

Sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnän analyysi ja kehittäminen

Anna Gripenberg

Tekijä(t)	
Anna Gripenberg	
Koulutusohjelma	
Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi	Sivu- ja liitesivumäärä
Sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointiviestinnän analyysi ja kehittäminen	45 + 7
<p>Rekrytointi ja hakijaviestintä ovat nykyään työnantajien prioriteettilistan kärjessä. Kilpailu osaavasta henkilöstöstä on kovaa ja sujuva hakijaviestintä rekrytoinnin aikana vaikuttaa vahvasti sekä hakijakokemukseen että työnantajamielikuvaan. Onnistunut hakijakokemus ja positiivinen työnantajakuva taas vaikuttavat koko yrityksen/organisaation menestykseen. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida ja kehittää sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää ja selvittää hakijaviestinnän vaikutusta työnantajamielikuvaan. Tutkimus rajattiin ulkoiseen viestintään ja rekrytointiprosessin eri vaiheisiin. Työ tehtiin toimeksiantona sosiaali- ja terveysministeriölle.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsiteltiin rekrytointiprosessin eri vaiheita, hakijaviestintää ja hakijakokemusta sekä työnantajamielikuvaa. Työn empiirinen osuus toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä työn tietoperustaa hyödyntäen. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus toteutettiin sähköisen kyselyn avulla 11.11.2021-31.1.2022 välisenä aikana. Kyselylomake lähetettiin hakuprosessin lopussa, rekrytointipäätöksen mukana yli 400 sosiaali- ja terveysministeriöön hakeneelle hakijalle, joista 47 vastasivat kyselyyn. Koska täysin tarkkaa hakijamäärää ei tiedetä, muodostui vastausprosentiksi arviolta noin 12 %.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista ilmeni, että hakijat toivovat hakuprosessista entistä informatiivisempaa ja nopeampaa. Sekä työn tietoperustassa että empiirisessä osuudessa nähdään selkeästi myös tämänhetkiset rekrytoinnin trendit kuten monimuotoisuus ja teknologian kehittyminen. Toimeksiantajan kohdalla hakuprosessissa puutteelliseksi koettiin hakijoiden informointi ja palautteen antaminen hakuprosessin aikana. Tutkimuksen tulokset viittaavat kuitenkin siihen, että sosiaali- ja terveysministeriön hakuprosessi koetaan lähtökohtaisesti positiivisena.</p> <p>Positiivisen työnantajakuvan syntymiseen hakuprosessin aikana vaikuttivat kyselytutkimuksen tuloksien mukaan muun muassa ammattitaitoiseksi koettu rekrytointiprosessi ja hakijaviestintään panostaminen. Negatiivisia syitä olivat taas hakuprosessin kesto ja huono yhteydenpito hakijaan. Edellä mainitut positiiviset ja negatiiviset syyt nostettiin myös teoriaosuudessa esille, mikä vahvistaa tutkimuksen tulosten reliabiliteettia. Kehittämissuhteiksi toimeksiantajalle korostettiin erityisesti rekrytointipäätöksen jälkeistä viestimistä sekä tarkan rekrytointisuunnitelman laatimista ja sen noudattamista.</p>	
Asiasanat	
Hakijaviestintä, rekrytointi, työnantajamielikuva	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Toimeksiantaja ja lähtötilanne	4
2.1	Sosiaali- ja terveysministeriö yleisesti	4
2.2	Sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointiprosessi	5
3	Rekrytointiprosessi	7
3.1	Tarveanalyysi ja rekrytointisuunnitelma	8
3.2	Työpaikkailmoitus	8
3.3	Esikarsinnat ja haastattelu	10
3.4	Rekrytointiprosessin päättyminen	11
3.5	Monimuotoisuus rekrytoinnissa	11
4	Hakijaviestintä ja hakijakokemus	13
4.1	Hakijaviestinnän vaiheet:	13
4.2	Hakijaviestinnän vaikutus työnantajamielikuvaan	16
5	Kyselytutkimus sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan	18
5.1	Tutkimusmenetelmä	18
5.2	Tutkimusjoukko ja kyselylomakkeen laatiminen	19
5.3	Aineiston keruu ja analysointi	21
6	Tulokset	22
6.1	Perustiedot	22
6.2	Työpaikkailmoitus	24
6.3	Hakijaviestintä	26
7	Johtopäätökset ja suositukset	36
8	Arviointi	39
8.1	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	39
8.2	Itsearviointi ja ammatillinen kasvu	40
	Lähteet	42
	Liitteet	46
	Liite 1. Kyselyn saateteksti	46
	Liite 2. Kyselylomake – Tutkimus sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan	47

1 Johdanto

"Human Resources isn't a thing we do. It's the thing that runs our business." – Steve Wynn (Maple C&S 23.4.2019). Ajatus rekrytoinnista ja hakijaviestinnän tärkeydestä organisaation toiminnassa on vahvistunut viime vuosikymmenen aikana. Rekrytointiviestinnän tärkeys korostuu myös omalla työpaikallani sosiaali- ja terveysministeriössä, jossa sain toimeksiannon tutkia organisaation hakijaviestintää laajemmin tämän opinnäytetyön kautta. Onnistunut rekrytointiprosessi ja hakijaviestintä ovat nykypäivänä avain yrityksen/organisaation menestykseen ja tämän seurauksesta hakijaviestintään panostaminen on myös monien työnantajien prioriteettilistan kärjessä. Positiiviseen hakukokemukseen halutaan vaikuttaa, koska sillä on todettu olevan vahva yhteys positiivisen työnantajamielikuvan syntymiseen. Se, millainen työnantajamielikuva työnantajasta syntyy, vaikuttaa taas siihen, hakevatko hakijat myös tulevaisuudessa organisaation avoimia tehtäviä. Lisäksi teknologian kehittyminen mahdollistaa sen, että sekä positiivinen että negatiivinen mielikuva työnantajasta leviää nopeasti, jolloin tuhoutunutta mainetta on usein vaikea lähteä korjaamaan. (Storde 2018, 19)

Covid- 19 pahensi vuoden 2020 rekrytointitilannetta ja työnantajat ovat pyrkineet aktiivisesti toipumaan pandemian aiheuttamista henkilöstön sitouttamiseen ja palkkaamiseen liittyvistä ongelmista. Harvard Business Review -artikkelin mukaan avoimet työpaikat ovat lisääntyneet jopa 35 % pandemian alkamisen jälkeen, mutta työhakemusten määrä on vähentynyt ja noin 3,5 miljoonaa työntekijää on poistunut työmarkkinoilta. Julkaisun mukaan kyseessä on ilmiö, joka tunnetaan nimellä "The Great Resignation", suomennettuna irtisanoutumisten aikakausi. (Ravalli 16.9.2021)

Isona ongelmana koetaan siis potentiaalisten henkilöiden saatavuus ja rekrytoiminen sekä työntekijöiden suuri vaihtuvuus työpaikoilla. Kynnys työpaikan vaihtamiseen on pienentynyt ja varsinkin nuorten työntekijöiden sitouttaminen yritykseen/organisaatioon on koettu haasteelliseksi. Vuoden 2020 Duunitorin julkaisemassa kansallisessa rekrytointitutkimuksessa todettiin, että rekrytointiin ja työnantajakuvaan ollaan nyt valmiita panostamaan enemmän kuin koskaan ennen. 72 % tutkimukseen vastanneista rekrytoinnin ammattilaisista kokee, että päteviä hakijoita on entistä vaikeampi löytää ja 91 % uskoo työnantajabrändin ja hakijaviestintään panostamisen olevan yksi tärkeimmistä tekijöistä työntekijöiden saatavuuden kannalta. (Mäkelä 17.3.2020)

Siksi työnantajakuvan kehittäminen ja rekrytointiviestintä ovat tällä hetkellä monien rekrytoijien sekä myös hakijoiden mielessä. Hyvin hoidettu rekrytointi saattaa olla ratkaiseva tekijä siihen, hakevatko hakijat uudestaan organisaation/yrityksen tehtäviin. Huonosti hoi-

dettu rekrytointi taas voi vaikuttaa yrityksen imagoon pitkään; työpaikkaa hakeneet kertovat hakijakokemuksestaan läheisilleen ja näin sana kirii eteenpäin. Varsinkin nuorten sukupolvien keskuudessa työpaikkojen vaihtaminen tiheään tahtiin on yleistä ja työnantajien välillä käydään kovaa kilpailua uusista osaajista sekä heidän sitouttamisestaan. Onnistunut hakijaviestintä onkin eräänlainen investointi tulevaisuuteen, johon kannattaa panostaa. (Storde 2018, 19)

Tämän opinnäytetyön toimeksiantona on analysoida ja kehittää sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää ja selvittää hakijaviestinnän vaikutusta työnantajakuvaan. Hakijaviestinnällä tässä tutkimuksessa tarkoitetaan rekrytointiprosessin aikana tapahtuvaa, hakijoille kohdennettua viestintää, johon kuuluvat muun muassa rekrytointiin liittyvä sähköpostiviestintä, haastattelutilanteen aikainen viestintä sekä rekrytointipäätöksen jälkeinen viestiminen. Työ keskittyy pääosin valtion oman rekrytointijärjestelmän (Valtiolle.fi) kautta tapahtuvaan hakijaviestintään, sillä sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointi tapahtuu suurimaksi osaksi tässä kanavassa. Sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja hakijoiden hakukokemuksesta ei ole aiemmin tehty tämänkaltaista tutkimusta, joten työ on hyödyllinen ja ajankohtainen myös toimeksiantajalle.

Analysoin sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää marraskuun 2021 - tammikuun 2022 välisen rekrytointiprosessin aikana. Työn tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Mitä mieltä hakijat olivat talven 2021–2022 hakijaviestinnästä?
- Miten hakijaviestintä on vaikuttanut hakijoiden työnantajamielikuvaan?
- Miten sosiaali- ja terveysministeriö voisi kehittää hakijaviestintää?”

Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena ja sen empiirinen osuus pohjautuu kyselytutkimukseen, joka on tässä työssä suuren kohderyhmän vuoksi sopivin vaihtoehto. Työn tietoperustassa taustoitetaan aihetta ja käsitellään rekrytointiprosessia, hakijaviestintää sekä hakijaviestinnän vaikutusta työnantajamielikuvaan. Tietoperustan lähteinä käytettiin englannin- ja suomenkielistä aiheeseen liittyviä erilaisia tutkimuksia, tieteellisiä artikkeleita, kirjoja, julkaisuja ja blogipostauksia. Suurin osa lähteistä ovat sähköisiä, myös painettuja lähteitä on käytetty.

Opinnäytetyö rakentuu kahdeksasta eri pääluvusta. Ensimmäisessä luvussa käsitellään työn johdanto eli aihe, tutkimuskysymykset ja rakenne. Tämän jälkeen esitellään lyhyesti toimeksiantaja ja kyseisen organisaation nykyinen rekrytointiprosessi. Työn tietoperusta koostuu kolmannelta ja neljänneltä luvulta. Kolmannessa luvussa avataan käsite rekrytointiprosessi ja kerrotaan rekrytointiprosessin eri vaiheista. Neljäs luku rakentuu hakijaviestinnän vaiheista ja työnantajamielikuvasta.

Viidennessä luvussa esitellään työn tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteuttamisen vaiheet. Kuudennessa ja seitsemännessä luvussa esitellään kyselyn tulokset ja johtopäätökset, jonka jälkeen siirrytään viimeiseen lukuun eli tutkimuksen luotettavuuden sekä oman oppimisen arviointiin.

2 Toimeksiantaja ja lähtötilanne

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön toimeksiantaja eli sosiaali- ja terveysministeriö.

