

samk



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

ANNIINA LAKKALA

Nykyisten ja tulevien työnhakijoiden ajatuksia työpaikkailmoituksista

LIIKETALouden TUTKINTO-OHJELMA
2024

TIIVISTELMÄ

Lakkala, Anniina: Nykyisten ja tulevien työnhakijoiden ajatuksia työpaikkailmoituksista

Opinnäytetyö, AMK

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Joulukuu 2024

Sivumäärä: 59

Työelämä on jatkuvassa muutoksessa ja kilpailu osaavista työntekijöistä on merkittävästi kasvanut. Työpaikkailmoitus on useimmiten rekrytointiprosessin yksi ensimmäisistä vaiheista ja ensimmäinen asia, jonka työnhakijat näkevät. Tämän vuoksi ilmoituksen suunnitteluun ja toteutukseen olisi tärkeää panostaa riittävästi.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää nykyisten ja tulevien työnhakijoiden ajatuksia siitä, millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus ja mitä rekrytointikanavia työnhakijat eniten käyttävät. Tutkimuksen pääongelmana oli selvittää millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus. Alaongelmiksi valikoitui 1) Mitä työnhakijat toivovat työpaikkailmoitukselta? 2) Minkälainen visuaalisuus puhuttelee työnhakijoita? 3) Mitä kautta työnhakijat saavuttavat työpaikkailmoituksen?

Työn teoreettisessa osuudessa käsiteltiin rekrytointiprosessia, rekrytointikanavia, työntajamielikuvaa, rekrytointiin liittyvää lainsäädäntöä sekä työpaikkailmoitukseen liittyen ilmoituksen sisältöä, rakennetta ja visuaalisuutta sekä työpaikkailmoituksen jättämistä. Teoreettisessa osuudessa käytettiin aiheeseen nojautuvaa painettua kirjallisuutta, e-kirjoja, artikkeleita sekä aikaisempia tutkimustuloksia.

Opinnäytetyö toteutettiin pääosin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Aineistonkeruu suoritettiin 6–10/2024 välisenä aikana. Tämän tutkimuksen tulosten mukaan erilaiset työnhakupalvelut ovat käytetyimpiä työnhakukansia. Tulokset osoittivat, että työpaikkailmoituksen olisi tärkeä sisältää tietoa työajasta ja palkasta, odotuksia työnhakijasta, tietoa työssä vaadittavista taidoista ja ominaisuuksista, selkeää tietoa haun seuraavasta vaiheesta sekä kuvaus työnantajasta. Tärkeimpänä tietona pidetään kuvausta työtehtävästä.

Visuaalisuuden osalta ilmoituksen olisi hyvä sisältää kuvia ja luetteloita. Tekstin tulisi olla selkeää ja helposti luettavaa. Tutkimustulokset osoittivat sen, että ihmisillä on omia mieltymyksiä ja toiveita, mutta tietyt toiveet korostuivat useamman vastaajan kohdalla antaen suuntaa antavia vinkkejä työpaikkailmoituksen laatimiseen tai päivittämiseen.

Avainsanat: työpaikkailmoitukset, rekrytointiprosessi, työnhaku, kyselytutkimus

ABSTRACT

Lakkala, Anniina: Current and future job seekers' thoughts about job advertisements

Bachelor's thesis

Business Administration

December 2024

Number of pages: 59

Working life is constantly changing, and competition for skilled employees has increased significantly. A job advertisement is usually one of the first steps in the recruitment process and the first thing job seekers see. Therefore, it is important to invest sufficiently in the planning and implementation of the notification.

The purpose of this thesis was to find out the thoughts of current and future job seekers about what a good, attractive and interesting job advertisement is and what recruitment channels are most used by job seekers. The main problem of the thesis was to find out what a good, attractive and interesting job advertisement is. The sub-problems were: 1) What do job seekers want from a job advertisement? 2) What kind of visual appeals to job seekers? 3) How do job seekers reach the job advertisement?

The theoretical part of the thesis dealt with the recruitment process, recruitment channels, employer image, recruitment legislation, and the content, structure, visuals, as well as the submission of the job advertisement. The theoretical part used related printed literature, e-books, articles, and previous research results.

The thesis was mainly carried out as a quantitative study. Data collection was carried out between 6–10/2024. According to the results of this study, various job search services are the most used job search channels. The results show that it is important for a job advertisement to include information about working hours and salary, expectations of the job applicant, information about the skills/qualities required for the job, clear information about the next stage of the application process and a description of the employer. The most important was considered the description of the job function.

In terms of visuals, the advertisement should include pictures and lists. The text should be clear and easy to read. The research results showed that people have their own preferences and wishes, but certain wishes were emphasized by several respondents, providing directional tips for writing or updating a job advertisement.

Keywords: job advertisements, recruitment process, job search, survey

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITE JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	6
2.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite	6
2.2 Opinnäytetyön rajaus ja tutkimuskysymykset	6
2.3 Teoreettinen viitekehys.....	7
2.4 Toimeksiantaja	8
3 REKRYTOINTI.....	9
3.1 Rekrytointiprosessi	9
3.2 Rekrytointikanavat.....	11
3.3 Työnantajamielikuva rekrytoinnissa	13
3.4 Rekrytointiin liittyvä lainsäädäntö	15
4 TYÖPAIKKAILMOITUS.....	16
4.1 Ilmoituksen sisältö	16
4.2 Ilmoituksen rakenne ja visuaalisuus	19
4.3 Lisätiedot ja työhakemuksen jättäminen.....	21
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	23
5.1 Tutkimusmenetelmä	23
5.2 Kyselylomake tiedonkeruumenetelmänä	25
5.3 Prosessin kuvaus	28
5.4 Kyselylomakkeen ja saateviestin laadinta	31
5.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	34
6 TUTKIMUKSEN TULOKSET	35
6.1 Vastaajien taustatiedot	35
6.2 Käytetyimmät työnhakukanavat.....	36
6.3 Työpaikkailmoituksen sisältö	39
6.4 Työpaikkailmoituksen visuaalisuus ja rakenne	43
6.5 Ei-toivotut asiat työpaikkailmoituksissa.....	46
6.6 Tulosten yhteenveto	47
7 POHDINTA	50
LÄHTEET.....	54
LIITE 1: SAATEVIESTI TYÖNHAKIJOILLE	57
LIITE 2: SAATEVIESTI OPISKELIJOILLE	58
LIITE 3: KYSELYLOMAKE	59

1 JOHDANTO

Työelämä on jatkuvassa muutoksessa ja kilpailu osaavista työntekijöistä on merkittävästi kasvanut. Työnantajat käyttävät monia eri kanavia tavoittaakseen työnhakijoita. Tästäkin huolimatta tyypillinen työpaikkailmoitus on pysynyt samantyyllisenä jo pitkään. Liian usein työpaikkailmoitus sisältää tylsää tekstiä ja vaatimuslistoja, jotka työnhakijoiden tulisi täyttää. Tämän lisäksi työnhakijat kokevat rekrytointiprosessin usein liian hankalaksi. Työpaikkailmoitus on useimmiten rekrytointiprosessin yksi ensimmäisistä vaiheista ja ensimmäinen asia, jonka työnhakijat näkevät. Tämän vuoksi ilmoituksen suunnitteluun ja toteutukseen on kannattavaa panostaa. (Duunitori, 2013.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millainen on houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus työnhakijoiden näkökulmasta. Lisäksi tutkimuksella halutaan saada selville, mitä rekrytointikanavia työnhakijat eniten käyttävät. Opinnäytetyö toteutetaan pääosin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Työssä käsiteltäviä osa-alueita ovat rekrytointiprosessi, rekrytointikanavat, työnantajamielikuva, rekrytointiin liittyvä lainsäädäntö sekä työpaikkailmoitus sisältäen ilmoituksen sisällön, rakenteen ja visuaalisuuden. Lisäksi työssä käsitellään työpaikkailmoituksen jättämistä.

Valitsin tämän aiheen opinnäytetyölleni, sillä rekrytointiprosessi kokonaisuudessaan kiinnostaa itseäni ja sain Satakunnan hyvinvointialueelta ehdotuksen tehdä opinnäytetyö kyseisestä aiheesta. Satakunnan hyvinvointialue toimii tässä työssä toimeksiantajana. Tämä aihe on myös ajankohtainen ja tärkeä, sillä terveydenhuoltoalalla esimerkiksi hoitajista on suuri pula ja kilpailu ammattilaisista on lähes jatkuvaa. Hyvinvointialue on ollut toiminnassa hieman alle kahden vuoden ajan, joten se on organisaationa nuori ja ajattelisin heidän hyötyvän rekrytointia tukevasta opinnäytetyöstä.

2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITE JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää nykyisten ja tulevien työnhakijoiden ajatuksia siitä, millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus ja mitä rekrytointikanavia työnhakijat eniten käyttävät. Aihe on tärkeä, sillä terveydenhoitoalan työntekijöistä on kova kilpailu. Työstä hyötyy Satakunnan hyvinvointialue, sillä he voivat hyödyntää tutkimustuloksia työpaikkailmoituksia laatiessaan tai päivittäessään. Opinnäytetyö antaa hyvinvointialueelle tietoa siitä, millaiset työpaikkailmoitukset työnhakijoita kiinnostaa ja mistä työnhakijoita tavoittaa.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada selville, millaista työpaikkailmoitusta työnhakijat pitävät houkuttelevana ja kiinnostavana. Tulosten perusteella Satakunnan hyvinvointialue saa tärkeää tietoa siitä, mitä työpaikkailmoituksessa olisi hyvä ottaa huomioon ja mitä tietoja työnhakijat arvostavat työpaikkailmoituksessa.

2.2 Opinnäytetyön rajaus ja tutkimuskysymykset

Tämä tutkimus on rajattu koskemaan ulkoista rekrytointia, jolloin työpaikkailmoitus on julkinen ja kaikkien nähtävillä. Rekrytointiprosessia on rajattu työpaikkailmoituksen laatimisesta hakemuksen jättämiseen. Tutkimusaineisto on rajattu Satakunnan hyvinvointialueelle hakeneisiin työnhakijoihin, jotka hakivat avoimena oleviin työpaikkoihin 6–10/2024 välisellä ajalla sekä Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskeleviin sosionomi-, sairaanhoitaja- ja fysioterapeuttiopiskelijoihin, jotka ovat aloittaneet päivätoteutuksena toteutettavat opinnot vuosina 2021 ja 2022.

Tutkimuksen pääongelmassa pohditaan, millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus. Pääongelmalle on laadittu kolme alaongelmaa,

joiden avulla pääongelmaa on lähdetty selvittämään. Alaongelmat on jaettu työpaikkailmoitukselta toivottaviin ominaisuuksiin, ilmoituksen visuaalisuuteen sekä ilmoituksen saavutettavuuteen.

Tutkimuksen pääongelma:

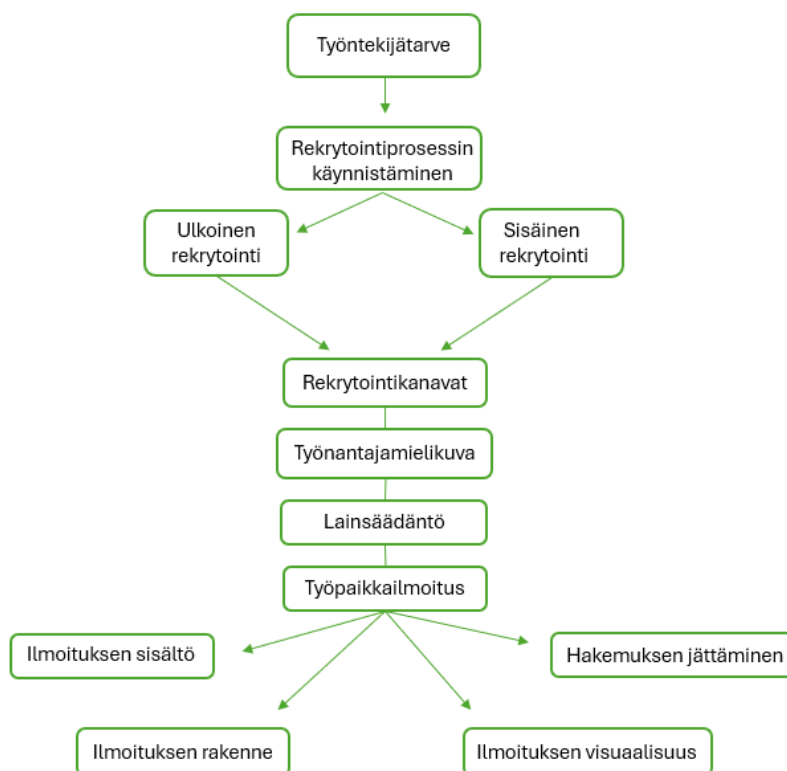
- Millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus?

Tutkimuksen alaongelmat:

- Mitä työnhakijat toivovat työpaikkailmoitukselta?
- Minkälainen visuaalisuus puhuttelee työnhakijoita?
- Mitä kautta työnhakijat saavuttavat työpaikkailmoituksen?

2.3 Teoreettinen viitekehys

Kuviossa 1 kuvataan tässä työssä esiintyvät keskeiset käsitteet sekä niiden väliset suhteet.



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys

Teoreettinen viitekehys sisältää opinnäytetyön tarkoituksen ja tavoitteiden kannalta oleellisia käsitteitä. Tässä työssä käsitellään rekrytointiprosessin alkupäähän, ja erityisesti työpaikkailmoitukseen liittyviä asioita. Kun organisaatiolle tulee tarve palkata uusi työntekijä, käynnistetään rekrytointiprosessi. Rekrytointiprosessissa voidaan käyttää joko ulkoista rekrytointia, sisäistä rekrytointia tai kumpaakin. Tässä työssä on keskitytty ulkoiseen rekrytointiin.

Rekrytointiprosessissa tulee ottaa huomioon tiettyjä asioita. Näitä ovat muun muassa erilaiset rekrytointikanavat, työnantajamielikuva ja siihen vaikuttavat tekijät, lainsäädäntö sekä itse työpaikkailmoitus. Jotta työpaikkailmoitus saa tarvittavaa huomiota ja herättää kiinnostusta, tulee tiettyjä asioita ottaa huomioon niin sisältöön, visuaalisuuteen kuin rakenteeseen liittyen. Myös se, kuinka hakija voi jättää hakemuksen, on merkittävässä osassa, kun halutaan saada osaavia tekijöitä kiinnostumaan ja jättämään hakemus avoinna olevaan paikkaan.

2.4 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Satakunnan hyvinvointialue, joka on yksi Suomen 21 hyvinvointialueesta. Alueeseen kuuluvat kaikki Satakunnan kunnat. Nämä pitävät sisällään yli 210 000 asukasta. Hyvinvointialue huolehtii sosiaali- ja terveyspalveluista sekä pelastustoimesta. Satakunnan hyvinvointialueella työskentelee noin 9 000 sosiaali- ja terveydenhuoltoalan sekä pelastustoimen ammattilaista. Lisäksi hyvinvointialueella työskentelee henkilöitä logistiikassa, hankinnoissa ja ateriapalveluissa. (Satakunnan hyvinvointialue, n.d.) Satakunnan hyvinvointialueen arvot ovat seuraavat:

- Palvelemme yhdenvertaisesti
- Kohtaamme inhimillisesti
- Toimimme ammatillisesti
- Uudistamme vastuullisesti (Satakunnan hyvinvointialue, 2023a, s. 4).

Satakunnan hyvinvointialueen henkilöstöpalveluihin sisältyy keskitetty rekrytointipalvelu. Vastuuyksikkö huolehtii keskitetysti rekrytointiprosessista ja siihen liittyvistä ohjeista. Rekrytointipalvelut tuottavat palveluita jokaiselle rekrytoivalle yksikölle ja toimii rekrytointijärjestelmän pääkäyttäjänä. (Satakunnan hyvinvointialue, 2023b, s. 3.) Rekrytointipäällikön kertoman mukaan vuonna 2023 Satakunnan hyvinvointialueella julkaistiin rekrytointeja noin 1500, avoimia työpaikkoja oli 2500 ja hakijoita noin 11 000.

3 REKRYTOINTI

3.1 Rekrytointiprosessi

Rekrytoinnilla tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä, joita tehdään, kun yritykseen tai organisaatioon hankitaan uusia työntekijöitä. Rekrytointia voidaan kutsua myös henkilövalinnaksi. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 165.) Yksittäisiä rekrytointeja voidaan pitää projekteina, jotka sisältävät suunnittelu-, aloitus-, toteutus-, päätöksenteko- ja seurantavaiheet. Monesti puhutaan myös rekrytointiprosesseista, jolloin rekrytointia pidetään yrityksen jatkuvana toimintona. Jokaisen rekrytointiprosessin vaiheen suunnittelu on tärkeää sillä näin voidaan ennakoida prosessin onnistumista. (Joki, 2021, s. 66.)

Rekrytointi voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen rekrytointiin. Sisäisessä rekrytoinnissa työntekijä valitaan organisaation sisältä, kun taas ulkoisessa rekrytoinnissa valinta tehdään organisaation ulkopuolelta. Ulkoisessa rekrytoinnissa muun muassa organisaation koolle ja hyvällä maineella saadaan houkuttua uusia osaajia kiinnostumaan avoimena olevista paikoista. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 166.)

Ulkoinen rekrytointi mahdollistaa muun muassa sen, että yritys voi parhaimmillaan saada monipuolisesti sellaisia osaajia, joita ei välttämättä löydy yrityksen sisältä. Yrityksen ulkopuolelta palkattavat henkilöt tuovat usein uusia

näkökulmia yrityksen hyödynnettäväksi. Ulkoista rekrytointia hyödyntämällä voidaan lisäksi estää ilmapiirin tulehtumista tai edistää hyvän ilmapiirin syntymistä. Yritys voi myös muodostaa kilpailuetua hankkimalla uuden työntekijän asiakas- tai kilpailijayrityksestä. Ulkoisen rekrytoinnin negatiivisia puolia on muun muassa se, että prosessi voi tulla kalliiksi. Ulkoinen rekrytointi voi myös viedä paljon aikaa, eikä yritys tiedä etukäteen palkattavan henkilön osaamisesta, asenteista tai suoriutumisesta. (Viitala, 2021, luku 3.3.)

