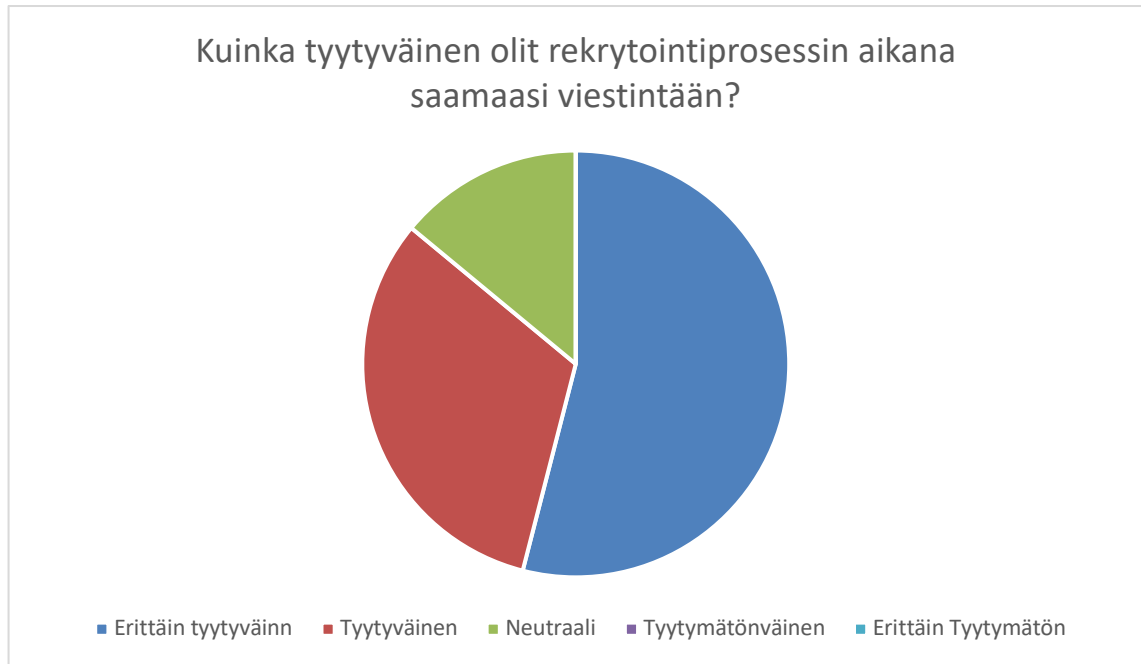
Ensimmäinen kysymys (kuvio 1) käsitteli vastaajien tyytyväisyyttä rekrytointiprosessiin kokonaisuudessaan. Vastauksia tuli 28 kappaletta. 61 prosenttia vastaajista oli erittäin tyytyväisiä rekrytointiprosessiin ja 36 prosenttia tyytyväisiä. Ainoastaan 7 prosenttia vastaajista oli neutraaleja. Tyytymättömiä vastaajia ei ollut yhtään. Toinen kysymys (kuvio 2) käsitteli vastaajien kokemusta työpaikkailmoituksen selkeydestä. Vastauksia tuli 27 kappaletta. 44 prosenttia vastaajista koki sen erittäin selkeäksi ja 44 prosenttia selkeäksi. 11 prosenttia koki ilmoituksen ei

selkeäksi eikä epäselväksi. Kolmas kysymys (kuvio 3) käsitteli vastaajien tyytyväisyyttä rekrytointiprosessin aikana saamaan viestintään. Vastauksia tuli 28 kappaletta. 54 prosenttia vastaajista oli erittäin tyytyväisiä ja 31 prosenttia tyytyväisiä. 15 prosenttia vastaajista oli neutraaleja, eikä tyytymättömiä vastaajia ollut yhtään.



