

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

Yrittäjyys

2016

Essi Karhilahti

**DIGITAALISET KEINOT
REKRYTOINNIN
TEHOSTAMISEKSI
HENKILÖSTÖVUOKRAUS-
ALALLA**

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutusohjelma | Yrittäjyys

2016 | 45

Ohjaaja Anne-Marie Junger

Essi Karhilahti

DIGITAALISET KEINOT REKRYTOINNIN TEHOSTAMISEKSI HENKILÖSTÖVUOKRAUSALALLA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessia voidaan nopeuttaa digitaalisin keinoin ja tämän perusteella esittää henkilöstöpalveluyritykselle toimenpide-ehdotuksia joiden avulla se voi nopeuttaa rekrytointiprosessiaan sähköisten menetelmien ja sosiaalisen median avulla.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltiin henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessin kulkua, tehostamista vaativia rekrytoinnin vaiheita sekä digitalisoitumisen mukanaan tuomia mahdollisuuksia rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi.

Opinnäytetyön käytännön osassa toteutettiin turkulaisen henkilöstöpalveluyrityksen työntekijöiden teemahaastattelut joiden avulla pyrittiin selvittämään tarvetta henkilöstövuokrausyrityksen rekrytointiprosessin nopeuttamiselle ja eniten tehostamista vaativia rekrytointiprosessin vaiheita yrityksen rekrytoinnissa. Teemahaastattelujen tuloksena todettiin että nopeuttamista vaativat erityisesti potentiaalisten hakijoiden tavoittaminen ja työhaastattelut.

Työn tuloksena esitettiin henkilöstöpalveluyritykselle toimenpide-ehdotuksia rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi. Toimenpide-ehdotukset luotiin aikaisemman tietoperustan ja haastatteluista saatujen tulosten ja kehittämisehdotusten perusteella. Tärkeimmät toimenpiteet rekrytoinnin nopeuttamiseksi olivat sosiaalisen median kokonaisvaltainen hyödyntäminen potentiaalisten työnhakijoiden tavoittamiseksi, videomuotoisten ansioluetteloiden ja haastattelujen käyttäminen kiireellisimmissä rekrytointitilanteissa sekä sähköisen CV-pankin ylläpitäminen. Työn tuotos, toimenpiteiden käyttöönottoa mallintava taulukko on hyödynnettävissä myös muissa keskisuurissa henkilöstöpalveluyrityksissä, jotka haluavat nopeuttaa rekrytointiaan digitalisoitumisen mahdollistamin keinoin.

ASIASANAT:

Rekrytointi, henkilöstövuokraus, digitalisoituminen, sosiaalinen media

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | Entrepreneurship

2016 | 45

Instructor Anne-Marie Junger

Essi Karhilahti

DIGITAL METHODS FOR ENHANCING THE RECRUITING PROCESS IN PERSONNEL SERVICES FIELD

The purpose of this thesis was to find out solutions for how personnel services companies could expedite their recruiting processes with digital methods and social media.

The theory of the thesis is founded on the stages of the recruiting process in the personnel services field and the recruiting stages that need the most expedition. The theory is also based on the digital possibilities to enhance the recruiting process.

In the second part of thesis, theme interviews with the recruiters in a personnel services company in Turku were executed. The purpose of the interviews was to figure out the need to strengthen recruiting in the personnel services field and find out the recruiting stages that need expedition in the recruiting process. As a result of the interviews, job interviews and reaching the most potential job applicants needed the most expedition in the company's recruiting process.

The outcome of the study is a guide for the personnel services company to expedite its recruiting process with digital methods. The guidelines were created based on previous knowledge and by the results and development ideas from the theme interviews. The most important measures for enhancing the recruiting process were the utilization of social media for reaching the most potential job applicants, the use of video-based CVs and job interviews in the most urgent recruiting cases, as well as maintaining a digital CV-register. It is possible to utilize the guide in other middle-sized personnel services companies which would like to enhance their recruiting with digital methods and social media.

KEYWORDS:

Recruiting, personnel services, digitalization, social media

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 REKRYTOINTIPROSESSI HENKILÖSTÖVUOKRAUSALALLA	7
2.1 Henkilöstövuokrausala	7
2.2 Rekrytointiprosessi	9
2.3 Tehostamista vaativat rekrytointiprosessin vaiheet	13
3 REKRYTOINNIN NOPEUTTAMINEN DIGITALISAATION KEINAIN	17
3.1 Videoidut työhaastattelut ja ansioluettelot	17
3.2 Sosiaalinen media	21
4 TEEMAAHAASTATTELUT HENKILÖSTÖPALVELUYRITYKSESSÄ	26
4.1 Tausta ja yrityksen lähtötilanne	26
4.2 Haastattelujen toteutus ja käytetyt menetelmät	27
4.3 Haastattelujen tulokset	29
5 TOIMENPIDE-EHDOTUKSET	35
6 YHTEENVETO	43
LÄHTEET	46

LIITTEET

Liite 1. Haastattelujen teemat

KUVAT

Kuva 1. Rekrytointiprosessin eteneminen (Salli&Takatalo 2014)	10
Kuva 2. Kuinka Recruitby.net toimii? (Recruitby.net 2016)	18

TAULUKOT

Taulukko 1. Digitaalisten keinojen käyttöönotto henkilöstövuokrausalan yrityksessä	41
--	----

1 JOHDANTO

Henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessin tulee olla nopea ja joustava, jotta alan yritykset pystyisivät parhaalla mahdollisella tavalla vastaamaan käyttäjäyritysten rekrytointitarpeisiin ja näin ollen myös parantamaan omaa kannattavuuttaan. Työelämän tarpeet muuttuvat nopeasti ja työntekijöitä tarvitaan lyhyelläkin varoitusaikalla. Digitalisoitumisella on suurta merkitystä henkilöstövuokrausalan rekrytointien kehittämisessä. Alan yrityksillä on yhä useammin käytössään sähköisiä rekrytointimenetelmiä tai ne käyttävät sosiaalista mediaa apuna rekrytoinnissa.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää miten henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessia voidaan nopeuttaa digitaalisin keinoin ja sosiaalisen median avulla ja esittää henkilöstöpalveluyritykselle toimenpide-ehdotuksia joita käyttöönottamalla se voi nopeuttaa rekrytointiprosessiaan. Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään rekrytoinnin vaiheita sekä olemassa olevia sähköisiä mahdollisuuksia rekrytoinnin tehostamiseksi.

Opinnäytetyön käytännön osassa toteutetaan teemahaastattelut turkulaisessa henkilöstöpalveluyrityksessä työskenteleville rekrytointeja tekeville henkilöille. Teemahaastatteluiden avulla pyritään saamaan vastauksia siihen, mitkä rekrytoinnin vaiheista haastatellut henkilöt kokevat eniten nopeuttamista vaativina ja miten he tehostaisivat yrityksensä rekrytointiprosessia erityisesti potentiaalisten työnhakijoiden tavoittamisen ja työhaastattelujen osalta.

Aiemman tietoperustan ja teemahaastatteluista saatujen tulosten ja kehittämisideoiden perusteella esitetään henkilöstövuokrausalan yritykselle toimenpide-ehdotuksia digitaalisten keinojen ja sosiaalisen median käyttöönottamiseksi rekrytointiprosessissa. Työn tuotoksena syntyneet toimenpide-ehdotukset esitetään taulukossa joka on hyödynnettävissä kaikissa keskisuurissa henkilöstövuokrausalan yrityksissä jotka haluavat tehostaa omaa rekrytointiprosessiaan digitaalisin keinoin ja sosiaalisen median avulla.

2 REKRYTOINTIPROSESSI

HENKILÖSTÖVUOKRAUSALALLA

2.1 Henkilöstövuokrausala

Suomessa toimii noin 500 vakiintunutta henkilöstövuokrausalan yritystä. Ala on kehittynyt nopeasti ja se on vakiinnuttanut asemansa suomalaisessa elinkeinoelämässä. (Henkilöstöpalveluyritysten liitto 2016). Henkilöstöpalveluyritykset toimivat markkinoilla tarjoten asiakkailleen, käyttäjäyrityksille, joustavia ratkaisuja työvoiman tarpeeseen vuokraamalla niille työntekijöitä sekä tarjoamalla muita palveluita kuten ulkoistamis- ja alihankintapalveluita sekä henkilö- ja soveltuvuusarviointeja. Työvoiman vuokraamisen lisäksi henkilöstöpalveluyritykset tarjoavat asiakkailleen apua rekrytointiprosessien läpivientiin ja erilaisiin suorahakupalveluihin.

Työvoiman vuokrausta on harjoitettu Suomessa 1960-luvulta lähtien. Yrityksillä on 1990-luvun talouslamasta saakka ollut korostunut pyrkimys lisätä työvoiman joustoja. Kynnys sitoutua työntekijöihin on kasvanut. Yritysten kiinnostus vuokrata työntekijöitä henkilöstöpalveluyritysten kautta on yleistynyt ja työvoiman vuokrausta harjoittava liiketoiminta on lisännyt tarjontaa ja markkinointia Suomessa. (Mäkipelkola & Viitala 2005, 12-20.)

Tämänhetkisessä taloustilanteessa yritykset eivät halua ottaa minkäänlaisia riskejä eivätkä mielellään rekrytoi henkilöstöä suoraan omiksi työntekijöikseen, vaan käyttävät vuokratyöntekijöitä täyttämään työvoiman tarvetta. Vuokratyövoiman käyttö on tarjonnut yrityksille mahdollisuuden vähentää henkilöstön palkkaamiseen liittyviä taloudellisia riskejä ja lisännyt henkilöstökustannusten joustavuutta. Vuokratyövoiman käyttö antaa mahdollisuuden käyttää työvoimaa vain silloin kuin yrityksen toiminta-aste sitä edellyttää. Vuokratyövoimaa on mahdollista käyttää esimerkiksi yhden työpäivän ajan ja vuokrasopimus voidaan päättää heti työvoiman tarpeen loppuessa. (Mäkipelkola & Viitala 2005, 1.)

Vaikka henkilöstövuokrausalaan onkin pitkään liittynyt negatiivinen mielikuva lyhytaikaisen työn tarjoamisen ja työvoiman vuokraamisen vuoksi, ovat mielikuvat muuttumassa positiivisempaan suuntaan siksi, että henkilöstöpalveluyritykset pystyvät kokoamaan määräaikaista työsuhteista pidempiaikaisia työsuhteita työntekijöilleen. Erityisesti työvoimatoimistojen ja henkilöstöpalveluyrityksien yhteistoimintaa on kiitetty siitä, että niiden kautta on pystytty välittämään työntekijöitä myös pidempiaikaisiin työsuhteisiin (Arnkil ym. 2009, 306). Vuokratyö on myös nuorille erinomainen väylä työllistymiseen, sillä henkilöstövuokrausalan työntekijöistä lähes puolet on alle 25-vuotiaita (Henkilöstöpalveluyritysten liitto 2016).

Vuokratyövoiman käytön joustavuuden ja kustannustehokkuuden lisäksi yritykset haluavat nykyisin käyttää yhä enemmän asiantuntijapalveluita rekrytointiprosessien suorittamisessa, jolloin ne turvautuvat henkilöstövuokrausalan yrityksiin. Rekrytointiprosessi vaatii yritykseltä usein sellaisia resursseja, jotka ovat pois yrityksen omasta osaamisalueesta ja liiketoiminnasta (Tervämäki, K. & Tuoliara, M. 2016). Monilla yrityksillä ei ole itsellään käytössään tarpeeksi aikaa tai muita resursseja perinteisen kaavan mukaan etenevän rekrytointiprosessin suorittamiseen, jossa tehtävänkuvauksen määrittely työilmoitukseen, hakemuksien käsittely, työnhakijoiden kyselyihin vastaaminen, työhaastattelut sekä mahdolliset soveltuvuusarviointit vievät yllättävän paljon aikaa (Honkaniemi ym. 2006, 50).

Rekrytointiprosessin käynnistäminen henkilöstöpalveluyrityksen avulla voi olla nopeampaa kuin rekrytoinnin suorittaminen tietyssä yrityksessä käytössä olevilla resursseilla. Henkilöstöpalveluyritys perehtyy käyttäjäyrityksen liiketoiminnan kenttään sekä yrityskulttuuriin, jolloin se myös pyrkii pitkäaikaiseen ja strategiseen yhteistyöhön asiakkaansa kanssa ja pystyy valitsemaan työtehtäviin parhaiten soveltuvat hakijat (Kukkonen, A. 2016).

Henkilöstöpalveluyrityksillä on käytössään paljon oman alansa verkostoja, joista on hyötyä työntekijöiden valitsemisessa. Niillä on omissa sähköisissä järjestelmissään käytössä laajoja työntekijärekestereitä, joiden avulla ne voivat kartoittaa jo olemassa olevien työnhakijoiden osaamista ja soveltuvuutta avoimena ole-

vaan työtehtävään. Paikallisten työmarkkinoiden ja toimijoiden hyvä tuntemus sekä laajat työntekijärekisterit auttavat nopeidenkin rekrytointien suorittamisessa (Tervämäki, K. & Tuliara, M. 2016). Rekrytoinneissa on usein myös pienempi riski verrattuna siihen, että käyttäjäyritys suorittaisi rekrytoinnin itse. Rekrytoinneissa on useimmiten takuu, jolloin esimerkiksi koeajalla päättyneeseen työsuhteeseen voidaan rekrytoida uusi henkilö ilman erillistä veloitusta. (Kukkonen, A. 2016.)