2.1 Sosiaali- ja terveysministeriö yleisesti

Sosiaali- ja terveysministeriö (käytetään lyhennystä STM) on yksi Suomen 12 ministeriöstä. STM on osa valtioneuvostoa, jossa sen päätehtäviin kuuluu hallitusohjelman toteuttaminen, lainsäädännön valmistelu ja keskeiset uudistukset, uudistusten toteuttamisen ohjaaminen ja valtioneuvoston esikuntatehtävistä huolehtiminen. Toisin sanoen sosiaali- ja terveysministeriön tehtäviin kuuluu ihmisten terveydestä, toimintakyvystä ja sukupuolten välisestä tasa-arvosta huolehtiminen. Lisäksi STM pyrkii toiminnallaan varmistamaan kaikille riittävät sosiaali- ja terveyspalvelut sekä toimeentulon. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2021a)

Kaikkia edellä mainittujen tavoitteiden toteutumisesta STM:ssä vastaavat kaksi ministeriä; sosiaali- ja terveysministeri sekä perhe- ja peruspalveluministeri. Organisaatiossa toimintaa johtaa myös kansliapäällikkö ja tasa-arvoasioista ministeriössä vastaa Pohjoismaisen yhteistyön ja tasa-arvon ministeri. STM työllistää yli 400 henkilöä ja sen päätoimitila sijaitsee Helsingissä. Isossa organisaatiossa on paljon eri alojen ammattilaisia, assistenteista neuvotteleviin virkamiehiin ja asiantuntijoihin. Sosiaali- ja terveysministeriössä on kuusi osastoa ja neljä erillisyyksikköä:

Osastot:

- sosiaali- ja terveydenhuollon ohjausosasto (OHO)
- sosiaaliturva- ja vakuutusosasto (SVO)
- turvallisuus ja terveys -osasto (TUTO)
- yhteisöt ja toimintakyky -osasto (YTO)
- sosiaali- ja terveydenhuollon asiakkaat ja palvelut -osasto (APO)
- työ- ja tasa-arvo-osasto (TTO)

Yksiköt:

- johdon tuki -yksikkö (JOT)
- hallintoyksikkö (HAL)
- kansainvälisten asioiden yksikkö (KVY)
- viestintäyksikkö (VIE)

(Sosiaali- ja terveysministeriö 2021b)

Seuraava kuvio havainnollistaa sosiaali- ja terveysministeriön strategian vuodelle 2030. Kuviossa näkyvät STM:n missio, arvot, visio sekä yleiset tavoitteet, joita kohti organisaatio pyrkii jatkuvasti toiminnallaan.



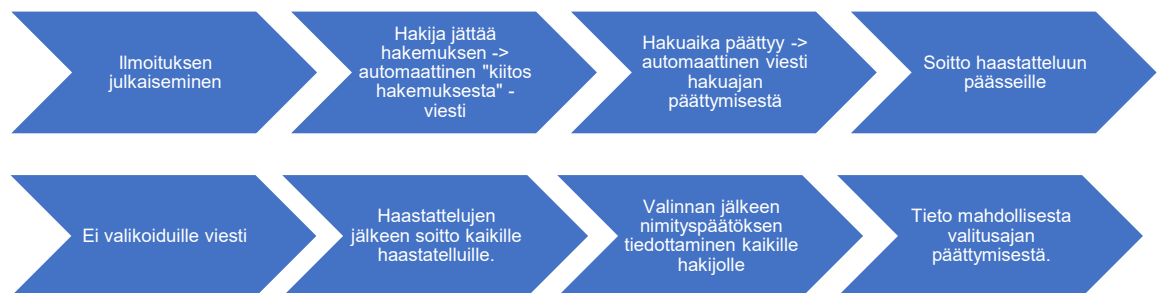
Kuvio 1. Sosiaali- ja terveysministeriön strategia 2030 (Sosiaali- ja terveysministeriö 2020c)

2.2 Sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointiprosessi

Sosiaali- ja terveysministeriössä rekrytointi suoritetaan lähinnä valtion oman sähköisen rekrytointijärjestelmän eli Valtiolle.fi kautta ja koko rekrytointiprosessi valmistelutöistä päätöksen tekemiseen kestää noin kaksi kuukautta. Kaikilla työnantajilla tulisi olla jonkinlainen virallinen rekrytointisuunnitelma, jonka avulla varmistetaan rekrytointiprosessin sujuminen. Valmiiksi hiottu rekrytointisuunnitelma tukee rekrytointiprosessia ja sen hoitamista aikataulussa, joka on tärkeää prosessin sujuvuuden kannalta. (Salli & Takatalo 2014, 12)

STM:n hakijaviestinnän pohjana on käytetty koko valtioneuvoston rekrytointiohjeistusta ja hakijaviestinnän vaiheet ovat hyvin selkeät. Aluksi avoin tehtävä julkaistaan Valtiolle.fi -järjestelmässä, jonka jälkeen näkyvyyttä lisätään organisaation omilla sivuilla sekä sosiaalisessa mediassa kuten Twitterissä ja LinkedInissa. Joidenkin rekrytointien kohdalla käytetään hyödyksi myös printtimediaa kuten Helsingin Sanomia tai Aamulehteä. Kun hakija on jättänyt hakemuksensa tehtävää varten, saa hän automaattisen ”kiitos hakemuksesta” -viestin rekrytointijärjestelmän kautta. Automaattista vastausta käytetään myös haun loputtua, kun hakija saa viestin haun päättymisestä ja tiedon prosessin seuraavista vaiheista. Tämän jälkeen haastatteluun valituille soimitaan ja heidät kutsutaan haastatteluun. Hakijat,

jotka eivät valikoidu haastatteluun, saavat Valtiolle.fi:n kautta sähköpostiviestin, jossa kii-
tetään hakemuksesta sekä ilmoitetaan henkilön hakuprosessin päättymisestä. Haastatte-
lujen jälkeen rekrytoiva esimies soittaa tehtävään valituille sekä muille haastattelussa ol-
leille. Rekrytoivan esimiehen kuuluu antaa myös palautetta ei valituille henkilöille ja perus-
tella syyt siihen, miksi valinta ei tällä kertaa kohdistunut heihin. Rekrytoivat esimiehet toi-
mivat usein myös yhdyshenkilönä, mikäli hakijalle herää kysymyksiä haastattelun jälkeen.
Kun nimitys on tehty, lähetetään hakijoille vielä Valtiolle.fi:n kautta viesti, jossa ilmoitetaan
lopullinen rekrytointipäätös. Jos kyseisessä nimityspäätöksessä on valitusoikeus, anne-
taan hakijoille myös tieto mahdollisesta valitusajan päättymisestä. Seuraava kuvio havain-
nollistaa STM:n hakijaviestinnän vaiheet:



Kuvio 2: Sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnän vaiheet (Valtiovarainministeriö 2021)

Rekrytointi ja hakijaviestintä ovat nykypäivänä tärkeä osa organisaation toimintaa. Kilpailu osaavista työntekijöistä ja heidän sitouttamisestaan on kovaa, jonka vuoksi myös sosiaali- ja terveysministeriössä pyritään kehittämään hakijaviestintää monin eri keinoin. Onnistunut hakijaviestintä vaikuttaa vahvasti työnantajakuvaan, mikä taas vaikuttaa siihen, hakevatko hakijat yrityksen/organisaation tehtäviä myös jatkossa. Myös jatkuva teknologian kehittyminen vaikuttaa sekä positiivisen, että negatiivisen maineen leviämiseen, mikä korostaa hakijaviestinnän tärkeyttä entisestään. (Storde 2018, 19)

Covid-19 on yleisesti pahentanut työntekijöiden saatavuutta sekä heidän rekrytoimistaan ja työntekijöiden vaihtuvuus on maailmalla entistä suurempaa. Varsinkin nuorten työntekijöiden keskuudessa kynnys työpaikan vaihtumiseen on pienentynyt ja kilpailu työntekijöistä organisaatioiden välillä on kovaa. Rekrytointi kehittyy jatkuvasti ja tämän vuoksi myös sosiaali- ja terveysministeriössä ollaan halukkaita keksimään uusia tapoja kehittää organisaation hakijaviestintää ja työnantajakuva. Tämänkaltaista tutkimusta ei sosiaali- ja terveysministeriölle ole aiemmin laadittu, joten tutkimus on heille hyödyllinen ja ajankoh-
tainen. (Mäkelä 17.3.2020)

3 Rekrytointiprosessi

Rekrytointi on monimutkainen kokonaisuus, jonka sujumisesta vastaa usein yrityksen/organisaation omat rekrytoinnin ammattilaiset. Rekrytoinnin suunnitteluun varataankin paljon aikaa ja resursseja, sillä se vaatii rekrytointitiimin jatkuvaa työpanosta. Usein rekrytoinnin ammattilaisilta vaaditaan perinteisen rekrytointiosaamisen lisäksi jatkuvaa kehittymistä muun muassa markkinointiin ja viestintään liittyvissä osa-alueissa, ymmärrystä hakijakäyttäytymisestä ja työnantajamielikuvan kehittamisestä sekä laajaa tietoa rekrytointimarkkinoiden muutoksista ja muoti-ilmiöistä. (Manpower 2020, 7) Hyvin hoidettu rekrytointiprosessi on kuitenkin yksi tärkeimmistä tekijöistä yrityksen/organisaation menestykseen, jonka vuoksi se tulisi löytää jokaisen rekrytoivan esimiehen prioriteettilistan kärjestä. Sana ”rekrytointi” kiteytettynä tarkoittaa prosessia, jonka lähtökohtana on työvoimatarpeen täydentäminen uuden työntekijän etsimisellä. (Wellpack s.a.) Kun prosessi aloitetaan, ovat hakijat rekrytoivan esimiehen ja henkilöstöhallinnon tärkeimmät asiakkaat. Rekrytointiprosessia ei pidä vähätellä, vaan sille tulisi varata riittävästi aikaa sekä pitää aikataulusta kiinni. (Salli & Takatalo 2014,10)

Rekrytointiprosessin kesto vaihtelee usein eri hakuprosessien välillä. Yleisimmin se kestää muutamasta päivästä muutamaa kuukauteen riippuen siitä, onko tarve työntekijälle äkillinen vai pitkään suunniteltu ja harkittu. Prosessi räätälöidään aina työnantajan tarpeiden mukaan ja prosessin vaiheet riippuvat myös paljon siitä, millainen haku on kyseessä. (Atalent s.a.) Yleisesti rekrytointiprosessiin voidaan luokitella seuraavat vaiheet:

1. Tarveanalyysi ja profilointi
2. Rekrytointisuunnitelma ja aikataulutus
3. Työpaikkailmoituksen laatiminen ja julkaisu
4. Esikarsinta ja haastattelut
5. Soveltuvuusarvioinnit
6. Rekrytointipäätös
7. Työsopimuksen allekirjoitus

(Salli & Takatalo 2014,10)

3.1 Tarveanalyysi ja rekrytointisuunnitelma

Rekrytointiprosessi alkaa lähes aina tarveanalyysillä sekä rekrytointisuunnitelman laatimisella ja se määritellään sen mukaan, millaista työntekijää tehtävään kaivataan. Huolella laadittu rekrytointisuunnitelma ja prosessin aikatauluttaminen helpottavat oikean työntekijän löytymistä huomattavasti. Huolellisella rekrytointisuunnitelmalla on myös helpompi pitää kiinni sovitusta aikataulusta ja aikataulussa pysyminen taas on tärkeää niin prosessin kuin hakijakokemuksenkin kannalta. Profilointi eli hakijaprofiilin määrittely on yksi rekrytointiprosessin kriittisimmistä vaiheista rekrytoinnin onnistumisen varmistamiseksi. Jos ei tiedä millaista työntekijää etsitään, on hankalaa viedä oikeita henkilöitä rekrytointiprosessissa eteenpäin. Sillä, etsintäänkö esimerkiksi jo pitkään alalla ollutta työntekijää vai urapolkunsa alkuvaiheessa olevaa vastavalmistunutta, on suuri ero prosessin etenemisen kannalta. Yleisenä käsityksenä on se, että monen vuoden kokemuksella on suurempi painoarvo, mutta tämä saattaa vaihdella haettavasta paikasta. Kokeneen työntekijän palkkaamisen syynä voi olla perehdyttämiseen käytetyn ajan ja resurssien säästäminen. Pitkällä tähtäimellä kuitenkin motivoitunut urapolkunsa alussa oleva työntekijä, kenellä on halu oppia, saattaa olla työnantajalle parempi sijoitus. (Manpower 2020, 8, 22)

Suurin osa 2021 vuonna julkaistun Kansallisen rekrytointitutkimukseen vastanneista olivat sitä mieltä, että tärkein rekrytointipäätökseen vaikuttava tekijä on hakijan motivaatio työtehtävää kohtaan. Tämän jälkeen tulevat sopivuus organisaation kulttuuriin ja aikaisempi työkokemus. (Duunitori 2021, 27) Ennen työpaikkailmoituksen tekoa on siis selvitettävä, mistä työssä ja kyseisessä rekrytointiprosessissa on kysymys.