Kuvio 2. Toinen monivalintakysymys

Neljännessä kohdassa (kuvio 4) kysyttiin, mikä rekrytointiprosessin vaihe koettiin parhaaksi. Tässä kohdassa oli mahdollisuus valita useampi eri vaihtoehto. vastaajia oli 28 kappaletta ja vastauksia oli 60 kappaletta. 68 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että haastatteluprosessin sujuvuus ja vuorovaikutus oli paras vaihe rekrytointiprosessissa. 43 prosenttia koki työpaikkailmoituksen selkeyden ja houkuttelevuuden parhaaksi. 36 prosenttia vastaajista koki hakemuksen jättämisen helppouden ja käytettävyyden parhaaksi. 36 prosenttia vastasi myös, että rekrytointipäätöksen ilmoittamisen ja palautteen saaminen oli paras vaihe. 18 prosenttia koki viestinnän ja tiedonkulun rekrytointiprosessin aikana parhaaksi ja 14 prosenttia vastasi kohtaan, jossa oli mahdollisuus avoimeen vastaukseen. Avoimissa vastauksissa luki esimerkiksi, että yksi vastaajista koki, että paras rekrytointin vaihe oli se, että hän pystyi viestimään edelliseltä kaudelta tutulle esihenkilölle ja hakemaan jatkoa työpaikalle hänen kauttaan. Tämä helpottaa prosessia työntekijän näkökulmasta, koska kyseessä on valmiiksi tuttu esihenkilö hänelle.



Kuvio 3. Kolmas monivalintakysymys

Viides kysymys oli avoin kysymys. Siinä kysyttiin miten rekrytointiprosessia voisi kehittää työnhakijakokemuksen parantamiseksi? Vastajia oli 12 henkilöä ja 9 vastaajaa piti rekrytointiprosessia onnistuneena, nopeana ja selkeänä. Tämä osoittaa sen, että rekrytointiprosessi on suurimman osan vastaajien mielestä onnistunut, eikä siinä ole merkittäviä ongelmia. Parannusehdotuksia tuli kuitenkin muutama. Yksi näistä parannusehdotuksista oli, että yhteydenoton tulisi olla nopeampi ja viestinnän pitäisi olla myös kirjallista suullisen viestinnän lisäksi rekrytoinnin jatkoprosessista, johon hän oli erikseen maininnut saapumisen, asuntoon ja ruokailuun liittyvät toimenpiteet. Tästä voidaan päätellä, että hakijoille aikataulut ja nopea toiminta rekrytointiprosessissa vaikuttavat päätökseen hyväksyä työtarjous. Yksi vastaaja olisi halunnut kuulla miksi juuri hänet valittiin työtehtävään. Hakijakokemuksen parantamiseksi palautteen saaminen voi olla merkittävä tekijä positiivisempaan kokemukseen rekrytointiprosessista. Yksi parannusehdotus oli, että viestintää voisi lisätä esimerkiksi Instagramin kautta.



Kuvio 4. Neljäs monivalintakysymys

Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin miten rekrytointiprosessin eri vaiheet (työpaikkailmoitus, hakemuksen jättäminen, haastattelut ja valintapäätös) vaikuttivat kokemukseen yrityksestä. Vastauksia tuli 16 kappaletta. Vastauksissa tuli ilmi, että rekrytointiprosessin eri vaiheet yllättivät positiivisesti. Yksi vastaus oli, että ”työpaikkailmoitus oli selkeä ja haastattelu oli hieno kokemus sekä erittäin informatiivinen”. Vastauksista tuli myös ilmi, että vastauksia antavat hakijat arvostavat rekrytointiprosessin nopeutta. Yksi vastaus kuului näin ”rekryprosessin eri vaiheiden nopeus muutti mielipidettäni positiivisesti”. Muutama vastaaja kertoi arvostavansa yrityksen ammattimaisuutta. Yksi vastaus oli, että ”se osoitti minulle, kuinka vakavasti otettavia he ovat ja kuinka hyvin organisoituneita”. Yksi vastaajista kirjoitti näin: ”Se oli hyvä, saimme nopeat vastaukset ja meillä oli hyvä haastattelu. Sovin tekeväni haastattelun yhden henkilön kanssa, mutta valitettavasti hän ei voinut osallistua, joten minulla oli haastattelu toisen henkilön kanssa. Se oli todella hyvä, koska henkilö, jonka kanssa olin haastattelussa, oli valmistautunut, hänellä oli tietoa minusta ja asioistani. Se oli yllättävää, koska minulla on aiemmin ollut huonoja kokemuksia tämän tyyppisistä tilanteista”. Tästä voidaan päätellä, että haastatteluvaiheella on todella suuri merkitys hakijan kokemukseen ja päätöksestä hyväksyykö hän työpaikan sen saadessa. Ensivaikutelman merkitys on myös korostunut vastaajien vastauksissa. Yksi vastaaja kertoi, että ”antoi

hyvän ensivaikutelman, kun kaikki sujui mutkitta. Myös hyvin tervetullut ja haluttu olo, joten hyvillä mielin aloitan työpaikassa”.