Rekrytointiprosessiin sisältyy muun muassa seuraavat vaiheet: rekrytointitarpeen määrittely, työpaikkailmoituksen laadinta ja julkaisu, ilmoituksen markkinointi, työhakemusten läpikäyminen, työnhakijoiden haastattelut sekä tarvittavat työnäytteet tai soveltuvuusarviointit. Prosessin lopuksi tehdään rekrytointipäätös ja työtarjous sekä laaditaan työsopimus ja perehdytetään uusi työntekijä. (Duunitori, n.d.) Rekrytointiprosessin eri vaiheista on hyvä laatia suunnitelma siinä vaiheessa, kun haettava työntekijäprofiili ja osaaminen on määritetty. Suunnitelmasta on hyvä löytyä vastaukset muun muassa seuraaviin asioihin:

- Hakuajan ajankohta
- Vastuuhenkilö hakijoiden ensimmäisen vaiheen arvioinnissa ja karsinnassa
- Kuinka hakijoiden osaamista arvioidaan?
- Kuka tai ketkä hoitavat haastattelut?
- Montako haastattelukierrosta pidetään?
- Käytetäänkö soveltuvuusarviointeja?
- Hakijaviestinnän vastuuhenkilö
- Rekrytointipäätöksen ajankohta. (Viljamaa, 2023.)

Työnhakusesonki on suurimmillaan tyypillisesti alkuvuodesta ja kesälomien jälkeen elokuussa. Näihin aikoihin sekä työnhakijat että työntekijöitä etsivät työantajat ovat aktiivisesti liikkeellä. Rekrytoinnin aloittamisessa ei kuitenkaan ole aina tarvetta odottaa lomien jälkeiseen aikaan. Rekrytoinnin kannalta hiljaisempaan aikaan työntekijät usein lomailevat, jolloin heillä on enemmän aikaa pohtia omaa urakehitystä. Tämä voi herätellä ajatuksia uuden työpaikan hakemisesta. Hiljaiseen aikaan myös työnantajien on helpompi kilpailla uusista

työntekijöistä, kun avoinna olevien työpaikkojen tarjonta on vähäisempää. (Viljamaa, 2023.)

3.2 Rekrytointikanavat

Kun rekrytointia lähdetään edistämään, on hyvä pysähtyä miettimään, mistä potentiaaliset hakijat löydetään. Mikäli etsinnässä on esimerkiksi kaksikymppisiä uransa alkuvaiheessa olevia työntekijöitä, lähdetään rekrytointia kohdentamaan luultavasti eri paikkaan kuin etsiessä kokeneita viisikymppisiä työntekijöitä. (Salli & Takatalo, 2014, s. 31.) Tarkoituksena on, että työpaikkailmoitus tavoittaa ensisijaisesti ne henkilöt, jotka sopivat yritykseen työntekijöiksi niin koulutukseltaan, osaamiseltaan, työkokemukseltaan kuin persoonaltaan. Rekrytointikanavien valintaan vaikuttaa muun muassa se, minkälaiseen tehtävään, millä aikataululla ja millaisella budjetilla uutta työntekijää haetaan. (Joki, 2021, s. 70.)

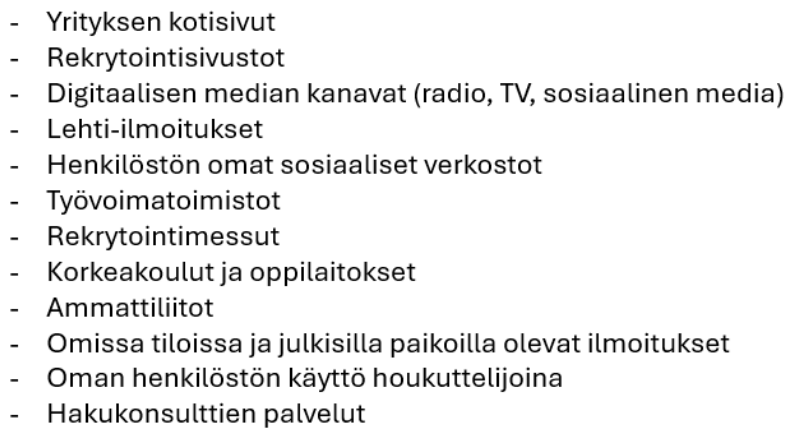
Rekrytointikanavat ovat monipuolistuneet sosiaalisen median ja internetin tultua perinteisten rekrytointikanavien rinnalle (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 166). Sosiaalisen median kautta rekrytointi saa näkyvyyttä ja tavoittaa tehokkaasti ja laajasti potentiaalisia hakijoita. Sosiaalinen media auttaa tavoittamaan myös ne passiiviset työnhakijat, jotka eivät aktiivisesti etsi uutta työpaikkaa, mutta voivat tarttua kiinnostaviin työmahdollisuuksiin ilmoituksen nähdesään. Nämä passiiviset työnhakijat eivät selaile työpaikkailmoitussivuja, mutta käyttävät muun muassa Facebookia, LinkedIniä ja Instagramia. (Salli & Takatalo, 2014, s. 32.)

Tilastokeskuksen vuosittain julkaisemasta Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö sekä Tietotekniikan käyttö Suomessa -tutkimuksista nähdään, että vuonna 2023 16–89-vuotiaiden suomalaisten päivittäinen tai lähes päivittäinen yhteisöpalvelujen ja sosiaalisen median käyttö kasvoi kolme prosenttiyksikköä edelliseen vuoteen verrattuna. Etenkin nuorten aikuisten kohdalla päivittäinen tai lähes päivittäinen sosiaalisen median käyttö on suurta. Kaikista 25–34-vuotiaista 85 % käyttää sosiaalista mediaa päivittäin tai lähes päivittäin. 16–89-

vuotiaasta väestöstä 73 % käytti internettiä useasti päivässä. Tilastokeskuksen Tietotekniikan käyttö yrityksissä -tutkimuksesta nähdään, että vuonna 2023 10–19 henkilöä työllistävästä yrityksistä sosiaalista mediaa käytti 74 %. Yrityksistä, jotka työllistävät 100 henkeä tai enemmän, sosiaalista mediaa käytti 97 %. (Valtari 2024; Tilastokeskus 2023a; Tilastokeskus 2023b.)

Internet on monissa yrityksissä ensisijainen henkilöstön hankintakanava. Avoinna olevat työpaikat ilmoitetaan yrityksen kotisivuilla sekä suosituissa rekrytointikanavissa, kuten TE-keskuksen sivuilla sekä Oikotie- ja Duunitori-sivustoilla. Netin kautta rekrytointi sujuu nopeasti, se on kustannustehokasta ja tavoittaa erityisesti nuoria hakijoita. Haasteena voi olla se, että hakemuksia tehdään ilman suurempia ponnisteluja ja hakijoilla on matalampi kynnys lähettää hakemus. Näin ollen hakemusten määrä kasvaa suureksi. Osa yrityksistä käyttää robotiikkaa tai tekoälyä apuna hakijoiden seulonnassa. (Viitala, 2021, luku 3.3.)

Alla olevassa kuvassa 1 on lueteltuna erilaisia työnhakukanavia. Sähköisten rekrytointikanavien lisäksi rekrytointin hakukanavia ovat perinteiset ilmoitukset esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehdissä. Samalla lehti-ilmoitusta voidaan käyttää apuna työnantajamielikuvan luomisessa. Lehti-ilmoitusten kautta voidaan myös viestittää, että yrityksellä menee hyvin ja, että kyvykkäille ihmisille tarjotaan mahdollisuuksia. (Viitala, 2021, luku 3.3.) Lehti-ilmoitusten lisäksi rekrytointikanavana voidaan käyttää työ- ja elinkeinotoimistoja, rekrytointimesuja, korkeakoulujen ja oppilaitosten rekrytointipalveluja sekä hyödyntää omia sidosryhmiä (Hyppänen, 2013, luku 7, kohta ulkoinen rekrytointi).

- 
- Yrityksen kotisivut
 - Rekrytointisivustot
 - Digitaalisen median kanavat (radio, TV, sosiaalinen media)
 - Lehti-ilmoitukset
 - Henkilöstön omat sosiaaliset verkostot
 - Työvoimatoimistot
 - Rekrytointimessut
 - Korkeakoulut ja oppilaitokset
 - Ammattiliitot
 - Omissa tiloissa ja julkisilla paikoilla olevat ilmoitukset
 - Oman henkilöstön käyttö houkuttelijoina
 - Hakukonsulttien palvelut

Kuva 1. Henkilöstön hakukanavia (mukailtu Viitala 2021, luku 3.3.)

Joillakin yrityksillä ei ole voimavaroja tai halua hoitaa rekrytointiprosessia alusta loppuun itse. Tällöin he voivat ostaa koko rekrytointipalvelun tai sen osia henkilöstöpalvelu- tai konsulttiyrityksiltä. Palveluntarjoaja voi esimerkiksi hoitaa työpaikkailmoituksen ja esivalinnan, ja yrityksen johto ja muut valintaan osallistuvat henkilöt osallistuvat prosessiin vasta loppuvaiheessa. (Viitala, 2021, luku 3.3.)

3.3 Työnantajamielikuva rekrytoinnissa

Mosleyn (2014, s. 4) kertoman mukaan Simon Barrow ja Tim Ambler (1996) ovat ensimmäisinä määritelleet työnantajamielikuvan olevan yhdistelmä taloudellisia, toiminallisia ja psykologisia etuja, jotka työnantaja tarjoaa henkilöstölleen, ja jotka voidaan yhdistää työnantajaan. Työnantajamielikuva sisältyy kaikkiin yrityksiin. Mielikuva syntyy kaikista kokemuksista ja tunteista, jotka voidaan yhdistää työnantajaan. Kokemukset voivat olla positiivisia ja totuuden mukaisia tai jotain aivan muuta. Lisäksi ne voivat perustua suoraan kanssakäymiseen yrityksen kanssa tai esimerkiksi kuulopuheisiin. Tunteet ja kokemukset muodostuvat tarkoituksellisen ja suunnitellun tai tahattoman ja suunnittelemattoman viestinnän kautta.

Työnantajamielikuvalla voidaan kiteyttää ne syyt, miksi hakijan tulisi hakea kyseiseen yritykseen. Mielikuvia muodostuu kaikissa vuorovaikutustilanteissa, joita käydään yrityksen kanssa. Työntekijät keskustelevat ystäviensä kanssa muun muassa siitä, millaista yrityksessä on työskennellä, ja työnhakijat kertovat tuttavilleen hakijakokemuksestaan. (Leinonen, n.d.) Kun työntekijöistä on pulaa, työnantajan herättämä mielikuva yrityksestä korostuu entisestään. Kovassa työntekijäkilpailussa on erityisen tärkeää erottua muista. (Biisoni, n.d.)

Mielikuva rakentuu useista eri osa-alueista. Näitä osa-alueita voivat olla esimerkiksi työpaikan ilmapiiri ja siellä työskentelevät henkilöt, erilaiset työsuhteet, yrityksen kulttuuri, työntekijöiden ja yrityksen johdon välinen vuorovaikutus sekä toimitilat. Työnantajamielikuva olisi hyvä ottaa osaksi viestinnän suunnitelmaa ja viedä sitä näkyväksi esimerkiksi verkkosivuilla. Hakijoiden olisi hyvä päästä selvittämään millaisia henkilöitä yrityksessä työskentelee, millaisia työtehtäviä on tarjolla sekä millainen tapa yrityksessä on toimia ja tehdä työtä. Yhtenä hyvänä keinona tuoda työnantajamielikuvaa esille on erilaiset videot. Videoilla pystytään tuomaan konkreettisesti näkyviin, miltä yrityksessä näyttää ja millaisia henkilöitä siellä työskentelee. Videoiden kautta saa todenmukaisemman kuvan yrityksen kulttuurista kuin pelkkää tekstiä lukiella. (Biisoni, n.d.)

Työnantajamielikuvan kannalta on tärkeää, että yrityksen työntekijät puhuvat yrityksestä positiivisesti. Kun työntekijät kertovat hyvistä kokemuksista eteenpäin, muidenkin kiinnostus yritystä kohtaan herää. (Leinonen, n.d.) Onkin tärkeää, että uutta työntekijää rekrytoitaessa myös nykyiset työntekijät ovat tyytyväisiä työnantajaansa. Työntekijöillä on suuri voima houkutella uusia henkilöitä yritykseen. Vastapainoksi heillä on myös merkittävä voima saada hakijoita peräänantamaan. (Biisoni, n.d.)

Rekrytointiprosessilla on vaikutusta työnantajamielikuvaan. Muun muassa se miten prosessi on hoidettu ja onko se tehty ammattimaisesti, vaikuttaa mielikuvan syntymiseen. Työpaikkailmoitus on ensimmäinen vaihe luoda työnantajamielikuvaa. Ilmoitus tulee laatia hyvin ja siihen tulee sisällyttää oikeat tiedot työtehtävästä ja yrityksestä. Ilmoituksen julkaisemisessa tulee käyttää oikeita

kanavia ja sitä pitää jakaa tarpeeksi laajasti. (Eezy Personnel, n.d.) Suosituimmat sosiaalisen median kanavat sekä tärkeät mediat ovat toimivia työmarkkinapaikkoja, joissa yritys voi samalla rakentaa työnantajakuvaansa. Osa työpaikkailmoituksista on selvästi niin sanottua mielikuvamainontaa. Työpaikkailmoitus voi olla tietynlainen osailmoitus, joka sisältää yrityksen nimen, muuttaman ydinlauseen avoimena olevasta tehtävästä ja kehotuksen lukea koko ilmoitus yrityksen nettisivuilta. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 171.)

Myös hakijaviestintä vaikuttaa työnantajamielikuvaan. Työnhakijoille tulisikin viestiä aktiivisesti rekrytointiprosessin eri vaiheissa. (Eezy Personnel, n.d.) Kun yritys vastaa sujuvasti hakijoille ja pitää heidät ajan tasalla, voi hakija myös kielteisen päätöksen jälkeen pitää yritystä hyvänä työpaikkana. Mikäli hakijoille ei vastata tai vastaaminen on hyvin hidasta, voi hakija jättää hakuprosessin kesken. Tällaisella toiminnalla voi olla hyvinkin pitkäkestoisia vaikutuksia muun muassa hakijamääriin. Hakijaviestintä onkin rekrytoinnissa yksi tärkeimmistä osioista. (Biisoni, n.d.)

3.4 Rekrytointiin liittyvä lainsäädäntö

Työnantajalla on lähtökohtaisesti oikeus vapaasti päättää, kenet palkkaa työntekijäksi. On kuitenkin tiettyjä lakeja, jotka jossakin määrin rajoittavat työnantajan valinnanvapautta. Työnantajien tuleekin hallita rekrytointiin liittyvä juridiikka. Rekrytointiin liittyvän lainsäädännön tarkoituksena on suojella yksilöä sekä hänen henkilötietojaan ja taata yhdenvertainen kohtelu työhönottotilanteessa. Suomen perustuslaissa yksi perusoikeuksista on mainittu luvussa 2 §6: yhdenvertaisuus. Tämän mukaan kaikki ovat yhdenvertaisia, eikä ketään saa asettaa ilman hyväksyttävää perustetta eri asemaan sukupuolen, iän, alkuperän, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, terveydentilan, vammaisuuden tai muun syyn perusteella. Yhdenvertaisuudesta ja syrjintäkiellosta puhutaan myös yhdenvertaisuuslaissa sekä laissa naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta. (Jarmas, 2017; Suomen perustuslaki 1999/731, 2 luku 6 §; Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014; Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta 1986/609.)

Lainsäädäntö tulee ottaa huomioon ensimmäisen kerran jo työpaikkailmoitusta tehdessä. Työpaikkailmoitus ei saa sisältää syrjintää tai rikkoa sukupuolten välistä tasa-arvoa. Työnhakijalta ei voida vaatia ominaisuuksia, jotka eivät ole oleellisia haettavan tehtävän kannalta ja jotka johtavat syrjintään. Esimerkiksi ikää ja sukupuolta voi käyttää hakukriteerinä vain, jos sille pystytään esittämään painava syy. Myös neutraalilta kuulostavat kriteerit, kuten kielitaitovaatimus, saattaa olla syrjivä, jos työtehtävän suorittaminen ei tällaista edellytä. Työsuojeluviranomaiset valvovat työpaikkailmoituksia. (Jarmas, 2017.)

Laki yksityisyyden suojasta työelämässä suojaa työnhakijan ja työntekijän yksityiselämää. Laki säätelee mitä tietoja työnantaja voi työnhakijoista kerätä ja miten. Työnantaja saa lähtökohtaisesti kerätä henkilötietoja vain työnhakijalta itseltään. Jos tietoja kerätään jotakin muuta kautta, esimerkiksi suosittelijalta, tulee pääsääntöisesti pyytää suostumus työnhakijalta. (Jarmas, 2017; Laki yksityisyyden suojasta työelämässä, 2004/759, 1 luku 1 §, 2 luku 3 §.)

Rekrytoinnissa on otettava huomioon se, että työnantajalla on velvollisuus antaa viivytyksettä kirjallinen selvitys menettelynsä perusteista esimerkiksi työnhakijalle, joka kokee tulleen syrjityksi. Selvityksen tulee sisältää työnantajan noudattamat valintakriteerit, valituksi tulleen koulutus, työ- ja muu kokemus sekä muut ansiot ja seikat, jotka ovat selvästi vaikuttaneet valintaan. (Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta, 10 §.)

4 TYÖPAIKKAILMOITUS

4.1 Ilmoituksen sisältö

Työpaikkailmoituksen laatiminen on osa rekrytointiprosessia. Kun työpaikkailmoitusta lähdetään suunnittelemaan, on hyvä miettiä muun muassa seuraaviin kysymyksiin vastauksia:

- Minkälaisia hakijoita yritys haluaa tavoittaa?
- Minkälaisia hakemuksia halutaan ja millä aikataululla?
- Mitä yrityksestä halutaan kertoa ja miten se vaikuttaa työnantajamielikuvaan?
- Minkälaista tyyliä ilmoituksessa käytetään?
- Miten ilmoituksesta saadaan houkutteleva, selkeä ja realistinen?
- Mitä rekrytointikanavia tai kanavaa käytetään?
- Keneltä, milloin ja miten tehtävästä saa tarvittaessa lisätietoa? (Joki, 2021, s. 71–72.)

Otsikointiin on tärkeä kiinnittää huomiota. Otsikosta tulee käydä selkeästi ilmi mitä haetaan. Jos otsikko on epäselvä ja hakija ei tiedä tarkemmin mitä yritys hakee, voi ilmoitus jäädä herkästi lukematta. On huomioitava myös se, että nykyään työpaikkoja haetaan nettihaun avulla. Tämä tarkoittaa sitä, että on varmistettava, että työpaikkailmoitus löytyy helposti oikeilla hakusanoilla. (Salli & Takatalo, 2014, s. 26.) Otsikoissa olisi tärkeää käyttää sukupuolineutraaleja termejä. Tällä voidaan varmistaa, että esimerkiksi mies- tai emäntä -loppuisilla ammattinimikkeillä ei olisi vaikutusta siihen hakeeko työnhakija työpaikkaa vai ei. (Glad, 2020.)