3.2 Työpaikkailmoitus

Työpaikkailmoitus on usein rekrytointiprosessin ensimmäinen työnhakijoille selkeästi näkyvä vaihe. Ilmoituksessa kerrotaan tyypillisesti tärkeimmät asiat työnantajasta, työtehtävästä ja siitä, mitä hakijalta odotetaan. Työhakemuksen ei tule olla liian pitkä, jotta työnhakijan mielenkiinto pysyy yllä, mutta taas liian vähäinen informointi voi vaarantaa koko rekrytointiprosessin. Työpaikkailmoituksesta tulisi tehdä sellainen, jonka passiivinenkin työnhakija jaksaa lukea loppuun asti. Tässä myös profiloinnilla on suuri merkitys, koska halutaan, että suurin osa kiinnostuneista hakijoista ovat yrityksen/organisaation tavoittelemia työnhakijoita. (Huhta & Myllyntaus 2021, 6.4.2)

Työpaikkailmoitus alkaa ilmoituksen nimestä. Nimeä pohtiessa tulisi miettiä, käytetäänkö organisaation tehtävänimikkeitä vai käytetäänkö yleisluontoisempaa nimeä. Nimen valinnassa tulee ottaa huomioon työnantajabrändille kohdennettu äänensävy. Esimerkiksi valti-

olle haettavaan työtehtävään, tehtävänimikkeeksi voisi sopia paremmin neutraali ja asiallinen nimi. Nimen tulisi kuitenkin olla samalla informatiivinen ja kiinnostusta herättävä. Nimen jälkeen pohdittavaksi tulee rakenne. (Huhta & Myllyntaus 2021, 6.4.2) Perinteisessä työpaikkailmoituksessa mainitaan ainakin seuraavat:

- Lyhyt kuvaus organisaatiosta työnantajana
- Haettavien henkilöiden määrä sekä tehtäväkuvat
- Työtehtävät ja vastuut
- Odotukset ja/tai vaatimukset siihen, millainen ihanteellinen työnhakija olisi
- Työnhakuprosessista olennaisin eli hakuajan loppumispäivämäärä
- Yrityksen esittelyteksti

Perinteistä mallia olisi hyvä myös soveltaa. Kuvaus organisaatiosta työnantajana olisi hyvä kertoa tavalla, joka puhuttelee juuri kyseisen työpaikkailmoituksen kohderyhmän edustajia. Saamalla passiivinenkin työnhakija jatkamaan ilmoituksen lukemista, on herättävä kiinnostus jo heti alussa. Hyvä esimerkki kiinnostuksen herättämiseen on aloittaa hakuilmoitus kysymyksellä. Lukijan mielenkiintoa voidaan pitää yllä hakemuksen edetessä myös tarjoamalla erilaisia oivalluksia ja mielenkiintoisia faktoja työnantajasta. Tehtävän tärkeimmät vaatimukset tulisi ilmoituksessa kommunikoida selkeästi, mutta on kuitenkin pidettävä huoli, että vaatimuslista ei veny liian pitkäksi. (Huhta & Myllyntaus 2021, 6.4.2)

Mitä tahansa hakukanavaa päätetäänkään käyttää, on työpaikkailmoitus muotoiltava siten, että se tavoittaa oikean kohdejoukon. Sen tulee sisältää kaikki se tieto, mitä potentiaaliset hakijat tarvitsevat, kun he päättävät hakea työpaikkaa. Liian yksityiskohtainen tai epäselvä ilmoitus voi kuitenkin olla vaaraksi koko prosessille. Yrityksen esittely, tehtävän kuvaus, sijainti sekä tiedot palkasta ovat yleensä sellaisia, jotka silmäilläään hakemuksesta ensimmäisenä, joten niiden tulisi löytyä ilmoituksesta helposti ja nopeasti. (Vaahtio 2005, 129–130).

Yritys nimeltä Pandologic on tehnyt rekrytointitutkimuksen, josta selvisi, että kun yritykset lisäsivät palkan hakuilmoitukseen, hakijamäärä kasvoi jopa 12 % verrattuna siihen, kun palkkausta ei mainittu työilmoituksessa lainkaan. Kyse ei kuitenkaan ole vain palkasta, vaan enemmänkin hakijan arvostuksesta yrityksen/organisaation läpinäkyvyyttä kohtaan. Palkkaus, etätyömahdollisuus, etuudet, työtunnit ja kaikki se, millaista on todella työskennellä organisaatiossa, poistavat hakijoilta sitä epävarmuutta, joka tulee monille uutta työpaikkaa hakiessa (Ravalli 6.9.2021). Työpaikkailmoitus antaa suunnan sille, mitä mieltä hakijat yrityksestä ovat. Hyvä ilmoitus herättää huomiota, kiinnostuksen työpaikkaa kohtaan ja antaa suunnan toivottuun toimintaan. Myös kielen tyyli ilmoituksessa on oltava yritykseen/organisaation imagoon sopivaa. (Vaahtio 2005, 129–130)

Duunitorin tekemän Kansallisen rekrytointitutkimuksen mukaan rekrytointi onnistuu todennäköisesti parhaiten silloin, kun täytettävä työtehtävä on määritelty hyvin. Tämän lisäksi tutkimukseen vastanneet pitivät tärkeänä rekrytoivan esihenkilön sitoutumista rekrytointiin sekä rekrytoinnin suhdetta organisaation / yrityksen kehittämään strategiaan. (Duunitori 2021, 29).

3.3 Esikarsinnat ja haastattelu

Työpaikkailmoituksen ja hakuajan päättymisen jälkeen on vuorossa esikarsinta. Hakijoiden karsimisessa kannattaa hyödyntää teknologiaa, varsinkin silloin, kun kyseessä on iso rekrytointiprosessi, jossa hakijoita voi olla jopa satoja. Hakijoiden seulonta manuaalisesti on aikaa vievää, mutta se on myös riski tiedostamattomaan suosimiseen. Työnantajat voivat pienentää rekrytointisyrjintää automatisoimalla hakuprosessin alussa muun muassa ansioluetteloiden tarkastamisen. Tämän avulla lukuisten hakemusten esikarsinta nopeutuu huomattavasti. (Perna 25.3.2021a) Myös videohaastattelut ja kykytestit ovat koettu tehokkaaksi hakijakarsinnan työkaluksi. Näiden avulla pystytään helposti selvittämään hakijoiden motivaatio ja vahvuudet eri osa-alueilla sekä samalla säästämään rekrytointiin käytettävää aikaa ja resursseja. (Igoni 5.02.2019)

Esikarsintojen jälkeen siirrytään haastatteluvaiheeseen. Valmiiksi suunniteltu strukturoitu haastattelu on tiedonkeruumenetelmänä tehokas. Haastattelurunko on hyvä pitää jokaisella haastateltavalla samanlaisena ja kysymykset kannattaa laatia niin, että jokaisen kysymyksen kautta haastateltavasta saadaan mahdollisimman paljon tietoa. Hyvä haastattelu on tunnelmaltaan kiireetön, mutta tehokas. (Igoni 5.02.2019)

Yksi tapa rekrytointiprosessin tehokkuuden lisäämiseksi on hyödyntää virtuaalista haastattelutapaa. Etätyö avasi mahdollisuuden hankkia työntekijöitä myös kauempaa, jolloin työnantajilla on myös mahdollisuus tehdä monipuolisempia päätöksiä rekrytointien pohjalta. Haastattelut etänä ovat myös säästäneet työnantajien aikaa ja rahaa rekrytointiprosessin aikana. Tämä on antanut rekrytoijille mahdollisuuden käyttää enemmän aikaa muihin tärkeisiin vaiheisiin, kuten hakijoiden ja rekrytoijien sitouttamiseen. (Perna 25.3.2021a) Digitaalisia rekrytointikeinoja, kuten videohaastatteluja ei siis pitäisi nähdä vain lyhyen aikavälin korjauksena pandemian aikana, vaan pikemminkin pitkän aikavälin rekrytointistrategiana. Uskotaan, että yritykset, jotka jatkavat pandemian jälkeisenä aikana digitaalista rekrytointistrategiaa, ovat työmarkkinoilla etulyöntiasemassa. (Perna 5.1.2021b)

3.4 Rekrytointiprosessin päättyminen

Haastatteluiden jälkeen tehdään rekrytointipäätös ja allekirjoitetaan sopimus valitun hakijan kanssa. Kun sopimus on allekirjoitettu, ilmoitetaan rekrytointipäätöksestä kaikille hakijoille. Tässä vaiheessa yleensä haastattelijat antavat haastatelluille myös palautetta siitä, miksi valinta ei kohdistunut heihin ja palautteen aikana pyritään jättämään hakijalle mahdollisimman positiivinen hakukokemus. Hyvin hoidettu ja suunniteltu rekrytointiprosessi on tärkeää positiivisen hakukokemuksen syntymiseen. Mitä lähemmäs rekrytointiprosessin loppua päästään, sitä enemmän on myös panostettava hakijoihin kohdistuvaan viestintään. Esimerkiksi haastatteluun päässeet hakijat vaativat henkilökohtaisempaa ja selkeämpää viestintää verrattuna niihin, jotka karsiutuvat jo hakuprosessin alkuvaiheessa. (Experis 7.01.2020) Rekrytointiprosessiin kuuluvasta hakijaviestinnästä rekrytointipäätöksen yhteydessä kerrotaan enemmän luvussa 4: ”hakijaviestintä ja hakijakokemus”.

3.5 Monimuotoisuus rekrytoinnissa

Duunitorin tekemän kansallisen rekrytointitutkimuksen mukaan, diversiteetti eli monimuotoisuus ja inklusio ovat alan tärkeimpiä trendejä juuri nyt (Duunitori 2021, 27). Yritykset pyrkivät nykyään laajentamaan entistä enemmän rekrytointiverkostojaan ja tavoittelevat monimuotoisempaa ja inklusiivisempaa rekrytointia. Hyvä tapa monimuotoisuuden lisäämiseen on teknologian lisääminen rekrytointiprosessissa. Hakijoiden seulonta manuaalisesti on aikaa vievää, mutta se on myös riski tiedostamattomaan suosimiseen. Tätä riskiä voidaan pienentää automatisoimalla muun muassa hakijoiden alkukarsinnat, jolloin rekrytointiprosessin aikana pystytään keskittymään enemmänkin osaamiseen eikä puolueellisiin indikaattoreihin, kuten ansioluetteloihin. (Perna 25.3.2021a)

Monimuotoisuuden lisäämisen hyötynä voidaan nähdä myös anonymi rekrytointi, joka on tällä hetkellä yksi suurimmista rekrytointitrendeistä. Anonymilla rekrytoinnilla tarkoitetaan sitä, että hakijasta ei nähdä mitään henkilötietoja, kuten nimeä, ikää, sukupuolta tai kansalaisuutta. Tämän avulla voidaan ehkäistä henkilöstä helposti syntyviä stereotypioita, jotka voivat vaikuttaa rekrytoijan päätökseen tietoisesti tai tiedostamatta. (Työterveyslaitos s.a.)

Toinen tapa monimuotoisuuden lisäämiseen rekrytoinnissa on yhdenvertaisuuslaissa mainittu positiivinen erityiskohtelu. Positiivinen erityiskohtelu on määritelty yhdenvertaisuuslaissa seuraavasti: *”Sellainen oikeasuhtainen erilainen kohtelu, jonka tarkoituksena on tosiasiallisen yhdenvertaisuuden edistäminen taikka syrjinnästä johtuvien haittojen ehkäiseminen tai poistaminen, ei ole syrjintää.”* (Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014, 9 § Positiivinen erityiskohtelu). Positiivista erityiskohtelua voi käyttää esimerkiksi rekrytointipäätöksessä kahden hakijan välillä, jotka ovat suurin piirtein tasavertaisia toisiinsa. Sen tavoitteena on

auttaa tietyn ryhmän henkilöitä, jotka ovat normaalisti muita heikommassa/epäedullisemmassa asemassa. Positiivinen erityiskohtelu tulee aina suunnitella ennen rekrytointia ja sen mahdollisuudesta rekrytoinnin aikana tulee ilmoittaa hakijoille jo hakuprosessin alussa. Lisäksi positiiviselle erityiskohtelulle tulee aina olla vankat perustelut siitä, miten se vaikuttaa henkilöstön monimuotoisuuteen. (Työterveyslaitos s.a.)