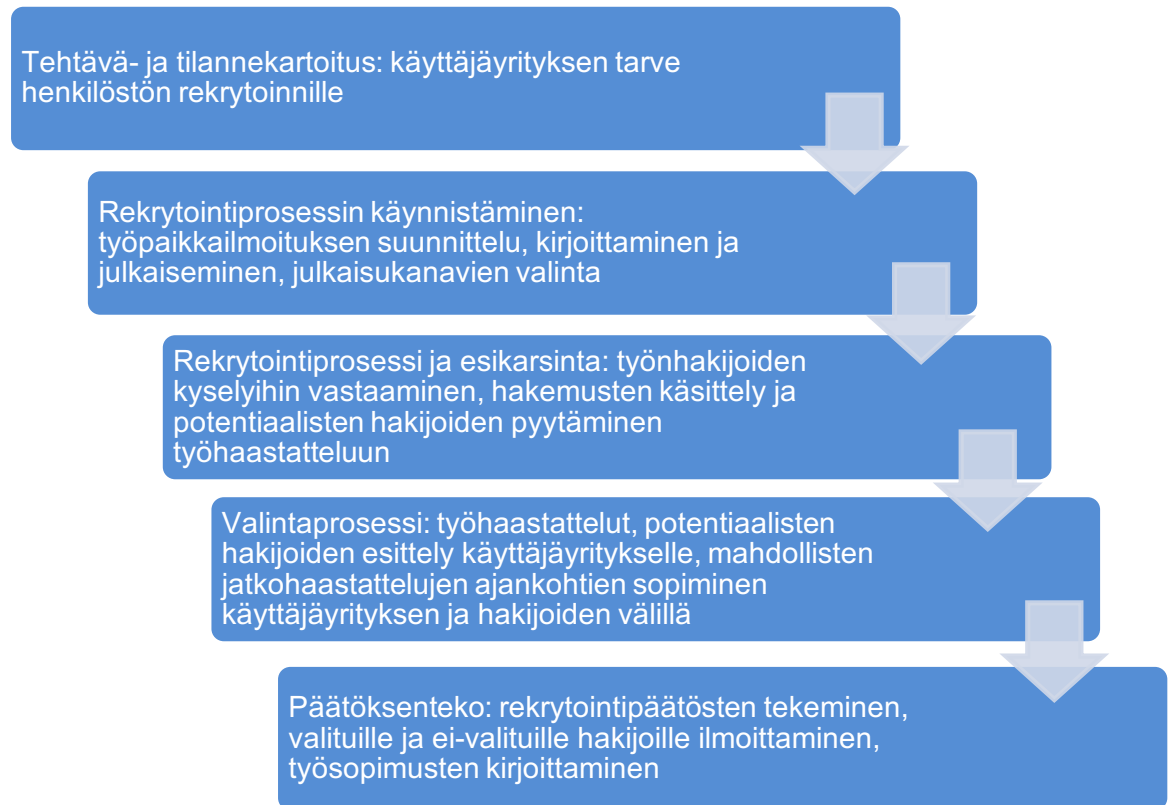
Henkilöstöpalveluyritys tarjoaa käyttäjäyritykselleen myös mahdollisuuden suorittaa rekrytointiprosessi anonymisti siten, että työnhakijoille ei rekrytoinnin alkuvaiheessa ilmoiteta mihin yritykseen rekrytointi on tarkoitus suorittaa. Lisäksi alan yritykset hyödyntävät erilaisia työnhakusivustoja ja -kanavia huomattavasti muiden alojen yrityksiä aktiivisemmin ja niillä saattaa olla käytössään esimerkiksi vuosisopimuksia, jotka oikeuttavat rajattomien rekrytointi-ilmoitusten julkaisemiseen tietyissä kanavissa. Tämä säästää käyttäjäyrityksen rahallisia resursseja sekä huomattavasti aikaa, jolloin käyttäjäyritys pystyy keskittymään omaan ydinosansaamiseen ja liiketoimintansa kehittämiseen.

2.2 Rekrytointiprosessi

Henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessi lähtee liikkeelle lisääntyneestä työvoiman tarpeesta käyttäjäyrityksessä, joka ilmoittaa työvoiman tarpeestaan henkilöstöpalveluyritykselle. Yhä suuremmassa määrin käyttäjäyritykset haluavat henkilöstöpalveluyrityksen hoitavan rekrytointiprosessin kokonaan. Tarve rekrytoinnille saattaa olla aikataulultaan hyvin nopea, jolloin työvoimaa saatetaan tarvita esimerkiksi jo seuraavaksi päiväksi. Kiireellisimmissä tilanteissa rekrytoinnit saattavat edetä myös siten, että työvoiman tarpeen ilmennyttyä otetaan yhteyttä työntekijälistoilla oleviin, mahdollisesti sillä hetkellä käytettävissä oleviin työntekijöihin ja tarjotaan työtä heille.

Kuvassa 1 on esitelty henkilöstöpalveluyrityksessä toteutettava rekrytointiprosessi pääpiirteittäin. Kuvio ilmentää sellaista rekrytointiprosessia, joka alkaa neuvotteluista työvoiman tarpeeseen liittyen käyttäjäyrityksen kanssa ja päättyy

siihen, että käyttäjäyritys vuokraa työntekijän henkilöstöpalveluyritykseltä. Henkilöstöpalveluyrityksen rekrytointiprosessia kuvaavat tiedot on saatu henkilöstökonsultti J. Uimoselta maaliskuussa 2016.



Kuva 1. Rekrytointiprosessin eteneminen. Lähde: Salli & Takatalo 2014.

Kun käyttäjäyrityksen työntekijöiden tarve on ilmennyt, laatii henkilöstöpalveluyrityksen edustaja rekrytointi-ilmoituksen yleensä ensimmäisenä yrityksen omille internetsivuille. Tässä vaiheessa rekrytointia olisi myös hyvä määritellä osaamis- ja ominaisuusvaatimukset, jotka ovat kyseisen työtehtävän kannalta tärkeimpiä (Työterveyslaitos 2014). Lisäksi on tärkeää valita oikea kanava rekrytointi-ilmoituksen julkaisemiselle, jotta se tavoittaisi potentiaalisimmat työnhakijat.

Henkilöstöpalveluyrityksen omien internetsivujen lisäksi rekrytointi-ilmoitukset julkaistaan työvoimatoimiston sivuilla ja useimmiten myös muiden suomalaisten

rekrytointi-ilmoituksia välittävien yritysten sivuilla. Rekrytointi-ilmoitukset voidaan automaattisesti siirtää työvoimatoimistojen internetsivuille (www.mol.fi) sekä lisäksi valtakunnallisiin rekrytointiportaaleihin kuten monster.fi ja oikotie.fi-sivustoille. Ilmoituksia julkaistaan myös Facebookissa rekrytointimedia Duunitorin omalla Facebook-sivustolla.

Käyttäjäyrityksen rekrytoinnin kiireellisyydestä riippuen valitaan rekrytointi-ilmoitukselle voimassaoloaika, jonka aikana henkilöstöpalveluyritys vastaa mahdollisiin työnhakijoiden tiedusteluihin kyseisen työn sisältöön liittyen. Tiedusteluihin vastaaminen on henkilöstöpalveluyrityksen edustajalle mahdollisuus saada hakijoista tarkempaa tietoa (Työterveyslaitos 2014). Henkilöstöpalveluyrityksen rekrytoijan kannattaakin pyrkiä tässä vaiheessa parhaansa mukaan kyselemään työnhakijalta lisätietoja ja näin selvittämään tämän motivaatiota ja sopivuutta haettuun työtehtävään. Puhelinhaastatteluiden avulla on myös mahdollista saada käsitystä siitä, olisiko hakija potentiaalinen valinta muihin kyseisellä hetkellä avoimiin työtehtäviin.

Suurin osa työhakemuksista saapuu sähköisesti työnhakijoiden kirjaututtua henkilöstöpalveluyrityksen käyttämiin internetpohjaisiin järjestelmiin, joissa käytetään sähköisiä hakulomakkeita. Yrityksillä olisi hyvä olla kotisivuillaan helppokäyttöinen rekrytointiosio, johon olisi sijoitettu linkki avoimena oleviin työpaikkoihin (Markkanen 2005, 107). Työpaikan hakeminen tehdään helpoksi, jos hakulomake on sijoitettu rekrytointi-ilmoituksen yhteyteen.

Sähköisissä järjestelmissä on yleensä jo hakuvaiheessa mahdollista lisätä liitetiedostoina oma ansioluettelo ja lisäksi myös avoin hakemuskirje. Työhaun ollessa avoimena henkilöstöpalveluyrityksen on tärkeää seurata jatkuvasti ilmoitukseen tulleita uusia hakijoita. Sähköiseen järjestelmään kirjattujen tietojen sekä ansioluettelossa tai avoimessa hakemuksessa olevien tietojen perusteella hakijoita on mahdollista asettaa paremmuusjärjestykseen ja kutsua heitä työhaastatteluun.

Työnhakijoiden hakemuksia ja ansioluetteloita voidaan henkilöstöpalveluyrityksen puolesta käsitellä jo ennen hakuajan umpeutumista, jotta hakijoista saa-

daan yleiskuva jo mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Tätä toimintatapaa voidaankin pitää eräänlaisena hakijoiden esikarsinnan muotona. Näiden sähköisessä muodossa toimitettujen kirjallisten hakemusten huolellinen läpikäynti vie rekrytoijalta jonkin verran aikaa.

Työhaastattelut ovat edelleen yrityksen tärkein menetelmä tiedon keräämiseksi potentiaalisista työntekijöistä (Österberg 2015, 101). Henkilöstöpalveluyritysten tekemissä rekrytoinneissa myös käyttäjäyrityksen edustaja saattaa haluta haastatella työhön hakeneita henkilöitä. Henkilöstöpalveluyrityksen ja käyttäjäyrityksen välillä tehdystä toimeksiantosopimuksesta riippuen vaihtelee, haastattelee ko henkilöstöpalveluyrityksen rekrytoija työnhakijaa ensin, minkä jälkeen tämä ohjataan mahdollisesti jatkohaastatteluun käyttäjäyrityksen edustajan kanssa. Käyttäjäyritys voi olla halutessaan mukana myös kaikissa rekrytointiprosessin haastatteluvaiheissa.

Työnhakijoiden asettaminen paremmuusjärjestykseen sekä parhaimpien työntekijöiden valinta suoritetaan ensimmäisen työhaastattelukierroksen jälkeen. Mikäli käyttäjäyrityksen kanssa on sovittu jatkohaastatteluista, joissa yrityksen edustaja on mukana, sovitaan haastatteluajat potentiaalisimpien hakijoiden ja käyttäjäyrityksen edustajan välille. Parhain tapa haastatteluajoja sovittaessa on varata esimerkiksi yksi iltapäivä, johon pyritään sopimaan jatkohaastatteluajat niihin kutsuttavien hakijoiden ja käyttäjäyrityksen välillä.

Jatkohaastattelujen perusteella käyttäjäyritys tekee päätöksen haettuun työtehtävään palkattavasta työntekijästä. Mikäli käyttäjäyrityksen kanssa on sovittu henkilöstöpalveluyrityksen hoitavan rekrytointiprosessin ja siihen liittyvän päätöksenteon kokonaisuudessaan, tekee päätöksen haastatteluja suorittanut henkilöstöpalveluyrityksen rekrytoija. Tehtävään valitun henkilön kanssa tehdään työsopimus, jossa henkilöstöpalveluyritys toimii juridisena työnantajana ja käyttäjäyritys ohjaa työntekijän työtä.

Päätöksenteon jälkeen ei-valituille työnhakijoille ilmoitetaan rekrytointiprosessin tuloksista joko sähköpostitse tai puhelimitse. Työhaastatteluissa ja mahdollisissa jatkohaastatteluissa käyttäjäyrityksen kanssa käyneille hakijoille ilmoitetaan

valinnan tuloksista puhelimitse. Tällöin tuloksista ilmoittavan rekrytoijan on myös hyvä varautua hakijan kysymyksiin siitä, miksi juuri häntä ei ole valittu kyseiseen tehtävään. Lisäksi on kohteliasta kysyä, millaisista työtehtävistä hakija olisi kiinnostunut mahdollisia jatkossa suoritettavia rekrytointeja ajatellen. Samalla on kohteliasta varmistaa, että hakijaan saa olla yhteydessä, mikäli hänen kiinnostuksensa mukaisia työtehtäviä vapautuu tulevaisuudessa.

2.3 Tehostamista vaativat rekrytointiprosessin vaiheet

Rekrytointi-ilmoituksen julkaisukanava ja hakijoiden tavoittaminen

Työelämän muuttuvat tilanteet vaativat henkilöstöpalveluyritykseltä usein hyvin nopeasti tapahtuvaa rekrytointiprosessia, jolloin työnhakijoiden tiedot ja henkilökohtaiset ominaisuudet tulisi saada nopeasti käyttäjäyrityksen tietoon. Avoin työpaikka pitäisi saada mahdollisimman nopeasti myös potentiaalisten työnhakijoiden ulottuville. Nopean rekrytointiprosessin suorittamiseksi henkilöstöpalveluyrityksen olisikin tärkeää löytää sellaiset kanavat, joiden avulla se tavoittaa työnhakijat mahdollisimman nopeasti. Rekrytointi-ilmoituksen voimassaoloaika ei voi olla kovin pitkä kiireellisissä tarvetilanteissa, joten ilmoitus olisi hyvä saada esiin mahdollisimman nopeasti sellaiseen kanavaan, jossa se on näkyvästi esillä.

Oikeaa ilmoituskanavaa valittaessa olisi hyvä miettiä, mitä kanavaa tehtävään parhaiten soveltuvat henkilöt seuraavat laajasti. Hyvin suunnitellun rekrytointi-ilmoituksen avulla on myös mahdollista lisätä yrityksen tunnettuutta ja kiinnostavuutta markkinointiviestinnän keinoin. Ilmoituskanavan valintaan vaikuttaa myös se, millä tavalla ilmoituksen avulla halutaan vaikuttaa yrityksen työnantajakuvaan. (Österberg 2015, 94-95.) Perinteisimpinä pidettyjä rekrytointi-ilmoituskanavia ovat oletettavasti sanomalehti-ilmoitukset ja työvoimatoimiston internetsivut, joissa olevien ilmoitusten perusteella hakijat täyttävät yleensä sähköisen hakulomakkeen työntäjäyrityksen intranetissä.

Suomessa on useita rekrytointi-ilmoituksia julkaisevia sivustoja, jotka tarjoavat monipuolisen valikoiman avoimia työpaikkoja (Markkanen 2005, 107). Työnhakijat ohjautuvat käyttämään näitä sähköisiä järjestelmiä niin valtakunnallisten rekrytointiportaalien kuin henkilöstöpalveluyrityksen omien internetsivujenkin kautta, josta he ovat etsineet tietoa avoimista työpaikoista. Henkilöstöpalveluyritys saa rekrytointi-ilmoituksensa julkaistua nopeasti ja useissa kanavissa yhtä aikaa jolloin työnhakijat täyttävät hakemuskaavakkeita haluamaansa työtehtävään internetin välityksellä. Tulevaisuudessa koko internet ja myös sosiaalinen media tulevat toimimaan vahvasti rekrytinnissa muiden perinteisten kanavien rinnalla.