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, että miten viestintä rekrytointiprosessin aikana vaikutti tyytyväisyytesi ja halukkuutesi ottaa vastaan työtarjous. Vastauksia tuli yhteensä 16 kappaletta. Vastaajista 13 oli sitä mieltä, että viestintä on ollut hyvää ja on vaikuttanut positiivisesti heidän valintaansa ottaa työtarjous vastaan.

Ensimmäinen vastaaja sanoi, että nopea rekrytointi on hänen mielestään paras tapa, koska jos rekrytointi ja viestintä on hidasta, ei hän mitään luultavammin hyväksy työtarjousta. Toinen vastaaja sanoi myös, että viestintä rekrytointin aikana teki hänen päätöksestään helpomman hyväksyä työtarjous. Kolmas vastaaja puolestaan kertoi toivovansa tulevasta työpisteestä ja töiden alkamisen ajankohdasta enemmän infoa. Yksi vastaajista kuitenkin kertoi, että palaavana työntekijänä keskustelut työpaikan jatkosta uudelle sesongille jumitti paikoillaan. Hän kuitenkin sanoi ymmärtäneensä, että rekrytointi on parhaimmillaan käynnissä ja siksi rekrytointiprosessi on hidasta. Teknisten ongelmien vuoksi yhden henkilön haastattelu oli siirtynyt, ja hän oli ollut huolissaan siitä, mutta kertoi ymmärtäneensä rekrytointin olevan kiireellistä siihen aikaan.

4.2 Avoimien kysymyksien tuloksien johtopäätökset

Ensimmäisenä käsitellään viidettä kysymystä. Siinä tarkoituksena oli selvittää miten rekrytointiprosessia voisi kehittää työnhakijakokemuksen parantamiseksi. Pääosin vastaajat olivat tyytyväisiä rekrytointiprosessiin. Parannusehdotuksia tuli kuitenkin muutama. Yksi niistä oli toive, että viestintä olisi nopeampaa ja suullisen viestinnän lisäksi vastaaja toivoi kirjallista viestintää tueksi. Työyhteisöviestintä eli henkilöstön ja esimiesten välinen viestintä on tärkeää, jotta liiketoiminta onnistuu, mutta sen merkitys on myös suuri, kun puhutaan innostumisesta työtä kohtaan ja siitä aiheutuvaa iloa. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta 2012). Tehokas viestintä aiheuttaa siis positiivisia kokemuksia esimiesten ja henkilöstön välillä.

Toinen vastaajista puolestaan mainitsi, että rekrytointiprosessia voisi parantaa lisäämällä tietoa Instagramissa. Tämäkin on yksi viestinnän alue, joten voidaan päätellä, että viestinnän merkitys on noussut esiin vastauksissa. Yhteisöviestinnällä tarkoitetaan viestintää, jota on yhteisön ja ulkopuolisten välillä. (Lohtaja-

Ahonen & Kaihovirta 2012). Se on tärkeää siis yrityksen sisällä oleville henkilöille kuin myös ulkopuolisille tahoille. Tätä vastausta ajatellessa on mahdollinen ajatus, että kyseinen vastaaja on vielä ulkopuolinen, koska toivoo lisää informaatiota Instagramiin. Yksi tapa erotella yhteisöviestintä onkin erilaiset viestintäkanavat kuten Instagram ja Facebook, jota toimeksiantajani käyttää. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta 2012). Tietoa yrityksen Instagramista (Wildernesshotels) kyllä löytyy, esimerkiksi siellä on suora linkki sivulle, josta voi hakea töitä yrityksestä. Vastaaja ei suoraan sano millaista tietoa hän sinne haluaisi, joten se jääkin arvoitukseksi. Eikä voida suoraan päätellä muuta kuin, että hän haluaisi jotain tietoa enemmän.