Tehtävänkuvaus on keskeisin asia työpaikkailmoituksessa. Tehtävänkuvauksen tulisi sisältää tehtävänimikkeen, yksikön, ydintehtävät ja vastuut, palkanmaksun perusteen sekä työn keston ja mahdollisen koeajan. Ilmoituksessa yksittäisillä sanavalinnoilla on merkitystä. Ehdottomat vaatimukset ja toiveet tulee erottaa hyvin, jotta työnhakijalle ei jää tulkinnanvaraiseksi, mitkä asiat ovat ydinvaatimuksia ja mitkä ovat lisäansioita. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 171.)

Ilmoituksessa olisi hyvä tuoda esille vain niitä vaatimuksia ja ominaisuuksia, joita kyseisessä tehtävässä tarvitaan. Mikäli tehtävään valittu henkilö omaa paljon ominaisuuksia, joita itse tehtävän hoitamisessa ei tarvitakaan, rekrytoinnilla on suuri riski epäonnistua. Tehtävään tulee hakemuksia väärin oletuksin, mikäli ilmoitus antaa kuvan esimerkiksi paljon vaativammasta ja monipuolisemmasta tehtävästä kuin se todellisuudessa on. (Joki, 2021, s. 71.)

Realistisesti tehdyllä työpaikkailmoituksella pystytään hakukoneoptimoimaan ilmoituksen sisältö, jolloin ilmoitus nousee hakukoneiden hakutuloksissa mahdollisimman korkealle. Ilmoituksen tulee selvästi kertoa, mistä avoimessa tehtävässä on kysymys. Mikäli työtehtävä tai työnantaja on määritelty heikosti, ilmoitus voidaan kokea epäluotettavana, jolloin hakemus jää täyttämättä. Avoimella viestinnällä voidaan houkutella ammattitaitoisia työnhakijoita. (Mistry, 2018.)

Ilmoituksessa on hyvä kertoa lyhyesti yrityksestä ja sen toimialasta. Yrityksestä kerrottaessa olisi hyvä korostaa niitä ominaisuuksia, jotka herättävät potentiaalisten hakijoiden kiinnostuksen yritystä kohtaan. On kuitenkin hyvä kiinnittää huomiota siihen, ettei korosta liikaa esimerkiksi erilaisia henkilöstöetuja, sillä tällöin lukijan huomio voi kiinnittyä liikaa tehtävän kannalta epäoleelliseen. (Joki, 2021, s. 71.)

Salli & Takatalo (2014 s. 27 & 30) kehottavat kuvailemaan työtehtävää suorituspohjaisesti, eli kertomaan, mitä työtehtävä konkreettisesti sisältää, millainen on tavanomainen työpäivä tai -viikko. Sen sijaan, että tekisi pitkän listan vaadittavista taidoista, suorituspohjainen työnkuvan avulla annetaan työnhakijalle konkreettinen kuva itse työstä. Kun hakijalle annetaan käytännönläheinen ja realistinen kuva työtehtävästä, säästetään sekä omaa että hakijan aikaa. Tällä tavoin voidaan välttyä turhilta hakemuksilta ja pystytään keskittymään niihin hakijoihin, joilla on realistinen kuva työtehtävästä ja, jotka ovat aidosti kiinnostuneita. Suorituspohjaisten ilmoitusten avulla voidaan myös laajentaa hakijakuntaa, koska tällä tavoin ei tehdä liian tiukkaa rajausta muun muassa taito- ja kokemuskriteereillä. Työtehtävää tulisi markkinoida hakijalle, eikä puhutella häntä kolmannessa persoonassa.

Useissa työpaikkailmoituksessa pyydetään ilmoittamaan palkkatoive. Palkkatoive laitetaan joko hakemuksen yhteyteen tai suoraan rekrytointijärjestelmään, jossa on oma kohtansa palkkatoiveelle. Rekrytoinnin edetessä palkasta voi olla mahdollista myös neuvotella. (Montgomery, 2022, s. 119–120.) Euroopan parlamentti hyväksyi uuden palkka-avoimuusdirektiivin maaliskuussa

2023. Direktiivin tarkoituksena on varmistaa, että kaikki saavat työstään reilun palkan, riippumatta henkilön sukupuolesta, iästä, etnisestä taustasta tai muista tekijöistä. Tällä suojellaan työntekijöitä ennakkoluuloihin perustuvalla syrjinnältä. Jatkossa työnhakijan tulee saada tieto alkupalkasta tai palkan vaihteluvälistä palkkaneuvottelua varten. Palkka voidaan ilmoittaa esimerkiksi työpaikkailmoituksessa, ennen työhaastattelua tai muulla tavoin siten, että työnhakijan ei tarvitse sitä erikseen pyytää. Direktiivi tulee olla osa kansallista lainsäädäntöä kesäkuuhun 2026 mennessä. (Silta, 2024; Rantalainen, 2024.)

Hyvin toteutetulla ja tarkasti suunnitellulla työpaikkailmoituksella voidaan saada nostatettua yrityksen tunnettavuutta ja kasvattamaan kiinnostusarvoa. Esimerkiksi, jos yritykseen haetaan useampaan eri tehtävään työntekijöitä samalla työpaikkailmoituksella, saattaa se viestiä kasvavasta ja menestyvästä yrityksestä. Huumorin käyttäminen ilmoituksessa voi viestiä taas vauhdikkaasta ja nuorekkaasta yrityksestä. Huumorin käyttö ilmoituksissa voi olla vaikeaa ja haasteellista, sillä onnistuessaan se on oivallinen herättelijä ja mielikuvien muodostaja, mutta epäonnistuessaan voi aiheuttaa ikäviä seurauksia. (Joki, 2021 s. 69.)

4.2 Ilmoituksen rakenne ja visuaalisuus

Työpaikkailmoituksen rakenne koostuu tyypillisesti seuraavista osista: 1. yrityksen toiminnan kuvaus, 2. tehtävänimike ja sijaintipaikka tai jokin muu oleellinen tieto, 3. lista avaintehtävistä, vastuualueista tai työnhakijan edellytyksistä. Listan alkupäähän laitetaan tyypillisesti ne ominaisuudet, joista ei olla valmiita tinkimään. Nämä voivat liittyä esimerkiksi koulutukseen tai alan työkokemukseen. Mitä pidemmälle ilmoitusta lukee, sitä toissijaisempia osaamiseen liittyvät toiveet ovat. Ilmoituksen lopussa on yleensä myös mainittu yrityksen tarjoamat lisät, esimerkiksi henkilöstöedut. (Hoppe & Laine, 2014, s. 66.)

Työpaikkailmoituksessa on hyvä kiinnittää huomiota myös visuaalisuuteen. Esimerkiksi kuvat jäävät helposti ihmisten mieleen. Visuaalisuus on hyvä keino kasvattaa näkyvyyttä, kohottaa brändiä sekä parantaa työnantajaimagoa.

Rekrytointivideot ovat toimiva tapa saavuttaa hakijoita ja saada näkyvyyttä yritykselle. (Salli & Takatalo, 2014, s. 29.) Ilmoituksen visuaalisuuden, tekstin ja tyylin tulisi olla sopusoinnussa yrityksen muun markkinointiviestinnän kanssa (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 129).

Lukijan huomio voidaan herättää esimerkiksi väreillä ja kuvilla. Lammin mukaan (2015, s. 56) värien käytöllä voi olla sekä eettisiä että toiminnallisia tavoitteita. Värien avulla voidaan välittää erilaisia tunnetiloja sekä kuvata ympäröivää todellisuutta. Värit auttavat myös erottelemaan, ryhmittelemään ja luokittelemaan asioita. Tätä voidaan kutsua informaation koodaamiseksi. Väri- ja värilinnat eivät ole yhdentekeviä tai ainoastaan makuasioita. Värit vaikuttavat muun muassa siihen, koetaanko ilmoitusta mukavaksi katsella. Huonoilla värivalinnoilla voidaan tehdä materiaalista jopa lukukelvotonta.

Värien avulla ohjataan ihmisten huomiota. Esimerkiksi punaista voidaan pitää hyvänä huomiovärinä, mutta myös muita kirkkaita tai lämpimiä sävyjä voidaan käyttää huomion kohdentamisessa. Voimakas väri voi helposti jättää kaiken muun varjoonsa, joten sen vuoksi tällaista väriä ei pitäisi käyttää suurina pintoina. Korostus ja tehostevärejä käytettäessä on hyvä kiinnittää huomiota johdonmukaisuuteen eli käyttää aina samaan tarkoitukseen samaa väriä, jolloin väreillä on oma selkeä roolinsa. Värien käytössä tulee ottaa huomioon myös niiden välinen kontrasti sekä kirkkausaste. Ilmoituksessa olevien elementtien tulee erottua sekä toisistaan että taustasta. Kirkkausasteen ollessa sama, erityisesti tummimpien ja vaaleimpien sävyjen kohdalla, niitä voi olla vaikea erottaa toisistaan. (Lammi, 2015, s. 56–58.)

Värien avulla yritys voi myös korostaa brändin persoonaa. Punaista voidaan pitää dynaamisena värinä, ja monet dynaamisena pidetyt yritykset ovatkin pyrkineet omimaan kyseisen värin. Punainen voidaan mieltää myös aggressiiviseksi, ja siihen voidaan yhdistää puoluepoliittisia näkemyksiä. Onkin siis tärkeää tiedostaa värien kulttuurisidonnainen symboliikka. (Ahto ym., 2016, s. 177.)

Tyypillisiä visuaalisia elementtejä työpaikkailmoituksessa ovat yrityksen logo, kuva yrityksen työntekijästä työn parissa, kuvitteelliset ryhmäkuvat tai positiiviset tarinat (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 130). Esitystapana kuvia voidaan pitää kirjoitettua tekstiä vanhempana ja tämän vuoksi suositellaankin käyttämään mahdollisimman paljon kuvia ja visuaalisia elementtejä. Informaatio siirtyy aivoihin nopeammin näköaistin kautta kuin muiden aistien välityksellä. Hyvin valittu, asiayhteyteen sopiva kuva edistää viestin perillemenoja ja on kirjoitettua tekstiä tehokkaampi tunnetasolla. Kuvat jäävät paremmin mieleen ja ne tukevat sekä vahvistavat viestiä. Jos kuva ei tue viestin sisältöä, se voi toimia pelkkänä koristeena ja huonoimmassa tapauksessa olla vain häiriötekijä. (Lammi, 2015, s. 88–89.)

Kieliopillisesti oikeanlainen teksti on pieni, mutta hyvin oleellinen asia ilmoituksessa. Työpaikkailmoitus, mikä on täynnä kirjoitusvirheitä, ei herätä suurta luottamusta julkaisijaa kohtaan. Tämän vuoksi tuleekin olla erityisen tarkkana silloin, kun teksti julkaistaan yrityksen nimissä. Teksti kun edustaa yrityksen julkista kuvaa. Yleisimpinä kieliopin kompastuskivinä voidaan pitää pilkkuja, isoja alkukirjaimia sekä yhdyssanoja. (Joki, 2021, s. 71; Määttä, 2019.)

Työpaikkailmoituksia luetaan yhä enemmän mobiililaitteiden kautta ja tämä tulee ottaa huomioon ilmoitusta tehdessä. Ilmoituksen tulee olla riittävän lyhyt ja selkeä. Hakijat pystyvät helposti hakemaan lisätietoa netistä, joten kaikkea tietoa ei ole tarpeellista yrittää sisällyttää ilmoitukseen. Riittää, että ilmoitukseen laitetaan linkki organisaation sivuille. (Salli & Takatalo, 2014, s. 28.)

4.3 Lisätiedot ja työhakemuksen jättäminen

Työpaikkailmoituksen lopussa kerrotaan hakumenettelystä eli ilmoitetaan hakujan päättymisaika, missä muodossa hakemus jätetään sekä lisätietojen antaja ja hänen yhteystietonsa. Osa ilmoituksista sisältää myös ennakkotiedon, jos hakijalta edellytetään ennen työtehtävän vastaanottamista annettava terveys- tai turvallisuusselvitys tai molemmat. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 171–172).

On tärkeää, että lisätietojen kysymiselle annetaan mahdollisuus. Ajankäytön kannalta on järkevää varata tietty päivä ja kellonaika, jolloin hakijat voivat kysellä lisätietoja avoimista olevasta työtehtävästä. (Joki, 2021, s. 72.) Lisäkysymyksiä voidaan esittää esimerkiksi tehtävään tai itse yritykseen liittyen, jos näihin ei löydy vastauksia esimerkiksi yrityksen nettisivuilta (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola, 2015, s. 179).

Ilmoituksen lopussa on selkeä ohjeistus siitä, mitä hakijalta odotetaan seuraavaksi. Esimerkiksi ”Siirry täyttämään hakemus nettisivuillamme [www...](#)” tai ”Tee seuraavaksi 3 minuutin hakuvideo, jossa kerrot itsestäsi ja lähetä se osoitteeseen”. Hakemuksen jättäminen on hyvä tehdä helpoksi. Myös turhien lomakkeiden täyttämistä tulisi välttää. Jos esimerkiksi hakijoita pyydetään lähettämään CV ja hakemus, ei ole tarpeellista pyytää täyttämään samoja tietoja yrityksen käytössä olevaan HR-järjestelmään. (Salli & Takatalo, 2014, s. 29–30.)

Montgomery (2022, s. 109) ottaa kirjassaan kantaa rekrytointijärjestelmiin työnhakijan näkökulmasta. Rekrytointijärjestelmät helpottavat rekrytointia tekevien työtä, sillä niiden avulla kaikista hakijoista saadaan samat tiedot, ja tällöin tietoja on vaivattomampi vertailla keskenään. Työnhakijan näkökulmasta hakemuksen tekeminen voi vaatia huomattavasti enemmän työtä, sillä usein työnhakija hakee useampaa työpaikkaa samanaikaisesti. Toisinaan rekrytointijärjestelmien täyttämisen lisäksi halutaan liitteeksi myös ansioluettelo. Tällöin hakija kirjoittaa järjestelmään samat tiedot, jotka löytyvät jo ansioluettelosta. Työnhakijan näkökulmasta tämä on työlästä, ja jossain tapauksissa hakija voi joutua täyttämään samat asiat moneen eri järjestelmään.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusote voi olla kvantitatiivinen eli määrällinen tai kvalitatiivinen eli laadullinen. Se kumpi tutkimusote sopii paremmin, riippuu muun muassa tutkimusongelmasta ja tutkimuksen tarkoituksesta. Jotkut tutkimukset hyötyvät näistä kummastakin tutkimusotteesta, jolloin ne täydentävät toisiaan. (Heikkilä, 2014, s. 14.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttisuuksiin liittyviä kysymyksiä. Tämän edellytyksenä on riittävän suuri otos. Aineiston keräämisessä käytetään tavallisimmin standardoituja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vaihtoehdot. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa muun muassa kysymyksiin mikä? missä? paljonko? Tuloksia analysoidaan taulukoiden ja kuvioiden avulla ja asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla. Kvantitatiivisella tutkimuksella pystytään yleensä kartoittamaan sen hetkistä tilannetta, mutta ei pystytä kattavasti selvittämään asioiden syitä. (Heikkilä, 2014, s. 15.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän avulla pyritään ymmärtämään tutkimuskohdetta ja saamaan selville syitä käyttäytymiselle ja päätöksille. Tutkimuksessa keskitytään yleensä pieneen määrään tutkittavia. Tapauksen pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Tutkimukseen osallistujat valitaan useimmiten harkinnanvaraisesti, eikä tutkimuksella pyritä tilastollisiin yleistyksiin. Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin miksi? miten? ja millainen? Tutkimuksen aineisto on usein tekstimuodossa. Kvalitatiivinen tutkimusote sopii muun muassa toiminnan kehittämiseen sekä vaihtoehtojen etsimiseen. (Heikkilä, 2014, s. 15.)

Tutkimuksen luotettavuutta pohtiessa avainsanoja ovat validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteettia kutsutaan toisinaan pätevyudeksi ja reliabiliteettia luotettavuudeksi tai toistettavuudeksi. (Vehkalahti, 2014, s. 40.) Validiteetti ilmaisee sen, mittaako mittari juuri sitä ominaisuutta, mitä sen on tarkoitus mitata. Mikäli

tutkimukseen ei ole asetettu täsmällisiä tavoitteita, tutkitaan helposti vääriä asioita. Jos mitattavia käsitteitä ei ole tarkasti mietitty, ei mittaustuloksia voida pitää täysin valideina. Validiteetti voidaan varmistaa huolellisella suunnittelulla sekä tarkasti tehdyllä tiedonkeruulla. Tutkimuksen perusjoukko tulee määrittellä tarkasti ja vastausprosentin olisi hyvä olla mahdollisimman korkea, sillä tällä voidaan edesauttaa validin tutkimuksen toteuttamista. (Heikkilä, 2014, s. 27.)

Validiteetin lisäksi olisi hyvä saada myös tutkimuksen reliabiliteetti mahdollisimman hyvälle tasolle. Mittauksen reliabiliteetti on sitä parempi, mitä vähemmän se sisältää mittausvirheitä. Mittauksen lisäksi myös tiedonkeruuta pidetään merkittävänä tekijänä, mikä voi lisätä tutkimuksen epävarmuutta. Sekä mittaus että tiedonkeruu tulee tehdä luotettavasti, jotta tutkimuksen kokonaisluotettavuus toteutuu. (Vehkalahti, 2014, s. 41–42.) Tutkimustulokset eivät saa olla sattumanvaraisia vaan tutkimus tulee voida suorittaa uudestaan samantyyppisin tuloksin. Koko tutkimuksen ajan tutkijan tulisi olla kriittinen ja tarkka. Virheitä voi tulla esimerkiksi tietoja kerätessä, syöttäessä, käsiteltäessä tai tuloksia analysoitaessa. Tuloksia voidaan pitää sattumanvaraisena, jos otoskoko jää hyvin pieneksi. Erityisesti kyselytutkimuksissa tulisi ottaa huomioon otanta suunniteltaessa poistuma eli kato, jolla tarkoitetaan vastaamatta jättäneiden määrää. Kato voi nousta joskus hyvin suureksikin. (Heikkilä, 2014, s. 28.)