4 Hakijaviestintä ja hakijakokemus

Tässä luvussa syvennytään yrityksen/organisaation rekrytointiprosessin aikana tapahtuvaan, hakijoihin kohdistuvaan viestintään ja hakijakokemukseen sekä työnantajamielikuvaan. Luvussa esitellään ensin hakijaviestinnän eri vaiheet, jonka jälkeen kerrotaan hakijaviestinnän eri vaikutuksista työnantajamielikuvaan.

4.1 Hakijaviestinnän vaiheet:

Hakijaviestintä on rekrytointiprosessin aikana tapahtuvaa, hakijoiden ja rekrytoijien välistä vuorovaikutusta ja se on tärkeä osa onnistuneen hakijakokemuksen ja positiivisen työnantajamielikuvan syntymiseen. Viestintäprosessiin kuuluvat ainakin seuraavat vaiheet:

1. Hakemusten vastaanottaminen ja kiitos -viesti
2. Haastattelukutsu tai ei kiitos -viesti.
3. Aikataulutiedottaminen. Viestintä siitä, millä aikataululla prosessi etenee haastattelukierroksen jälkeen
4. Viestintä rekrytointipäätöksestä

(Duunitori 7.3.2018)

Ensimmäinen vaihe hakijaviestinnässä on yleensä työpaikkailmoituksen laatiminen ja julkaisu, mutta voidaan ajatella, että hakijan ja rekrytoijan välinen viestintäsuhde syntyy vasta siitä, kun rekrytoija on vastaanottanut hakijan työhakemuksen (Duunitori 7.3.2018). Hyvä työpaikkailmoitus luo hakijalle tunteen, että hän haluaa työskennellä juuri kyseisessä yrityksessä. Mielenkiintoinen ja selkeä ilmoitus voi herättää lukijan kiinnostuksen työpaikkaa kohtaan ja hän saattaa hakea tehtävää, vaikka ei olisi alun perin edes ajatellut työpaikan vaihtamista. Ensivaikutelma on tärkeä ja työnantajaa arvioidaan tarkasti jo heti hakuprosessin alusta asti. Informatiivisella ja houkuttelevalla hakuilmoituksella kohderyhmälle sopivassa kanavassa on siis suuri merkitys onnistuneeseen hakijaviestintään, ja tätä kautta myös positiivisen hakijakokemuksen syntymiseen. (Manpower 2020, 19)

Hakijaviestinnän seuraava tärkeä vaihe positiivisen hakijakokemuksen syntymiseen on hakemuksen vastaanottaminen ja siitä viestiminen hakijalle (Salli & Takatalo 2014, 13). Kiitos -viesti hakijalle heti hakemuksen lähettämisen jälkeen luo tunteen, että hänen kiinnostustaan yritystä/organisaatiota kohtaan arvostetaan (Schmit 15.4.2021). Pahin virhe hakijaviestinnässä on epätietoisuus. On muistettava, että kaikki, mikä näkyy rekrytoitaville, ei näy hakijoille. Jos rekrytointiprosessi viivästyy, mutta tästä ei ilmoiteta hakijalle, on mahdotonta hakijana tietää, mitä tapahtuu. Pelkkä ”kiitos hakemuksestasi” -viesti luo jo

varmuutta hakijalle. Jotta tämä ei kuormita rekrytoijia, viestistä voi tehdä automatisoidun, esimerkiksi rekrytointijärjestelmän lähettämän viestin. (Kuntarekry 2.4.2019)

Rekrytointiprosessin jokaisessa vaiheessa on tärkeää muistaa pitää hakija jatkuvasti ajan tasalla prosessin kulusta. Jos prosessi venyy, on siitä erityisen tärkeää ilmoittaa hakijalle niin pian kuin mahdollista. Yrityksen sisällä rekrytointiprosessin kulku on selvää, mutta jos hakijoita ei informoida mahdollisista muutoksista, ovat he asiasta täysin tietämättömiä. Hakemusten käsittelemisen ja potentiaalisten hakijoiden seulomisen jälkeen lähetetään joko kutsu haastatteluun tai ei kiitos -viesti. (Vuori s.a) Yhteydenotto hakijoihin hakuajan päättymisen jälkeen kannattaa aloittaa niin pian kuin mahdollista. Haastattelukutsu luo vaikutelman siitä, minkälainen organisaatio on työnantajana ja tämä voi olla ratkaiseva tekijä siihen, ottaako hakija mahdollisesti paikan vastaan vai ei. (Duunitori 7.3.2018).

Seuraavaksi päästään hakijaviestinnän kolmanteen vaiheeseen eli potentiaalisten hakijoiden haastatteluihin. Monet yritykset ja organisaatiot ovat edelleen jääneet kiinni vanhentuneeseen ajatusmalliin haastatteluprosessin kulusta. Kun ajatellaan haastatteluprosessia, kysymykset kuten: "mitkä ovat suurimmat heikkoutesi/vahvuutesi" tulevat helposti heti ensimmäiseksi mieleen. Nämä eivät kuitenkaan välttämättä anna todellista kuvaa hakijan pätevydestä eivätkä tuo hakijalle tunnetta siitä, että haastattelijat olisivat nähneet vaivaa haastatteluprosessin onnistumiselle. Haimannin mukaan hyvä tapa selvittää hakijoiden aito pätevyys alalla vaativiin työtehtäviin on asettaa heidät epätavanomaisiin tilanteisiin haastatteluprosessin aikana. Esimerkiksi haastattelukysymysten lähettämällä etukäteen ennen tapaamista voidaan selvittää hakijan kykyä valmistautua erilaisiin tilanteisiin/työtehtäviin. Jos taas tavoitteena on selvittää esimerkiksi hakijan tietotekniset taidot, paras tapa siihen on luoda tietotekninen ongelma ratkaistavaksi itse haastattelutilanteessa. Nämä menetelmät ovat usein mielekkäämpiä myös hakijalle ja luovat positiivista hakukokemusta. (Haimann 26.6.2020)

Forbesin artikkelissa mainitaan, että parhaiten haastattelusta saa irti, kun hakijalle annetaan vapaus valita haastattelun tyyli. Halutaanko esimerkiksi virtuaalinen haastattelu, ennalta nauhoitettu haastattelu, vai haastattelu kasvokkain molemmille osapuolille sopivana ajankohtana? Kun hakija voi valita haluamansa haastattelumuodon, on todennäköisempää, että he suorittavat hakuprosessin loppuun saadessaan samalla positiivisen hakijakokemuksen. (Forbes 1.6.2021)

Rekrytointiprosessin nopeus ja tehokkuus ovat tärkeitä hakijakokemuksen kannalta. Jos yhteydenottoa joutuu esimerkiksi haastattelun jälkeen odottamaan viikkoja, on hakija saatanut tehdä tämän aikana jo johtopäätöksiä organisaatiosta rekrytointiprosessin pohjalta. Säännöllinen aikataulutiedottaminen koko hakuprosessin aikana on hyvä tapa varmistaa,

että hakijalle jää positiivinen hakijakokemus ja työnantajakuva. (Leinonen 8.4.2021.) Varsinkin pandemian aikana monet voivat olla työttömiä ilman omaa valintaansa, mikä lisää kiireellistä tarvetta työpaikan saamiseen toimeentulon varmistamiseksi. Näillä hakijoilla ei ole aikaa odottaa kuukausia rekrytointipäätöstä. Mitä kauemmin hakuprosessin eteneminen siis kestää, sitä todennäköisemmin hakijat siirtyvät hakemaan toista paikkaa. (Perna 25.3.2021a) Kun rekrytointipäätös on tehty, saa valittu henkilö tiedon päätöksestä usein jo parin päivän sisällä. Muiden hakijoiden tiedottaminen päätöksestä on kuitenkin aivan yhtä tärkeää. Pahoitteluviestin saaminen monta kuukautta hakuajan päättymisen jälkeen on aivan turhaa hakijan näkökulmasta, eikä se korjaa hakijalle syntynyttä mielikuvaa työnantajasta. (Vuori s.a)

Lopulta päästään hakijaviestinnän viimeiseen osioon eli rekrytointipäätöksen ilmoittamiseen. Ei ole mukavaa saada viestiä siitä, että ei ole saanut haluamaansa työpaikkaa. Rekrytoijalla on kuitenkin mahdollisuus vaikuttaa hakijan kokemukseen ja työnantajakuvan muodostumiseen siten, miten viesti tuodaan esille. Kunnioittava ja välittävä kohtelu auttaa ehkäisemään hakijan tuntemaa pettymystä siitä, että haettu työpaikka ei osunut omalle kohdalle. Rekrytoijana on tärkeää koittaa asettaa itsensä hakijan asemaan ja koittaa ymmärtää hylätyn hakijan tuntemuksia. Haastatteluprosessin sujumisen varmistamiseksi tulee myös pitää huolta siitä, että koko rekrytointitiimi on samassa veneessä. Tämä voi kuulostaa yksinkertaiselta, mutta organisoinnin puute aiheuttaa helposti prosessin viivästymisen ja ylimääräistä hämmennystä hakijoiden keskuudessa. Sisäistä viestintää ja sujuvaa kommunikointia rekrytoijien välillä ei siis pidä unohtaa. (Schmit 15.4.2021)

Yleinen tapa kielteisen rekrytointipäätöksen esille tuomisessa on automatisoitu sähköpositiivisesti. Tämä voi usein olla helppo ja riittävä keino, mutta positiivista työnantajakuva lisää jonkinlainen hakijalle annettu palaute ja perusteet siitä, miten kyseiseen rekrytointipäätökseen tultiin. On ymmärrettävää, että tämä on haasteellista suorittaa niissä rekrytointiprosesseissa, joissa hakijoita on satoja. Tällöin jonkinlaisen henkilökohtaisen palautteen voi rajata esimerkiksi prosessissa haastatteluun päässeille. (Duunitori 7.3.2018).

On tärkeää antaa hakijoille mahdollisuus esittää kysymyksiä työpaikasta ja hakuprosessista ennen ja jälkeen prosessin. Lisäämällä yhteyshenkilön tiedot hakemukseen, annetaan hakijalle ainakin mahdollisuus ottaa yhteyttä. (Kuntarekry 2.4.2019) Yhteydenotosta tulisi tehdä hakijalle mahdollisimman helppoa ja yksinkertaista. Jos rekrytoija vaikuttaa yhteyttä ottaessa tyyliä tai välinpitämättömältä, voi se olla ratkaiseva tekijä hakijan päätökseen olla hakematta tehtävää. Tavoite on, että haastateltavalle ei jäisi tunnetta, että häntä ei arvosteta hakijana. (Manpower 2020, 19–20) Hakijat ansaitsevat samaa kohtelua kuin

yrittäjien työntekijät tai heidän asiakkaansa, sillä he ovat potentiaalisia työntekijöitä tai asiakkaita yritykselle. Se, että pitää hyvän yhteyden hakijoihin rekrytointia aikana, on tärkeää positiivisen hakijakokemuksen syntymisessä. (Schmit 15.4.2021)

Työntekijöiden sitoutumistaso vaikuttaa paljon siihen, hakevatko he yritykseen/organisaatioon töihin. Jos minkäänlaista sitoutumista ei ole, on paikan hakeminen epätodennäköistä. On myös tärkeää kertoa selkeästi, mitä hakijalta vaaditaan. Läpinäkyvyys koko rekrytointiprosessin aikana ja hakijoiden pitäminen ajan tasalla prosessista luo positiivista hakijakokemusta. Se, että on helposti lähestyttävä ja kommunikoi hakijoiden kanssa säännöllisesti, luo hakijoille positiivista työnantajamielikuvaa. (Ravalli 16.9.2021)

4.2 Hakijaviestinnän vaikutus työnantajamieluun

Työnantajamielu eli työnantajabrändi tarkoittaa sitä, minkälainen kuva yrityksestä/organisaatiosta tulee työpaikkaa hakevalle (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 66). Työnantajamielu syntyy yrityksen/organisaation toimintojen kautta ja siihen kannattaa investoida riittävästi aikaa ja resursseja. Kuten aiemmin on jo todettu, potentiaalisten hakijoiden löytäminen voi olla haasteellista. Pysyäkseen työmarkkinoiden kärjessä, on vahvan työnantajamielikuvasaavuttaminen oltava yksi tärkeimmistä yrityksen tavoitteista. (Matikka 3.3.2021) Mielikuva organisaatiosta syntyy jo ensimmäisestä päivästä lähtien. Positiivisen työnantajamielikuvasaavuttaminen ja kehittäminen vaativat jatkuvaa työtä ja yksi tärkeistä vaikuttajista sen syntymiseen onkin juuri hakijaviestintä.