Rekrytointi-ilmoituksen julkaiseminen sosiaalisen median avulla on nopeampaa ja kustannustehokkaampaa kuin perinteisillä rekrytointimenetelmillä, vaatien kuitenkin hyvää suunnittelua ja järjestelyä. Sosiaalisessa mediassa rekrytoidessa voidaan säästää prosessiin kuluva aikaa ja myös parantaa työnhakijoiden osaamis- ja pätevyystasoa. Rekrytointiin liittyviä kustannuksia ei välttämättä ole mahdollista pienentää, sillä rekrytoijalla kuluu työaikaa myös sosiaalisen median päivittämiseen ja yrityksen työnantajankuvan rakentamiseen. (Clements 2012).

Sosiaalisen median avulla on mahdollista välittää tietoa laajasti ja tavoittaa rekrytointi-ilmoituksille suurempi vastaanottajajoukko kuin missään aikaisemmassa kanavassa. Sen merkitystä rekrytointiprosessin tehokkuuden ja työpaikkailmoitusten välittämisen kannalta ei siis voida enää väheksyä, ja tämän myötä rekrytointien ilmoituskanavina voivat toimia vaikkapa yhteisöpalvelut Facebook tai LinkedIn. Yrityksen Facebook-profiilia voidaan käyttää rekrytointi-ilmoitusten julkaisemiseen ja jakamiseen muille Facebook-käyttäjille, jolloin potentiaaliset työnhakijat saattavat löytyä heidän joukostaan (Schawbel 2012).

Sosiaalinen media tarjoaa nykyään paljon hyviä kanavia aktiiviseen työnhakuun, mutta monien yritysten rekrytointistrategia ei ole enää pysynyt digitaalisen kehityksen perässä. Varsinaisissa työnhakutilanteissa sosiaalisen median käyttäjäprofileja ja siellä luotuja verkostoja ei voida täydellisesti hyödyntää, sillä työnhakijan on edelleen haettava työtehtäviin vanhanmallisilla ja aikaa vievillä

verkkolomakkeilla työnantajayrityksen sähköisessä intranetissä. (Kaitale ym. 2013, 23.) Rekrytointien tehostamiseksi olisikin välttämätöntä, että tämä sähköisten hakulomakkeiden täyttämisvaihe pystyttäisiin korvaamaan jollain muulla menetelmällä.

Hakijoiden esikarsinta

Kilpailu halutuista työpaikoista on kovaa ja henkilöstöpalveluyrityksien välittämiin avoimiin työpaikkoihin saattaa tulla jopa useita satoja hakemuksia. Sähköisiin hakulomakepohjiin kirjoitettujen hakemusten läpikäynti ja sopivien hakijoiden kutsuminen haastatteluihin vie aikaa. Kirjallisten hakemusten perusteella ei ole mahdollista tehdä hakijoista kovin pitkälle kantavia johtopäätöksiä.

Pitkittynyt rekrytointiprosessi voi myös laskea henkilöstöpalveluyrityksen tuottavuutta, mikäli työntekijää ei saada aloittamaan halutussa työtehtävässä niin nopeasti kuin käyttäjäyrityksellä olisi tarvetta (Salli & Takatalo 2014, 48). Työhakemusten käsittelyvaiheessa olisikin hyvä olla jokin esikarsintamenetelmä, jolla työnhakijoita olisi mahdollista erotella keskenään ja asettaa paremmuusjärjestykseen.

Henkilöstövuokrausalalla on myös riskejä rekrytoinnin epäonnistumiseen liittyen. Kaikki työnhakijat eivät ole välttämättä motivoituneita työtehtävään ja sähköisiä hakemuslomakkeita saatetaan täyttää haluamatta kuitenkaan vastaanottaa työtehtävää. Hyvänä esikarsintamenetelmänä voisi toimia esimerkiksi ennakkotehtävä, jonka avulla mitataan hakijan motivaatiota. Ennakkotehtävän avulla on mahdollista karsia hakijoiden joukosta ne, jotka ovat oikeasti kiinnostuneita avoimena olevasta tehtävästä. Toimiva esikarsintamenetelmä, kuten videomuotoinen ansioluettelo, helpottaisi henkilöstöpalveluyrityksen toimintaa ja ennaltaehkäisisi tarpeettomia työhaastatteluja mittaamalla hakijan motivaatiota jo rekrytoinnin alkuvaiheessa.

Koska suurimmassa osassa rekrytointiprosesseista käytetään edelleen sähköisiä hakulomakkeita, voi työnhakijoilta tiedustella jo hakulomakkeen täytön yhteydessä lupaa tutustua sellaisiin työntekijän tietoihin, jotka rekrytoijan on mah-

dollista löytää internetistä. Internetistä löytyviä työntekijätietoja ei yksityisyyden suojaan työelämässä koskevan lain perusteella saa hyödyntää rekrytoinneissa ilman hakijan suostumusta. Tämän vuoksi esimerkiksi sosiaalisen median kanavien, kuten Facebookin ja LinkedInin työnhakijasta tarjoamien tietojen hyödyntäminen rekrytoinnissa on kyseenalaista. Työnhakijan on kuitenkin mahdollista antaa hakuvaiheessa suostumus etsiä itsestään tietoja internetistä, jolloin rekrytoija voi tarkastella työnhakijan nettinäkyvyyttä laillisin keinoin. Jo tällöin olisi mahdollista suorittaa jonkinasteista esikarsintaa ja arvioida haastattelun tarpeellisuutta kyseisen hakijan kohdalla. (Korpi ym. 2013, 51.)

Työhaastattelut

Henkilöstövuokrausalan rekrytoinneissa eniten aikaa vievät yleensä potentiaalsimpien hakijoiden työhaastattelut. Työhaastatteluja saatetaan joutua suorittamaan vähintään kahden kierroksen ajan, mikäli käyttäjäyritys haluaa henkilöstöpalveluyrityksen valitsevan ensin parhaimmat hakijat jatkohaastatteluun. Tässä vaiheessa rekrytointia aikaa vie myös potentiaalisten työnhakijoiden esittelemisen käyttäjäyritykselle sekä prosessin aikana tapahtuva yhteydenpito käyttäjäyrityksen ja työnhakijan välillä. Yhteydenpitoa tarvitaan esimerkiksi haastatteluajkojen sopimiseen, mikäli käyttäjäyritys haluaa myös itse haastatella henkilöstöpalveluyrityksen valitsevat työnhakijat. Työhaastatteluvaihetta olisikin henkilöstövuokrausalalla pyrittävä lyhentämään siten että sekä rekrytointia hoitava henkilöstöpalveluyritys ja käyttäjäyritys saisivat tietoonsa työnhakijoiden ominaisuudet ja osaamisen samalla kertaa eikä useita työhaastatteluja olisi tarpeen suorittaa.

3 REKRYTOINNIN NOPEUTTAMINEN DIGITALISAATION KEINAIN

3.1 Videoidut työhaastattelut ja ansioluettelot

Digitalisaatio ja sitä myötä sähköisten järjestelmien kehittyminen on luonut vaihtoehtoja työnhakijoiden perinteisille tekstitiedostomuotoisille ansioluetteloille ja työhaastatteluille. Duunitori Oy:n keväällä 2016 suorittaman kansallisen rekrytointitutkimuksen tuloksista ilmenee, että rekrytointi on suuressa muutoksessa. Perinteinen ansioluettelo ja työhaastattelu tulevat menettämään merkitystään ja niitä tullaan käyttämään hakijoiden karsimiseen esivalinnan aikana (Duunitori Oy 2016). Monet yritykset ovat alkaneet käyttää rekrytointiprosesseissaan apuna videohaastatteluja. Esimerkiksi suomalainen IT-asiantuntijapalveluita ja ohjelmistokehitystä tarjoava yritys Reaktor Innovations Oy on hyödyntänyt videohaastatteluja jo vuoden 2014 kesätyöntekijähaussa (Ahola 2014).

Vuoden 2012 alussa Suomessa lanseerattu Recruitby.net-palvelu tarjoaa yrityksille apua rekrytointiin videohaastattelutyökalun muodossa. Palvelun rooli rekrytinnissa on hakemusten ja ansioluetteloiden lähettämisen ja varsinaisten haastatteluiden välissä. Recruitby:n päätarkoituksena on kutsua potentiaalisimmat hakijat videomuotoiseen työhaastatteluun, jossa hakijat vastaavat ennalta nauhoitettuihin kysymyksiin. Tämän jälkeen rekrytoija arvioi hakijoita, jonka jälkeen hänen on helppoa kutsua parhaimmat hakijat henkilökohtaisiin haastatteluihin. (Salomäki 2015.) Myös nämä haastattelut on mahdollista suorittaa videon välityksellä, sillä asiakasyritysten toivomuksesta Recruitby.net on kehittänyt myös livehaastattelutyökalun (Salomäki 2015).

Videon välityksellä suoritettu työhaastattelu vastaa käytännössä täydellisesti perinteistä työhaastattelua, jossa työnhakija ja rekrytoija ovat läsnä ja rekrytoijalla on sen aikana mahdollisuus kartoittaa työnhakijan motivaatiota ja sopivuutta haettavaan tehtävään. Näin ollen videohaastattelun avulla on mahdollista säästää aikaa ja välttää virheellisiä arvioita työnhakijoiden soveltuvuudesta, jot-

ka saattaisivat henkilöstövuokrausalalla johtaa tarpeettomiin työhaastatteluihin käyttäjäyrityksien kanssa.



Kuva 2. Kuinka Recruitby.net toimii. Lähde: Recruitby 2016.

Videohaastattelujen avulla rekrytoijan on myös mahdollista arvioida aiempaa enemmän hakijoita ja toiminto antaakin suuremmalle joukolle hakijoita mahdollisuuden esitellä haastattelijalle osaamistaan (Ahola 2013).

Suomalaisista henkilöstöpalveluyrityksistä Recruitby.net-palvelua käyttävät tällä hetkellä esimerkiksi Barona ja Staffpoint suorittaessaan vuokra- ja suorarekrytoinnin toimeksiantoja (Recruitby 2016). Videohaastattelut nopeuttavat ja tehostavat muuten monivaiheista rekrytointia, joten muidenkin suomalaisten henkilöstöpalveluyritysten kannattaisi hyödyntää niitä yleensä aikaa vievien rekrytointiprosessien nopeuttamiseksi.

Videohaastattelujen hyviä puolia on se, että rekrytoija näkee heti, minkälainen persoona työtä hakee ja esimerkiksi sen, kuinka luonnollisesti työnhakija pystyy kertomaan itsestään videon välityksellä (Ahola 2014). Rekrytoijan on näin ollen mahdollista arvioida työnhakijan soveltuvuutta tehtävään jo pelkän videohaastattelun perusteella ja ohjata hänet mahdollisesti suoraan haastatteluun käyttäjäyrityksen edustajan kanssa. Käyttäjäyrityksen yhteyshenkilö voidaan myös kutsua mukaan videohaastatteluprosessiin heti aluksi, jolloin hänelle annetaan mahdollisuus tutustua työnhakijaan laajemmin jo aiemmin. Joissain tapauksissa käyttäjäyritys voi päättää valittavan henkilön jo pelkän videon perusteella. (Ahola 2013).

Videohaastattelun avulla on toisaalta mahdollista korvata ensimmäinen työhaastattelu henkilöstöpalveluyrityksen rekrytoijan kanssa, ja järjestää sen perusteella potentiaaliselle työnhakijalle haastattelu suoraan käyttäjäyrityksen edustajan kanssa. Näin ollen henkilöstöpalveluyritys säästää aikaa monien eri työhaastattelujen aikatauluista sopimisesta ja yhteydenpidosta työnhakijan ja käyttäjäyrityksen välillä.

Videohaastattelu tarjoaa myös mahdollisuuden haastatella sellaisia työnhakijoita, jotka asuvat toisessa kaupungissa tai maassa, eivätkä pääse saapumaan nopealla aikavälillä toteutettaviin fyysisiin työhaastatteluihin. Näin ollen henkilöstöpalveluyrityksen on mahdollista haastatella kaikki potentiaalisimmilta vaikuttavat työnhakijat riippumatta siitä, missä he asuvat tai oleskelevat tietyllä hetkellä (Ahola 2014).

Työnhakijan kannattaa taas hyödyntää mahdollisuus tuoda esille omaa persoonaansa videon avulla ja näin ollen erottautua edukseen muista työnhakijoista (Varis, L. 2014). Oman persoonan esille tuominen on erityisen tärkeää asiakaspalveluun, myyntiin, markkinointiin sekä media-alaan liittyvissä työtehtävissä (Stockdale 2014). Videoidut ansioluettelot ja videon avulla suoritettut työhaastattelut tulevat varmasti lisääntymään jatkossa etenkin sellaisiin työtehtäviin rekrytoinneissa, joissa vuorovaikutustaidot ja esiintymisen luonnollisuus ovat suuressa osassa.

Mikäli henkilöstöpalveluyrityksen ei ole mahdollista suorittaa työhaastatteluja videon välityksellä tai videohaastattelutyökaluun ei ole muuten mahdollista investoida, voidaan tiettyyn työtehtävään hakevia henkilöitä pyytää kuvaamaan itsestään videomuotoinen ansioluettelo. Videomuotoisen ansioluettelon kuvaaminen on perinteisiä sähköisiä hakemuslomakkeita huomattavasti henkilökohtaisempi työnhaun väline, joten sen tekemiseen liittyvä kynnys saattaa olla joillakin henkilöillä korkea ja näin ollen karsia työnhakijoita siinä tapauksessa mikäli se on jo ennakkovaatimuksena rekrytointi-ilmoituksessa.