Kolmas vastaaja, joka vastasi muuta kuin, että on tyytyväinen rekrytointiprosessiin toi esille, että olisi halunnut kuulla miksi hänet juuri valittiin kyseiseen työtehtävään. Tämäkin on yksi viestinnän osa-alue, joten voidaan päätellä, että viestintä on hyvällä tasolla, koska suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä siihen, mutta sitä voidaan silti kehittää paremmaksi. Voidaan päätellä siis, että kyseinen vastaaja on kiinnostunut saamaan palautetta. Tärkeänä voidaan pitää siis, viestinnän merkitystä rekrytointiprosessissa. Yrityksen on tärkeää tiedottaa hakijoita ripeästi, siitä valitaanko heidät organisaatioon. On yleistä, että yrityksillä on yleinen ohjeistus, siitä miten vastataan esimerkiksi kyselyihin, joissa hakijaa ei valittu organisaatioon. Tärkeää on myös saada uusi työntekijä tuntemaan, että hän on arvokas yritykselle. Tämän vuoksi on tärkeää miettiä valmiiksi uuden työntekijän perehdytysprosessi huolellisesti. Tähän voi myös ajatella, että samanlailla on tärkeää, kertoa uudelle työntekijälle miksi hänet valittiin yritykseen töihin, jotta hänelle syntyy positiivinen kuva organisaatiosta. (Salli & Takatalo 2014, 87).

Kuudennessa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien kokemuksia rekrytointiprosessin eri vaiheista ja siitä, miten ne vaikuttivat heidän kokemuksiinsa yrityksestä. Kaikki vastaukset olivat positiivisia. Vastauksien perusteella voidaan ajatella, että ainakin 16 uuden työntekijän mielestä yrityksen rekrytointiprosessi antaa positiivisen kuvan ainakin yleisesti, koska vastaukset eivät olleet kovin tarkkoja tai yksityiskohtaisia. Pääsääntöisesti voidaan, kuitenkin ajatella ja tulla siihen johtopäätökseen, että rekrytointiprosessi on tarpeeksi nopeaa ja tehokasta. Haastattelijaa keuhuttiin myös muutamaan otteeseen. Niissä mainittiin ammattimaisuudesta ja hyvästä ensivaikutelmasta. Salli & Takatalon (2014, 70) mukaan työ-

haastattelija ovat alttiita harhoille arvioidessa työnhakijaa ja sen kautta epäoikeudenmukaisuudelle. He myös kertovat, että on tärkeää analysoida hakija itsessään ilman ennakkoluuloja. Tämän perusteella voidaankin ajatella, että haastattelija on täyttänyt nämä kriteerit, ainakin näiden vastaajien kohdalla.

Viimeisenä analysoidaan viimeistä kysymystä, jossa kysyttiin suoraan, miten viestintä rekrytointiprosessin aikana vaikutti vastaajien tyytyväisyyteen ja halukkuuteen ottaa vastaa työtarjous. Yksi vastaajista sanoi, että ”Emme juuri viestitelleet muuta kuin, että kutsu työhaastatteluun ja päätös tuli erittäin nopeasti sen jälkeen”. Tämä viittaa siihen, että vastaaja olisi halunnut viestinnän olevan parempaa. Viestinnän kohdentaminen on tärkeää, jonka takia siihen on hyvä nähdä vaivaa. Se on tärkeää, koska siitä seuraa yleensä tunne, että viesti on kohdennettu juuri sinulle. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta 2012, 34). Vastauksista tuli myös ilmi, että yksi vastaaja olisi toivonut enemmän informaatiota tulevasta työpisteestä ja töiden alkamisen ajankohdasta. Tämä on yleisesti ottaen tärkeää tietoa uudelle työntekijälle. Yksi mahdollinen ajatus on, että rekrytointivastaavalle on sattunut virhe ja hän on unohtanut informoida uutta työntekijää. Perehdyttäminen on tärkeää uuden työntekijän palkattua. Se on kokonaisuus, joka koskee työyhteisöä, esimiestä ja uutta työntekijää. Esimiehellä on iso vastuu uuden työntekijän perehdyttämisessä, jotta uusi työntekijä voi suoriutua hyvin työtehtävästä. Esimiehen tehtäviin kuuluu työtilojen ja työvälineiden järjestäminen, työvuorojen ilmoittaminen, työnopastus ja paljon muuta. (Hyppänen 2007, 195). Työpisteen järjestäminen on yksi tärkeimmistä asioista ja sen järjestämien tulisi aloittaa jo hyvissä ajoin ennen uuden työntekijän ensimmäistä työpäivää. (Hyppänen 2007, 195). Kolmas, joka mainitsi muuta kuin ainoastaan positiivista kertoi, että asiat olivat jumittaneet sen jälkeen, kun hän oli halunnut tulla palaavan työntekijänä uudestaan töihin. Tiedottaminen rekrytointiprosessissa on tärkeää, koska se luo kuvaa työnantajasta. Se vähentää yksittäisten viestinnän määrää, koska kun hakijaa tiedotetaan ilman hänen tarvettaan kysyä ei turhaa viestintää synny. (Hyppänen 2007, 192). Tärkeää on siis pitää uudet sekä vanhat työntekijät ajan tasalla mitä heidän kohdallaan tapahtuu rekrytointiprosessissa.