Työnantajakuva jaetaan kahteen pääosaan: sisäiseen ja ulkoiseen työnantajakuvaan. Sisäisellä työnantajakuvalla tarkoitetaan nimensä mukaisesti työnantajakuva, joka muodostetaan yrityksen sisällä. Toisin sanoen sisäinen työnantajakuva on sitä, millä yritys/organisaatio näyttää työntekijöiden silmissä. Ulkoinen työnantajakuva on vastaavasti sitä, millainen kuva yrityksestä/organisaatiosta tulee sen ulkopuolella oleville henkilöille.

Molemmat vaikuttavat kuitenkin toisiinsa. Huono sisäinen työnantajakuva heijastuu myös ulkoiseen työnantajakuvaan. Esimerkiksi ongelmat sisäisessä työnantajakuvassa heijastuvat jossain vaiheessa väärjäämättä ulkoiseen työnantajakuvaan. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 67) Tässä tutkimuksessa käsitellään ulkoista työnantajakuva ja sitä, miten onnistuneella hakijaviestinnällä voidaan vaikuttaa positiivisesti työnantajamieluun.

Vuoden 2021 julkaistuun kansalliseen rekrytointitutkimukseen vastanneista 88 % ovat sitä mieltä, että työnantajakuva on ratkaiseva tekijä rekrytointia onnistumisen kannalta. Työnantajabrändin merkitys siis kasvaa jatkuvasti ja tämä näkyy myös mm. työnantajakuvasaavuttamistaloudellisuuden kasvuna. Vuonna 2021, 15 % vastanneista ilmoittivat, että he eivät käytä työnantajabrändin parantamiseen lainkaan varoja, kun taas samaiseen

kysymykseen vuonna 2016 vastanneista 36 % olivat valmiita käyttämään tähän rahaa.
(Duunitori 2021, 33,37)

Ensimmäinen mielikuva ratkaisee, sillä työnantajabrändi alkaa muovautua jo heti hakuprosessin alussa. Jos hakijalle jää negatiivinen mielikuva jo hakuprosessin aikana, vaikuttaa se työnantajan maineeseen hyvinkin pitkällä aikavälillä. Jos rekrytointitiimi vaikuttaa hakijan näkökulmasta epäorganisoiduneelta, ylimieliseltä tai välinpitämättömältä, vaikuttaa se samalla mielikuvaan koko yrityksestä. Yksikin huono kokemus voi levitä muidenkin potentiaalisten hakijoiden korviin, joka saattaa olla ratkaiseva tekijä siihen, miksi yritykseen ei haeta töihin. (Garibaldi 2014, 5)

5 Kyselytutkimus sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimustoiminta voidaan yleisesti ottaen jakaa empiiriseen ja teoreettiseen tutkimukseen. Tämän opinnäytetyön empiirinen tutkimus toteutettiin pääosin kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimusmenetelmällä. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, kuten: Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? Tyypilliset kvantitatiivisen aineiston tiedonkeruumenetelmät ovat muun muassa erilaiset lomakekyselyt, henkilökohtaiset haastattelut (pääosin strukturoiduilla eli monivalintakysymyksillä), puhelinhaastattelut sekä internet-kyselyt. (Heikkilä 2014, 6) Määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta käytetään silloin, kun ilmiöstä löytyy aikaisempaa tietoa ja kun tunnetaan ne muuttujat, jotka vaikuttavat ilmiöön. Jos ei tiedetä, mitä mitataan, ei myöskään voi suorittaa mittauksia. Kvanttitutkimuksessa tekijöiden tunteminen on tärkeää, sillä ilman sitä, ei tiedetä, mitä mitataan. Kun laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on selvittänyt tutkimuksen ilmiön, selvittää kvantitatiivinen tutkimus sitä, mistä ilmiössä on kyse ja mikä kyseinen ilmiö ylipäättänsä on. Kun tiedetään, mitkä tekijät vaikuttavat ilmiöön, voidaan aloittaa kvantitatiivisen tutkimuksen laatiminen. Kvantitatiivisen tutkimuksen prosessi alkaa tutkimusongelman laatimisella ja päättyy tutkimuksen tulosten raportointiin. (Kananen 2011, 12,15,20)

Kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimusmenetelmänä käytetään tässä opinnäytetyössä kyselytutkimusta eli surveyta. Kyselytutkimuksessa aineistot ovat erilaisia mitattuja lukuja ja numeroita, joissa kysymykset esitetään sanallisesti, mutta tulokset ilmaistaan numeraalisesti. (Vehkalahti 2019, 13) Valitsin kyselyn tämän tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi, koska kyselytutkimuksella voidaan kerätä tietoa ihmisten mielipiteistä ja asenteista sekä arvoista, jonka vuoksi se soveltuu mittausvälineenä hyvin tähän tutkimukseen. Ihmisten eri mielipiteitä, asenteita ja arvoja ei kuitenkaan ole helppo tutkia, mikä tekee myös kyselytutkimuksesta haasteellisen. Haasteita kyselytutkimukseen tuovat muun muassa ongelmat kuten, onko kyselyn vastausmäärä tarpeeksi suuri, ovatko kysymykset sellaisia, että ne mittaavat oikeita asioita, vastataanko kysymyksiin tarpeeksi kattavasti ja lähetääkö kysely oikeaan ajankohtaan. (Vehkalahti 2019, 11-12) Tässä produktissa tutkimusmenetelmäksi valittiin vielä tarkemmin sanottuna sähköinen kyselylomake, sen ollessa lähtökohtaisesti nopea ja kätevä tapa vastausten keräämiseen suurelta perusjoukolta. Lisäksi kaikki tieto ja tulokset ovat helposti siirrettävissä eri tiedostoihin, jonka vuoksi sähköinen kysely oli tässä tutkimuksessa järkevin valinta. (Heikkilä 2014, 20)

5.2 Tutkimusjoukko ja kyselylomakkeen laatiminen

Kyselytutkimuksessa tieto kerätään nimensä mukaisesti eri kysymysten avulla. Tämän tutkimuksen kysymykset laadittiin tutkimuskysymysten, tietoperustan ja toimeksiantajan tarpeiden pohjalta. Kyselylomakkeen luonti on kyselytutkimuksessa tärkein vaihe, sillä kun vastaaja on vastannut kysymyksiin, ei niihin voi tehdä enää muutoksia. (Kananen 2011, 46) Koko tutkimuksen onnistuminen riippuu periaatteessa siitä, kuinka hyvin lomake on suunniteltu, sillä jos kysymykset eivät ole sisällöllisesti oikeita, ovat myös vastausten tulokset täysin turhia tutkimuksen kannalta. (Vehkalahti 2019, 20) Kyselylomakkeen kysymyksiä miettiessä, otin siis ensimmäiseksi huomioon työn tutkimuskysymykset. Myös tietoperusta on tärkeä osa kysymysten laatimisessa. Kuten aiemmin jo todettiin: jos ei tiedä, mitä mitataan, ei voida suorittaa mittausta.

Kyselytutkimuksessa mittaus siis tapahtuu kyselylomakkeella, joka on tietynlainen kokonaisuus erilaisia mittareita ja kysymyksiä. (Vehkalahti 2019, 20) Kyselylomake koostuu kahdesta osasta: saatekirjeestä ja kyselylomakkeesta. Saatekirjeessä pyritään selittämään lyhyesti, mitä kyselyllä tutkitaan sekä korostamaan tutkimuksen tärkeyttä ja luottamuksellisuutta. (Kananen 2011, 46) Tämän tutkimuksen kyselylomakkeen kysymykset ryhmiteltiin aihepiireittäin ja ne jaettiin kolmeen osioon: 1. demografiset kysymykset eli taustatiedot, 2. työpaikkailmoitus sekä 3. hakijaviestintä ja sen vaikutus työnantajamielikuvaan. Kyselyssä oli yhteensä 22 kysymystä ja ne vaihtelivat strukturoiduista eli monivalintakysymyksistä avoimiin kysymyksiin. Kysymykset laadittiin aluksi tietoperustaan kerätyn teorian pohjalta, mutta niitä muokattiin vielä toimeksiantajan toiveiden kautta.

Strukturoiduissa eli monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat jo valmiiksi valitut. Strukturoituja kysymyksiä kannattaa suosia kyselyssä, sillä niiden käsittely on helppoa verrattuna esimerkiksi avoimiin kysymyksiin. Strukturoiduissa kysymyksissä voidaan käyttää joko vaihtoehtokysymyksiä tai erilaisia asteikkokysymyksiä. Tässä kyselyssä on käytetty molempia. Asteikkokysymyksissä yleisimmät ovat 5-portainen asteikko tai 7-portainen asteikko. Tässä kyselyssä päädyttiin kuitenkin käyttämään 4-portaista asteikkoa. (Kananen 2011, 34) Avoimia kysymyksiä tulisi yleisesti ottaen käyttää kyselyissä harkiten, sillä suuri avoimien kysymysten määrä saattaa vaikuttaa tutkittavan motivaatioon vastata kyselyyn. Strukturoidut kysymykset ovat myös helpompia ja nopeampia analysoida kuin avoimet kysymykset. Tässä kyselyssä avoimia kysymyksiä oli muutama ja niitä käytettiin täydentämään monivalintakysymyksiin annettuja vastauksia. (Tietoarkisto 2010a)

Kyselylomaketta laatiessa tulee ottaa huomioon kysymysten sisällön lisäksi myös kyselylomakkeen ulkoasu ja lomakkeen täyttämiseen kuluva aika. Internet-kyselyissä suositeltu vastausaika on alle 20 minuuttia. Tämän kyselyn vastausajaksi arvioitiin 5-10 minuuttia,

jota pidetään yleisesti sopivan pituisena vastaajan mielenkiinnon ylläpitämiseen. (Tietoaristo 2010a) Kyselylomakkeesta tulisi myös tehdä lukijalle mahdollisimman selkeä ja houkuttelevan näköinen. Kysymykset pyritään esittämään loogisessa järjestyksessä ja ne tulisi jakaa eri aiheisiin, jotta vastaajan on helpompi hahmottaa kyselyn rakenne. Lisäksi vastausohjeet tulisi olla mahdollisimman selkeät ja yksiselitteiset ja vastausten syöttäminen ja käsittely tulisi olla vaivatonta. Hyvä lomake saa myös vastaajan tuntemaan vastaajan tärkeäksi ja kysymykset on hyvä testata etukäteen ennen lomakkeen lähettämistä. (Heikkilä 2014, 33) Kaikki edellä mainitut ominaisuudet otettiin huomioon tätä kyselylomaketta laatiessa. Alussa vastaajalta kysyttiin helppoja monivalintakysymyksiä kuten ikää, sukupuolta ja haettavaa työpaikkaa. Kysymykset jaoteltiin aiheiden mukaan eri osioihin. Osioden välissä annettiin lukijalle lisätietoa helpottamaan vastaamista. Kysely lähetettiin rekrytointipäätöksen mukana olevassa sähköpostiviestissä, jossa pyydettiin vastaamaan kyselyyn, joka liittyy tutkimukseen sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan. Varsinaisen saatekirjeen kuitenkin korvasi kyselylomakkeen ensimmäisen sivun teksti, jossa kerrottiin, mistä tutkimuksessa on kyse, kuka tutkimuksen on laatinut, kuinka kauan kyselyn vastaamiseen menee ja miksi kyselyyn vastaaminen on tärkeää. Lisäksi tekstissä mainittiin tietojen keräämisen luottamuksellisuus ja kiitettiin vastaajaa kyselyyn vastaamisesta. Saatetekstillä pyritään motivoivaan hakijaa vastaamaan kyselyyn, joten se on tärkeä osuus kyselytutkimusta laatiessa. (Vehkalahti 2019, 47-48)

Koska kyselyn laatija saattaa sokaistua mahdollisille kyselyssä ilmenneille ongelmatilanteille, joita vastaajille saattaa kyselyn edetessä tulla, tulee lomake ehdottomasti testauttaa etukäteen useammalla henkilöllä. Paras vaihtoehto olisi, jos testaajat kuuluisivat tutkimuksen kohderyhmään. Tällöin saadaan todenmukainen käsitys siitä, ymmärretäänkö kysymykset varmasti oikein. Tässä vaiheessa voidaan tehdä viimeiset huomiot kielen selkeydestä ja lomakkeen ulkoasun siisteydestä. (Vehkalahti 2019, 48) Tämän tutkimuksen kyselyn testasivat kyselyn tekijän lisäksi myös toimeksiantajan puolelta useampi henkilö. Kyselyn tarkisti myös opinnäytetyön ohjaaja.