Esimerkiksi suomalainen tietoliikenneyritys Elisa Oyj tarjoaa internetsivuillaan työnhakijoilleen suoraa mahdollisuutta jättää avoin työhakemus videomuodossa (Elisa Oyj 2016). Tässä niin kutsutussa video-CV:ssä työnhakija esittelee itseään ja osaamistaan työnantajalle. Perinteinen tekstimallinen ansioluettelo kuvaa työnhakijan taitoja, pätevyyttä ja työkokemusta, mutta videoidun ansioluettelon avulla työnantajan on mahdollista saada käsitystä myös hakijan persoonallisuudesta (Stockdale 2014). Videoituja ansioluetteloita voidaankin pitää myös esiasenteena videoitaville työhaastatteluille, sillä myös videoidun ansioluettelon avulla työnantajan on helppo tutustua työnhakijaan ja hän saa kokonaisvaltaisemman kuvan työnhakijasta jo ennen varsinaista haastattelua (Helsingin Yliopisto 2010).

Videomuotoiset ansioluettelot voisivat jatkossa korvata vanhanaikaiset internetissä täytettävät sähköiset työnhakulomakkeet, sillä työnhakijan on mahdollista tuoda haettavaan työtehtävään liittyvä osaaminen ja koulutustausta esiin jo pelkästään itsestään kuvaaman videon välityksellä. Henkilöstövuokrausalalla olisi mahdollisuus välittää videoitu ansioluettelo suoraan käyttäjäyritykselle, jolloin on mahdollista nopeuttaa päätöksentekoa oikeiden henkilöiden valinnassa avoimena olevaan työtehtävään. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi kahdelle eri kierrokselle suunnitellut haastattelu ja jatkohaastattelu käyttäjäyrityksen edustajan kanssa voidaan korvata yhdellä haastattelulla tai ensimmäisen vaiheen haastattelu voidaan korvata videoidun ansioluettelon avulla. Näin menetellen on mahdollista säästää henkilöstövuokrausalalla tavanomaista, usean työhaastattelukierroksen viemää aikaa.

3.2 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median kanavia on käytetty yritysten puolesta markkinointistrategioiden toteuttamisessa, muussa viestinnässä ja asiakaspalvelussa mutta yhä enemmän myös henkilöstön rekrytoinnissa. Sosiaalinen media tarjoaa rekrytointiprosessiin uudenlaisia mahdollisuuksia ja auttaa rakentamaan yrityksen työnantajamielikuvaa (Markkanen 2005, 107). Yrityksen sosiaaliseen mediaan tuotaman mielenkiintoisen sisällön avulla työnhakijat kiinnostuvat yrityksestä, alkavat seurata ja voivat tätä myöden hakeutua yritykseen töihin.

Joillakin toimialoilla sosiaalinen media saattaa vielä tulevaisuudessa nousta tärkeimmäksi rekrytointikanavaksi, ja tämänkaltaista kehittymistä on havaittavissa jo tällä hetkellä. Toisaalta on mahdollista, että koko internet on muuttumassa yhä sosiaalisemmaksi. Sosiaalisessa mediassa käytetyt rekrytointimenetelmät eivät välttämättä pian ole erotettavissa muista internetin tarjoamista työnhakupalvelimista ja osa näistä palvelimista tulee mahdollisesti tämän myötä katoamaan. (Korpi ym. 2012, 14.)

Sosiaalisen median käyttäminen perustuu ennen kaikkea ihmisten välisten verkostojen luomiseen ja niiden näkyvyyteen, joten sen avulla henkilöstöpalveluyritysten olisi mahdollista tavoittaa myös niin kutsuttuja passiivisia työnhakijoita (Schawbel 2012). Passiiviset hakijat eivät välttämättä aktiivisesti hae uutta työtä, mutta he ovat valmiita tarttumaan kiinnostaviin työtilaisuuksiin nopeallakin varoitusaikalla. Verkostoitumisen kautta luoduilla kontakteilla passiivistenkin työnhakijoiden on mahdollista saada tietoa juuri itseään kiinnostavista työtarjouksista.

Jos henkilöstöpalveluyrityksen strategiana on tehostaa rekrytointia sosiaalisen median avulla, sen pitää pyrkiä rakentamaan itsestään jatkuvasti positiivista työnantajakuva. Sosiaalisen median kautta työtä etsivät hakijat arvioivat työtehtäviä osittain sen kannalta, millainen työnantaja yritys on. Sosiaaliseen mediaan luotavalla työnantajakuvalla on merkitystä siihen, kuinka aktiivisesti työnhakijat tavoittelevat avoimia työpaikkoja. Kaikkien sosiaalisen median kautta rekrytoivien yritysten on pyrittävä rakentamaan työnantajakuvaansa mahdolli-

simman kiinnostavaksi ja näin ollen niiden on otettava mallia myös markkinoinnin ja myynnin puolelta. (Beagrie 2015.) Työnantajakuvan säännölliseen rakentamiseen tarvitaan myös muita keinoja kuin pelkkien rekrytointi-ilmoitusten julkaiseminen sosiaalisessa mediassa. Yrityksen aktiivisuus sosiaalisessa mediassa on suoraan verrannollinen yrityksen kiinnostavuuteen kyseisessä kanavassa.

Sosiaalisen median avulla toteutettavien rekrytointiprosessien onnistumiseksi onkin tärkeää, että henkilöstöpalveluyrityksen sosiaalisen median yritysprofiilit on rakennettu suunnitelmallisesti ja että niitä myös päivitetään ja niihin luodaan uutta sisältöä säännöllisesti (Juslén, J. 2009, 167-169). Näin ollen yrityksen sosiaaliseen mediaan saadaan lisää seuraajia. Facebookin tykkää- ja jaa-toiminnot sekä LinkedInin suositukset ja seuraamistoiminto ovat henkilöstöpalveluyrityksille toimivia tapoja saada kohdeyleisön, eli työnhakijoiden huomio. Kun varsinainen rekrytointi-ilmoitus julkaistaan esimerkiksi yrityksen Facebookissa, se näkyy automaattisesti seuraajien uutisvirrassa, jolloin hän saattaa tykätä ilmoituksesta, jolloin se välittyy taas kaikille tämän henkilön verkostoon kuuluville henkilöille. (Korpi ym. 2012, 108.)

Henkilöstövuokrausalalla sosiaalisen median käytöstä rekrytointiin apuna onkin eniten hyötyä sen nopeuden ja tehokkuuden kannalta: esimerkiksi yrityksen Facebook-profilissa julkaistua työilmoitusta saatetaan jakaa seuraajien omassa käyttäjäprofiilissa, jolloin se tavoittaa tehokkaasti myös passiivisia työnhakijoita. Henkilöstövuokrausalalla on muihin toimialoihin nähden huomattava etu sosiaalisen median käytössä rekrytointiin apuna, sillä vuokratyövoiman kysynnän lisääntyessä myös henkilöstöpalveluyrityksien välittämät työpaikat lisääntyvät. Näin ollen henkilöstöpalveluyrityksillä on huomattavan paljon enemmän mahdollisuuksia myös oman sosiaalisen median päivittämiseen ja sisällön tuottamiseen.

Facebook

Monet yritykset ovat ottaneet Facebook-sivuillaan käyttöön rekrytointi-välilehtiä ja muita työnantajakuva korostavia sisältökokonaisuuksia. Yritykset eivät välttämättä rekrytoi työntekijöitä suoraan käyttäjäprofiilien kautta, mutta ne ovat luoneet itselleen käyttäjäprofiilin jonka avulla ne markkinoivat itseään niin avoimien työpaikkojen kuin Facebookin tarjoamien mainosmahdollisuuksienkin kautta. Rekrytoijat käyttävät apunaan erilaisia Facebook-ryhmiä sekä oman yrityksensä rekrytointi-välilehteä hankkiakseen potentiaalisia työntekijöitä. (Schawbel 2012.) Suomessa tämänkaltaista Facebook-aktiivisuutta ovat osoittaneet esimerkiksi Tieto ja Nokia. Erityisesti henkilöstöpalveluyrityksillä olisi kuitenkin vielä paljon enemmän mahdollisuuksia tuottaa arvokasta sisältöä Facebook-profiiliinsa, sillä niiden jokapäiväiseen liiketoimintaan kuuluu lukuisten rekrytointi-ilmoitusten välittäminen.

Facebook on sosiaalisen median kanavana kaikkein arkipäiväistynein ja siellä julkaistavan sisällön ei ole välttämätöntä olla asiapitoista tai kaavamaisista. Näitä voivat olla esimerkiksi kekseliäät ja sopivan rennolla otteella kirjoitetut työilmoitukset, joita Facebookin käyttäjät innostuvat mahdollisesti jakamaan toisilleen täysin vapaaehtoisesti. Palvelun toimintoihin kuuluva tykkää-painike on hyödyllinen ja helppo apuväline yrityksen työnantajakuva rakentamisen kannalta, koska sen avulla on mahdollista saada yritykselle helposti lisää seuraajia mielenkiintoisen sisällön julkaisemisen kautta (Clements 2012).

Facebookin avulla on mahdollista tavoittaa lukematon määrä potentiaalisia työnhakijoita. Käyttäjämäärien perusteella voidaan olettaa suurimman osuuden Facebookin käyttäjistä olevan tavallisia työntekijöitä, ”perustyötä tekeviä linjatyöläisiä, kaupan kassoja, rakennustyöläisiä tai muuten suorittavan tason työtä tekeviä ihmisiä” (Korpi ym. 2012, 116). Monet Suomessakin toimivista henkilöstöpalveluyrityksistä välittävät suurimmaksi osaksi juuri tämänkaltaisia työpaikkoja, jolloin Facebookin käyttö rekrytointikanavana olisi niille kokeilemisen arvoisen mahdollisuus kaikenlaisien työntekijöiden tavoittamiseen.

LinkedIn

Yhtenä suurimpana sosiaalisen median kanavana toimii tällä hetkellä verkostoitumispalvelu LinkedIn, joka on profiloitunut työn ja uran luomisen ympärille (Juslén, J. 2012, 119). LinkedIn mahdollistaa verkostojen rakentamisen palvelun käyttäjien välillä ja lisäksi käyttäjien erityistaitojen esittelyn. Palvelun toimintoja on rakennettu nimenomaan rekrytointiprosessi huomioiden, eikä LinkedInissä ole esillä viihteellistä sisältöä kuten esimerkiksi Facebookissa.

LinkedIn-profiili toimii käyttäjän sähköisenä ansioluettelona, jossa työntekijät esittelevät itseään, työkokemustaan ja ansioitaan. Palvelua käyttävillä yksityishenkilöillä on mahdollisuus saada suosituksia ja pisteytyksiä omista osaamisalueistaan LinkedIn-kontakteiltaan ja käyttää näitä hyödyksi omassa työnhaussa. Palvelun käyttäjän on mahdollista lisätä profiiliinsa omaa ammatillista osaamista kuvaavia avainsanoja, joiden avulla rekrytoijien on todennäköisempää löytää hänet. (Schawbel 2012.)

Työnantajayritykset esittelevät itseään LinkedInissä yritysprofiilien kautta ja käyttävät palvelua rekrytointi-ilmoitusten välittämiseen ja työntekijöiden etsimiseen. Palvelussa on sekä työnantajien että työntekijöiden mahdollista liittyä erilaisiin ryhmiin, jotka koostuvat tietyn ammatin edustajista (Black 2010). Työnantajan on mahdollista tämänkaltaisen ryhmän kautta etsiä tietynlaista osaajaa esimerkiksi valitulta maantieteelliseltä alueelta. LinkedInin kohderyhmänä ovat tähän asti olleet asiantuntija- ja johtotehtävissä työskentelevät henkilöt sekä organisaatiot, jotka etsivät vastaaviin tehtäviin soveltuvia työntekijöitä (Salli & Takatalo 2014, 34).

LinkedIn tarjoaa yrityksille myös erilaisia maksullisia palveluja, joihin sijoittamalla yritys saa käyttäjäliittymäänsä ominaisuuksia, joiden avulla on mahdollista tehdä erilaisia rekrytointiin liittyviä toimenpiteitä. Esimerkiksi rekrytointi-ilmoitusten välittäminen niin kutsutulla careers-välilehdellä on toistaiseksi maksullista, mutta yrityksen on mahdollista ilmoittaa etsivänsä työntekijöitä myös maksuttoman status-ilmoituksen avulla omassa yritysprofiilissaan (Black 2010). LinkedInissä voidaan ottaa käyttöön myös kohdennettuja työntekijähaku-

toimintoja ja kontaktoida niiden kautta profiloimalla löydettyjä tai oman verkoston kautta löydettyjä henkilöitä (LinkedIn 2016). LinkedInin maksullisia palveluja kannattaisi hyödyntää etenkin sellaisissa tapauksissa, joissa rekrytointi on säännöllistä, kuten juuri henkilöstöpalveluyrityksillä. Perustason työtehtäviä varten ei ole välttämättä tarpeellista ostaa jatkuvaa ja monipuolista näkyvyyttä, mutta jos perustason työntekijöiden tarve on jatkuvaa, näkyvyyden ostaminen voi olla pitkällä aikavälillä jopa kustannustehokasta (Korpi ym. 2012, 56).

Käytännössä LinkedIn voisi toimintojensa tarjoamien mahdollisuuksien perusteella tämänhetkisten työmarkkinoiden suurimpaan ongelmaan saada työnhakija ja työntekijä kohtaamaan oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Tulevaisuudessa se voisi toimia yhä enemmän työntekijöiden ja työnantajayrityksien kohtauspaikkana, sillä sen käyttäjillä on mahdollisuus löytää toisensa samanlaisten kiinnostuksenkohteiden ja osaamisprofiilien perusteella. Duunitori Oy:n keväällä 2016 suorittaman kansallisen rekrytointitutkimuksen tuloksista ilmenee että sosiaalisen median tarjoamista rekrytointikanavista juuri LinkedInin tärkeys suomalaisten yritysten rekrytointikanavana on lisääntynyt erittäin tärkeänä rekrytointikanavana vuodesta 2015 vuoteen 2016 24 prosenttiyksikköä (Duunitori Oy 2016).