Tutkijalle kuuluu eettinen vastuu tutkimuksestaan. Tutkijan tulee pidättäytyä vain siinä, minkä tutkimus osoittaa oikeaksi. Tulokset raportoidaan kokonaistuloksina siten, etteivät ne paljasta kenenkään yksittäisen vastaajan tietoja. (Heikkilä, 2014, s. 29 & 169.) Suomessa tutkijaa ohjaa yleiset eettiset periaatteet. Näihin sisältyy muun muassa se, että tutkijan tulee kunnioittaa tutkittavien ihmisarvoa ja itsemääräämisoikeutta. Lisäksi tutkija suorittaa tutkimuksensa siten, että tutkimuksesta ei aiheudu tutkittaville, yhteisöille tai muille tutkimuskohteille huomattavia riskejä, vahinkoja tai haittoja. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2019, s. 5–6.)

Tutkittavalla henkilöllä on oikeus osallistua vapaaehtoisesti tutkimukseen sekä oikeus kieltäytyä osallistumasta. Tutkittava saa keskeyttää osallistumisensa

milloin vain ilman kielteisiä seuraamuksia hänelle itselleen. Tutkittavalla on myös oikeus peruuttaa suostumuksensa osallistua tutkimukseen. Lisäksi tutkittavalla on oikeus saada tietoa tutkimuksen sisällöstä, henkilötietojen käsittelystä ja tutkimuksen käytännön toteuttamisesta. Informaatio tulee antaa sillä kielellä mitä tutkittava ymmärtää. Tutkittavan oikeuksiin kuuluu myös saada ymmärrettävä ja totuudenmukainen kuva tutkimuksen tavoitteista sekä mahdollisista osallistumisesta koituvista riskeistä. Tutkittavan tulee saada tietää olevansa tutkittavana. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2019, s. 7–8.)

5.2 Kyselylomake tiedonkeruumenetelmänä

Kyselytutkimus auttaa keräämään ja tarkastelemaan tietoa muun muassa ihmisten toiminnasta, arvoista ja mielipiteistä. Kyselytutkimukseen sisältyy kysymyksiä, joihin vastataan kyselylomakkeella. Kyselylomaketta voidaan käyttää mittausvälineenä esimerkiksi yhteiskuntatieteellisissä tutkimuksissa, mielipidetiedusteluissa ja katukyselyissä. Mittarit muodostuvat kysymysten ja väittämien kokoelmasta. Kokoelman avulla voidaan mitata esimerkiksi erilaisia ilmiöitä, kuten asenteita ja arvoja. (Vehkalahti, 2014, s. 11–12.) Mittareiden muodostaminen tulisi alkaa teoriaan perehtymisestä, eli tutkijan tulisi aluksi tutustua mitattavaan asiaan aiempien tutkimusten avulla. Aiemman teorian pohjalta on mahdollista löytää keskeiset käsitteet kyselytutkimukseen. (Valli, 2018, s. 81.)

Kyselylomaketta voidaan pitää yhtenä tavallisimpana tapana kerätä tutkimusaineistoa. Nykyisin paperisen kyselylomakkeen rinnalle on tullut sähköinen kyselylomake. Jotta tutkimus onnistuu, on kysymysten laadinnassa ja muotoilemisessa oltava huolellinen. Kysymysten muoto tuottaa eniten virheitä tutkimustuloksiin. Mikäli vastaaja tulkitsee kysymykset eri tavalla kuin tutkija on ne tarkoittanut, tulokset vääristyvät. Kyselyssä sanamuodot eivät saa olla epämääräisiä tai häilyviä. Kysymykset eivät myöskään saa olla johdattelevia. Kysymykset laaditaan tutkimuksen tavoitteiden ja tutkimusongelmien mukaan. Kun aineistonkeruu aloitetaan vasta sen jälkeen, kun tutkimuskysymykset ovat

täsmentyneet, vältetään turhilta kysymyksiltä ja saadaan kysyttyä kaikki tutkimuksen kannalta oleellinen tieto. (Valli, 2018, s. 81.)

Useimmiten kyselylomakkeen alkuun laitetaan niin sanottuja taustakysymyksiä. Näiden avulla tiedustellaan esimerkiksi vastaajan ikää, koulutusta tai sukupuolta. Nämä kysymykset ovat samalla lämmittelykysymyksiä tulevaan aiheeseen. Taustakysymysten jälkeen olisi hyvä sijoittaa helpot kysymykset, joissa ei mennä vielä arkoihin aiheisiin, jos kysely sellaisia sisältää. Näiden kysymysten jälkeen lomakkeessa tulee mahdolliset arat kysymykset. Kyselyn loppuun on hyvä laittaa niin sanottuja jäähdyttelyvaiheen kysymyksiä, joihin on helppo vastata. (Valli, 2018, s. 82.)

Kyselylomakkeen pituus ja kysymysten määrä on hyvä miettiä huolellisesti. Mikäli lomake on liian pitkä, vastaaja voi jättää vastaamatta jo ennen kuin on edes kunnolla tutustunut lomakkeeseen. Lomakkeen sopiva pituus vaihtelee kohderyhmän mukaan. Muun muassa vastaajan lukutaito, kyselyn aihealue ja sen merkitys vastaajalle vaikuttavat vastausinnostukseen. Mikäli lomake on liian pitkä, saatetaan viimeisiin kysymyksiin vastata ilman kunnollista pohdintaa, ja tämä taas saattaa vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen. (Valli, 2018, s. 83.) Kysymykset ja vastausvaihtoehdot olisi hyvä muokata vastaajalle henkilökohtaiseen muotoon. Esimerkiksi sen sijaan, että laittaa ”Ikä: 20–30 vuotta”, laittaisikin ”Ikäni on 20–30 vuotta”. (Valli, 2018, s. 83.)

Myös lomakkeen selkeyteen ja ulkoasuun tulee kiinnittää huomiota. Mitä miellyttävämältä lomake näyttää ja mitä helpompi sitä on täyttää, sitä enemmän saadaan vastauksia ja näin ollen vastausprosentti suurenee. Myös kysymysten loogista etenemistä on hyvä tarkastella. Kyselyyn vastaaminen ei saa viedä kohtuuttomasti aikaa. Kokonaisuudessaan vastaamisen tulisi olla miellyttävä ja motivoiva kokemus, jotta kyselyyn vastaa mahdollisimman moni, ja tätä kautta saadaan tutkimustuloksista totuudenmukaisia. (Valli, 2015, s. 27–28).

Kyselylomake voi sisältää sekä avoimia että suljettuja kysymyksiä. Avoimiin kysymyksiin vastataan vapaamuotoisesti ja suljetuissa kysymyksissä on

valmiita vastausvaihtoehtoja. Valmiiden vaihtoehtojen tulee poissulkea toisensa, eli ne eivät saa mennä päällekkäin. Kyselytutkimuksissa käytetään enimmäkseen suljettuja kysymyksiä, mutta avoimillekin kysymyksille voi olla tarvetta. Valmiit vastausvaihtoehdot tekevät mittauksesta selkeämpää ja helpottavat tietojen käsittelyä merkittävästi. Avoimet, sanalliset vastaukset ovat työläämpiä käsittelyn suhteen, mutta ne toimivat joidenkin kysymysten kohdalla paremmin kuin suljetut kysymykset. Avoimet kysymykset ovat oleellisia silloin, kun vaihtoehtoja ei haluta antaa tai niitä ei voida luetella, esimerkiksi niiden suuren määrän vuoksi. (Vehkalahti, 2014, s. 24–25.)

On tärkeää huolehtia siitä, että kaikille vastaajille löytyy sopiva vastausvaihtoehto. Lomakkeeseen voi antaa vaihtoehdoksi esimerkiksi ”jokin muu, mikä:”, jolloin vastaaja pääsee itse kirjoittamaan vastauksensa. Tarvittaessa vastausvaihtoehtona on myös hyvä olla ”en osaa sanoa” tai ”en halua sanoa”, esimerkiksi sukupuolta kysyessä. Mikäli tätä vaihtoehtoa ei tarjota, vastaajat käyttävät neutraalia vastausta, kun eivät tiedä mitä vastaisivat ja tämä voi vääristää tuloksia. (Oulun yliopisto, 2020.)

Tutkimuslomakkeen lisäksi lomakkeen vastaajalle lähetetään saatekirje. Saatekirjeestä vastaaja saa selville, mihin tarkoitukseen hänen tietojensa ja mielipiteitään käytetään. Saatekirjeen perusteella henkilö tekee päätöksen täyttääkö lomakkeen vai ei. Saatekirjeen pituus on korkeintaan yksi sivu. Saatekirje voidaan korvata lyhyillä saatesanoilla. Saateen informointitarkkuus määräytyy tapauskohtaisesti. Yksityiskohtaisuuteen vaikuttaa muun muassa tutkimusongelma ja tutkimuskohteen luonne. Esimerkiksi ei-arkaluontoisia asioita käsiteltävissä tutkimuksissa ei tarvitse antaa kovin tarkkaa informaatiota vastaajalle. Tällaisia ovat esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyt. Sen sijaan arkaluontoiset tutkimusaineistot, jotka sisältävät tunnistettavaa dataa, edellyttävät aina sitä, että tutkittavaa on tarkasti informoitu. (Vilkka, 2007, s. 81–82.)

Saatekirjeet ja -sanat ovat monesti liian lyhyitä. Näin ollen niihin jää tiedollisia aukkoja ja ne saattavat herättää epäilyksiä tutkimusta kohtaan. Jos informaatio on puutteellista, vastaajat päättävät useimmiten olla vastaamatta kyselyyn. Saatteiden sävy on usein kohtelias ja myönteinen ja niiden olisi hyvä

puhutella vastaajaa. Saatteessa olisi hyvä mainita tutkimuksen osapuolet eli tutkimuksen tekijä, oppilaitos ja muut yhteistyötahot sekä tutkimuksen tavoite. Saatteen kieliasun on hyvä olla huoliteltua ja lomakkeen alussa tai lopussa on muistettava kiittää vastaamisesta. Myös vastaamiseen kuuluva arvioitu aika on hyvä mainita. (Vilkkä, 2007, s. 84–87.)

5.3 Prosessin kuvaus

Tämän opinnäytetyön tavoite ja tutkimusongelmat huomioiden tutkimusotteeksi valikoitui pääosin kvantitatiivinen tutkimusote. Halusin saada kyselyyn mahdollisimman paljon vastauksia, jotta tutkimustuloksista voitiin tehdä aiheeseen liittyviä yleisiä päätelmiä. Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla myös kohderyhmä oli helpompi tavoittaa. Kyselylomakkeessa olevien muutamien avointen kysymysten osalta tutkimukseen otettiin myös pienessä määrin kvalitatiivista tutkimusotetta. Tutkimus toteutettiin vuoden 2024 aikana ja kyselylomakkeella tapahtuva tiedonkeruu sijoittui 6–10/2024 väliselle ajalle.

Pidimme Satakunnan hyvinvointialueen yhteyshenkilöiden kanssa ensimmäisen opinnäytetyöhön liittyvän palaverin maaliskuun alussa 2024. Palaverissa yhteyshenkilöt toivat esiin aihe-ehdotuksia, joista erityisesti työpaikkailmoitukseen liittyvä aihe kiinnosti itseäni. Kävimme läpi asioita, joita haluttiin tutkimuksella saada tietoon. Lisäksi sovimme kenelle kyselylomake lähetetään ja kuka sen lähettää. Tällöin päätettiin, että kyselylomake lähtee Satakunnan hyvinvointialueelle hakeneille työnhakijoille, jotka eivät tule kyseiseen paikkaan valituksi.

Kyselylomake valikoitui automaattisesti sähköiseksi lomakkeeksi, sillä Satakunnan hyvinvointialueella oli jo toimiva tapa lähettää hakemuksen jättämiseen liittyvä kyselylomake samassa sähköpostissa, jossa he ilmoittavat ei-valituille työnhakijoille päätöksestä. Sähköinen kyselylomake oli mielestäni sopiva myös sen vuoksi, että halusin saada tutkimukseen mahdollisimman paljon aineistoa. Sähköinen kyselylomake oli helpottava tekijä myös siinä, että vastaukset kääntyivät suoraan tiedostoksi, jolloin aineistoa ei tarvinnut

manuaalisesti syöttää ja näin ollen muun muassa näppäilyvirheiden riski pieni. Kyselylomake luotiin Webropol-sovelluksella, sillä se oli käytössä Satakunnan hyvinvointialueella jo ennestään. Toisena vaihtoehtona olisi ollut Google Forms -ohjelmisto. Aikataulun suhteen tarkoitukseni oli saada opinäytetyö valmiiksi vuoden 2024 aikana.

Palaverin jälkeen ryhdyin etsimään tietoa työpaikkailmoituksista, kyselyn toteuttamisesta ja kyselylomakkeen laatimisesta sekä aiempaa tutkimustietoa kyseisestä aiheesta. Kun teoretietoa oli saatu riittävästi kasaan. Laadin kyselylomakkeen (Liite 3) sekä saateviestin (Liite 1), joka lähetettiin kyselyn yhteydessä. Kyselyä hiottiin muutamaa otteeseen ja sain Satakunnan hyvinvointialueen yhteyshenkilöiltä korjausehdotuksia kysymyksiin, sanamuotoihin ja vastausvaihtoehtoihin liittyen. Alkuperäisessä kyselylomakkeessa oli esimerkiksi kysymys työnhakijan tämänhetkiseen tilanteeseen liittyen eli onko hän opiskelija, työelämässä, työtön vai kuvastaako jokin muu tämänhetkistä tilannetta paremmin. Tämä jätettiin pois, sillä kysymyksellä ei ajateltu olevan merkitystä tutkimusongelmaa ajatellen, enkä halunnut pidentää kyselylomaketta ylimääräisillä kysymyksillä. Kyselylomakkeen ja saatekirjeen laatimisesta tarkemmin osiossa 5.4. Kyselylomakkeen laadinta. Satakunnan hyvinvointialueelta sain tutkimusluvan 5/2024, jonka jälkeen kyselylomaketta voitiin alkaa lähettää eteenpäin.

Kesällä 2024 Satakunnan hyvinvointialueella alkaneilla yhteistoimintaneuvotteluilla oli vaikutusta siihen, että uusien työntekijöiden rekrytoiminen oli poikkeuksellisen vähäistä. Tämä näkyi siinä, että kyselylomaketta ei voitu lähettää eteenpäin niin monelle henkilölle, miltä aluksi näytti. Pidimme elokuun alussa hyvinvointialueen yhteyshenkilöiden kanssa opinäytetyöhön liittyvän palaverin ja kävimme läpi sen hetkistä vastausmäärää. Kesäkuun alun – elokuun puolivälin aikana kyselyyn oli tullut toivottua vähemmän vastauksia, joten päätin laajentaa kyselylomakkeen lähettämistä myös mahdollisiin tuleviin työnhakijoihin eli päätin ottaa tutkimukseen mukaan myös Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijoita. Myös hyvinvointialueen yhteyshenkilöt pitivät tätä hyvänä ajatuksena ja kiinnostuivat, onko nykyisten työnhakijoiden ja mahdollisten tulevien työnhakijoiden välillä jonkinlaisia eroja vastauksissa.

Syyskuun 2024 lopulla sain Satakunnan ammattikorkeakoululta tutkimusluvan, jolloin kysely lähti myös Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Kyselylomakkeen kysymykset ja vastausvaihtoehdot pysyivät samoina, mutta lomakkeen alkutekstiin muutettiin työnhakija-sanan tilalle opiskelija. Kysely toteutettiin samalla tavalla Webropol-sovelluksen avulla. Opiskelijoille luotiin oma kyselylomakkeelle vievä linkki, jotta työnhakijoiden ja opiskelijoiden vastaukset eivät sekoitu keskenään. Myös saateviestiä muokkasin opiskelijoille sopivammaksi (Liite 2). Päätin rajata opiskelijat sosionomi-, sairaanhoitaja- ja fysioterapeuttiopiskelijoihin, jotka opiskelevat viimeistä tai toiseksi viimeistä vuotta ammattikorkeakoulussa. Rajasin opiskelijat tällä tavoin, sillä ajattelin, että osa heistä saattaisi lähivuosina olla hakemassa Satakunnan hyvinvointialueelle töihin. Kysely lähetettiin SAMK viestinnän toimesta aluksi vuonna 2021 aloittaneille päivätoteutusta käyville opiskelijoille. Saatekirjeessä ilmoitettiin kyselyn olevan auki kaksi viikkoa. Kyselyn viimeistä aukiolopäivää lähestyessä halusin vielä kasvattaa vastausmäärää, joten kysely lähetettiin SAMK viestinnän toimesta vielä vuonna 2022 aloittaneille päivätoteutuksen opiskelijoille ja kyselyn aukioloa pidennettiin vielä yhdellä viikolla.

Pidimme kolmannen opinnäytetyöhön liittyvän palaverin hyvinvointialueen yhteishenkilön kanssa lokakuun puolessa välissä. Palaverissa kävimme läpi sen hetkistä vastausmäärää ja sovimme, millaisessa muodossa raportoin Satakunnan hyvinvointialueelle saadut tulokset. Sovimme, että raportoin tulokset koko rekrytointitiimille alkuvuodesta 2025, kun opinnäytetyö on valmistunut. Kyselylomakkeet suljettiin 24.10.2024. Tällöin kysely oli lähtenyt Satakunnan hyvinvointialueen toimesta 646 ei-valitulle työnhakijalle sekä 131 Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijalle. Kyselyyn vastasi 17 työnhakijaa ja 22 opiskelijaa. Vastauksia tuli yhteensä 39 kappaletta eli vastausprosentti oli 5 %. Viimeisenä vaiheena oli tutkimusaineiston käsittely ja analysointi sekä opinnäytetyön loppuun saattaminen.

5.4 Kyselylomakkeen ja saateviestin laadinta

Tässä opinnäytetyössä aineistonkeruu toteutettiin sähköisen kyselylomakkeen avulla (Liite 3). Ennen kyselylomakkeen laadintaa tutkin, millaisia tutkimuksia aiheesta oli aiemmin tehty ja millaisia kyselylomakkeita laadittu. Perehdyin muun muassa siihen, millainen on hyvä kyselylomake ja, miten toimiva kyselylomake laaditaan. Lomakkeen laatimiseen oli tärkeää käyttää riittävästi aikaa, jotta sillä saatiin vastauksia tutkimusongelmaan.

Kyselylomakkeen alkuun laitoin niin sanotun taustakysymyksen, jossa kysyttiin lomakkeen täyttäjän ikää. Tämän kysymyksen halusin muotoilla vastaajalle henkilökohtaiseen muotoon, jotta hänelle tulisi heti alussa tunne, että juuri hänen mielipiteensä kiinnostaa tutkijaa.