Kysymysten lisäksi tärkeää on tietää, kenelle kysely lähetetään eli mikä on tutkimuksen perusjoukko. Tutkimuksen perusjoukko muodostuu kaikista niistä, joista tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita. Otos on perusjoukosta pienempi ryhmä, jotka ovat valikoituneet vastaajiksi tutkimusta varten. Otosaineistoja suositaan usein määrällisessä tutkimuksessa, sillä kyseessä on huomattavasti perusjoukkoa pienempi ryhmä, mutta niistä saatuja tuloksia voidaan helposti yleistää perusjoukkoon. (Vehkalahti 2019, 43) Otoksen valinta on käytännön syistä yleensä hyvä vaihtoehto, sillä perusjoukko on kohderyhmänä useimmiten niin suuri, että sen tutkiminen olisi kovin haastavaa. Otoksen valintaan tulee kuitenkin

kiinnittää paljon huomiota, sillä tilastollisten johtopäätöksen pätevyys riippuu osittain siitä, kuinka hyvin otanta eli otoksen valinta on tehty. (Tietoarkisto 2003b)

Tämän kyselytutkimuksen perusjoukkona ovat kaikki marraskuun 2021 - tammikuun 2022 välillä sosiaali- ja terveysministeriöön hakeneet. Koska perusjoukko on tässä tutkimuksessa niin pieni, tehtiin otannan sijasta kokonaistutkimus eli tutkittiin kaikki perusjoukon jäsenet. (Tietoarkisto 2003b)

5.3 Aineiston keruu ja analysointi

Tutkimusprosessi lähti käyntiin opinnäytetyösuunnitelmalla ja tutkimusongelman määrittämisellä. Valitsin aihealueen, asetin tavoitteet ja hankin taustatietoja toimeksiantajalta tutkimuskysymysten selvittämistä varten. Opinnäytetyösuunnitelman jälkeen perehdyin aikaisempiin tutkimuksiin ja kirjallisuuteen sekä esittelin lyhyesti toimeksiantajan. Kun teoriapohjaa oli hankittu riittävästi, aloin laatia kyselytutkimuksen suunnitelmaa. Kyselylomakkeen suunnittelu konkretisoitui syksyllä 2021. Tutkimusmenetelmän päättämisen jälkeen, pohdittiin toimeksiantajan kanssa aikataulutus kyselylle ja tietojen hankintatapa. Tässä vaiheessa mietittiin myös tutkimuksen perusjoukko ja mahdollisen otoksen määrittäminen. Kun näiden lisäksi oli selvitetty aineiston käsittelytapa, ryhdyttiin rakentamaan tiedonkeruuvälinettä, tässä tapauksessa kyselylomaketta. (Heikkilä 2014, 9)

Tutkimusaineisto kerättiin 11.11.2021-31.1.2022 välisenä aikana. Kyselylomake laadittiin Google Forms –työkalulla, jonka jälkeen se lähetettiin hakuprosessin lopussa, rekrytointipäätöksen mukana yli 400 sosiaali- ja terveysministeriöön hakeneelle hakijalle. Rekrytointipäätös ilmoitettiin Valtiolle.fi kautta lähetetyllä sähköpostiviestillä. Sähköpostiviestin lopussa oli lyhyt selitys kyselystä ja mihin kysely liittyy sekä kuinka kauan kyselyn vastaamiseen menee. Viestin lopussa oli vielä linkki, jota klikkaamalla hakijat pääsivät vastaamaan anonymisti kyselyyn.

Kysely suljettiin 31.1.2022 jälkeen, jonka jälkeen tulokset analysoitiin. Tulosten käsitteilyssä hyödynnettiin tilastografiikkaa ja tutkimuksen prosenttiosuudet esitettiin erilaisten taulukoiden ja kuvioiden avulla havainnollistamaan tulosesittelyä. Kyselylomakkeen aineiston analysoinnissa käytettiin apuna suoraa jakaumaa eli esitettiin vastausmäärien prosentuaalinen jakautuminen eri vastausvaihtoehtojen välille. (Haaga-Helia s.a)

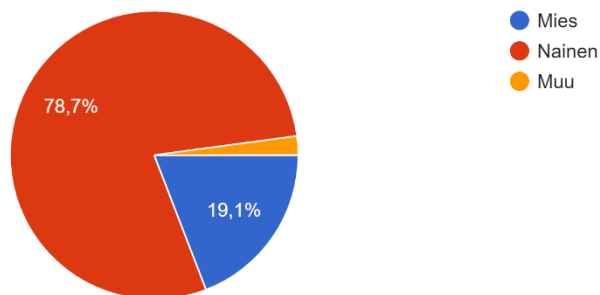
6 Tulokset

Kysely lähetettiin arvion mukaan noin 400 sosiaali- ja terveysministeriöön hakeneelle ja kyselyyn vastanneiden kokonaismääräksi muodostui 47. Jakamalla kyselyyn vastanneiden määrä otoskoolla, saatiin vastausprosentiksi noin 12 %. Vaikka vastausprosentti jäi jossain määrin alhaiseksi, tutkimuksen vastaukset ovat kuitenkin yksityiskohtaisia. Työn tietoperusta tukee tutkimuksen tuloksia, mikä lisää tulosten luotettavuutta.

6.1 Perustiedot

Ensimmäiset kysymykset käsittelivät kyselyyn vastanneiden perustietoja eli ikää ja sukupuolta. Ensimmäiseen kysymykseen 47 vastanneesta valtaosa (79 %) oli naisia, 19 % vastanneista oli miehiä ja 1 % muun sukupuolisia. Alla oleva kuvio havainnollistaa saatuja tuloksia.

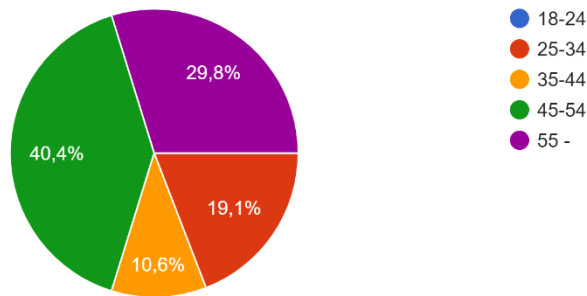
Sukupuoli?
47 vastausta



Kuvio 1. Vastaajien sukupuoli (n=47)

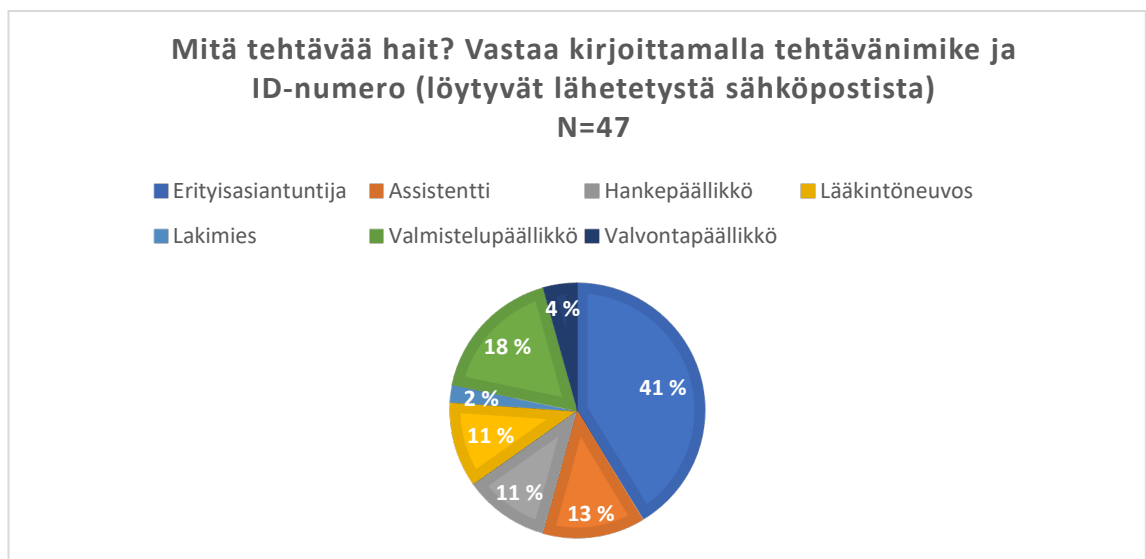
Vastaajien ikäjakauma muodostui 25 vuodesta yli 55-vuotiaiden välille. Kuten kuviosta 2 huomataan, 40 % vastanneista oli 45–54-vuotiaita ja 30 % vastanneista yli 55-vuotiaita. Suurin osa kyselyyn vastanneista olivat siis yli 45-vuotiaita. Loput vastanneista jakautuivat 25–44-vuotiaiden välille. Kuviosta (2) nähdään, että kukaan alle 25-vuotiaasta hakijasta ei vastannut kyselyyn. Tästä voidaan päätellä, että suurin osa hakijoista ovat vanhempaa sukupolvea. Alla oleva kuvio havainnollistaa vastanneiden ikäjakauman.

Ikä?
47 vastausta



Kuvio 2. Vastaajien ikä (n=47)

Kyselyn demografisessa osuudessa otettiin huomioon myös tehtävät, joihin kyselyyn vastanneet hakivat. Kysymys oli avoin, joten vastanneet kirjoittivat itse hakemansa tehtävän nimikkeen sekä ID-numeron, jonka avulla pystyttiin selvittämään, mihin tehtävään henkilö tarkalleen haki. Koska kysymys oli avoin, on sama tehtävänimike kirjoitettu eri tavoin. Tämän vuoksi jouduttiin jokainen vastaus tarkistamaan manuaalisesti ja niiden prosenttiosuus selvittämään uudestaan. Tuloksista selvisi, että vastaajista 41 % haki sosiaali- ja terveysministeriöstä erityisasiantuntijan tehtävää. Myös suuri osa vastaajista (33 %) haki erilaisiin johtotason tehtäviä kuten hankepäällikön, valmistelupäällikön tai valvontapäällikön tehtävää. Assistentin tai sihteerin tehtävästä kiinnostuneita olivat 13 % vastaajista ja 11 % hakivat lääkintöneuvokseen liittyvää tehtävää sekä 2 % lakimiehen tehtävää. Alla olevasta kuviosta nähdään kyselystä selvinneet tulokset.

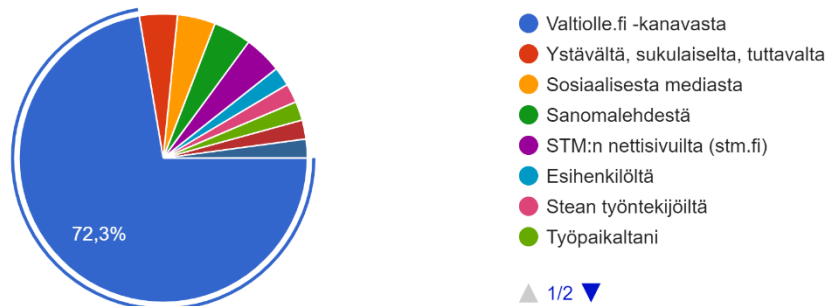


Kuvio 3. Vastaajien hakemat tehtävät (n=47)

Kuviosta neljä huomataan, että suurin osa kyselyyn vastanneista ovat saaneet tiedon STM:n avoinna olleesta työpaikasta Valtiolle.fi -kanavan kautta. Koska suurin osa sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä tapahtuu kyseisessä kanavassa, oli lopputulos ennustettavissa. Loput vastanneista kuuluivat työpaikasta muun muassa ystävältä, sukulaiselta/tuttavalta, sosiaalisesta mediasta, sanomalehdestä tai sosiaali- ja terveysministeriön nettisivuilta. Alla olevasta kuviosta nähdään vastausjakauma esitettyyn kysymykseen.

Mistä sait tiedon avoinna olevasta työpaikasta?