5 POHDINTA

Tutkimustuloksista ilmeni vastaukset asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Päättökysymys oli, että ”Miten rekrytointiprosessia voidaan kehittää yrityksessä työnhakijakokemuksen parantamiseksi?” Tähän kysymykseen tuli monta hyvää vastausta, joista suurin osa koski viestintää. Molempiin aputukikysymyksiin saatiin myös vastaukset. Aputukikysymyksiä olivat ”Miten rekrytointiprosessin eri vaiheet (työpaikkailmoitus, hakemuksen jättäminen, haastattelut ja valintapäätös) vaikuttavat työnhakijoiden kokemukseen yrityksestä?” ja ”Miten rekrytointiprosessin aikana tapahtuva viestintä vaikuttaa työnhakijoiden tyytyväisyyteen ja halukuuteen ottaa vastaan työtarjous?” Kyselyn vastauksista tuli esille havaintoja ja ehdotuksia rekrytointiprosessin kehittämiseksi. Tuloksista voidaan siis päätellä, että viestinnän merkitys rekrytointiprosessissa vaikuttaa tyytyväisyyteen ja kokemukseen yrityksestä. Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta (2012, 18) tuovat esille yritysviestinnän ja sen tärkeyden. Viestintä on heidän mukaansa johtamisen väline ja että johtamisen iso osa-alue koskee nimenomaan viestintää. Rekrytointiprosessissa olevaa viestintää kehittämällä työntekijöiden tyytyväisyyttä voidaan lisätä tuloksien perusteella.

Haastatteluvaihetta korostettiin myös tuloksissa. Tuloksista selvisi, että useat kokivat haastatteluvaiheen positiiviseksi kokemukseksi. Haastatteluun valmistautuminen on tärkeää molemmiin puolin esimiehen ja hakijan kokemuksen parantamiseksi. Rekrytointiprosessin onnistuminen on laaja kokonaisuus ja siihen kuuluu haastattelu. Kun rekrytointiprosessin katsotaan onnistuneen, on työtehtävään löydetty henkilö, joka suhtautuu työhönsä positiivisesti ja kehittyi tehtävässään koko ajan. Rekrytoinnin huolellinen suunnittelu antaa avaimet rekrytoinnin onnistumiseen esimiehen ja työnhakijan näkökulmasta. (Hyppänen 2007, 176–177).

Kyselyä ei lähetetty kaikille yrityksen työntekijöille, vaan se lähetettiin noin 80 uudelle työntekijälle, jotka ovat hiljattain rekrytoitu yritykseen. Vastaajia oli yhteensä 28 henkilöä. Laadullisessa tutkimuksessa tärkeintä ei ole vastaajien määrä vaan laatu. Tarkoituksena ei välttämättä ole yleistää vastauksia, vaan pyrkiä saamaan uusia ajatuksia tutkittavasta aiheesta. (Vilkkä 2021.) Vastaukset olivat osittain

yleispäteviä, mutta joukossa oli kuitenkin myös hyviä vastauksia, joiden avulla tulevaisuudessa työntekijäkokemusta voidaan kehittää rekrytointiprosessissa.