Lomake sisälsi sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä. Lähes kaikkiin suljettuihin kysymyksiin oli annettu useampia vastausvaihtoehtoja. Suljetut kysymykset olivat pakollisia ja avoimet kysymykset vapaaehtoisia. Avoimet kysymykset halusin jättää vapaaehtoiseksi, sillä niiden kautta vastaaja pystyi kertomaan lisää mielipiteitään, mikäli suljetuissa kysymyksissä ei ollut sopivaa vastausvaihtoehtoa. Jaoin kyselylomakkeen kolmeen osioon. Ensimmäisessä osiossa kysyttiin, mitä työnhakukankavia henkilö käyttää, toisessa osiossa kysyttiin mielipidettä työpaikkailmoituksen sisältöön liittyen ja kolmannessa osiossa kysyttiin mielipidettä työpaikkailmoituksen visuaalisuuteen liittyen. Jokaisen osion alussa oli ensin suljettuja vaihtoehtoja ja näiden jälkeen avoimet kysymykset aiheeseen liittyen. Lomakkeen lopussa oli avoin kysymys, jossa kysyttiin, onko jotakin asioita mistä kyselyn täyttäjällä ei pidä työpaikkailmoituksissa.

Kyselylomakkeen ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin lomakkeen täyttäjän ikää. Tällä halusin selvittää minkä ikäisiä henkilöitä kyselyyn ylipäättänsä vastaa. Vastausvaihtoehdot olivat ”20 vuotta tai alle” ja tämän jälkeen aina kymmenen vuoden ryhmissä, esimerkiksi ”21–30 vuotta”. Viimeisenä ikävaihtoehtona oli ”61 tai yli”. Yhdeksi vastausvaihtoehdoksi halusin laittaa ”En halua

sanoa”, sillä osa vastaajista ei välttämättä halua ilmoittaa ikäänsä, vaikka kysely toteutettiin anonyymisti.

Seuraavaksi lomakkeessa tiedusteltiin, mitä työnhakukanavia hakijat hyödynsivät työhaussa. Tähän kysymykseen vastaajat pystyivät valitsemaan useamman vastausvaihtoehdon. Vastausvaihtoehdot olivat työnhakupalvelut, sosiaalinen media, tuttavat/sukulaiset, oppilaitokset, rekrytapahtumat ja -messut, lehtimainokset, tv-mainokset, radiomainokset ja organisaatioiden nettisivut. Viimeisenä vastausvaihtoehtona oli ”muu”, jotta vastaaja pystyi halutessaan lisäämään kanavan, jota ei oltu lueteltuna valmiissa vaihtoehdoissa.

Tämän jälkeen lomakkeessa siirryttiin työpaikkailmoituksen sisältöön liittyviin kysymyksiin. Kysymyksenä oli ”Mitä työpaikkailmoituksen tulisi mielestäsi sisältää?” Osiot pyydettiin arvioimaan tärkeyden perusteella ja niitä oli yhteensä 20. Kysymykset koskivat muun muassa työtehtävän ja työnantajan kuvausta, palkkaa, vaadittavia ominaisuuksia ja taitoja, työsuhte-etuja, työaika ja yrityksen arvoja. Vastausvaihtoehtoina oli ”Ei lainkaan tärkeä”, ”Vain vähän tärkeä”, ”Ei merkitystä”, ”Melko tärkeä” ja ”Erittäin tärkeä”. Osion lopussa oli avoin kysymys, johon sai vapaasti kirjoittaa, onko jotain muuta, mitä vastaaja toivoo työpaikkailmoituksen sisältävän.

Tämän jälkeen kyselyssä siirryttiin työpaikkailmoituksen visuaaliseen ilmeeseen ja ulkoasuun. Ensimmäisenä kysymyksenä oli ”Vaikuttaako työpaikkailmoituksen visuaalisuus siihen, lähdetkö tarkemmin lukemaan ilmoituksen sisältöä?”. Vastausvaihtoehtoina oli ”Kyllä, visuaalisuus vaikuttaa siihen” ja ”Ei, ilmoituksen visuaalisuudella ei ole vaikutusta siihen”. Seuraavaksi kyselyssä kysyttiin tarkemmin kiinnostusta eri ominaisuuksiin, jotka vaikuttavat ilmoituksen visuaalisuuteen. Osioita oli yhteensä seitsemän ja ne koskivat muun muassa pitkää tekstiä, lyhyttä tekstiä, väliotsikoita, värejä ja hymiöitä. Vastausvaihtoehtoina oli ”Ei lainkaan kiinnostava”, ”Vain vähän kiinnostava”, ”Ei merkitystä”, ”Melko kiinnostava” ja ”Erittäin kiinnostava”. Loppuun vastaaja sai vielä vapaasti kirjoittaa, jos on jotain muita ominaisuuksia, mitä hän toivoo työpaikkailmoituksen ulkoisilta piirteiltä tai visuaalisuudelta.

Kyselyn viimeiseksi avoimeksi kysymykseksi laitoin ”Onko jotain sisältöön tai ulkoisiin piirteisiin liittyvää, joista ET pidä työpaikkailmoituksissa?”, sillä halusin tietää, nouseeko jokin tietty asia esille, mistä työnhakijan eivät erityisesti pidä ilmoituksissa. Lopussa kiitin kyselyyn vastaamisesta.

Pyrin siihen, että kyselylomake näyttäisi selkeältä ja siihen olisi helppo vastata. En myöskään halunnut, että lomakkeesta tulee liian pitkä, jolloin vastaamiseen kuluu kauemmin aikaa ja näin ollen vastausten määrä voi jäädä sen vuoksi vähäiseksi. Mielestäni lomakkeessa kysymykset tulevat loogisessa järjestyksessä. Pientä haastetta tuli siinä kohtaa, kun mietin kuuluvatko jotkut asiat enemmän työpaikkailmoituksen sisältö- vai visuaalisuusosioon. Kun kyselylomake oli valmis, lähetin sen Satakunnan hyvinvointialueen yhteyshenkilöille, jotka siirsivät kysymykset ja vastaukset Webropol-ohjelmaan eli kyselyn ulkoasu muokkautui tämän ohjelman kautta.

Kun kyselylomake oli valmis, tuli tehtäväksi laatia saatekirje, jonka avulla työnhakijat ohjataan vastaamaan kyselyyn. Kyseinen saatekirje oli aiemmin ollut Satakunnan hyvinvointialueen käytössä, kun he kysyivät hakijoiden mielipidettä hakemuksen jättämiseen liittyen. Muokkasin saatekirjettä (Liite 1) siten, että siitä kävi ilmi kyselyn olevan osa opinnäytetyötä ja, että kyselyllä halutaan kerätä hakijoiden mielipiteitä työpaikkailmoitukseen liittyen.

Kun kysely lähetettiin myös Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijoille, laadin uuden saateviestin, sillä aiempi saateviesti oli kohdistettu työnhakijoille. Saateviestistä tuli mielestäni sopivan mittainen. En halunnut tehdä siitä liian lyhyttä, jotta kaikki tarvittava tieto löytyy tekstistä. En myöskään halunnut tehdä viestistä liian pitkää, jotta se herättäisi kiinnostuksen vastata kyselyyn. Kyselyn tutkimusaineisto ei ole arkaluonteista, joten tutkittavaa ei tarvinnut informoida erityisen tarkasti. Tein kuitenkin saatekirjeestä riittävän informatiivisen, jotta se ei herätä vastaajassa epäilyksiä. Saateviestissä mainittiin tarvittavat tiedot, kuten tutkimuksen tekijä, oppilaitos, muu yhteistyötaho sekä tutkimuksen tavoite. Myös vastaamiseen kuluva arvioitu aika ilmoitettiin sekä tieto siitä, että vastaaminen on vapaaehtoista ja se tapahtuu anonymisti. Lopussa kiitin kyselyyn vastaamisesta.

5.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys otettiin huomioon koko opinnäytetyöprosessin ajan. Opinnäytetyötä varten tein kattavan opinnäytetyösuunnitelman, johon kirjasin työn tarkoituksen, tavoitteet ja viitekehyksen, opinnäytetyöhön liittyvää teoretietoa, kuvauksia aiemmista tutkimustiedoista, suunnitelman tutkimuksen toteuttamisesta sekä suunnitellun aikataulun ja alustavan sisällysluettelon. Tutkimuslupa haettiin Satakunnan hyvinvointialueelta sekä myöhemmin myös Satakunnan ammattikorkeakoululta. Lähteiden merkitsemisessä noudatin Satakunnan ammattikorkeakoulun lähdeviittausohjeita.

Validiteetin osalta asetin tutkimukselle täsmälliset tavoitteet ja pääongelman sekä alaongelmat. Tarkoituksena oli selvittää nykyisten ja tulevien työnhakijoiden ajatuksia siitä, millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus ja mitä rekrytointikanavia työnhakijat eniten käyttävät. Mielestäni tutkimustulokset antoivat hyvin tietoa edellä mainittuihin selvitettäviin asioihin. Tiedonkeruussa pyrin siihen, että suurin osa lähteistä olisi maksimissaan 10 vuotta vanhaa. Tavoittelin myös sitä, että lähteet olisivat monipuolisia ja luotettavia. Tutkimuksen perusjoukko oli mielestäni hyvin määritelty, mutta validiteettia heikensi se, että vastausprosentti jäi hyvin pieneksi. Vaikka vastausprosentti jäi sekä työnhakijoiden että opiskelijoiden osalta pieneksi, molempien ryhmien vastauksissa oli yhteneväisyyksiä.

Reliabiliteetin osalta pyrin siihen, että kyselomakkeen kysymykset ja vastausvaihtoehdot olisivat riittävän selkeitä. Ajattelen, että tulokset jäivät osin sattumanvaraisiksi, sillä vastausprosentti jäi pieneksi ja joihinkin osioihin tuli vain yksittäisiä vastauksia. Kato eli vastaamatta jättäneiden määrä jäi hyvin suureksi. Jälkeenpäin ajateltuna olisin voinut käyttää kyselylomakkeen laatimiseen enemmän aikaa. Olisin voinut myös testata lomaketta suuremmalle joukolle ennen kuin se lähti virallisesti jakoon. Nyt kysyin lomakkeen osalta mielenpitoita ja kommentteja yhteyshenkilöiltä sekä ohjaavalta opettajalta. Vastaukset tulivat automaattisesti erilaisiin taulukoihin, joten vastausten syötön osalta vastausten käsittely oli luotettavaa. Pyrin käsittelemään ja analysoimaan

tuloksia luotettavasti ja tarkasti, mutta kovin vankkaa osaamista minulta ei vielä löytynyt erilaisten tilastojen analysointiin liittyen.

Opinnäytetyössä otin huomioon yleiset eettiset periaatteet. Tämä näkyi muun muassa siten, että kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista. Kyselylomakkeen täyttäminen oli myös mahdollista keskeyttää missä kohtaa tahansa. Työnhakijoille lähetetyssä saateviestissä kerroin mihin kysely liittyy ja mihin tarkoitukseen tuloksia käytetään. Saateviestissä myös mainittiin vastaamisen olevan vapaaehtoista ja sen tapahtuvan anonymisti eli kenenkään henkilötietoja tutkimuksessa ei käsitelty. Opiskelijoille lähetetyssä saateviestissä avasin hieman enemmän opinnäytetyön tarkoitusta ja tavoitteita. Mainitsin myös tutkimuksen toimeksiantajan sekä saadut tutkimusluvut. Opiskelijoille lähetettyyn saateviestiin laitoin myös sähköpostisoitteeni, jonka kautta minuun sai yhteyttä, jos oli tutkimukseen liittyvää kysyttävää. Tutkimuksessa kysyttiin vain tarpeellisia taustatietoja. Tutkimustulokset pohjautuvat alkuperäiseen tutkimusaineistoon ja ne esitellään työssä rehellisesti. Kun opinnäytetyö oli valmis, kerätty aineisto hävitettiin.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

6.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn ensimmäisessä osiossa vastaajilta kysyttiin taustatietona heidän ikäänsä. Taulukosta 1 nähdään, että vastaajista, jotka olivat hakeneet Satakunnan hyvinvointialueelle töihin, pieni enemmistö oli 51–60-vuotiaita (35,3 %). Toiseksi eniten (29,4 %) vastanneista kuului 41–50-vuotiaiden ikäryhmään. Kolmanneksi suurin ikäryhmä oli 21–30-vuotiaat (23,5 %). 5,1 % vastaajista kuului 61 vuotta tai yli -ikäryhmään ja sama prosenttiosuus ei halunnut ilmoittaa ikäänsä.

Taulukko 1. Vastaajien ikäjakauma (työnhakijat)

	n	Prosentti
20 vuotta tai alle	0	0.0%
21-30 vuotta	4	23.5%
31-40 vuotta	0	0.0%
41-50 vuotta	5	29.4%
51-60 vuotta	6	35.3%
61 vuotta tai yli	1	5.9%
En halua sanoa	1	5.9%

Taulukosta 2 nähdään Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskelevien vastaajien ikäjakauma. Suurin osa vastaajista (86,4 %) kuului 21–30-vuotiaiden ikäryhmään. 31–40-vuotiaiden ikäryhmään kuului 9,1 % vastanneista ja 41–50-vuotiaiden ryhmään kuului 4,5 % vastanneista.

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma (opiskelijat)

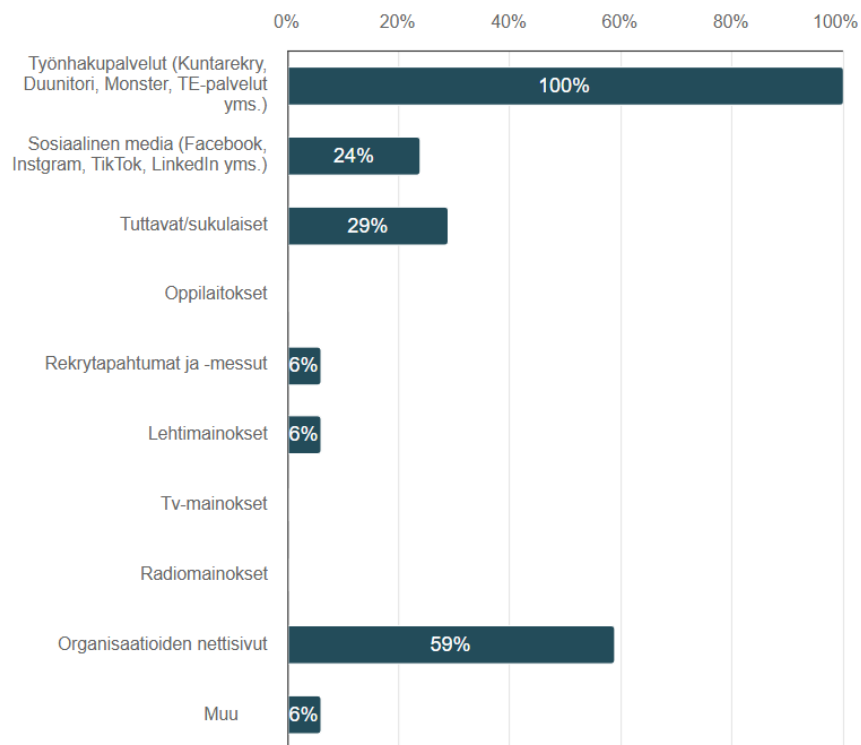
	n	Prosentti
20 vuotta tai alle	0	0.0%
21-30 vuotta	19	86.4%
31-40 vuotta	2	9.1%
41-50 vuotta	1	4.5%
51-60 vuotta	0	0.0%
61 vuotta tai yli	0	0.0%
En halua sanoa	0	0.0%

Ikäjakauman suhteen työnhakijoiden ja opiskelijoiden välillä oli melko suuri ero. Opiskelijoiden osalta vastaajat olivat suurilta osin 21–30-vuotiaita, kun taas työnhakijoissa ikähaarukka jakautui tasaisemmin 21–60-vuotiaiden välillä. Työnhakijoista pieni enemmistö kuului 51–60-vuotiaisiin.

6.2 Käytetyimmät työnhakukanavat

Seuraavaksi kyselylomakkeessa vastaajilta kysyttiin, mitä työnhakukanavaa tai -kanavia he hyödyntävät työhaussa. Tässä osiossa vastausvaihtoehtoja pystyi valitsemaan useampia.

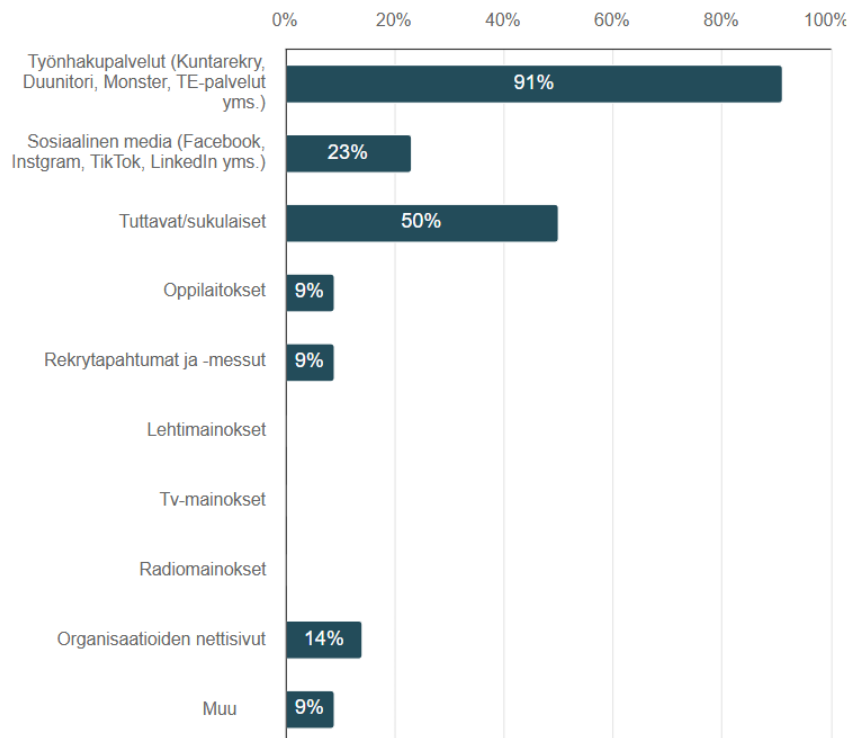
Kuviosta 2 nähdään, että kaikki kyselyyn vastanneet, jotka olivat hakeneet Satakunnan hyvinvointialueelle töihin, ilmoittivat käyttävänsä työhaussa työnhakupalveluita, kuten Kuntarekryä, Duunitoria tai TE-palveluita. Toiseksi eniten (59 %) työhaussa hyödynnetään organisaatioiden nettisivuja. 29 % vastanneista käyttää työnhakukanavana tuttavien tai sukulaisien. Sosiaalista mediaa, esimerkiksi Facebookia, Instagramia tai LinkedIniä, käyttää työnhakukanavana 24 % vastanneista. Rekrytapahtumat ja -messut, lehtimainokset ja muu-osio saivat kaikki 6 % vastauksista. Kyselyssä oli vaihtoehtoina myös oppilaitokset, tv-mainokset ja radiomainokset, mutta nämä vaihtoehdot eivät saaneet yhtään vastauksia.