4 TEEMAHAASTATTELUT

HENKILÖSTÖPALVELUYRITYKSESSÄ

4.1 Tausta ja yrityksen lähtötilanne

Turkulainen henkilöstöpalveluyritys toi keväällä 2016 esille ajatuksen siitä että erilaisia digitalisoitumisen mahdollistamia keinoja voisi ottaa käyttöön yrityksen rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi. Yrityksen välittämät työtehtävät ovat suurimmaksi osaksi määräaikaista ja lyhytkestoisia ja ne sijoittuvat rakennuksen ja teollisuuden aloille. Työtehtäviin rekrytoidaan suurimmaksi osaksi perustason työntekijöitä, eikä asiantuntija- ja johtotehtävien rekrytointeja suoriteta juuri ollenkaan. Rekrytointiprosessin tulisi erityisesti rakennusalaalla olla hyvinkin nopea ja aukoton, jotta yritys pystyisi vastamaan käyttäjäyrityksen työvoiman tarpeeseen mahdollisimman nopeasti. Yrityksessä ei ollut käytössä digitaalisia rekrytointimenetelmiä kuten videomuotoisesti toteutettuja työhaastatteluja, mutta yrityksessä työskentelevät henkilöt ovat viimeisen vuoden aikana pohtineet niiden käyttöönottoa rekrytoinneissa.

Tämän hetkessä rekrytointiprosessissa erityisesti työhaastatteluaihe koettiin aikaa vieväksi monien haastattelukierrosten vuoksi. Aikaa vieväksi rekrytointiprosessin vaiheeksi myös potentiaalisten työnhakijoiden tavoittaminen rekrytointi-ilmoituksilla, sillä hyviä työhakemuksia oli hankala saada avoimena oleviin työtehtäviin. Yritys oli aiemmin käyttänyt sosiaalista mediaa apuna ilmoitusten välityskanavana satunnaisissa rekrytoinneissa. Sosiaalisen media ei kuitenkaan ollut yrityksen jokapäiväisessä käytössä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten henkilöstövuokrausalan yrityksen rekrytointiprosessia voisi nopeuttaa digitaalisin keinoin ja sosiaalisen median avulla. Haastatteluista saatujen tuloksien ja aikaisemman tietoperustan pohjalta opinnäytetyön tavoitteeksi tarkentui esittää henkilöstöpalveluyritykselle toimenpide-ehdotuksia digitaalisten keinojen ja sosiaalisen median käyttöönottamiseksi rekrytointiprosessissa.

4.2 Haastattelujen toteutus ja käytetyt menetelmät

Teemahaastattelujen toteuttamiseksi valittiin kvalitatiivinen aineiston keruun metodi ja teemahaastattelut tehtiin henkilöstöpalveluyrityksen työntekijöille maaliskuussa 2016. Haastatteluissa käytetty teemoitettu lomake on tämän työn liitteenä (liite 1). Teemahaastattelut toteutettiin turkulaisen henkilöstöpalveluyrityksen (myöhemmin X) toimitiloissa maaliskuussa 2016. Haastatellut henkilöt olivat X:n aluepäällikkö, yhteyspäällikkö sekä henkilöstökonsultti. Haastateltavia henkilöitä oli yhteensä kolme ja heillä oli arvokasta tietoa henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessin kulusta ja kehittämistarpeista, sillä he kaikki työskentelivät henkilöstöpalveluyrityksessä ja heillä kaikilla oli toiveena rekrytointiprosessin nopeuttaminen digitaalisin keinoin (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Haastatteluja varten laadittiin valmiiksi teemoitettu haastattelulomake. Haastattelut eivät edenneet lomakkeen mukaisesti, sillä kysymysten tarkkaa muotoa ja järjestystä ei ollut ennalta määritelty (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Haastattelujen aikana haastattelija esitti tarpeen mukaan tarkentavia kysymyksiä valmiiksi määriteltyihin teemoihin liittyen ja pyrki tällä tavoin myös pitämään keskustelua yllä. Haastattelujen tarkoituksena oli olla mahdollisimman paljon luontevaa keskustelua muistuttavia. Niiden avulla pyrittiin etsimään ratkaisuehdotuksia siihen, miten yrityksen työntekijät nopeuttaisivat potentiaalisten työnhakijoiden tavoittamista ja aikaa vievää työhaastatteluvaihetta.

Haastattelun ensimmäisenä teemana olivat rekrytointiprosessin vaiheet. Teeman käsittelyn avulla pyrittiin saamaan tietoa siitä, mikä rekrytointiprosessin vaihe (rekrytointi-ilmoituksen julkaisukanava, hakijoiden tavoittaminen ja esikarsinta vai työhaastattelu) vaatisi kyseisessä yrityksessä eniten nopeuttamista. Seuraavana teemana olivat sosiaalisen median kanavat ja niiden hyödyntäminen rekrytoinnissa. Teemaan liittyvissä kysymyksissä tavoitteena oli selvittää mitä sosiaalisen median kanavia yritys on jo mahdollisesti käyttänyt apuna rekrytoinnissa ja haastateltavien kokemiaa sosiaalisesta mediasta saatua hyötyä rekrytointiprosessin kannalta.

Seuraavana teemana olivat videomuotoiset ansioluettelot ja videon välityksellä toteutetut työhaastattelut. Tähän teemaan liittyen tavoitteena oli selvittää haastateltavien näkemyksiä videoitujen ansioluetteloiden ja työhaastattelujen tehokkuuteen liittyen. Lisäksi tiedusteltiin haastateltavien aikaisempaa tietämystä erään videoituja työhaastatteluja tarjoavan yrityksen toiminnasta ja palveluista.

Viimeisenä teemana oli rekrytointiprosessin nopeuttaminen, jota kartoitettiin tiedustelemalla haastateltavien omia ehdotuksia yrityksen rekrytointin tehostamiseksi ja syitä siihen, miksi kyseisiä keinoja ei ole otettu vielä käyttöön tässä yrityksessä. Tähän teemaan liittyen tulivat esiin rekrytoijien omia ehdotuksia rekrytointin nopeuttamiseksi, esimerkiksi kylmäkonttorien perustaminen ja Facebookin työprofiilit, joita on kuvattu tarkemmin luvussa 4.3.

Haastattelujen aikana haastattelija kirjoitti käsin muistiin merkittävimpiä haastattelun edetessä ilmenneitä teemoja ja vastauksia, joista katsottiin olevan eniten hyötyä rekrytointiprosessiin nopeuttamiseen liittyvien aihealueiden kannalta. Lisäksi haastattelut nauhoitettiin kokonaisuudessaan tietokoneen puheentallennus-toiminnolla. Haastattelujen nauhoittamisella pyrittiin myös lisäämään saatujen vastauksien luotettavuutta, koska äänitiedostossa olevaan aineistoon olisi mahdollista palata myös myöhemmin eikä aineiston tulkinta olisi pelkästään haastattelijan kirjallisten muistiinpanojen varassa.

Nauhoitettu haastatteluaineisto koottiin kirjalliseen muotoon referoivan litteroinnin menetelmällä kirjoittamalla kysymyksiin saadut vastaukset muistiin tietokoneen tekstinkäsittelyohjelmalla. Vastaukset ryhmiteltiin pääteemojen mukaan, joita olivat rekrytointiprosessin vaiheet, sosiaalinen media, videomuotoiset työhaastattelut ja videoidut ansioluettelot sekä vastaajien omat kehitysehdotukset ja niitä rajoittavat tekijät rekrytointiprosessin kannalta. Jokainen haastattelu litteroitiin erikseen, jonka jälkeen kaikista haastatteluista saadut vastaukset koottiin yhteisten tekijöiden löytämiseksi samaan tekstitiedostoon aiemmin kuvattujen teemojen alle.

Referoivan litteroinnin avulla pyrittiin saamaan äänitetty aineisto helpommin analysoitavaan ja tulkittavaan muotoon (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka

2006). Vastauksien järjestely teemoittain jo litteroidessa nopeutti huomattavasti tulosten analysointivaihetta ja sen koettiin olevan nauhoitetun haastatteluaineiston käsittelemisessä koodausta ja kvantifiointia mielekkäämpi tapa myös saatujen tulosten analysoimiseksi.

Haastattelujen avulla kerätyn aineiston analysointi suoritettiin kirjalliseen muotoon litteroitujen ja teemoittain järjesteltyjen haastatteluvastauksien perusteella. Analyysitapaan päädyttiin siksi että nauhoitettu aineisto oli käsitelty ennalta valituin teemoin jo sen litterointivaiheessa. Valmiiksi litteroitua ja teemoiteltua aineistoa pyrittiin analysointivaiheessa edelleen tiivistämään, jotta haastatteluista olisi löydettävissä enemmän yhteneviä teemoja ja sitä kautta ratkaisuja rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Analyysi suoritettiin yhteisesti kaikista haastatteluista saaduille tiedoille, eikä yksittäisissä haastatteluissa ilmenneitä asioita pyritty analysoimaan erikseen. Kirjallisessa muodossa olevien vastauksien analysointi valittiin siksi, että sen katsottiin olevan nopea ja mielekäs tapa tuottaa aineiston tulkitsemisen jälkeen yritykselle toimenpide-ehdotuksia rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi.

4.3 Haastattelujen tulokset

Rekrytinnin tehostamisen tarve

Yrityksen tarve rekrytointiprosessin tehostamiselle oli tuotu esiin jo ennen haastattelujen aloittamista. Kaikkien haastateltavien mielestä eniten aikaa vievä rekrytointiprosessin vaihe ovat työnhakijoiden haastattelut. Myös rekrytointi-ilmoituksen välityskanavia haluttiin kehittää jotta potentiaalisten työnhakijoiden tavoittaminen nopeutuisi. Hakijoiden esikarsintaa ei sen sijaan koettu työlääksi, vaan jokainen haasteltava pyrki suorittamaan esikarsintaa jo siinä vaiheessa kun pyytää potentiaalista työnhakijaa haastatteluun kasvotusten. Esikarsintaa suoritettiin jokaisen haastateltavan mukaan ennen kaikkea ansioluettelon ja hakijan aikaisemman työkokemuksen perusteella.

Sosiaalinen media

Facebookin hyödyntäminen nimenomaan rekrytointi-ilmoituksien välittämisessä koettiin kaikkien haastateltavien mielestä hyväksi keinoksi rekrytointien tehostamiseksi. Kolmannen haastateltavan mukaan yritys on kuluvan kevään aikana pyrkinyt säännölliseen Facebook-sivujen ylläpitämiseen ja tätä myöden työnantajakuvansa rakentamiseen. Facebookin ajateltiin olevan erityisen hyvä keino tavoittaa nuoria työnhakijoita, joiden työllistämiseen yritys systemaattisesti pyrkii. Yritys onkin jo julkaissut Facebookissa erityisesti sellaisia työnhakuja, joihin on vaikea löytää hyviä hakijoita.

Facebookin koettiin olevan hyvä keino helpottaa sellaisia rekrytointeja, joihin ei löydy tarpeeksi potentiaalisia työnhakijoita. Vaikeat rekrytoinnit olisi hyvä julkaista Facebookissa, jolloin ne voisivat tavoittaa myös passiivisia työnhakijoita jotka eivät välttämättä etsi säännöllisesti uusia työpaikkoja. Facebookin koettiin olevan kanava, jossa kannattaa suorittaa joko todella nopeita rekrytointeja ja vastaavasti aikaa vieviä rekrytointeja, joissa on joko erittäin vaativa tehtäväkuva tai muusta syystä liian vähän hakijoita.

Kolmas haastateltava koki Facebookin ongelmakohtiksi erityisesti nopeiden rekrytointien osalta sen että vaikka Facebookin avulla onkin mahdollista tavoittaa paljon työnhakijoita, saattaa siellä julkaistu ilmoitus olla ikään kuin jäljessä. Haastatellun mielestä Facebookin käyttö rekrytointikanavana myös työllistää rekrytoijaa, sillä julkaistut työpaikkailmoitukset pitäisi saada poistettua sieltä heti kun soveltuvat henkilöt on valittu.

Toinen haastateltava toi esiin Facebookin tarjoaman mahdollisuuden luoda niin kutsuttuja työprofiileja. Henkilöstöpalveluyrityksen työntekijöillä olisi mahdollisuus luoda itselleen työprofiili omalla nimellä ja valokuvallaan ja liittää se siihen yritykseen, jossa he työskentelevät ja tekevät rekrytointeja. Yrityksen vuokra-työntekijät voisivat lisätä rekrytoijan omaksi Facebook-kontaktikseen tämän työprofiilin kautta, jolloin rekrytoijan olisi mahdollista pitää oma henkilökohtainen Facebook-profiilinsa kokonaan erossa työhön liittyvistä asioista. Työprofiilissa

rekrytoija voisi välittää tietoa avoimena olevista työpaikoista ja profiili voisi toimia myös informaatiokanavana jo yrityksen palveluksessa oleville työntekijöille.

LinkedInin soveltuvuus henkilöstöpalveluyrityksen rekrytointikanavaksi oli kaikkien haastateltavien mielestä vaikeammin määriteltävissä. LinkedInin yrityksille tarjoamat maksulliset palvelut voisivat kuitenkin auttaa tehostamaan myös henkilöstöpalveluyritysten rekrytointiprosessia. LinkedIn koettiin kuitenkin enemmänkin johto- ja asiantuntijatehtävien työilmoituskanavaksi ja suurin osa X:n välittämistä työilmoituksista koskevat rakennus- ja teknologiateollisuuden alan työtehtäviä.

Kolmannen haastateltavan mukaan LinkedInin kautta oli kuitenkin jo kokeiltu rekrytointia avainasiakaspäällikön tehtävään, mutta sitä ei ollut koettu tehokkaaksi kanavaksi sillä hakemuksia oli tullut normaalia vähemmän eikä mikään hakemus ollut erityisen mieleenpainuva. LinkedInin soveltuvuus ainakin tämän henkilöstöpalveluyrityksen rekrytointiprosessiin on siis toistaiseksi kyseenalainen, eikä kukaan haastateltu kokenut palvelun hyödyntämistä vielä tarpeelliseksi tai tehokkaaksi vaihtoehdoksi.

Videoidut haastattelut ja ansioluettelot

Kaikki haastateltavat kokivat, että videomuotoiset työhaastattelut tulevat jatkossa yleistymään henkilöstövuokrausalalla ja voivat myös osittain korvata alalle tyypillisiä usean työhaastattelun kierroksia. Videon tai esimerkiksi Skypen välityksellä tehdyssä työhaastattelussa koettiin kaikkien haastateltavien mielestä olevan ongelmana että jotain saatetaan ”menettää” verrattuna perinteiseen haastatteluun ja tapaan kohdata työnhakija kasvokkain. Haastateltavat ajattelivat että henkilöstöpalveluyrityksen tulee kaikin tavoin tuottaa arvoa asiakkaalleen käyttäjäyritykselle ja tätä myöden toteuttaa rekrytointiprosessi mahdollisimman aukottomasti.