47 vastausta

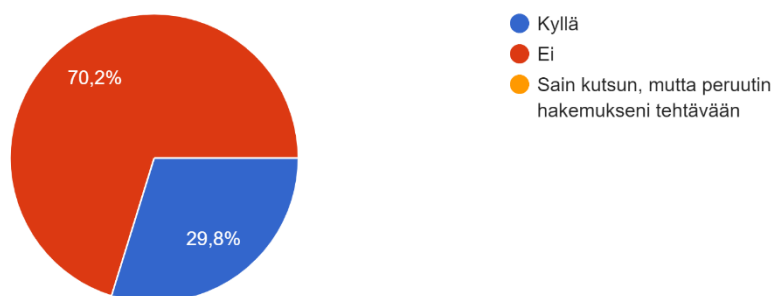


Kuvio 4. Mistä vastaajat saivat tiedon avoinna olevasta työpaikasta? (n=47)

Kyselyssä kartoitettiin myös prosenttiosuus henkilöistä, jotka hakivat tehtävää ja saivat kutsun haastatteluun. 47 vastanneesta 70 % eivät päässeet haastattelukierrokselle asti ja loput 29,8 % saivat kutsun. Kuviosta 5 nähdään hakijoiden vastausjakauma.

Saitko kutsun haastatteluun?

47 vastausta

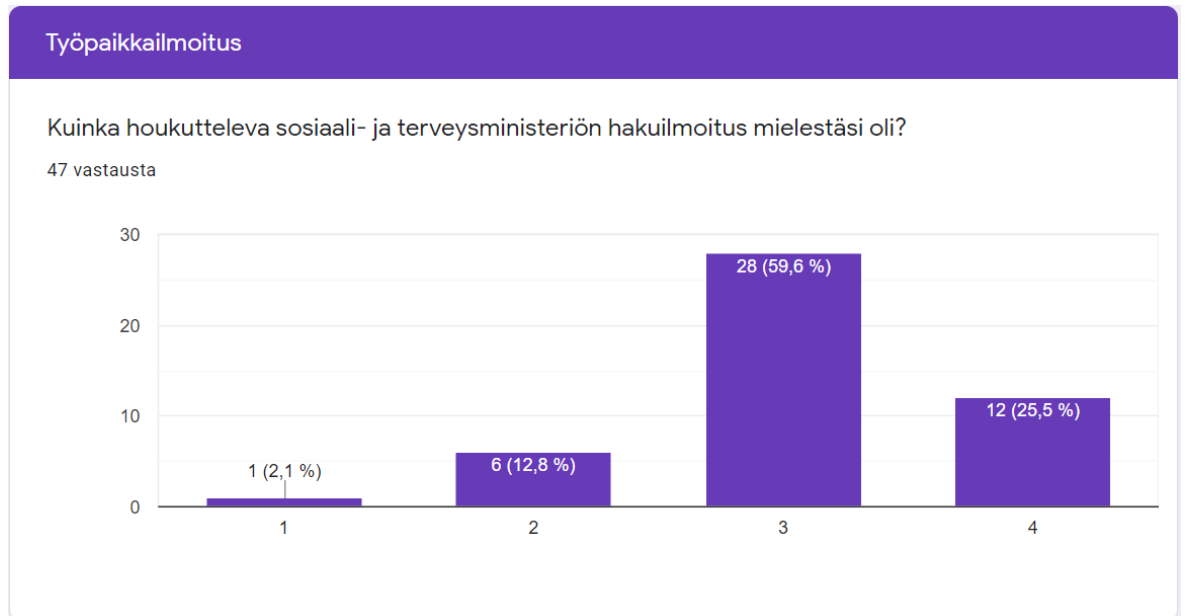


Kuvio 5. Hakijoista haastatteluun kutsutut (n= 47)

6.2 Työpaikkailmoitus

Seuraavassa kyselyn osiossa tiedusteltiin hakijoiden mielipidettä sosiaali- ja terveysministeriön työpaikkailmoituksesta sekä yleisesti siitä, mitä olisi tärkeää mainita työpaikkailmoi-

tuksessa. Aluksi kysyttiin hakijoiden mielipidettä siitä, kuinka houkutteleva sosiaali- ja terveysministeriön hakuilmoitus heidän mielestään oli. Yli puolet vastanneista (59 %) olivat sitä mieltä, että STM:n hakuilmoitus oli houkutteleva, ja 26 % vastasi erittäin houkuttelevan. Vain 2 % olivat sitä mieltä, että hakuilmoitus ei ollut lainkaan houkutteleva ja 13 % eivät pitäneet ilmoitusta kovinkaan houkuttelevana. Kuviosta 6 voidaan tarkastella vastausjakaumaa vielä tarkemmin.

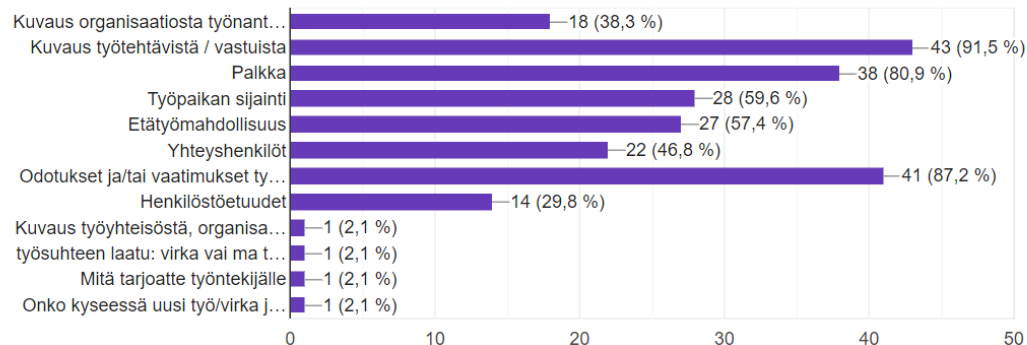


Kuvio 6. Sosiaali- ja terveysministeriön hakuilmoituksen houkuttelevuus (1= Ei lainkaan houkutteleva, 4= Erittäin houkutteleva) (n=47)

Seuraavaksi hakijoilta kysyttiin yleisemmin työpaikkailmoituksesta eli siitä, mitä heidän mielestään olisi tärkeintä mainita ilmoituksessa. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa hakijat saivat valita useamman vaihtoehdon sekä halutessaan lisätä jotain, mitä ei vaihtoehtoisissa mainittu. Lähes kaikki (92 %) vastanneista olivat sitä mieltä, että hakuilmoituksessa tulisi mainita kuvaus työtehtävistä tai vastuista. Yli 80 % vastanneista pitivät myös tärkeänä, että tieto palkasta (81 %) sekä odotuksista / vaatimuksista, joita työnhakijalta odotetaan (87 %) mainittaisiin ilmoituksessa. Lisäksi yli puolet kokivat tärkeänä työpaikan sijainnin (60 %) sekä etätyömahdollisuuden (58 %). Muita tärkeinä pidettäviä mainintoja työpaikkailmoituksessa pidettiin yhteyshenkilöiden mainitsemista (47 %), organisaation kuvausta työnantajana (38 %) sekä henkilöstöetuuksia (30 %). Myös omia yksittäisiä, avoimia vastauksia tuli muutama. Muun muassa kuvausta työyhteisöstä ja organisaatiokulttuurista sekä mainintaa työsuhteen laadusta pidetään tärkeänä. Seuraavasta kuvioista nähdään tarkemmin hakijoiden vastaukset siihen, mitä työpaikkailmoituksessa olisi heidän mielestään tärkeintä mainita:

Mitkä seuraavista olisi mielestäsi tärkeää mainita työpaikkailmoituksessa? Voit valita useamman vaihtoehdon.

47 vastausta



Kuvio 7: Tärkeimmät työpaikkailmoituksessa mainittavat asiat

6.3 Hakijaviestintä

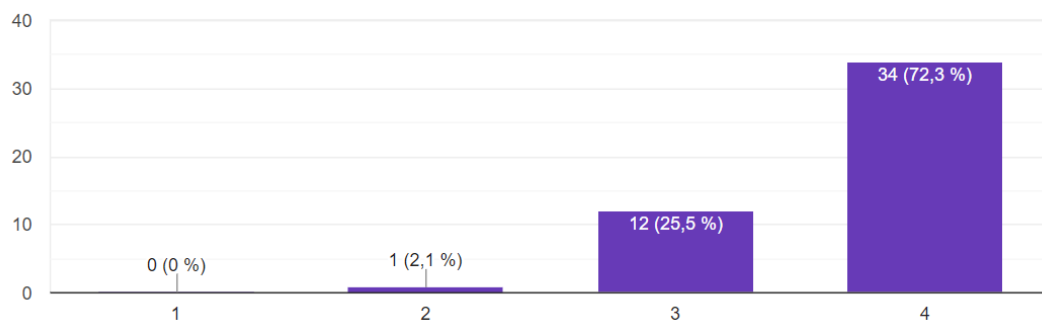
Kyselyn kolmannessa ja viimeisessä osiossa käsiteltiin hakijaviestintää, sen eri vaiheita sekä sosiaali- ja terveysministeriön työnantajakuva. Osion alussa mainittiin, mitä kyselyssä hakijaviestinnällä tarkoitetaan ja hakijoita pyydettiin vastaamaan osion kysymyksiin, sillä kokemuksella, mikä heille sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä jäi.

Osion ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin, kuinka tärkeänä hakijat kokevat hakijaviestinnän rekrytointiprosessin aikana. Tulokset olivat odotuksenmukaiset, sillä 72 % vastanneista pitivät hakijaviestintää erittäin tärkeänä ja 26 % tärkeänä. Vain yksi vastanneista (2 %) ei antanut hakijaviestinnän tärkeydelle kovinkaan suurta painoarvoa. Alla oleva kuvio (8) havainnollistaa hakijoiden vastausjakauman.

Hakijaviestintä

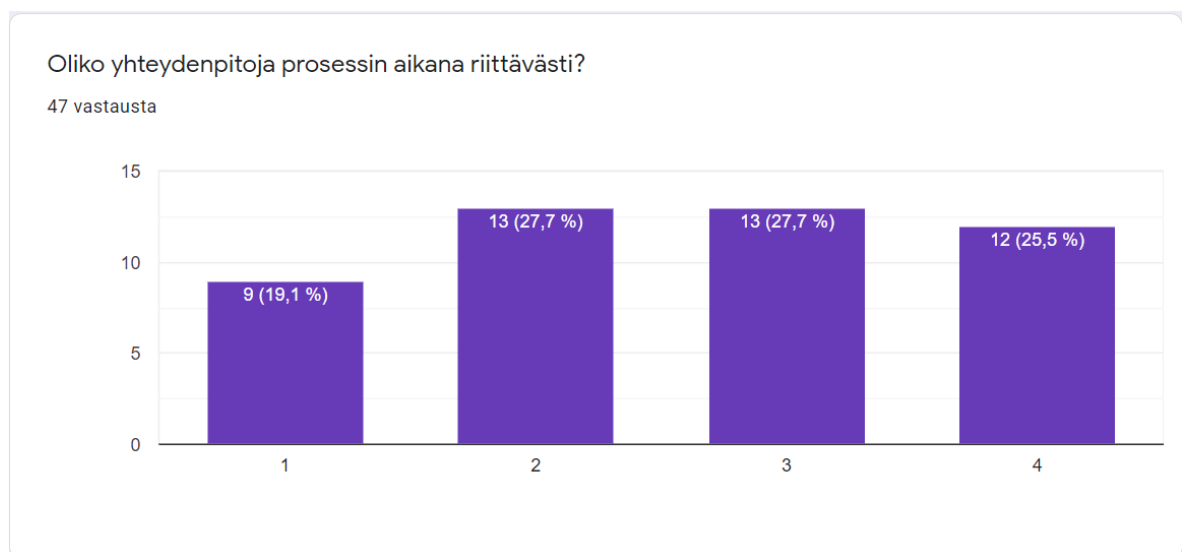
Kuinka tärkeänä koet hakijaviestinnän rekrytointiprosessin aikana?