Kuvio 2. Vastaajien käyttämät työnhakukanavat (työnhakijat)

Kuviossa 3 on kuvattu Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskelevien kyselyyn vastanneiden tulokset käytössä olevista työnhakukanavista. Vastanneista 91 % ilmoitti käyttävänsä työhaussa työnhakupalveluita, kuten Kuntarekryä, Duunitoria tai TE-palveluita. Puolet vastaajista käyttää työnhakukanavana tuttavien tai sukulaisien. 23 % vastasi käyttävänsä sosiaalista mediaa,

esimerkiksi Facebookia, Instagramia tai LinkedIniä työnhakukanavana. 14 % vastaajista hyödyntää työnhaussa organisaatioiden nettisivuja. Oppilaitoksia, rekrytapahtumia ja -messuja sekä muita työnhakukanavia ilmoitti käyttävänsä 9 % vastaajista. Lehtimainokset, tv-mainokset ja radiomainokset eivät saaneet yhtäkään vastausta.



Kuvio 3. Vastaajien käyttämät työnhakukanavat (opiskelijat)

Työnhakukanavien osalta sekä työnhakijoilla että opiskelijoilla selvästi eniten käytetty kanava oli erilaiset työnhakupalvelut. Työnhakijoilla korostui myös organisaation nettisivut. Sen sijaan opiskelijoiden osalta tämä jäi prosentuaalisesti huomattavasti pienemmäksi. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että opiskelijoilla ei ole ollut vielä suurta tarvetta löytää avoimia työpaikkoja, jolloin eivät ole käyneet erityisesti joidenkin organisaatioiden nettisivuilla etsimässä avoimia työpaikkoja. Suurin osa organisaatioiden avoimista paikoista ilmoitetaan nykyään myös erilaisissa työnhakukanavissa, jolloin organisaation sivuilla ei niin herkästi tule välttämättä käytyä. Opiskelijoilla nousi tuttavat ja sukulaiset yhtenä työnhakukanavana. Työnhakijoiden kohdalla tämä jäi hieman pienemmäksi. Opiskelijoilla myös oppilaitokset saivat muutamia vastauksia erilaisten

rekrytointitapahtumien ja -messujen ohella. Työnhakijoiden osalta oppilaitokset eivät saaneet yhtäkään vastausta johtuen luultavasti siitä, että suurin osa vastanneista on luultavasti opinnot jo suorittaneet.

6.3 Työpaikkailmoituksen sisältö

Kyselyssä kysyttiin vastaajien mielipiteitä työpaikkailmoituksen sisältöön liittyen. Osiot pyydettiin arvioimaan tärkeyden perusteella. Kuvioissa 4 ja 5 esitetään tulokset prosenttijakaumina. Vastausvaihtoehdot olivat: ei lainkaan tärkeä, vain vähän tärkeä, ei merkitystä, melko tärkeä ja erittäin tärkeä.

Satakunnan hyvinvointialueelle hakeneista työnhakijoista 59–88 % piti erittäin tärkeänä, että työpaikkailmoituksen sisällöstä löytyy tieto ominaisuuksista, jotka lisäävät mahdollisuutta tulla valituksi, tieto työajasta, odotukset työnhakijasta, tieto työhön vaadittavista taidoista / ominaisuuksista sekä tieto palkasta. Tärkeimmäksi nousi kuvaus työtehtävästä. 47 % vastanneista piti erittäin tärkeänä kuvausta työnantajasta sekä selkeää tietoa haun seuraavasta vaiheesta.

41–53 % vastanneista piti melko tärkeänä kyseistä työtä tekevän henkilön lyhyttä kertomusta työstä, tietoa etätömahdollisuudesta, tietoa mahdollisista käytössä olevista teknisistä alustoista, tietoa yrityksen arvoista sekä tietoa työsuhte-eduista. Vastaajista 41 % piti tietoa perehdytyksestä sekä melko tärkeänä että erittäin tärkeänä.

Vastaukset jakautuivat melko tasaisesti muutamien osioiden kohdalla. Esimerkiksi tieto henkilökunnan määrästä organisaatiossa oli 24 %:lle vastanneista sekä erittäin tärkeää, vain vähän tärkeää että ei lainkaan tärkeää. Kuvaus tyyppillisestä työpäivästä tai -viikosta sai tasaisesti vastauksia vain vähän tärkeän, melko tärkeän, erittäin tärkeän ja ei merkitystä välille. Kehittymismahdollisuuksia piti 29 % sekä erittäin tärkeänä, melko tärkeänä että vain vähän tärkeänä. Myös lyhyet videot työnantajasta ja työtehtävästä saivat vastauksia tasaisesti 18–29 % väliltä. Huumorin osalta suurin vastausprosentti eli 35 % vastauksista

tuli ei merkitystä -kohtaan. 18–24 % vastanneista piti huumoria vain vähän tärkeänä, melko tärkeänä ja erittäin tärkeänä. Tarkemmat prosenttijakaumat eri osioiden kohdalta löytyy alla olevasta kuviosta 4.

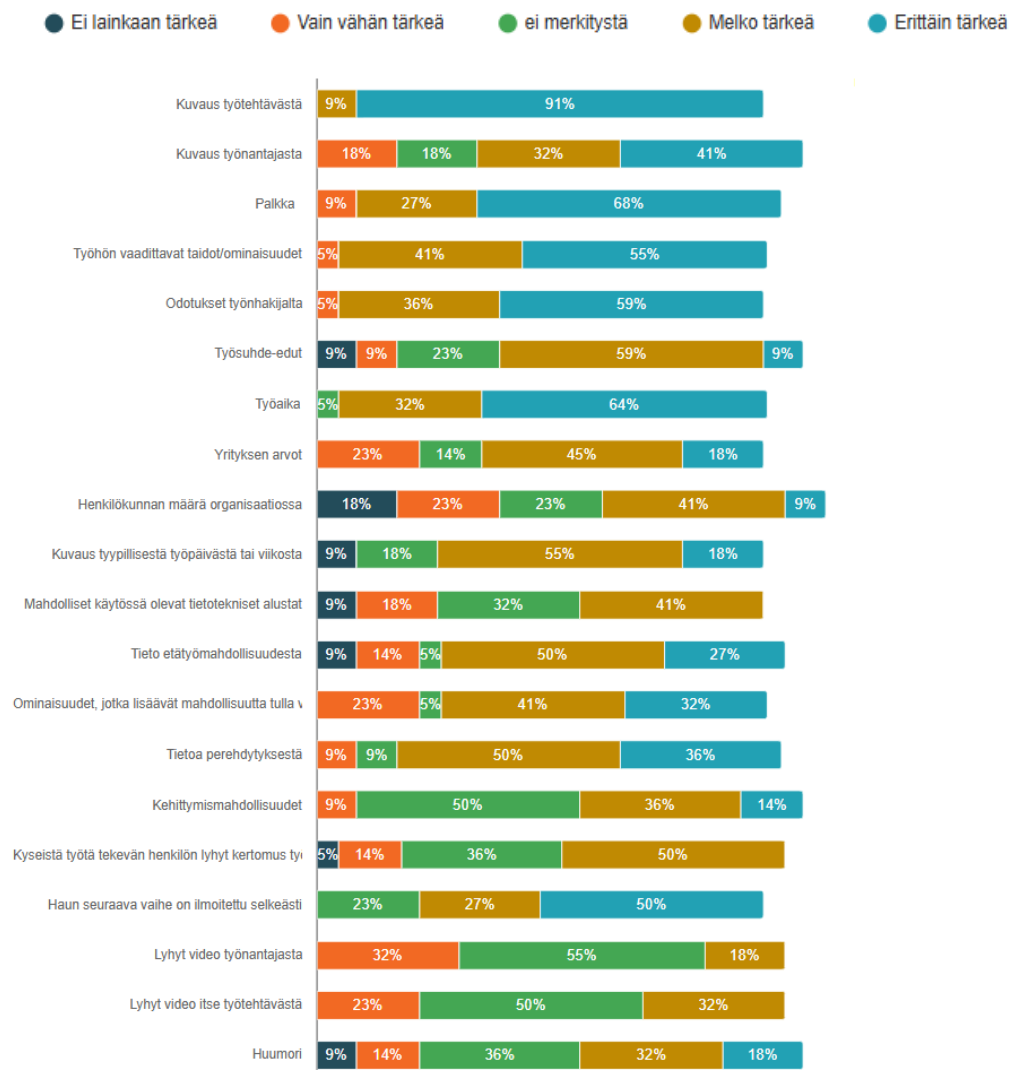


Kuvio 4. Työpaikkailmoituksen sisältö (työnhakijat)

Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskelevista kyselyyn vastanneista 50–91 % piti erittäin tärkeänä selkeää tietoa haun seuraavasta vaiheesta, tietoa työhön vaadittavista taidoista ja ominaisuuksista, odotuksia työnhakijasta sekä tietoa työajasta ja palkasta. Tärkeimmäksi nousi kuvaus työtehtävästä. 41–59 % piti melko tärkeänä asiana tietoa yrityksen arvoista, tietoa

henkilökunnan määrästä organisaatiossa, kuvausta tyypillisestä työpäivästä tai -viikosta, tietoa mahdollisista käytössä olevista tietoteknisistä alustoista, tietoa etätömahdollisuudesta, ilmoitusta ominaisuuksista, jotka lisäävät mahdollisuutta tulla valituksi, tietoa perehdytyksestä ja työsuhte-eduista sekä kyseistä työtä tekevän henkilön lyhyt kertomus työstä.

36–55 % piti merkityksettömänä lyhyttä videota työtehtävästä tai työnantajasta sekä tietoa kehittymismahdollisuuksista. Huumorin suhteen 32–36 % vastanneista piti huumoria sekä melko tärkeänä että sillä ei katsottu olevan merkitystä. 14–18 % vastanneista piti huumoria vain vähän tärkeänä ja erittäin tärkeänä. Alla olevassa kuviossa 5 on tarkemmat prosenttijakaumat eri osioiden väliltä.



Kuvio 5. Työpaikkailmoituksen sisältö (opiskelijat)

Työnhakijoiden ja opiskelijoiden osalta kummatkin pitivät erittäin tärkeänä tietoa työajasta ja palkasta, odotuksia työnhakijasta, tietoa työhön vaadittavista taidoista / ominaisuuksista sekä selkeää tietoa haun seuraavasta vaiheesta. Myös kuvausta työnantajasta pidettiin erittäin tärkeänä. Sekä työnhakijoilla että opiskelijoilla nousi tärkeimmäksi tiedoksi kuvaus työtehtävästä.

Myös samoja melko tärkeäksi luokiteltuja asioita nousi kummallakin vastaajaryhmällä esiin. Melko tärkeinä pidettiin muun muassa tietoa etätömahdollisuudesta, tietoa yrityksen arvoista ja työsuhte-etuista, tietoa mahdollisista käytössä olevista tietoteknisistä alustoista sekä kyseistä työtä tekevän henkilön lyhyttä kertomusta työstä. Opiskelijoista suuri osa piti melko tärkeänä tietoa ominaisuuksista, jotka lisäävät mahdollisuutta tulla valituksi. Sen sijaan suuri osa työnhakijoista arvioi tämä olevan erittäin tärkeä tieto. Opiskelijat pitivät tietoa henkilökunnan määrästä melko tärkeänä, kun taas työnhakijoilla vastausprosentit jakoutuivat tasaisemmin erittäin tärkeän, vain vähän tärkeän ja ei lainkaan tärkeän välille.

Yli puolet opiskelijoista piti melko tärkeänä, että ilmoituksessa on kuvaus tyyppillisestä työpäivästä tai -viikosta. Työnhakijoiden kohdalla vastaukset jakoutuivat tasaisemmin vain vähän tärkeän, melko tärkeä, erittäin tärkeän ja ei merkitystä välille. Opiskelijoista noin puolet vastasi, että lyhyillä videoilla työtehtävästä tai työnantajasta ei ole merkitystä. Sen sijaan työnhakijoilla vastaukset jakoutuivat tasaisemmin ei lainkaan tärkeä, vain vähän tärkeä, melko tärkeä ja ei merkitystä välille. Opiskelijoista puolet olivat sitä mieltä, että tiedolla kehittymismahdollisuuksista ei ole merkitystä. Työnhakijoista taas 29 % piti tätä tietoa sekä erittäin tärkeänä, melko tärkeänä että vain vähän tärkeänä. Huumorin suhteen sekä työnhakijoilla että opiskelijoilla suurin vastausprosentti (35–36 %) tuli ei merkitystä -kohtaan. Seuraavaksi suurin vastausprosentti (32–34 %) oli melko tärkeä -kohdassa.

Kyselylomakkeen seuraavassa kohdassa henkilöt saivat halutessaan vastata avoimeen kysymykseen, jossa kysyttiin, onko jotain muuta mitä he toivovat työpaikkailmoituksen sisältävän. Vastauksia tuli yhteensä 13 kappaletta. Vastajaat toivoivat työpaikkailmoituksen sisältävän kattavamman

hakulomakkeen, jossa mitattaisiin hakijan osaamista erilaisten työtehtävien kautta, eikä katsottaisi pelkästään tutkintoa. Toivottiin myös mainintaa palkkaluokasta pelkän TES:n mukainen palkka -ilmoituksen lisäksi. Toiveena oli myös selkeä maininta työajoista ja siitä, onko työ kokoaikainen vai osa-aikainen. Myös kelpoisuusehdot haluttiin selkeästi esiin pelkkien lakipykälien tilalle. Lisäksi toivottiin tietoa käytössä olevasta työehtosopimuksesta, tehtävän esihenkilöstä sekä paikasta, johon tehtävä sijoittuu.

Toiveena oli myös tieto työntekijöiden mahdollisesta vaihtuvuudesta ja mahdollinen hyvä ilmapiiri kannustettiin tuomaan esiin myös työpaikkailmoituksessa. Toiveena oli myös tieto siitä, miten esihenkilö on työntekijöiden tavoitettavissa ja tiimin tukena. Hakuprosessin etenemisestä toivottiin myös selkeää kuvausta sekä tietoa siitä, jos valinta voidaan tehdä jo hakuajana. Muutamit olivat vastanneet, että ei ole muuta tai eivät osaa sanoa, onko jokin muuta mitä toivovat työpaikkailmoituksen sisältävän.

6.4 Työpaikkailmoituksen visuaalisuus ja rakenne

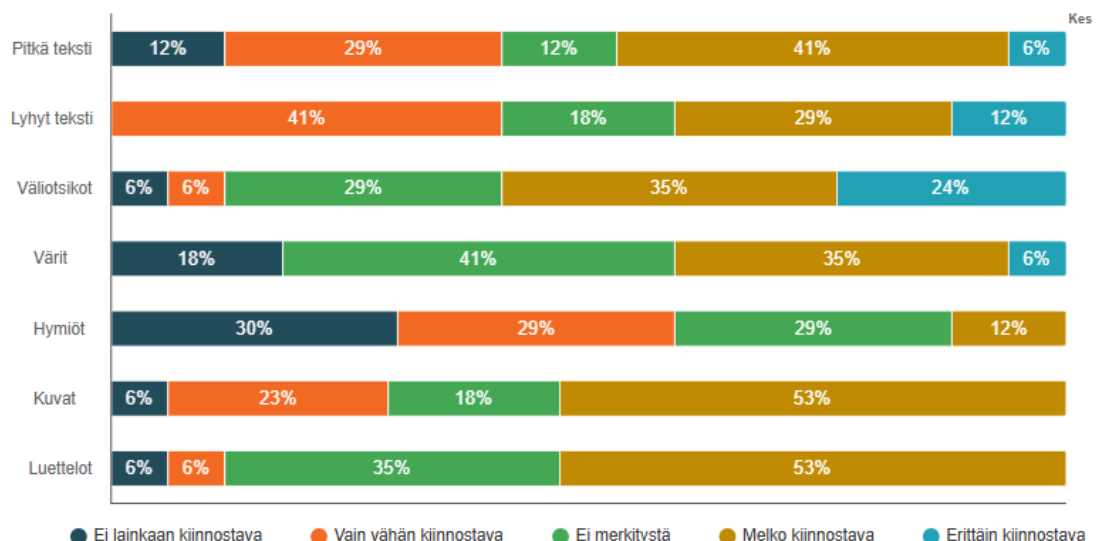
Kyselyn seuraavassa osiossa keskityttiin työpaikkailmoituksen visuaalisuuteen ja rakenteeseen. Ensimmäisenä haluttiin selvittää vaikuttaako työpaikkailmoituksen visuaalisuus eli ulkoasuun vaikuttavat asiat siihen, lähteekö henkilö tarkemmin lukemaan ilmoituksen sisältöä. Vastausvaihtoehtoina oli ”Kyllä, visuaalisuus vaikuttaa siihen” ja ”Ei, ilmoituksen visuaalisuudella ei ole vaikutusta siihen”.

Satakunnan hyvinvointialueelle hakeneiden työnhakijoiden vastaukset menivät melko tasan. 53 % vastanneista vastasi ”Kyllä, visuaalisuus vaikuttaa siihen” ja 47 % vastanneista vastasi ”Ei, ilmoituksen visuaalisuudella ei ole vaikutusta siihen”. Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijoissa vastauksissa oli selkeämpi prosenttiero. 73 % opiskelijoista vastasi, että visuaalisuudella on merkitystä ja 27 % vastasi, että visuaalisuudella ei ole merkitystä siihen, lähtevätkö he lukemaan ilmoitusta. Ajattelisin, että tässä saattaa vastaajien ikäkaumalla olla jonkin verran merkitystä. Nuoret saattavat arvostaa enemmän

visuaalisempia tuotoksia, kun taas hieman vanhemmat ihmiset saattavat pitää käytännönläheisemmästä otteesta.