Kaikki haastateltavat kokivat, että kaksi työhaastattelukierrosta saattaa kuitenkin jatkossa olla henkilöstövuokrausalalla välttämätön toimintatapa digitalisoinnin tuomista mahdollisuuksista huolimatta, eikä videoituilla työhaastatte-

luilla tai ansioluetteloilla voidaan korvata kokonaan perinteisiä työhaastatteluja. Videon välityksellä tehdyt haastattelut koettiin kuitenkin arvoa tuottavaksi uudeksi työkaluksi, ja niitä koettiin voitavan hyödyntää myöhemmin perinteisten työhaastattelujen ohella. Videohaastattelut voivat olla vaihtoehto esimerkiksi sellaisissa tilanteissa, joissa rekrytointi on kiireellinen ja potentiaaliselta vaikuttava hakija pitää saada haastateltua mahdollisimman nopeasti.

Haastateltujen mielestä suurimmat syyt siihen ettei videon välityksellä toteutettavia työhaastatteluja ole vielä otettu käyttöön X:ssä, on se, ettei yrityksellä ole tarpeeksi rahallisia resursseja rekrytoinnin muuttamiseen. Lisäksi esimerkiksi Skype-ohjelman välityksellä toteutettava työhaastattelu vaatii molemmilta haastattelun osapuolilta saman työkalun haastattelun onnistumiseksi. Vanhempaa sukupolvea edustavilla työnhakijoilla ei välttämättä ole käytössään kaikkia työkaluja videohaastattelujen toteuttamiseksi.

Videohaastattelut koettiin hyväksi vaihtoehdoksi perinteisten haastattelujen rinnalle, mutta kaikki kolme haastateltavaa olivat sitä mieltä että videomuotoiset ansioluettelot olisivat tällä hetkellä käyttökelpoisempi työkalu henkilöstövuokralalla.

Se olisi helppo kun me lähetetään se asiakkaalle. Kun me lähetetään rakennusmestarille vaikka viiden rakennusmiehen kysymyspatteristo, johon he vastaavat periaatteessa samassa järjestyksessä... silloin se on periaatteessa helpommin arvioitavissa... Lopputulos on se että me saadaan näiden toimenpiteiden jälkeen levitettyä realistisempaa kuvaa meidän työntekijöistä (Ensimmäinen haastattelu).

Vaikka videoitujen ansioluetteloiden voidaan katsoa olevan hyödyksi erityisesti tehtävissä, joissa vaaditaan sosiaalisuutta ja hyviä esiintymistaitoja, haastateltavat kokivat että niitä voisi hyödyntää myös tavallisten ”duunareiden” kuten rakennusmiesten rekrytoinneissa. Videomuotoinen ansioluettelo on helppo välittää käyttäjäyrityksen edustajalle nopeissa rekrytoinnin tarvetilanteissa, jolloin tämä pystyisi tekemään nopean päätöksen työnhakijan soveltuvuudesta avoimena olevaan tehtävään. Kaikki haastateltavat henkilöt kokivat että videomuotoisilla ansioluetteloilla voidaan nopeuttaa rekrytointia heidän yrityksessään ja ne tarjoavat erityisen hyvän tavan esitellä käyttäjäyrityksille enemmän potentiaalisia työnhakijoita.

Haastattelujen perusteella kävi ilmi että kaikkien henkilöstövuokrausalan rekrytointiprosessien suurimpana ongelmana on käyttäjäyrityksen ja työnhakijan yhdistäminen. Potentiaalisten työnhakijoiden esittelemineen käyttäjäyritykselle vie aikaa, ja videotallenteet voisivatkin helpottaa henkilöstöpalveluyritystä, sillä niissä työnhakija esittelee itse itseään ja omaa osaamistaan. Videomuotoinen ansioluettelon koettiin tarjoavan apua työnhakijan ja käyttäjäyrityksen kohtaamiseen henkilöstövuokrausalalla.

Vuonna 2009 toteutetun työpoliittisen julkaisun mukaan erityisesti työvoimatoimistot ovat kokeneet ongelmia työnhakijoiden ammatillisen osaamisen ja työelämän vaatimusten kohtaamisessa omissa työnhakijarekistereissään. Suurimpana syynä on pidetty sitä, ettei työnhakijarekisterijärjestelmään kirjata sellaisia ominaisuuksia, joita työnantajayritykset ovat esittäneet toiveinaan työnhakijoista. Yksi tällainen luonnehdinta on ollut niin kutsuttu hyvä tyyppi, jota useat työnantajat käyttävät rekrytointi-ilmoituksissaan (Arnkil ym. 2009, 308).

Kaikki haastateltavat kokivat, että lähes jokaiseen työtehtävään haetaan tänä päivänä ”hyviä tyyppejä” tai ”tekijöitä”, ja juuri tämänkaltaiset ominaisuudet tulevat parhaiten esiin videoituissa ansioluetteloissa. Videoidut ansioluettelot koettiin paremmaksi rekrytointin tehostamiskeinoksi kuin videoidut työhaastattelut, sillä niiden avulla henkilöstöpalveluyrityksen on mahdollista esitellä käyttäjäyritykselle enemmän potentiaalisia työnhakijoita. Videon perusteella käyttäjäyritys saa laajemman kuvan työnhakijasta ja valita sen perusteella potentiaalisimmat hakijat perinteiseen työhaastatteluun.

Meidän tehtävä on löytää hyvät tekijät ja hyvä työpaikka ja yhdistää ne. Mun mielestä se tekniikka mikä on jo olemassa, pitäisi saada hyväksikäyttöön. Kun me haastatellaan se henkilö, me videoidaan se tai se tekee itsestään videon, ja me saataisiin välitettyä se asiakkaalle. Esimerkiksi jos ennen on esitelty kolmessa tunnissa neljä henkilöä, niin nyt voisi saada periaatteessa esiteltyä vaikka 30 henkilöä (Ensimmäinen haastattelu).

Kylmäkonttorit

Ensimmäinen haastateltava toi videoituihin ansioluetteloihin liittyen esiin ajatuksen niin kutsuttujen kylmäkonttorien perustamisesta pienemmille paikkakunnille. Näiden toimistojen päätehtävänä olisi tuottaa työnhakijoista videomuotoiset ansioluettelot mahdollisimman kustannustehokkaasti. Työnhakija pääsisi toimistoon sisälle esimerkiksi avainkoodilla, jonka jälkeen hän pystyisi kirjautumaan toimistossa olevalle tietokoneelle ja kuvaamaan itsestään videomuotoisen CV:n. Videon kuvaamisessa toimisivat apua työnhakijoille valmiiksi laaditut kysymyspatteristot, jotka voisivat olla erilaisia eri työtehtäviin hakeville.

Videon kuvaamisen jälkeen työnhakijan olisi mahdollista varata itselleen tapaamisaika esimerkiksi rekrytointikonsultin kanssa, jolloin hän tulisi jälleen kylmäkonttoriin ja tällöin toteutettaisiin videomuotoinen työhaastattelu rekrytointikonsultin kanssa.

Tällainen toimintamalli olisi myös helposti monistettavissa ja näin ollen siirrettävissä yhä useammille paikkakunnille, jolloin henkilöstöpalveluyrityksen toimintaa ja näkyvyyttä saataisiin lisättyä myös valtakunnallisella tasolla. Mallia voisi hyödyntää myös tällä hetkellä perustamalla jo olemassa oleviin suurimpiin toimistoihin erillisen huoneen, jossa työnhakija voisi kuvata itsestään video-CV:n. Tällä tavoin olisi mahdollista vähentää myös rekrytointikonsulttien työhön kohdistuvaa tarvetta lisäresursseille, jonka videoiden kuvaaminen työnhakijoista väistämättä aiheuttaisi.

5 TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

Rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi on tarjolla monia digitalisoitumisen mahdollistamia sähköisiä keinoja. Lisäksi rekrytointia voidaan nopeuttaa sosiaalisen median kanavien avulla. Tässä luvussa esitetään turkulaisessa henkilöstöpalveluyrityksessä tehtyjen teemahaastatteluiden ja aikaisemman tietoperustan avulla toimenpide-ehdotuksia digitaalisten keinojen ja sosiaalisen median käyttöönottamiseksi rekrytoinnissa, ja sitä myöden rekrytointiprosessin nopeuttamiseksi keskisuudessa henkilöstöpalveluyrityksessä. Toimenpiteet ja niiden käyttöönotto esitellään taulukossa, jota myös muut henkilöstöpalveluyritykset voivat hyödyntää digitaalisten keinojen käyttöönotossa omassa yrityksessään.

Strategian laatiminen

Yrityksen tulisi laatia strategia digitaalisten keinojen käyttöönottamiseksi rekrytointiprosessissa. Laaditun strategian, suunnitelman, avulla voidaan saavuttaa haluttu päämäärä eli rekrytointiprosessin tehostaminen. Digitaalisten rekrytointikeinojen strategian tulisi olla olennainen osa kaikkien henkilöstöpalveluyritysten liiketoiminnan kehittämistä, sillä rekrytoinnin sähköistyminen ja digitalisoituminen ovat globaaleja ilmiöitä.

Strategiassa tulee huomioida yrityksen lähtötilanne eli onko yritys aiemmin hyödyntänyt sähköisiä rekrytointimenetelmiä ja miten nämä kokeilut ovat onnistuneet. Yrityksen kannattaa arvioida sähköisten rekrytointimenetelmien onnistumista eniten aikaa vievien rekrytointivaiheiden osalta, eli onko se saavuttanut työpaikkailmoituksillaan potentiaalisimmat työnhakijat ja onko hakijoiden työhaastatteluvaihe nopeutunut. Lisäksi on tärkeää huomioida rekrytoinnin suurin kohderyhmä ja sen tavoittaminen työpaikkailmoituksilla. Haastattelujen kohteena olleessa yrityksessä suurin rekrytoitava ammattiryhmä ovat rakennus- ja teknologiateollisuuden alan työntekijät, mutta suomalaiset henkilöstöpalveluyritykset ovat erikoistuneet myös muiden alojen työntekijöiden rekrytointeihin. Eri-

tyisesti sosiaalisen median käytössä tulee huomioida rekrytoitava ammattiryhmä ja sen tavoittaminen.

Yritys voi käyttää strategian laatimisessa avukseen seuraavissa kappaleissa esiteltäviä toimenpiteitä rekrytoinnin nopeuttamiseksi. Nämä keinot voivat toimia suunnitelman runkona ja jäsentää toimenpiteiden sisältöä kun henkilöstöpalveluyritys laatii strategiaa keinojen käyttöönottamiseksi rekrytoinnissa. Digitaalisten keinojen käyttöönoton suunnitelmallinen ajoittaminen ja toimenpiteiden onnistumisen seuranta on tärkeää, joten yrityksen on laadittava esimerkiksi kuukausikohtainen aikataulu keinojen käyttöönottoa varten. Vastuuhenkilöiden nimeäminen digitaalisen rekrytoinnin strategian pohjalta perustettuun työtiimiin ja tavoitteiden toteutumisen seuranta ennalta määriteltynä ajankohtina on välttämätöntä tavoitteen eli rekrytointiprosessin nopeuttamisen kannalta.

Sosiaalinen media

Ensimmäisenä toimenpiteenä on sosiaalisen median käyttöönotto rekrytointiprosessissa. Haastattelujen kohteena olleessa yrityksessä, rakennus- ja teknologiateollisuuden alan työtehtäviin liittyvissä rekrytoinneissa paras sosiaalisen median tarjoama avoimien työpaikkojen ilmoituskanava on Facebook, sillä tämän yhteisöpalvelun käyttäjäkunta on laaja ja sen avulla on mahdollista tavoittaa nopeasti ja joustavasti paljon potentiaalisia työntekijöitä.

Facebook tulee ottaa jokapäiväiseen käyttöön työilmoitusten välityskanavana. Näin menetellen voidaan saavuttaa etuja myös yrityksen työnantajakuvan rakentamiseen liittyen. Henkilöstöpalveluyrityksen on Facebookin kautta mahdollista rakentaa itsestään positiivista työnantajakuvaa. Työnantajakuvan rakentamisessa on tärkeintä työnhakijoille mielekkään sisällön tuottaminen, jotta mahdollisimman moni työnhakija kiinnostuisi yrityksessä avoimena olevista työpaikoista. Pelkkien työilmoitusten julkaiseminen ei kuitenkaan riitä, vaan yrityksen olisi systemaattisesti pyrittävä myös muunlaisen sisällön julkaisemiseen. Henkilöstövuokrausalalla tämänkaltaista sisältöä voivat olla työelämään ja rekrytointiin liittyvät tutkimukset, blogikirjoitukset ja tapahtumavideot sellaista tapahtu-

mista, joissa yritys on ollut mukana esimerkiksi sponsorin roolissa. Facebookissa on mahdollista myös jakaa ajankohtaisia uutisia tai julkaista muita mielenkiintoisia päivityksiä yrityksen nimissä. Sen kautta voidaan myös toteuttaa erilaisia kampanjoita, jotka lisäävät työnhakijoiden kiinnostuneisuutta henkilöstöpalveluyrityksen tarjoamia työmahdollisuuksia kohtaan.

Facebookin käyttöönotossa tulee huomioida ainakin yhden vastuuhenkilön nimeäminen yrityksen Facebook-sivun päivittämistä ja sisällön jakamista varten. Vastuuhenkilön työaika suunnitellaan siten että henkilöllä on tarpeeksi aikaa myös Facebookiin liittyviin rekrytointitehtäviin, sillä tämä sosiaalisen median kanava jää myös helposti päivittämättä vaikka yrityksellä olisikin jo Facebook-profiili.

Henkilöstöpalveluyrityksen kannattaakin laatia vuosisuunnitelma Facebookin käyttämiseksi mahdollisimman tehokkaalla tavalla. Vuosisuunnitelmaa laatiessa kannattaa huomioida esimerkiksi sesonkityöpaikat, kuten rengasasentajat, tuotantotyöntekijät ja kahvilatyöntekijät. Säännöllisessä Facebookin käyttämisessä kannattaa sen sijaan luoda aikataulu tietynlaisen sisällön julkaisemiselle. Esimerkiksi kerran viikossa voidaan yrityksen Facebook-profiilin kautta jakaa jokin työelämää koskeva tutkimusraportti ja kaksi kertaa viikossa jokin hauska kuva tai video. Myös tietyin väliajoin toteutetut kampanjat ovat yritysten mahdollisuus lisätä näkyvyyttään Facebookissa ja erottautua kilpailijoistaan.