5.1 Eettisyyden arviointi

Eettisellä arvioinnilla tarkoitetaan, että tutkimuksessa kunnioitetaan yleisesti ihmisarvoa, yksityisyyttä ja muita oikeuksia, jotka lukevat laissa. Huomattava kohta on myös, että tutkimus ja sen analysointi eivät aiheuta tutkimukseen vastanneille vahinkoja. Vaikka tutkija ei olisi samaa mieltä kuin tutkimukseen vastaajat, ei arviointi saa vaikuttaa tulkintoihin vääristäen niitä. Tutkimuksen tekijä ei voi käyttää tietojaan, joita on saanut tutkimuksesta väärin tai aiheuttaen hankaluuksia vastaajien elämään. Tulokset, jotka tutkija saa tulee analysoida perustellusti sekä niiden merkitys lopputulokselle pitää tuoda esille. (Vuori 2021). Työskentelen yrityksessä, mutta työtehtäväni ei ole rekrytointi, eikä kyselyyn vastaajat tunne minua. Tämä edistää luotettavien vastausten saamista, koska vastaajilla ei ole paineita mahdollisista seurauksista.

Teorian eettisyyttä pohtiessa pitää ajatella miten ja mistä tietoa etsii. Yleisesti tiedon etsimiseen on nykyään kuitenkin selkeät ohjeet, kuten tässäkin opinnäytetyössä on annettu selkeät ohjeet tiedonhankkimisen suhteen. Uskottavan tutkimuksen perusta on, että tutkimuksessa noudatetaan hyvän tieteellisen käytännön perusteita. Näitä perusteita ovat rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus. Se tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa noudatetaan eettisiä menetelmiä tiedonhankinnassa ja arvioinnissa. Tärkeää on myös kunnioittaa muiden tekemiä opinnäytetöitä, eikä plagioida tekstiä niistä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 20–21).

Menetelmien eettisyys vaatii sen, että tutkittavilta on lupa tehdä tutkimusta sekä lupa julkaista heidän antamiaan vastauksia. Omassa työssäni kysely oli anonyymi ja vastaaminen vapaaehtoista. Ehtoina oli, että jos kyselyyn vastaa, niin samalla suostuu siihen, että saan julkaista vastauksia opinnäytetyössäni. Tutkittavat tulee perehdyttää huolellisesti tutkimukseen mitä on tekemässä. Se tarkoittaa, että heille tulee kertoa tarkasti mitä tutkimuksessa tapahtuu. Kun tutkimustietoja käsitellään, on tärkeää olla tarkkana siitä, että tutkimuksen luotettavuus ja

anonymiteetti säilyy. Tutkijalla on suuri vastuu siitä, että henkilöllisyydet eivät paljastu missään vaiheessa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 22-23).

Validiteetti kertoo sen, onko tutkimus pätevä, perusteellisesti tehty ja ovatko tutkimuksessa ilmenneet tulokset ja päätelmät oikeita. Validiteettiin vaikuttaa huomattavasti se, miten tutkimuksen tekijä itse näkee tutkittavan aiheen. Tämän vuoksi tutkimuksessa voi olla virheitä. Siihen vaikuttaa myös se pystyykö tutkija kuvaamaan tutkimuksen sellaisenaan kuin se on ollut tutkimustilanteessa vai ei. Omassa työssäni olen käyttänyt analysoinnissa teemoittelua, jotta opinnäytetyö on mahdollisimman todenmukainen. Tiedän kuitenkin, että omat kokemukseni ja näkemykseni ovat voineet vaikuttaa tutkimustuloksiin. Reliabiliteetti tarkoittaa menetelmien johdonmukaisuutta. Sen arviointi voi osittain olla haastavaa laadullisessa tutkimuksessa. Esimerkiksi jos tutkimuksessa jokin kysymys aiheuttaa ennalta-arvattavia vastauksia, ei ne ole välttämättä luotettavia tuloksia. Hyvin tehty analyysi tutkimuksen tuloksista usein parantaa tutkimuksen luotettavuutta, koska siinä tulee esille monta eri näkökulmaa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 25–26).