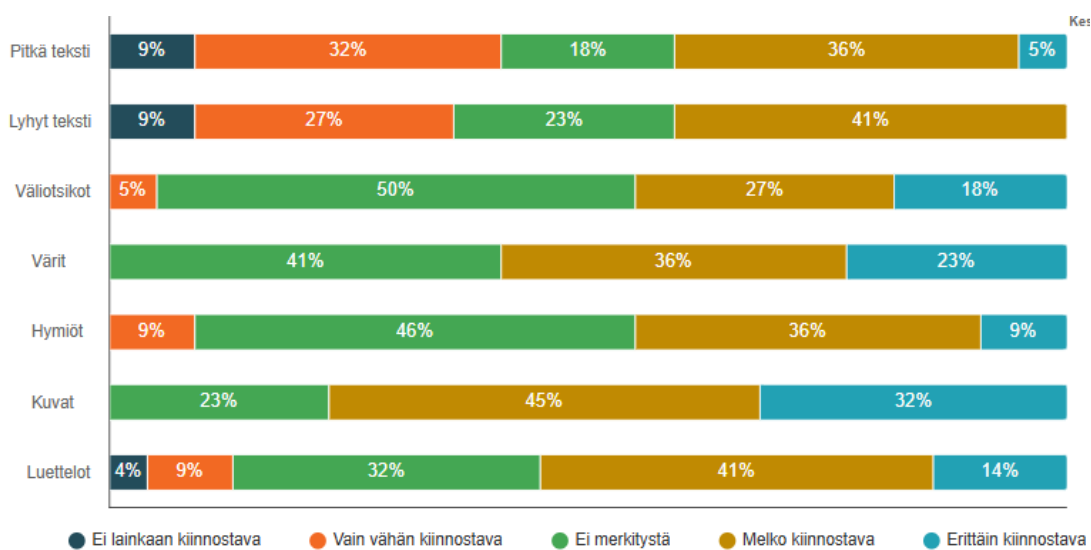
Seuraavaksi kyselyssä kysyttiin tarkemmin työpaikkailmoituksen visuaalisista tekijöistä, jotka herättävät kiinnostuksen työpaikkaa kohtaan. Tässä osiossa vastauksen annettiin kiinnostavuuden mukaan. Kuvioissa 6 ja 7 esitetään tulokset prosenttijakaumina. Vastausvaihtoehdot olivat ei lainkaan kiinnostava, vain vähän kiinnostava, ei merkitystä, melko kiinnostava ja erittäin kiinnostava.

Työnhakijoiden osalta suurin osa vastauksista sijoittui kohtiin ”melko kiinnostava” tai ”ei merkitystä”. 41–53 % vastanneista piti melko kiinnostavina pitkää tekstiä, kuvia ja luetteloita. Lyhyttä tekstiä piti vain vähän kiinnostavana 41 % vastanneista. Myös 41 % oli sitä mieltä, että väreillä ei ole merkitystä. Väliotsikoiden ja hymiöiden osalta prosentit jakautuivat tasaisemmin. Väliotsikoiden kohdalla 24–35 % vastasi, että niillä ei ole merkitystä, ne ovat melko kiinnostavia ja ne ovat erittäin kiinnostavia. Hymiöiden osalta 29–30 % vastasi niiden olevan vain vähän kiinnostavia, ei lainkaan kiinnostavia tai niillä ei katsottu olevan merkitystä. Alla olevassa kuviossa 6 tarkemmat prosenttijakaumat eri osioiden väliltä.



Kuvio 6. Työpaikkailmoituksen visuaalisia tekijöitä (työnhakijat)

Myös opiskelijoiden kohdalla suurin osa vastauksista sijoittui kohtiin ”melko kiinnostava” tai ”ei merkitystä”. 41–45 % vastanneista piti melko kiinnostavana lyhyttä tekstiä, luetteloita ja kuvia. 46–50 % ajatteli, että hymiöillä ja väliotsikoilla ei ole merkitystä. Värien suhteen 41 %:lle väreillä ei ollut merkitystä ja 36 % ajatteli niiden olevan melko kiinnostavia. Pitkän tekstin kohdalla 32 % vastasi niiden olevan vain vähän kiinnostavia ja 36 % piti niitä melko kiinnostavana. Kuviossa 7 on kuvattu tarkemmat prosenttijakaumat eri osioiden väliltä.



Kuvio 7. Työpaikkailmoituksen visuaalisia tekijöitä (opiskelijat)

Sekä työntekijät että opiskelijat pitivät melko tärkeinä kuvia ja luetteloita. Työnhakijoiden kohdalla pitkiä tekstejä pidettiin kiinnostavampana kuin lyhyitä tekstejä. Sen sijaan opiskelijat pitivät lyhyitä tekstejä hieman kiinnostavampana kuin pitkiä tekstejä. Värien suhteen tulokset jakautuivat melko samalla tavoin sekä työntekijöiden että opiskelijoiden osalta. Hieman suurempi osa ajatteli, että väreillä ei ole merkitystä ja toiseksi eniten vastauksia tuli kohtaan ”melko kiinnostava”. Väliotsikoiden osalta erot olivat työnhakijoiden ja opiskelijoiden välillä suuremmat. Työnhakijoiden kohdalla tulokset jakautuivat melko tasaisesti ”ei merkitystä”, ”melko kiinnostava” ja ”erittäin kiinnostava” -välille. Sen sijaan opiskelijoista puolet vastasi, että väliotsikoilla ei ole merkitystä. Tämän voisin ajatella liittyvän siihen, että työnhakijoista isompaa

osaa kiinnosti pitkät tekstit, jolloin niiden on myös hyvä sisältää väliotsikoita tekstin luettavuutta helpottamaan.

Hymiöiden osalta vastaukset työnhakijoilla jakautuivat tasaisesti vastausvaihtoehtojen ”vain vähän kiinnostavia”, ”ei lainkaan kiinnostavia” ja ”ei merkitystä” välille. Opiskelijoilla hymiöt saivat eniten vastauksia kohtiin ”ei merkitystä” ja ”melko kiinnostava”. Ajattelen, että tämä voisi johtua siitä, että nuoremmat henkilöt saattavat olla tottuneet käyttämään enemmän hymiöitä esimerkiksi viesteissä.

Visuaalisuusosion lopussa henkilöt saivat halutessaan vastata avoimeen kysymykseen, jossa kysyttiin, onko jotain muuta mitä he toivovat työpaikkailmoituksen ulkoisilta piirteiltä/visuaalisuudelta. Vastauksia tuli yhteensä 13 kappaletta.

Vastaajat toivoivat visuaalisesti hieman erottuvampaa työpaikkailmoitusta, sillä tämä kiinnittäisi paremmin huomiota. Kuvien ja värien käytön mainittiin lisäävät kiinnostusta ilmoitusta kohtaan. Lisäksi toivottiin kuvaa erityisesti työpaikasta tai tiimistä. Ilmoituksen toivottiin olevan lyhyt, ytimekäs ja selkeä, jossa teksti on jaettu pienempiin osioihin helpottamaan luettavuutta. Yleinen visuaalinen siisteys oli toivottavaa. Tärkeänä mainittiin myös työtä kuvaava otsikko, josta tietää heti kiinnostaako työ itseä. Osa ilmoitti, että esimerkiksi kuvilla ei ole merkitystä, eikä työpaikkailmoituksesta haluttu somepostaustyylistä. Muutamat olivat laittaneet vastaukseksi pelkän viivan tai kirjoittaneet ”ei”.

6.5 Ei-toivotut asiat työpaikkailmoituksissa

Kyselylomakkeen viimeinen kysymys oli avoin kysymys, jossa kysyttiin, onko jotain sisältöön tai ulkoisiin piirteisiin liittyviä asioita, joista vastaaja ei pidä työpaikkailmoituksissa. Vastauksia tuli yhteensä 15 kappaletta.

Ei-toivotuksi asiaksi mainittiin useamman kerran tekstin epäselvyys. Lisäksi ei-toivottuna asiana pidettiin kirjoitusvirheitä sekä liian pitkää tekstiä, jossa ei ole jaoteltu osioita. Pitkiä listauksia organisaatioon liittyen pidettiin turhina, sillä nämä tiedot henkilö pystyy itse käydä lukemassa organisaation nettisivuilta. Sen sijaan lyhyttä organisaatiokuvausta pidettiin hyvänä asiana. Muutama mainitsi myös ylimääräisen tiedon ja tekstin vähemmälle jättämisestä, esimerkiksi arvoista ja strategioista katsottiin riittävän vähempikin teksti.

Työpaikkailmoituksissa arvostettiin rehellisyyttä. Vastauksissa mainittiin muun muassa epärehellinen ja hakijoita väheksyvä viestintä. Näennäishakuja pidettiin turhauttavina. Työpaikkailmoituksiin ei haluttu tietoa esimerkiksi kehittymismahdollisuuksista tai tietoa kilpailukykyisestä palkasta, mikäli nämä eivät todella pidä paikkaansa. Lupauksia huumorista pidettiin harvemmin paikkaansa pitävänä. Ei toimivana työpaikkailmoituksena pidettiin myös massarekrytointi-ilmoituksia, joilla haetaan useita työntekijöitä eri palvelualueille ja joiden hakijat menevät kaikkien esihenkilöiden tietoon.

Myöskään liian suppeita työpaikkailmoituksia ei pidetty hyvänä. Näissä ei ole riittävästi informaatiota esimerkiksi palkasta, työnkuvasta tai asiakaskunnasta. Koettiin myös, että perinteiset rekrytoinnissa käytetyt sanat ja lauseet antavat työnantajasta / ilmoituksen laatijasta laiskan kuvan. Ilmoituksen laatijoiden kaipa-alainen oletus tämän päivän työntekijöiden monipuolisesta osaamisesta koettiin usein näkyvän ilmoituksissa. Koettiin myös, että paikkoihin haetaan liian tasaista/samantyylistä osaamista ja annetaan vanhanaikaisten asenteiden ja olettamusten vaikuttaa siihen, millaista osaamista tarvitaan. Suppeiden ja spesifiä osaamista mittaamattomien työnhakujärjestelmien katsottiin luovan huonoja työhakemuksia.

6.6 Tulosten yhteenveto

Yli puolet kaikista vastanneista oli 21–30-vuotiaita. Tämän jälkeen suurimmat ikäluokat olivat 41–50-vuotiaat ja 51–60-vuotiaat. Työnhakijoista pieni enemmistö oli 51–60-vuotiaita ja opiskelijoista selvä enemmistö oli 21–30-vuotiaita.

Työnhakukanavista lähes kaikki vastanneista käyttivät työnhakupalveluita kuten Kuntarekryä tai TE-palveluita. Työnhakukanavista työnhakijoilla nousi esiin myös organisaatioiden nettisivut ja opiskelijoilla taas tuttavat/sukulaiset. Lähes sama prosenttiosuus (23–24 %) sekä työntekijöistä että opiskelijoista käyttää työnhakukanavana sosiaalista mediaa. Radio- ja tv-mainokset eivät saaneet kummankaan kohdalla ääniä.

Työpaikkailmoituksen sisällön osalta erittäin tärkeänä pidettiin tietoa työajasta ja palkasta, odotuksia työnhakijasta, tietoa työhön vaadittavista taidoista / ominaisuuksista, selkeää tietoa haun seuraavasta vaiheesta sekä kuvausta työnantajasta. Tärkeimmäksi nousi kuvaus työtehtävästä. Melko tärkeänä tietona pidettiin tietoa etätömahdollisuudesta, tietoa yrityksen arvoista ja työsuhde-etuista, tietoa mahdollisista käytössä olevista tietoteknisistä alustoista sekä kyseistä työtä tekevän henkilön lyhyttä kertomusta työstä.

Joitakin eroavaisuuksia nousi esiin työnhakijoiden ja opiskelijoiden vastauksista. Esimerkiksi opiskelijat pitivät tietoa henkilökunnan määrästä melko tärkeänä, kun taas työnhakijoilla vastausprosentit jakautuivat tasaisemmin erittäin tärkeän, vain vähän tärkeän ja ei lainkaan tärkeän välille. Yli puolet opiskelijoista piti melko tärkeänä, että ilmoituksessa on kuvaus tyypillisestä työpäivästä tai -viikosta. Työnhakijoiden kohdalla vastaukset jakautuivat tasaisemmin vain vähän tärkeän, melko tärkeä, erittäin tärkeän ja ei merkitystä välille. Huumorin suhteen vastaukset jakautuivat samansuuntaisesti opiskelijoilla ja työnhakijoilla. Huumori sai suurimman vastausprosentin (35–36 %) ei merkitystä -kohtaan. Seuraavaksi suurin vastausprosentti (32–34 %) oli melko tärkeä -kohdassa.

Opiskelijoiden osalta työpaikkailmoituksen visuaalisuudella oli selvästi vaikutusta siihen, lähtevätkö he lukemaan tarkemmin ilmoitusta. Työnhakijoiden kohdalla vastaukset jakautuivat tasaisemmin. Sekä työnhakijat että opiskelijat pitivät visuaalisuuteen liittyen melko tärkeänä kuvia ja luetteloita. Tekstien pituudessa oli eroavaisuutta. Työnhakijoiden kohdalla pitkiä tekstejä pidettiin kiinnostavampana kuin lyhyitä tekstejä. Sen sijaan opiskelijat pitivät lyhyitä tekstejä hieman kiinnostavampana kuin pitkiä tekstejä. Värien suhteen hieman

suurempi osa ajatteli, että väreillä ei ole merkitystä ja toiseksi eniten vastauksia tuli kohtaan ”melko kiinnostava”. Väliotsikoiden kohdalla työnhakijoiden tulokset jakautuivat melko tasaisesti ”ei merkitystä”, ”melko kiinnostava” ja ”erittäin kiinnostava” -välille. Sen sijaan opiskelijoista puolet vastasi, että väliotsikoilla ei ole merkitystä.

Myös avointen kysymysten kohdalla nousi esiin toiveita työpaikkailmoituksen sisältöön ja visuaalisuuteen liittyen. Työpaikkailmoituksen sisällöltä toivottiin selkeyttä muun muassa palkan, työajan ja kelpoisuusehtojen osalta. Toivottiin myös tietoa käytössä olevasta työehtosopimuksesta sekä tehtävän esihenkilöstä ja hänen tavoitettavuudestaan. Lisäksi toivottiin kattavampaa hakulomaketta, jolla mitattaisiin paremmin hakijan osaamista. Toiveena oli myös haku-prosessin etenemisen selkeä kuvaus ja maininta, jos valintoja tehdään jo haku-aihana. Työpaikkailmoituksen visuaalisuuden suhteen toivottiin hieman erottuvampaa työpaikkailmoitusta ja kuvien sekä värien käyttöä. Lisäksi toivottiin kuvaa työpaikasta tai tiimistä. Ilmoituksen toivottiin olevan lyhyt, ytimekäs ja helppolukuinen. Myös työtä kuvaava otsikko mainittiin tärkeäksi.

Ihmisillä on erilaisia mieltymyksiä ja ajatuksia esimerkiksi siitä, mitä pitävät visuaalisesti toimivana ja kiinnostavana. Toimeksiantajalle antaisin suositukseksi tarkastella nykyisiä työpaikkailmoituksia ja vertailla niitä saatuihin tutkimustuloksiin. Eli sisältävätkö työpaikkailmoitukset toivottuja asioita, kuten kuvauksen työtehtävästä, selkeän tiedon työajasta ja palkasta, odotukset työnhakijasta ja tiedon työssä vaadittavista taidoista / ominaisuuksista, selkeää tietoa haun seuraavasta vaiheesta sekä kuvauksen työnantajasta.

Hyvä myös tarkastella sisältävätkö ilmoitukset tai voisiko niihin sisällyttää tiedon etätyömahdollisuudesta, tietoa yrityksen arvoista ja työsuhte-eduista, tiedon mahdollisista käytössä olevista tietoteknisistä alustoista sekä kyseistä työtä tekevän henkilön lyhyen kertomuksen työstä. Visuaalisuuden osalta ilmoituksen olisi hyvä sisältää kuvia ja luetteloita. Tekstin tulisi olla selkeää ja helposti luettavaa. Työnhakukanavista suosituimpana nousi esiin erilaiset työnhakupalvelut, kuten Kuntarekry, Duunitori ja TE-palvelut, joten työpaikkailmoituksen on hyvä olla näissä esillä. Työnhakijoiden osalta myös

organisaatioiden nettisivut olivat yksi suosituimmista työnhakukanavista, joten hyvä varmistaa, että avoimet työpaikat ovat helposti löydettävissä organisaation nettisivuilla.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää millaiset työpaikkailmoitukset ovat kiinnostavia ja houkuttelee työnhakijaa lukemaan ilmoituksen. Tarkoituksena oli myös selvittää, mitä rekrytointikanavia työnhakijat eniten käyttävät. Mielestäni tutkimus antoi hyvin vastauksia näihin kysymyksiin. Tutkimustulosten luotettavuutta heikensi se, että vastausprosentti jäi teetetyssä kyselyssä melko pieneksi. Tämä lisäsi tulosten epävarmuutta. Ajattelen, että tämä tutkimus tarjoaa suuntaa antavia vinkkejä kiinnostavan työpaikkailmoituksen luomiseen.

Tutkimus antoi tietoa siitä, mitä työnhakijat ja tulevat työnhakijat toivovat työpaikkailmoitukselta, mitä he haluavat työpaikkailmoituksen sisältävän ja millaiselta he haluavat työpaikkailmoituksen näyttävän. Tuloksista nähdään myös jonkin verran eroja opiskelijoiden ja työnhakijoiden näkemysten välillä. Kyselyyn vastanneet opiskelijat olivat keskimäärin nuorempia kuin työnhakijat.

Ajattelen, että työn toimeksiantaja voi tarkastella nykyisiä työpaikkailmoituksiaan ja vertailla niitä saatuihin tutkimustuloksiin. Tulosten perusteella työpaikkailmoituksia voi tarvittaessa muokata tai vahvistaa nykyisten ja tulevien työnhakijoiden toivomaan suuntaan. Tutkimustulokset antavat hyvää, suuntaa antavaa tietoa, siitä mitä työpaikkailmoituksessa olisi hyvä ottaa huomioon ja mitä tietoja työnhakijat arvostavat työpaikkailmoituksessa.

Oli mielenkiintoista nähdä millaisia eroavaisuuksia työnhakijoiden ja opiskelijoiden vastausten välille syntyi. Tämän tutkimuksen aineisto olisi saanut olla suurempi, joten tämän tutkimuksen voisi toteuttaa uudestaan siten, että otanta olisi huomattavasti kattavampi ja näin ollen tulokset luotettavampia.

Jatkotutkimuksena olisi myös mielenkiintoista selvittää tarkemmin, miten vastaajien iät vaikuttavat tutkimustuloksiin.