Henkilöstöpalveluyrityksen oman Facebook-profiilin ylläpitämisen ja jatkuvan päivittämisen lisäksi rekrytoijilla on mahdollisuus kokeilla niin kutsuttujen työprofiilien luomista Facebookiin. Työprofiilien avulla rekrytoivien henkilöiden on mahdollista päästä lähemmäs työnhakijoita ja työprofiilit voisivat toimia hyvinä kanavina työpaikkailmoitusten julkaisemisessa ja tiedon jakamisessa jo olemassa oleville työntekijöille. Työprofiilien käyttö työllistää kuitenkin jokaista rekrytoijaa erikseen, joten niiden käyttöönoton tuomia hyötyjä ja vastaavasti niiden vaatimia resursseja kannattaa yrityksen pohtia oman liiketoimintansa ja rekrytointikohderyhmänsä huomioon ottaen.

Haastattelujen kohteena olleessa yrityksessä oli kokeiltu myös LinkedIniä eräaseen kaupan alan asiantuntijatehtävään rekrytoidessa, mutta tätä ei ollut koettu erityisen hyväksi kanavaksi hakijoiden vähäisen määrän takia. LinkedInin käyttöönotosta voidaankin päättää yrityksen rekrytoiman kohderyhmän perusteella. Aikaisempien tutkimusten ja tähän työhön liittyvien haastattelujen perusteella LinkedIn on parhaiten hyödynnettävissä erityisesti asiantuntija- ja johtotason tehtäviin rekrytoitaessa. Vaikka henkilöstöpalveluyritys ei suorittaisi rekrytointeja juuri ollenkaan tämänkaltaisiin asiantuntija- ja johtotehtäviin, sen on kuitenkin mahdollista hyödyntää LinkedInin tarjoamia mahdollisuuksia etsiä potentiaalisia työntekijöitä kohdennettujen työntekijähakujen avulla. Ostettavien lisäpalvelujen kohdalla yrityksen tulee kuitenkin arvioida myös LinkedIn-rekrytoinnin kannattavuutta ja sitä voidaanko palvelun käyttöön sijoitetuille rahallisille resursseille saada vastinetta tehokkaammasta rekrytointiprosessista.

Videohaastattelut ja ansioluettelot

Videotyökalujen avulla toteutetut työhaastattelut säästävät rekrytointiprosessia hoitavan henkilöstöpalveluyrityksen aikaa ja resursseja. Videohaastattelut mahdollistavat työnhakijan haastattelemisen vaikka hän asuisi eri kaupungissa tai toisessa maassa. Videohaastattelujen avulla on mahdollista saada kokonaisvaltainen kuva työnhakijan persoonasta ja tehtävään soveltuvuudesta lyhyessäkin ajassa.

Tällä hetkellä markkinoilla oleva suomalainen videohaastattelutyökalu voi olla aluksi liian kallis pienimmille henkilöstöpalveluyrityksille, mutta myös maksuttomilla pikaviestintäohjelmilla voidaan aloittaa haastattelujen toteuttaminen videon välityksellä ja näin ollen tehostaa yrityksen rekrytointia. Pikaviestintäohjelmien videotyökalua voidaan hyödyntää sellaisissa rekrytoinneissa, joissa haastattelu tulisi tehdä mahdollisimman nopeasti ja työnhakija asuu esimerkiksi eri paikkakunnalla.

Haastattelujen kohteena olleessa henkilöstöpalveluyrityksessä kokeiltiin kevään 2016 aikana työhaastattelua videon välityksellä Microsoft Skype-

pikaviestintäohjelmalla. Työhaastattelu oli toteuttava tällä tavalla, sillä haastatettava työnhakija asui sillä hetkellä naapurimaassa eikä päässyt paikalle työhaastatteluun Turkuun. Haastattelun perusteella hakija ohjattiin suoraan jatkohaastatteluun käyttäjäryityksen kanssa ja hän tuli myös valituksi kyseiseen työtehtävään. Työhaastattelun toteutus videon avulla koettiin yrityksen mielestä toimivaksi tavaksi, jota kannattaisi hyödyntää myös tulevaisuudessa. Erityisesti kiireellisimmässä rekrytoinneissa yrityksen kannattaisi siis jatkaa Skype-pikaviestintäohjelman hyödyntämistä nopeiden haastattelujen suorittamiseksi videon välityksellä. Mikäli videohaastattelun nauhoittaminen on mahdollista, kannattaa se myös tallentaa yrityksen toiminnanohjausjärjestelmään seuraavia rekrytointeja varten. Tehty haastattelukokeilu osoitti, että videon välityksellä hakijasta saa paremman kokonaiskuvan yhdellä kerralla ja myös hakijan on mahdollista tehdä hyvä ensivaikutelma rekrytoivaan henkilöön.

Samanlaisia etuja tarjoavat myös videoidut ansioluettelot. Vaikka yrityksellä ei ole tällä hetkellä resursseja työhaastattelujen toteuttamiseen videon välityksellä, kannattaa sen alkaa käyttämään rekrytoinnin apuna videoituja ansioluetteloita. Videomuotoista ansioluetteloita voi pyytää hakemukseen liitettäväksi jo sen jättämävaiheessa. Videomuotoisia ansioluetteloita käytetään yleisesti jo suurimpien suomalaisten yritysten rekrytoinneissa eivätkä työnhakijat koe niitä enää vieraana toimintatapana. Hakijoita pyydetään liittämään videotiedosto hakemukseensa jo hakuvaiheessa, joten tällä tavalla pystytään myös karsimaan joukosta potentiaalisimmat hakijat.

Videomuotoisten ansioluetteloiden käytössä tulee huomioida avoimena olevan työtehtävän sisältö ja vaatimukset sekä rekrytoinnin kiireellisyys eli voidaanko videon avulla saavuttaa hyötyä kirjalliseen ansioluetteluun nähden. Videon avulla työnhakijan on mahdollista esitellä itseään, sosiaalista lahjakkuuttaan ja esiintymistaitoaan esimerkiksi myyntiin ja asiakaspalveluun liittyviä työtehtäviä varten, mutta video toimii tavallisen ansioluettelon tapaan oman työkokemuksen ja osaamisen esittelyssä myös esimerkiksi rakennus- ja teknologiateollisuuden aloilla. Videotiedosto on myös mahdollista lähettää suoraan käyttäjäryitykselle ja sen perusteella rekrytoija voisi kiireellisimmässä rekrytoinneissa ohjata työn-

hakijan haastatteluun suoraan käyttäjäryityksen kanssa. Näin ollen videomuotoisia ansioluetteloita olisi mahdollista hyödyntää myös esimerkiksi rakennusalalla, jossa rekrytoinnit ovat usein kiireellisiä.

Sähköinen CV-pankki ja kylmäkonttorit

Henkilöstövuokrausalan rekrytointien nopeuttamiseksi tulisi henkilöstöpalveluyrityksessä ottaa käyttöön sähköinen CV-pankki, johon työnhakijoiden olisi mahdollista toimittaa ansioluettelonsa videomuodossa. Työnhakijoille tulee myös tarjota mahdollisuus lisätä ja päivittää omia tietojaan henkilöstöpalveluyrityksen sähköisessä järjestelmässä. Mikäli työnhakija ei ole ennen tehnyt itseään videomuotoista ansioluetteloita, voidaan tällainen kuvata hänestä työhaastattelun yhteydessä henkilöstöpalveluyrityksen toimitiloissa. Tämän jälkeen työnhakijan tiedot tallennetaan CV-pankkiin videomuotoisina. Työnhakijoilta pyydetään suostumus tietojen tallentamiseksi yrityksen toiminnanohjausjärjestelmään ja niiden käyttämiseksi jatkossa muissa rekrytoinneissa. Myös videoitiedut työhaastattelut voidaan tallentaa CV-pankkiin, mikäli käytetty videotyökalu mahdollistaa niiden nauhoittamisen.

Videomuotoisia ansioluetteloita voidaan kuvata myös niin kutsutuissa kylmäkonttoreissa, joita henkilöstöpalveluyritykset voivat perustaa pienemmille paikkakunnille. Kylmäkonttorien avulla henkilöstöpalveluyrityksen olisi myös mahdollista lisätä omaa näkyvyyttään ja luoda itsestään aktiivista työnantajakuvaa.

CV-pankin ylläpitämiseksi tulee yrityksellä olla käytössään sellainen CRM-järjestelmä joka tukee raskaita videotiedostoja ja mahdollistaa jopa tuhansien tiedostojen tallentamisen järjestelmään. Sähköisiä videotiedostoja tukevan CRM-järjestelmän hankkiminen ja ylläpito tuo kuitenkin pienimmille ja erityisesti aloittaville henkilöstöpalveluyrityksille huomattavia lisäkustannuksia. Mikäli tämänhetkisessä toiminnanohjausjärjestelmässä ei ole mahdollisuutta raskaiden videotiedostojen tallentamiseen, tulee uuden järjestelmän hankkiminen laskea yrityksen pitkäaikaiseksi investoinniksi ja sen kannattavuus tulee laskea myös muun kuin rekrytointiin liittyvän liiketoiminnan perusteella. Samoin uusien kont-

torien perustaminen on kallista ja käsiteltävä yrityksen investointina pidemmällä aikavälillä.

Digitaalisten keinojen käyttöönotto henkilöstövuokrausalan yrityksessä

Taulukossa 1 esitellään ne toimenpiteet joiden avulla henkilöstöpalveluyrityksen on mahdollista nopeuttaa omaa rekrytointiprosessiaan digitaalisin keinoin ja sosiaalisen median avulla. Taulukko on hyödynnettävissä myös muissa keski-suurissa henkilöstövuokrausalan yrityksissä.

Digitaalisten keinojen käyttöönotto kannattaa aloittaa toimenpiteestä numero 1. Toimenpiteet 3-5 voidaan toteuttaa yrityksen haluamassa järjestyksessä. Toimenpide 6 on eniten rahallisia resursseja vaativa ehdotus jonka onnistumiseksi vaaditaan yritykseltä jo huomattavan isoja kuukausittaisia investointeja esimerkiksi toimitilojen vuokraan liittyen ja rekrytoijien liikkuvuuden mahdollistamiseksi.

Taulukko 1. Digitaalisten keinojen käyttöönotto henkilöstövuokrausalan yrityksessä.

Digitaalisten keinojen käyttöönotto henkilöstövuokrausalan yrityksessä		
Rekrytoinnin tehostamisen tavoite	Toimenpide	Huomioitavaa
1. Strategian laadinta digitaalisten keinojen käyttöönottamiseksi rekrytointiprosessissa	Strategian ja aikataulun laatiminen sähköisten rekrytointimenetelmien ja sosiaalisen median käyttöönottamiseksi	Yrityksen lähtötilanne ja rekrytoinnin kohderyhmä Tavoitteiden asettaminen tietyille aikaväleille ja toimenpiteiden toteutumisen seuranta Vastuuhenkilöiden nimeäminen strategian toteutumisen seuraamiseksi

Rekrytoinnin tehostamisen tavoite	Toimenpide	Huomioitavaa
<p>2. Sosiaalinen media</p> <p>Tavoitteena potentiaalisimpien työntekijöiden löytäminen ja positiivisen työnantajakuvan rakentaminen</p>	<p>Työpaikkailmoitusten julkaiseminen.</p> <p>Muun mielenkiintoisen sisällön julkaiseminen</p> <p>Rekrytoijien työprofiilien luominen Facebookiin</p>	<p>Vuosisuunnitelman laatiminen Facebookissa julkaistavalle sisällölle</p> <p>Aikataulut tietynlaisen sisällön julkaisemiselle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tutkimustulokset • Blogikirjoitukset asiantuntijablogeissa • Hauskat kuvat/videot • Sponsorointi • Kampanjat • Ajankohtaiset uutiset <p>Vastuuhenkilön/-löiden nimeäminen Facebook-profiilin ylläpitämiseksi</p>
<p>3. Videoidut työhaastattelut</p> <p>Tavoitteena työhaastattelujen nopeuttaminen ja potentiaalisten hakijoiden esittely käyttäjäryitykselle nopealla aikavälillä</p>	<p>Maksuttomien videotyökalujen hyödyntäminen erityisesti kiireellisissä rekrytoinneissa</p> <p>Videohaastattelujen tallentaminen CRM-järjestelmään</p>	<p>Oikean videotyökalun valinta ja käyttöönotto haastattelujen suorittamiseksi</p> <p>Työnhakijoiden suostumus tietojen tallentamiseksi</p>
<p>4. Sähköinen CV-pankki</p> <p>Tavoitteena kerätä tietoa potentiaalisista työnhakijoista jatkossa ilmeneviä rekrytointia varten</p>	<p>Video-CV:iden ja videoitujen haastattelujen tallentaminen yrityksen CRM-järjestelmään</p>	<p>Tämänhetkisen CRM-järjestelmän kapasiteetin tarkistaminen</p> <p>Mahdollisen uuden CRM:n hankkiminen yritykselle on pitkäaikainen investointi</p> <p>Työnhakijoiden suostumus tietojen tallentamiseksi</p>

6 YHTEENVETO

Tämänhetkisessä taloustilanteessa kilpailu työpaikoista on kovaa, mutta myös henkilöstöpalveluyritykset kilpailevat keskenään. Ne pyrkivät lisäämään tuottavuuttaan siten, että niiden kautta työllistyisi mahdollisimman nopeasti ja määrällisesti eniten työntekijöitä. Rekrytointiprosessin tulisi sujua joustavasti ja vastata nopeasti asiakkaiden eli käyttäjäyrityksien työvoiman tarpeeseen.