5.2 Kehittämisideat

Kaikista ideoista yksi nousi mielestäni tärkeimmäksi ja se on viestinnän tehokkuuden parantaminen. Viestintää tulisi kehittää siten, että se jättää kaikille positiivisen kuvan. Viestinnän tehokkuuden lisäämiseksi ehdotankin, että rekrytointiprosessin jälkeen kaikille uusille työntekijöille ilmoitetaan perustellen, miksi heidät valittiin työtehtävään. Puolestaan taas heille, joita ei valittu ehdotan myös perustelua miksi heitä ei valittu. Tähän voi tehdä esimerkiksi valmiin pohjan ja perustelut, jonka voi automaattisesti lähettää kaikille valituille ja ei-valituille sähköpostilla. Perusteluja voi tietenkin myös rekrytoija lisätä, jos hänen mielestään niitä

tarvitsee. Valmis pohja perusteluille on hyvä keino, koska rekrytointi on aikaa vievää aikaa, joten tämän avulla saataisiin parannettua hakijoiden kokemusta ja viestinnän tehokkuutta ilman, että se vie liikaa aikaa. Toisena ideana on, että rekrytoija luo itselleen listan, johon hän on kirjoittanut kaikki mitä rekrytointiprosessi sisältää ja mitä hänen tulee kertoa uusille työntekijöille, jotta viestintää saadaan kehitettyä paremmaksi. Lisäksi ehdotan, että Wilderness Hotels alkaa keräämään palautetta työnhakijoilta osana rekrytointiprosessia. Palautteen kerääminen voidaan automatisoida siten, että Teamtaylorin luodaan kyselylomake, jonka järjestelmä lähettää automaattisesti kaikille työnhakijoille eli sekä hyväksytyille että hylätyille hakijoille rekrytointiprosessin päätteeksi. Järjestelmällisen palautteen keräämisen avulla voidaan seurata kehittämisideoiden toteuttamisen vaikutusta työntekijäkokemukseen ja saadaan jatkuvaa ja ajankohtaista tietoa rekrytointiprosessista ja sen toimivuudesta työnhakijan näkökulmasta.

LÄHTEET

Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka 2009. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Menetelmäopetuksen tietovaranto. Viitattu 26.10.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/tietoaarkisto/julkaisut/kvalimotv.pdf>

Green, S.2017.Culture hacker: reprogramming your employee experience to improve customer service, retention, and performance. John Wiley & Sons, Incorporated.

Heikkilä, T.2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hyppänen, R.2007. Esimiesosaaminen: liiketoiminnan menestystekijä. Helsinki: Edita Publishing.

Joki, M.2021. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Helsinki: Kauppakamari.

Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina (2021). Etnografia. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. [<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>](https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/).

Kirsi Juhila 2024. Tietoaarkisto. Laadullinen tutkimus ja teoria. Viitattu 23.8.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/>

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

Kortejärvi & Murtola. 2015. Areena: yritysviestinnän käsikirja. Helsinki: Edita.

Laaksonen, S.2017. Rekrytoijan muistilista – Mitä hyvä hakijakokemus tarkoittaa? Viitattu 24.9.2024. <https://emine.fi/mita-hakijakokemus-tarκοittaa/>

Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta. 2012. Tehoa työelämän viestintään. Helsinki: Talentum.

Luukka, P.2019. Yrityskulttuuri on kuningas: mikä, miksi, miten? Helsinki: Alma Talent.

Linda Paasikallio 2023. Työntekijäkokemuksen kehittämällä merkityksellisyyttä työyhteisöön ja asiakkaille. Viitattu 16.9.2024. <https://taloushallintoliitto.fi/tyontekijakokemuksen-kehittamisella-merkityksellisyytta-tyoyhteisoon-ja-asiakkaille/>

Pia Heilman 2008. Uuden henkilökunnan rekrytointi ja ikääntyneen henkilökunnan sitouttaminen henkilöstösuunnittelun haasteina sairaalaorganisaatiossa. Työelämän tutkimus. Viitattu 22.8.2024 Artikkelin sisäinen teksti, 192–195.

Rashmi, T.K. 2010. Recruitment management. Himalaya publishing house.