Aloitin opinnäytetyöprosessin maaliskuussa 2024. Tällöin olin yhteydessä Satakunnan hyvinvointialueeseen ja sovimme ensimmäisen palaverin. Aihe valikoitui melko nopeasti ja tämän jälkeen lähdin tekemään opinnäytetyösuunnitelmaa. Olin ajatellut, että haluan opinnäytetyön valmistuvan vuoden 2024 loppuun mennessä. Olin tehnyt alustavan aikataulun, johon merkkasin, mitkä vaiheet olisi hyvä olla missäkin kohtaa valmiina. Tässä aikataulussa en aivan pysynyt, mutta opinnäytetyön suunniteltu valmistumisajankohta piti.

Rekrytointiprosessi kiinnosti itsenäni, mutta koin, että minulla oli siitä vain pintapuolisesti tietoa. Opintoihin kuuluva harjoittelujakso osui samoihin aikoihin opinnäytetyöprosessin aloituksen kanssa. Harjoittelujakson aikana sain monipuolisesti oppia rekrytointiprosessin eri vaiheista ja koen, että tästä oli suuri hyöty myös opinnäytetyötä tehdessä.

Opinnoissa rekrytointiprosessia oli käsitelty jonkin verran, mutta opinnäytetyön tekemiseen vaadittiin paljon kattavampaa perehtymistä aiheeseen. Erilaisia kirjoja työpaikkailmoitukseen, rekrytointiin ja kyselylomakkeen laatimiseen liittyen löytyi mielestäni hyvin. Myös opinnäytetöitä aiheeseen liittyen oli aiemmin tehty ja joitakin yritysten tekemiä rekrytointitutkimuksia oli saatavilla. Kun aihe oli valittu, opinnäytetyösuunnitelma tehty ja haettu teoriatietoa aiheeseen liittyen, ryhdyin melko pian valmistelemaan kyselylomaketta ja saateviestiä, jotta aineistonkeruu saataisiin alkuun.

Jälkeenpäin ajateltuna olisi ollut järkevämpää tehdä ensin teoriaosuus kunnolla valmiiksi ja vasta tämän jälkeen käyttää kunnolla aikaa kyselylomakkeen laatimiseen. Kyselylomakkeeseen olisin voinut lisätä muun muassa otsikkoon liittyvän kysymyksen ja visuaalisuusosioista olisin halunnut saada vielä monipuolisemmin tutkimusaineistoa. Koen kuitenkin saaneeni työn tavoitteisiin nähden hyvää tutkimusaineistoa kasaan. Myös työnhakijoille lähetettyyn saateviestiin tekisin muutoksia. Saatevistissä avaisin hieman enemmän opinnäytetyön tarkoitusta ja tavoitteita. Mainitsisin myös tutkimuksen toimeksiantajan

ja laittaisin loppuun sähköpostiosoitteeni, jonka kautta minuun saisi yhteyttä, jos heräisi tutkimukseen liittyvää kysyttävää.

Koska kyselyyn tulleiden vastausten määrä jäi pieneksi, olisi myös aineistonkeruuseen pitänyt tehdä pieniä muutoksia. Esimerkiksi, jos kyselylomake olisi lähetetty työnhakijoille siinä vaiheessa, kun he olivat jättäneet työhakemuksen, olisi heillä voinut olla enemmän kiinnostusta vastata kyselyyn. Hyvinvointialueella alkaneilla YT-neuvotteluilla oli vaikutusta siihen, että uusien työntekijöiden rekrytoiminen oli poikkeuksellisen vähäistä. Kysely kuitenkin lähetettiin hyvinvointialueen toimesta yli 600 henkilölle, joten ajattelen, että vastausprosentti jäi hyvin matalaksi, vaikka rekrytointeja olisikin suoritettu normaaliin tapaan.

Opinnäytetyön tekeminen vei odotetusti paljon aikaa. Sitä oli kuitenkin hyvin mielenkiintoista tehdä sillä aihe kiinnosti itseäni. Välillä oli pidempiä taukoja, kun en saanut työtä edistettyä, mutta oli myös niitä hetkiä, kun työ eteni vauhdilla eteenpäin. Rekrytointiprosessin ja työpaikkailmoituksen lisäksi opin paljon tutkimuksen tekemisestä ja aineiston keräämisestä erityisesti kyselylomaketta käyttäen. Ajattelen, että jatkossa mahdollisten tutkimusten tekeminen sujuu helpommin, kun on tietoa siitä, mistä lähteä liikkeelle ja mitä tulisi ottaa huomioon. Myös muiden tekemien tutkimusten lukeminen ja niihin perehtyminen voi olla helpompaa, kun ymmärtää paremmin, miten tutkimukset on toteutettu.

Yksi vaikeimmista vaiheista itselleni oli kyselylomakkeen laatiminen, jotta sillä saataisiin kerättyä tarvittavaa tietoa. Tätä varten etsin kattavasti tietoa kyselylomakkeen laatimisesta. Kyselylomake olisi ollut huomattavasti helpompi tehdä, jos olisin malttanut tehdä ensin teoriaosuuden huolellisesti lähes valmiiksi ja vasta sen jälkeen keskittynyt kyselylomakkeeseen.

Opinnäytetyöprosessi opetti projektinhallintataitoja ja aikatauluttamista. Aikataulutus oli tärkeää, sillä tein opinnäytetyötä töiden ohella, enkä tämän vuoksi pystynyt keskittymään pelkästään opinnäytetyön tekemiseen. Opinnäytetyötä valmiiksi saattaessa olin ylpeä siitä, että pienistä haasteista huolimatta sain työn suunnitellussa aikataulussa valmiiksi ja olen lopputulokseen tyytyväinen.

Rekrytointiprosessi aiheena kiinnostaa itseäni ja toivon, että pääsen tulevaisuudessa työskentelemään rekrytoinnin parissa ja hyödyntämään tietoa, mitä on kertynyt opinnäytetyötä tehdessä.

LÄHTEET

- Ahto, O., Kahri, A., Kahri, T. & Mäkinen, M. (2016). Bulkista brändiksi : käsikirja kasvuun ja kannattavuuteen. Docendo.
- Biisoni. (n.d.). Työnantaja – näin houkuttelet hakijoita yritykseen työnantajamielikuvan avulla. Haettu 17.7.2024 osoitteesta <https://biisoni.fi/artikkelit/tyonantajamielikuva/>
- Duunitori. (26.7.2013). Näin saat työnhakijat kiinnostumaan työpaikkailmoituksestasi. <https://duunitori.fi/tyoelama/parempi-tyopaikkailmoitus>
- Duunitori. (n.d.). Rekrytointi. Haettu 4.8.2024 osoitteesta <https://duunitori.fi/tyoelama/category/rekrytointi>
- Eezy Personnel. (n.d.). Rekrytointi – näin kehität työnantajamielikuvaa. Haettu 17.7.2024 osoitteesta <https://personnel.eezy.fi/rekrytointi-tehokas-tapa-kehittaa-myonteista-tyonantajamielikuvaa-ja-loytaa-oikeat-osajat/>
- Glad, L. (20.5.2020). Miksi ei pitäisi puhua palomiehistä tai lentoemännistä? Asiantuntijalta kattavat perustelut. <https://duunitori.fi/tyoelama/sukupuolineutraalit-ammattinimikkeet-kielentutkija/>
- Heikkilä, T. (2014). Tilastollinen tutkimus (9., uudistettu painos). Bookwell Oy.
- Hoppe, T. & Laine, T. (2014). Työnhakuopas: mitä, miten, missä? Talentum.
- Hyppänen, R. (2013). Esimiesosaaminen : liiketoiminnan menestystekijä (3., uudistettu painos). Edita. <https://www.ellibslibrary.com/>
- Jarmas, T. (2017). Rekrytoinnin kriittiset pisteet. <https://www.hrviesti.fi/na-tiivi/9/rekrytoinnin-kriittiset-pisteet>
- Joki, M. (2021). Henkilöstöasiantuntijan käsikirja (7., uudistettu painos). Kauppakamari.
- Kortetjärvi-Nurmi, S. & Murtola, K. (2015). Areena : yritysviestinnän käsikirja. Edita.
- Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta 1986/609. Haettu 25.10.2024 osoitteesta <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1986/19860609>
- Laki yksityisyyden suojasta työelämässä 2004/759. Haettu 25.10.2024 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2004/20040759>
- Lammi, O. (2015). Viesti ja vaikuta : käsikirja presentaatioiden pitäjälle. Docendo.
- Leinonen, M. (n.d.). Työnantajamielikuva – 5 syytä panostaa. Haettu 17.7.2024 osoitteesta <https://talentadore.com/fi/blogi/5-syyta-panostaa-tyonantajamielikuvaan>

- Mistry, U. (n.d.) How Can Job Descriptions Be Improved? Haettu 9.11.2024 osoitteesta <https://theundercoverrecruiter.com/job-descriptions-be-improved/>
- Montgomery, P. (2022). Työhaun psykologia. Readme.fi
- Mosley, R. (2014). Employer brand management : practical lessons from the world's leading employers. Padstow: Wiley.
- Määttä, R. (9.8.2019). Pikaopas parempaan kielioppiin somessa. <https://maimostoisimistoluma.fi/blogi/pikaopas-parempaan-kielioppiin/>
- Oulun yliopisto. (1.6.2020). Vinkkejä kyselyiden tekijöille. <https://ict oulu.fi/14641/>
- Rantalainen. (5.2.2024). Mikä on EU:n palkka-avoimuusdirektiivi ja mitä se tarkoittaa yrityksellesi? <https://www.rantalainen.fi/julkaisut/artikkelit/mika-on-eun-palkka-avoimuusdirektiivi-ja-mita-se-tarκοittaa-yrityksellesi/>
- Salli, M. & Takatalo, S. (2014). Loista rekrytoijana : hoida kosiomatka tyyllillä. Kauppakamari.
- Satakunnan hyvinvointialue. (n.d.). Töihin meille. Haettu 17.7.2024 osoitteesta <https://satakunnanhyvinvointialue.fi/rekry/>
- Satakunnan hyvinvointialue. (9.3.2023a). Satavarmaa hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta, lähellä ihmistä : Satakunnan hyvinvointialueen strategia 2023–2025. https://satakunnanhyvinvointialue.fi/wp-content/uploads/2023/03/sha_strategia_20232025.pdf
- Satakunnan hyvinvointialue. (8.12.2023b). Rekrytoinnin käsikirja.
- Silta. (6.2.2024). Mikä on palkka-avoimuusdirektiivi? <https://www.silta.fi/uutiset-ja-blogi/palkka-avoimuusdirektiivi>
- Suomen perustuslaki 1999/731. Haettu 25.10.2024 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731#L2P6>
- Tilastokeskus. (12.12.2023a). Kolme neljästä nuoresta aikuisesta käytti vaalikonetta ennen vuoden 2023 eduskuntavaaleja. <https://stat.fi/julkaisu/cl82zlhpnku8k0busedwttpo9>
- Tilastokeskus. (7.12.2023b). Toiminnanohjausjärjestelmä (ERP) oli käytössä 57 %:lla yrityksistä vuonna 2023. <https://stat.fi/julkaisu/cl8ju4icl85120cvzb2317b7z>
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa : Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/EETTISET%20PERIAATTEET_TENKIN%20HYV%20C3%84KSYM%20C3%84%20LUONNOS_7.5..pdf
- Valli, R. (2018). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle (5., uudistettu painos). PS-kustannus.

Valli, R. (2015). Johdatus tilastolliseen tutkimukseen (2., uudistettu painos). PS-kustannus.

Valtori, M. (8.1.2024). Sosiaalinen media Suomessa 2024.

<https://lmsomeco.fi/blogi/sosiaalinen-media-suomessa/>

Vehkalahti, K. (2014). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät.

<https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/bc1c2c8a-0eb8-4881-ba8f-510ce386b810/content>

Viitala, R. (2021). Henkilöstöjohtaminen : keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Edita Publishing Oy. <https://www.ellibslibrary.com/>

Viljamaa, L. (1.11.2023). Näin onnistut rekrytoinnissa – katso vinkit rekrytointiprosessin suunnitteluun. <https://duunitori.fi/tyoelama/rekrytointiprosessin-suunnittelu-vinkit>

Vilka, H. (2007). Tutki ja mittaa : määrällisen tutkimuksen perusteet.

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-0099-9>

Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014. Haettu 25.10.2024 osoitteesta

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20141325>

LIITE 1: SAATEVIESTI TYÖNHAKIJOILLE

Hei,

Kiitos mielenkiinnostasi avoinna ollutta yksikkö? nimike? tehtävää kohtaan. Tehtävään saimme xxx hakijaa, joista x haastateltiin. Hakuprosessi on nyt saatettu loppuun ja valinta tehty. Valitettavasti valinta ei tällä kertaa kohdistunut sinuun. Tehtävään valittiin tutkinto? etunimi sukunimi?

Seuraathan jatkossakin työpaikkailmoituksiamme osoitteesta www.sata.fi/rekry

Haluaisimme kuulla mielipiteesi työpaikkailmoitusten sisältöön ja visuaalisuuteen liittyen. Kysely toimii osana tradenomiopiskelija Anniina Lakkalan toteuttamaa opinnäytetyötä, jossa kartoitetaan kiinnostavan ja vetovoimaisen työpaikkailmoituksen piirteitä. **Kyselyyn vastaaminen vie noin 2–4 minuuttia. Vastaaminen on vapaaehtoista ja se tapahtuu anonyymisti** osoitteesta www.sata.fi/rekry.

Kiitos vastauksista!

Tutkimuslupa on myönnetty Satakunnan hyvinvointialueelta.

Ystävällisin terveisin
Rekrytointipalvelut
Satakunnan hyvinvointialue
Itäpuisto 7, 4.krs
28100 Pori
www.sata.fi

LIITE 2: SAATEVIESTI OPISKELIJOILLE

Tulevien työnhakijoiden mielipiteitä työpaikkailmoitusten sisällöstä ja visuaalisuudesta

Hei, sinä toiseksi viimeisen tai viimeisen vuoden sosionomi-, sairaanhoitaja- tai fysioterapeuttipiskelija! Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jossa tarkoituksena on kartoittaa tulevien työnhakijoiden mielipiteitä työpaikkailmoituksista. Haluan selvittää, työnhakijoiden ajatuksia siitä, millainen on hyvä, houkutteleva ja kiinnostava työpaikkailmoitus. Lisäksi haluan selvittää, mitä rekrytointikanavaa työnhakijat eniten käyttävät. Tutkimuksen toimeksiantajana toimii Satakunnan hyvinvointialue.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 2–4 minuuttia. Vastaaminen on vapaaehtoista ja se tapahtuu anonyymisti. Tutkimusaineisto kerätään vain tätä opinnäytetyötä varten ja kerätyt tiedot hävitetään opinnäytetyön valmistuttua.

Tutkimukselle on myönnetty tutkimuslupa Satakunnan ammattikorkeakoululta sekä Satakunnan hyvinvointialueelta.

Linkki kyselyyn: <https://link.webpolsurveys.com/S/0F93E8011A9EF1A6>

Olen kiitollinen, jos päätät vastata kyselyyni. Jokainen vastaus on tärkeä ja edistää työtäni eteenpäin. **Kysely on auki 2.10.2024-16.10.2024.** Kiitos jo etukäteen vastaamisesta! 😊

Ystävällisin terveisin
Anniina Lakkala
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma

LIITE 3: KYSELYLOMAKE

Kysely työpaikkailmoituksen sisällöstä ja visuaalisuudesta

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää työnhakijoiden mielipiteitä työpaikkailmoitusten sisällöstä ja visuaalisuudesta. Kysely sisältää pääosin monivalintakysymyksiä. Avoimet kysymykset ovat valinnaisia, mutta niihin vastaaminen on toivottavaa. **Kyselyyn vastaaminen vie noin 2-4 minuuttia.**

Ikäni on: *

- 20 vuotta tai alle
- 21-30 vuotta
- 31-40 vuotta
- 41-50 vuotta
- 51-60 vuotta
- 61 vuotta tai yli
- En halua sanoa

Mitä seuraavista työnhakukanavista olet hyödyntänyt työnhaussa? *

- Työnhakupalvelut (Kuntarekry, Duunitori, Monster, TE-palvelut yms.)
- Sosiaalinen media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn yms.)
- Tuttavat/sukulaiset
- Oppilaitokset
- Rekrytapahtumat ja -messut
- Lehtimainokset
- Tv-mainokset
- Radiomainokset
- Organisaatioiden nettisivut
- Muu: _____

Mitä työpaikkailmoituksen tulisi mielestäsi sisältää? (Arvioi tärkeyden perusteella) *

	Ei lainkaan tärkeä	Vain vähän tärkeä	Ei merkitystä	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Kuvaus työtehtävästä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvaus työnantajasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työhön vaadittavat taidot/ominaisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Odotukset työnhakijalta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työsuhde-edut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työaika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yrityksen arvot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan määrä organisaatiossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvaus tyypillisestä työpäivästä tai viikosta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdolliset käytössä olevat tietotekniset alustat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tieto etätyömahdollisuudesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ominaisuudet, jotka lisäävät mahdollisuutta tulla valituksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoa perehdytyksestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kehittymismahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kyseistä työtä tekevän henkilön lyhyt kertomus työstä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haun seuraava vaihe on ilmoitettu selkeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyt video työnantajasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyt video itse työtehtävästä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huumori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Onko jotain muuta, mitä toivoisit työpaikkailmoituksen sisältävän?

Oma vastauksesi _____

Vaikuttaako työpaikkailmoituksen visuaalisuus (ulkoasuun vaikuttavat asiat) siihen, lähdetkö tarkemmin lukemaan ilmoituksen sisältöä?

- Kyllä, visuaalisuus vaikuttaa siihen.
- Ei, ilmoituksen visuaalisuudella ei ole vaikutusta siihen.

Mitkä työpaikkailmoituksen ulkoiset piirteet herättävät mielenkiintosi niin, että kiinnostut työpaikasta? *

	Ei lainkaan kiinnostava	Vain vähän kiinnostava	Ei merkitystä	Melko kiinnostava	Erittäin kiinnostava
Pitkä teksti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyt teksti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Väliotsikot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Värit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hymiöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luettelot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Onko jotain muuta, mitä toivoisit työpaikkailmoituksen ulkoisilta piirteiltä/visuaalisuudelta?

Oma vastauksesi _____

Onko jotain sisältöön tai ulkoisiin piirteisiin liittyviä asioita, joista ET pidä työpaikkailmoituksissa?

Oma vastauksesi _____

Kiitos kyselyyn vastaamisesta!