Toimeksiannon vastaanottamisesta työntekijän palkkaamiseen kuluvan vasteajan tulisi olla henkilöstövuokrausalalla mahdollisimman lyhyt. Kaikissa rekrytointiprosesseissa ei ole aina aikaa kirjoittaa rekrytointi-ilmoitusta viikon hakuajalla, sillä tällaisessa tilanteessa käyttäjäyritys saattaa ottaa tilauksen vastaan jo toiselta vastaavaa vuokratyövoimaa tarjoavalta yritykseltä. Pitkittynyt rekrytointiprosessi laskee myös henkilöstöpalveluyrityksen omaa tuottavuutta, mikäli työntekijää ei saada töihin niin nopeasti kuin käyttäjäyrityksellä olisi tarvetta.

Työnantajamielikuvan rakentaminen ja rekrytoivan yrityksen maineen ja kiinnostavuuden painoarvo tulee lähitulevaisuudessa lisääntymään erityisesti sosiaalisen median kanavien kautta rekrytoidessa, sillä sosiaalisen median kautta on mahdollista saavuttaa hyvinkin laaja kohderyhmä ja lisätä yrityksen näkyvyyttä. Sosiaalisen median avulla on mahdollista saavuttaa yhdellä julkaisulla paljon työnhakijoita eikä rekrytointi-ilmoituksiin tarvitsisi jatkossa sijoittaa rahaa. Ongelmana sosiaalisen median käytössä saattaa lähitulevaisuudessa olla sen yleistyminen rekrytoinnin apuvälineenä niin paljon, että esimerkiksi aiemmin maksuton Facebook alkaisi veloittaa henkilöstöpalveluyrityksiä niiden julkaisemista työpaikkailmoituksista.

Yrityksen Facebook-sivun jatkuva päivittäminen on tärkeää, ja lisäksi työnhakijoiden kyselyt työllistävät rekrytoijia. Facebook-rekrytoinnit voivat vastata työllistävyydeltään avoimiin työpaikkoihin liittyviä puhelintiedusteluja, koska työnhakijoiden kysymyksiä saattaa tulla paljon ja niihin vastaaminen voi työllistää rekrytoijaa jopa puhelimitse tehtäviä tiedusteluja enemmän. Sosiaalisen median päivittämiseen ja työpaikkailmoitusten julkaisemiseen tarvitaan jokaisessa yrityk-

sessä vastuuhenkilö, jolloin sosiaalisen median sisällön tuottamiseen kuluva aika on luonnollisesti pois hänen muista työtehtävistään.

Videoitujen ansioluetteloiden avulla on mahdollista lyhentää rekrytointeihin kuluva vaste-aikaa ja esitellä työntekijäehdokkaita käyttäjäryitykselle jopa saman päivän aikana. Mikäli normaalisti pyritään esittelemään käyttäjäryitykselle kaksi tai kolme potentiaalisinta työnhakijaa, videoitujen ansioluetteloiden avulla on mahdollista lisätä kapasiteettia potentiaalisten työntekijöiden esittelyyn ja tarjota käyttäjäryityksille yhdellä kerralla useampia kandidaatteja. Tämä toimintatapa voi lisätä myös henkilöstöpalveluyrityksen tuottavuutta, mikäli käyttäjäryitys päättää rekrytoida hyvien videoiden perusteella useammankin työntekijän.

Videomuotoisten ansioluetteloiden käyttöönotto vaatii henkilöstöpalveluyritykseltä kuitenkin paljon resursseja. Videoiden kuvaaminen esimerkiksi työhaastattelun yhteydessä vaatii rekrytoijalta aikaa ja valmistautumista, esimerkiksi valmiiden kysymyspatteristojen suunnittelemisen työhaastatteluja varten. Työllistymistä edistävät palvelut, kuten työelämän infopiste voisivat ottaa tehtäväkseen videoiden kuvaamisen työttömistä työnhakijoista. Näin työnhakijalla olisi valmiiksi itsestä kuvattu video-CV, jonka avulla hän voisi etsiä töitä eikä henkilöstöpalveluyrityksellä kuluisi aikaa ja muita resursseja videon kuvaamiseen.

Jotta videoituja ansioluetteloita voisi hyödyntää jatkossa myös muissa rekrytoinneissa, tulisi ne tallentaa sähköiseen CV-pankkiin. Henkilöstöpalveluyrityksellä tulisi olla käytössään sellainen sähköinen CRM- tai muu toiminnanohjausjärjestelmä, johon olisi mahdollistaa tallentaa raskaita videotiedostoja työnhakijatietojen yhteyteen. Erityisesti rakennuksen ja teollisuuden alalla rekrytoidessa kymmenien, jopa satojen työnhakijoiden tietojen säilyttäminen luotettavasti jatkossa avautuvia työpaikkoja varten vaatii sellaista sähköistä järjestelmää, jonka vuosittaiset kustannukset ja ylläpito saattavat käydä liian kalliiksi pienimmille henkilöstöpalveluyrityksille.

Videomuotoisten ansioluetteloiden ja työhaastattelujen ongelmana voidaan pitää ihmisten reaaliaikaista kohtaamista. Mikäli työhaastatteluja pyritään vähentämään videoiden avulla, saattaa rekrytointiprosessiin sisältyä riskejä tiedon

piiloutumisesta ja vääristymisestä. Jos yritys päättää käyttää rekrytoinnissa videohaastatteluja, tulee sen pohtia etukäteen sitä, voidaanko videoilla korvata ihmisen eli työnhakijan todellinen kohtaaminen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää henkilöstöpalveluyritykselle rekrytointiprosessia nopeuttavia sähköisiä menetelmiä, ja tässä on onnistuttu laatimalla yritykselle ohjeet toimenpiteisiin joiden avulla sosiaalisen median ja sähköisten menetelmien hyödyntäminen sen rekrytointiprosessissa olisi mahdollisimman tehokasta. Teemahaastattelujen kohteena olevan yrityksen rekrytoinnit keskittyvät rakennuksen ja teollisuuden aloille, joten toimintaohjeistuksesta on eniten hyötyä liiketoimintaa vastaaville aloille suunnanneille henkilöstöpalveluyrityksille. Työn tuloksena laadittua ohjetta voidaan hyödyntää erityisesti keskisuurissa henkilöstöpalveluyrityksissä, jotka haluavat tehostaa rekrytointiprosessiaan.

Opinnäytetyöprosessin aikana ilmenneitä jatkotutkimusaiheita ovat sosiaalisen median kanavien Facebookin ja LinkedInin kokonaisvaltainen hyödyntäminen henkilöstövuokrausalan yritysten rekrytoinneissa. Molemmat kanavat tarjoavat maksullisia palveluja esimerkiksi mainontaan ja markkinointiin, mutta erityisesti LinkedIn on rakennettu rekrytointiprosessi huomioon ottaen. LinkedInin tarjoamat kohdennetut työntekijähaut voivat olla henkilöstövuokrausalan yritykselle tehokas keino löytää uusia työnhakijoita. Näiden käyttöönottoon ja kohdennettujen työntekijähakujen avulla saavutettaviin hyötyihin olisi mahdollista perehtyä kokeellisen tutkimuksen avulla.

LÄHTEET

- Ahola, S. 2013. Barona IT. Videohaastattelu osana ammattirekrytoijan arkea. Recruitby.net. 5.4.2013. Viitattu 19.3.2016 <https://blog.recruitby.net/fi/barona-it-videohaastattelu-osana-ammattirekrytoijan-arkea>
- Ahola, S. 2014a. Rekrytoija! Unohda puhelinhaastattelut. Recruitby.net 28.5.2014 Viitattu 20.3.2016 <https://blog.recruitby.net/fi/rekrytoija-unohda-puhelinhaastattelut>
- Ahola, S. 2014b. Reaktor. Yrityskulttuuri rekrytoinnin keskiössä. Recruitby.net 15.12.2014 Viitattu 20.3.2016 <https://blog.recruitby.net/fi/reaktor-yrityskulttuuri-rekrytoinnin-keski%C3%B6ss%C3%A4>
- Arnkil, R.; Järvensivu, A.; Luoma, L. & Pitkänen, S. 2009. Moni-ilmeiset rekrytointiongelmät. Rekrytointiongelmiä syyt työnantajan, työnhakijan ja työvoimatoimiston näkökulmasta. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Työ ja yrittäjyys. 15/2009.
- Beagrie, S. 2015. Getting social media recruitment right. HR Magazine 26.1.2015. Viitattu 19.3.2016 ja 8.4.2016 <http://www.hrmagazine.co.uk/article-details/getting-social-media-recruitment-right>
- Black, T. 2010. How to use social media as a recruiting tool. Inc. Magazine. 22.4.2010. Viitattu 20.3.2016. <http://www.inc.com/guides/2010/04/social-media-recruiting.html>
- Clements, A. 2012. Social media and recruitment: time for a coherent HR strategy? HR Magazine 16.2.2012. Viitattu 20.3.2016 <http://www.hrmagazine.co.uk/article-details/social-media-and-recruitment-time-for-a-coherent-hr-strategy>
- Duunitori.fi. 2016. Työnantajalle. Tutkimukset. Rekrytointitutkimus. Viitattu 8.6.2016 ja 21.8.2016. <https://rekrytointi.duunitori.fi/rekrytointitutkimus/>
- Elisa Oyj 2016. Töihin Elisalle. Viitattu 25.2.2016 <http://corporate.elisa.fi/elisa-oyj/elisa-tyopaikkana/toihin-elisalle/>
- Helsingin yliopisto 2016. Helsingin yliopiston blogit ja blogipalvelut 2016. Video-CV-opas. Viitattu 25.2.2016. <http://blogs.helsinki.fi/moniverkko/files/2010/11/Esite-Video-CV.pdf>
- Henkilöstöpalveluyritysten liitto 2016a. Merkittävä työllistäjä > Yleistä henkilöstöpalvelualasta. Viitattu 26.2.2016 <http://www.hpl.fi/merkittava-tyollistaja/yleista-henkilostopalvelualasta.html>
- Henkilöstöpalveluyritysten liitto 2016b. Merkittävä työllistäjä > Nuoret työelämään. Viitattu 27.2.2016 <http://www.hpl.fi/merkittava-tyollistaja/nuoret-tyoelamaan.html>
- Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15.-16. painos. Helsinki: Tammi.
- Honkaniemi, R.; Junnila, K.; Ollila, J.; Poskiparta, H; Rintala-Rasmus, A. & Sandberg, J. 2006. Viisaat valinnat. Helsinki: Työterveyslaitos.
- Juslén, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Helsinki: Talentum.
- Wahl, A.; Kaitale, S.; Metsälä, M. 2013. Rekrytointi murroksessa. Töitä Facebookista, verkostoja Twitteristä. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu. Sarja D, Muut julkaisut 1/2013 Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 8.3.2016. <https://www.theseus.fi/handle/10024/54223>
- Korpi, T.; Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Rekrytoinnin suhteellisuusteoria. Helsinki: Management Institute of Finland MIF Oy.

- Kukkonen, A. 2016. Rekrytoinnin ulkoistaminen on strategista kumppanuutta. MediaPlanet. Viitattu 27.2.2016 <http://www.businessopas.fi/ulkoistaminen/rekrytoinnin-ulkoistaminen-on-strategista-kumppanuutta>
- LinkedIn 2016. Business solutions. Viitattu 21.3.2016. <https://business.linkedin.com/me/talent-solutions/recruiter>
- Markkanen, M. 2005. Henkilöstön hankinta sähköistyy. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Mäkipelkola, J. & Viitala, R. 2005. Työntekijä vuokrattuna. Vuokratyövoiman vaikutuksia työyhteisössä. Työpoliittinen tutkimus 283. Helsinki: Työministeriö.
- Recruitby 2016. Kuinka Recruitby.net toimii? Viitattu 19.3.2016 <https://recruitby.net/fi/>
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 9.5.2016. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>
- Schawbel, D. 2012. How recruiters use social networks to make hiring decisions now. Business-time.com 9.7.2012. Viitattu 19.3.2016. <http://business.time.com/2012/07/09/how-recruiters-use-social-networks-to-make-hiring-decisions-now/>
- Salli, M. & Takatalo, S. 2014. Loista rekrytoijana – hoida kosiomatka tyyllillä. Helsinki: Kauppakamari.
- Salomäki, A. 2015. Recruitby.net tuo tehoja rekryointitapoihin. Good news from Finland 23.9.2015. Viitattu 20.3.2016 <http://www.goodnewsfinland.fi/feature/recruitby-net-tuo-tehoja-rekryointitapoihin/>
- Salonen, K. 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. Opas opiskelijoille, opettajille ja TKI-henkilöstölle. Turku: Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 9.5.2016. <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>
- Stockdale, L. 2014. How to make a great video CV. The Guardian 27.2.2014. Viitattu 20.3.2016 <http://www.theguardian.com/careers/careers-blog/how-to-make-video-cv>
- Tervämäki, K. & Tuliara, M. 2016. Rekryointi on taitolaji. MediaPlanet. Viitattu 27.2.2016. <http://www.businessopas.fi/ulkoistaminen/rekryointi-on-taitolaji>
- Tilastokeskus 2016a. Virsta. Virtual statistics. Haastattelutavat > Teemahaastattelu. <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/03/>
- Tilastokeskus 2016b. Virsta. Virtual statistics. Lomakkeen teko > Kysymysten suunnittelu. <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/05/02/>
- Työterveyslaitos 2014. Työyhteisö ja esimiestyö > Johtaminen > Rekryointi > Rekryointiprosessi. Viitattu 26.2.2016 http://www.ttl.fi/fi/tyoyhteiso_ja_esimiestyo/johtaminen_ja_esimiestyo/rekryointi/rekryoirekryointi/sivut/default.aspx
- Varis, L. 2014. Erotu eduksesi työnhaussa – esittele osaamisesi video-CV:llä! Yle Uutiset 2.12.2014. Viitattu 25.2.2016. http://yle.fi/uutiset/erotu_eduksesi_tyonhaussa__esittele_osaamisesi_video-cvlla/7661397
- Viitala, R. 2002. Henkilöstöjohtaminen. 2.-3.painos. Helsinki: Edita.
- Österberg, M. 2015. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. 5., uudistettu painos. Helsinki: Kauppakamari.

HAASTATTELUJEN TEEMAT

1. Rekrytoinnin vaiheet

- rekrytointi-ilmoituksen välityskanava
- hakijoiden esikarsinta
- haastatteluvaihe

2. Sosiaalinen media

- Facebook
- LinkedIn

3. Videomuotoiset ansioluettelot ja videoidut työhaastattelut

4. Rekrytointiprosessin nopeuttaminen