Salli & Takatalo. 2014. Loista rekrytoijana: hoida kosiomatka tyylillä. Helsinki: Kauppakamari.

Sarajärvi, Tuomi. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: kustannusosakeyhtiö Tammi.

Viitala, R.2021. Henkilöstöjohtaminen: keskeiset käsitteet, teorit ja trendit. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Vilka, H.2021. Näin onnistut opinnäytetyössä: ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilka, H.2021. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Wilderness hotels 2024. Meistä. Viitattu 22.8.2024. <https://wildernesshotels.fi/fi/>

Laiti, M. 2024. Sähköpostihaastattelu.

LIITTEET

Liite 1. Kysely rekrytointiprosessista työntekijäkokemuksen kehittämiseksi

Liite 1.



Kysely rekryointiprosessista työntekijäkokemuksen kehittämiseksi

Survey on Developing Employee Experience in the Recruitment Process

Kysely on tehty yhteistyössä Wilderness Hotels & Safaris Oy kanssa ja se on osa opinnäytetyötäni. Kyselyn avulla saadaan kehitettyä yrityksen rekryointiprosessia. Kyselyyn vastaamalla suostut, että vastauksia käytetään opinnäytetyössäni. Kysely on anonymi ja vastaaminen vapaaehtoista. Kysely poistetaan Webropolista viimeistään 2 kuukauden jälkeen sen lähettämisestä.

This survey has been conducted in collaboration with Wilderness Hotels & Safaris Oy and is part of my thesis. The survey aims to improve the company's recruitment process. By participating in the survey, you consent to the use of your responses in my thesis. The survey is anonymous, and participation is voluntary. The survey will be deleted from Webropol no later than 2 months after it has been distributed.

1. Kuinka tyytyväinen olet yrityksen rekrytointiprosessiin kokonaisuudessaan?

How satisfied are you with the company's recruitment process overall?

- Erittäin tyytyväinen / Very satisfied
- Tyytyväinen / Satisfied
- Neutraali / Neutral
- Tyytymätön / Dissatisfied
- Erittäin tyytymätön / Very dissatisfied

2. Kuinka selkeä työpaikkailmoitus mielestäsi oli?

How clear did you find the job advertisement?

- Erittäin selkeä / Very clear
- Selkeä / Clear
- Ei selkeä eikä epäselvä / Neither clear nor unclear
- Epäselvä / Unclear
- Erittäin epäselvä / Very unclear

3. Kuinka tyytyväinen olit rekrytointiprosessin aikana saamaasi viestintään?

How satisfied were you with the communication you received during the recruitment process?

- Erittäin tyytyväinen / Very satisfied
- Tyytyväinen / Satisfied
- Neutraali / Neutral
- Tyytymätön / dissatisfied
- Erittäin tyytymätön / Very satisfied

4. Minkä rekrytointiprosessin vaiheen koit parhaaksi?

Which stage of the recruitment process did you find the most positive?

- Työpaikkailmoituksen selkeys ja houkuttelevuus / Clarity and attractiveness of the job advertisement
- Hakemuksen jättämisen helppous ja käytettävyys / Ease and usability of submitting the application
- Haastatteluprosessin sujuvuus ja vuorovaikutus / Smoothness and interaction of the interview process
- Rekrytointipäätöksen ilmoittaminen ja saatu palaute
- Viestintä ja tiedonkulku koko rekrytointiprosessin aikana
- Muu, mikä?

5. Miten rekrytointiprosessia voisi mielestäsi kehittää työnhakijakokemuksen parantamiseksi?

How do you think the recruitment process could be improved to enhance the candidate experience?



6. Miten rekrytointiprosessin eri vaiheet (työpaikkailmoitus, hakemuksen jättäminen, haastattelut ja valintapäätös) vaikuttivat kokemukseesi yrityksestä?

How did the different stages of the recruitment process (job advertisement, application submission, interviews, and selection decision) influence your experience of the company?



7. Miten viestintä rekryointiprosessin aikana vaikutti tyytyväisyytesi ja halukkuutesi ottaa vastaan työtarjous?

How did the communication during the recruitment process affect your satisfaction and willingness to accept the job offer?