47 vastausta



Kuvio 8: Hakijaviestinnän tärkeys rekrytointiprosessin aikana (1= Ei lainkaan tärkeä, 4= erittäin tärkeä) (n= 47)

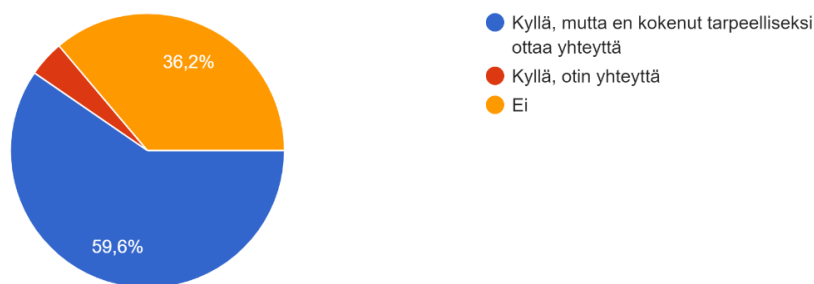
Seuraavaksi hakijoita pyydettiin vastaamaan kysymykseen ”Oliko yhteydenpitoja prosessin aikana riittävästi?” asteikolla yhdestä neljään (1= ei lainkaan riittävästi, 4= erittäin riittävästi). Kysymyksen vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti jokaiseen asteikkoon. 26 % hakijoista olivat sitä mieltä, että yhteydenpitoja oli riittävästi ja 19 % kokivat, että yhteydenpitoja ei ollut lainkaan riittävästi. Suurimmat vastausprosentit (28 %) jakautuivat 2 ja 3 välille. Alla olevasta kuviosta (9) nähdään hakijoiden vastausjakauma vielä tarkemmin.



Kuvio 9: Yhteydenpidot hakuprosessin aikana (1= Ei lainkaan riittävästi, 4= Erittäin riittävästi) (n= 47)

Yli puolet kyselyyn vastanneista hakijoista (57 %) olivat sitä mieltä, että hakuilmoituksen yhteyshenkilöön olisi ollut helppo ottaa yhteys rekrytointiprosessin aikana, mutta he eivät kuitenkaan kokeneet yhteydenottoa tarpeelliseksi. 36 % kokivat, että yhteydenotto yhteyshenkilöön olisi ollut haasteellista. Vain 4 % vastanneista ottivat yhteyttä yhteyshenkilöön. Seuraava kuvio havainnollistaa hakijoiden vastaukset esitettyyn kysymykseen:

Tuntuiko, että hakuilmoituksen yhteyshenkilöön olisi ollut helppo ottaa yhteys rekrytointiprosessin aikana?
47 vastausta



Kuvio 10: Hakuilmoituksen yhteyshenkilön saavutettavuus (n=47)

Edelliseen kysymykseen liitettiin myös avoin kysymys, jossa haluttiin selvittää, miten yhteydenpito sujui, jos yhteyshenkilöön saatiin yhteys tai häntä koitettiin tavoittaa. Vastauksia tuli yhteensä 7/47, joten vastausprosentti tässä kysymyksessä oli 15 %. Vastaukset vaihtelivat positiivisesta negatiiviseen.

” Puhelinkeskustelu etukäteen hyvin informatiivinen. Myöhemmät sähköpostiviestit myös hyvin informatiivisia, sekä positiivisia sävyiltään”.

Avoimista vastauksista huomattiin myös, että yhteyshenkilöön on koitettu saada yhteys, mutta vastausta ei ole saatu. Alla olevasta taulukosta nähdään hakijoiden avoimia vastauksia esitettyyn kysymykseen: ”jos otit yhteyttä, miten yhteydenpito mielestäsi sujui?”

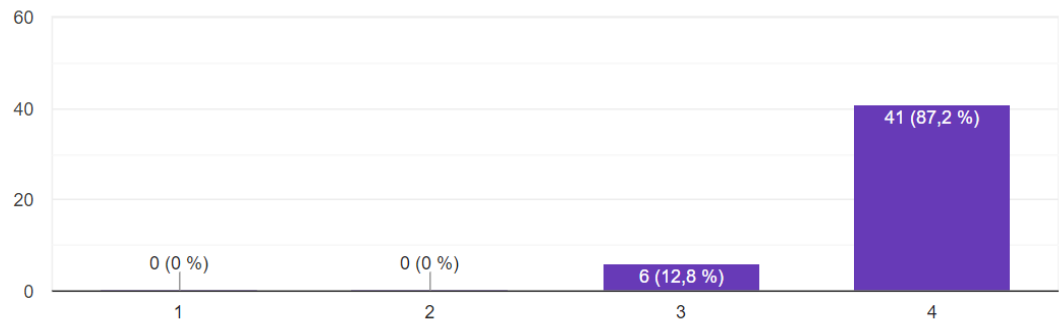
Taulukko 1. Hakijoiden avoimia vastauksia kysymykseen siitä, miten yhteydenpito sujui, jos yhteyshenkilöön saatiin yhteys tai häntä koitettiin tavoittaa.

”Huonosti. Pyysin palautetta haastattelusta mutta sähköpostiini ei edes vastattu”.
”Soitin, mutta en tavoittanut”.
”Hyvin”.

Tutkimuksen seuraavassa kysymyksessä kysyttiin hakijoilta sitä, kuinka tärkeää on heidän mielestään tiedottaa rekrytointiprosessin etenemisestä hakuajan päätyttyä. Kyselyyn vastanneista kaikki pitivät tiedottamista tärkeänä. Vastauksia mitattiin asteikolla yhdestä neljään (1= ei lainkaan tärkeä, 4= erittäin tärkeä). Kaikki kyselyyn vastanneista, vastasit joko 4 (87 %) tai 3 (13 %). Alla oleva kuvio (11) havainnollistaa kysymyksen tulokset.

Kuinka tärkeää on mielestäsi tiedottaa rekrytointiprosessin etenemisestä hakuajan päätyttyä?

47 vastausta

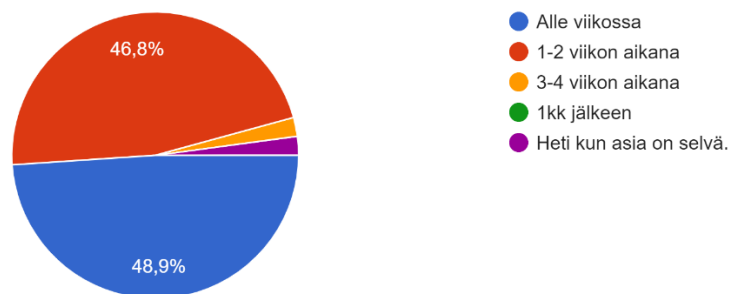


Kuvio 11: Rekrytointiprosessin etenemisestä tiedottamisen tärkeys hakuajan päätyttyä (1= Ei lainkaan tärkeä, 4= Erittäin tärkeä) (n=47)

Nopea yhteydenotto hakijaan hakuajan päättymisen jälkeen koetaan kyselyyn vastanneiden kesken tärkeänä. 49 % vastanneista ovat sitä mieltä, että organisaation tulisi ottaa yhteys hakijaan viikon sisään hakuajan päättymisestä ja 47 % taas odottavat vastausta 1–2 viikon aikana.

Kuinka nopeasti organisaation tulisi mielestäsi ottaa hakijaan yhteys hakuajan päättymisen jälkeen?

47 vastausta

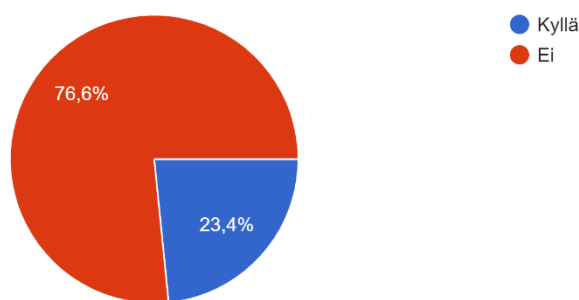


Kuvio 12: Yhteydenotto hakijoihin hakuajan päättymisen jälkeen (n=47)

Tutkimuksessa selvitettiin, muuttuiko heidän mielikuvansa sosiaali- ja terveysministeriöstä työnantajana hakuprosessin aikana. Hakijoista 77 % eivät kokeneet mielikuvansa muuttuneen hakuprosessin aikana ja 23 % kokivat sen muuttuneen. Seuraava kuvio havainnollistaa hakijoiden vastausjakauman.

Muuttuiko mielikuvasi sosiaali- ja terveysministeriöstä työnantajana tämän hakuprosessin aikana?

47 vastausta



Kuvio 14: Hakijoiden mielikuvan muuttuminen sosiaali- ja terveysministeriöstä työnantajana hakuprosessin aikana (n= 47)

Hakijoita, jotka vastasivat aiempaan kysymykseen kyllä, pyydettiin tarkentamaan avoimen kysymyksen avulla sitä, miksi ja miten heidän mielikuvansa STM:stä hakuprosessin aikana muuttui. Vastauksia kysymykseen tuli 10/47, joten vastausprosentiksi muodostui 21 %. Avoimeen kysymykseen vastanneista 60 % kokivat mielikuvansa muuttuneen aiemmasta huonompaan. Syitä olivat muun muassa hakuprosessin kesto ja huono yhteydenpito hakijaan hakuprosessin aikana. Lisäksi toivottiin perusteluita rekrytointipäätöksestä. Avoimeen kysymykseen vastanneista 20 % kokivat mielikuvansa STM:stä muuttuneen positiivisempaan suuntaan. Syitä positiiviseen mielikuvaan oli muun muassa ammattitaitoiseksi koettu rekrytointiprosessi ja hakijaviestintään panostaminen. 20 % vastauksista voidaan tulkita joko positiiviseksi tai negatiiviseksi. Seuraavassa taulukosta nähdään hakijoiden avoimia vastauksia työnantajakuvan muuttumisesta:

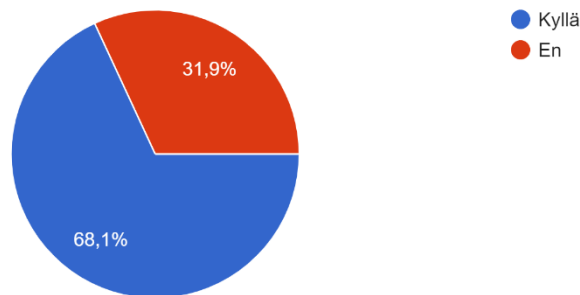
Taulukko 2. Hakijoiden avoimia vastauksia työnantajakuvan muuttumisesta

En saanut perusteita miksi minua ei valittu tehtävään.
Rekrytoinnin hakijaviestintään on panostettu. Hakuilmoituksen sisällön kattavuuteen tulisi panostaa vielä lisää.
Työnantaja ei arvosta käytännön kokemusta eikä tutkijakoulutustakaan, hallinnon kokemus ratkaisi haun.
Rekrytointiprosessi oli miellyttävä ja ammattitaitoisesti hoidettu.
Huonoon suuntaan, ei haastatteluun kutsussa/päätöksessä voi kestää monta kuukautta.
Huononi. Haastattelussa oli yllättävää, millä tavoin STM:stä työnantajana puhuttiin. Luovattua soittoa haastattelun jälkeen siitä, tulinko valituksi vai en, ei koskaan tullut. Seuraava yhteydenotto oli (toisen henkilön) nimityskirje.

Hakijoita pyydettiin kertomaan, hakisivatko he uudestaan töihin sosiaali- ja terveysministeriön kyseisen hakuprosessin perusteella. 68 % vastanneista vastasivat myönteisesti, kun taas 31 % eivät hakisi uudestaan.

Tämän hakuprosessin perusteella, hakisitko uudestaan töihin sosiaali- ja terveysministeriöön?

47 vastausta



Kuvio 15: Kyselyyn vastanneiden mielipide siitä, hakisivatko he uudestaan töihin sosiaali- ja terveysministeriöön käydyn hakuprosessin perusteella. (n= 47)

Hakijat, jotka vastasivat aiempaan kysymykseen kieltävästi, pyydettiin kuvailemaan syitä päätökseensä. Koska kieltäviä vastauksia tuli 15/47 ja avoimeen kysymykseen tuli vastauksia 11/15, muodostui vastausprosentiksi 73 %. Yli puolet avoimen kysymyksen vastauksista (55 %) liittyivät hakijoiden tunteeseen nimittämispäätöksen epäoikeudenmukaisuudesta.

”Nimittämistä koskevan päätöksen mukaan valinnassa painotettiin ainoastaan henkilön kokemusta ja osaamista. Haluan työskennellä organisaatiossa, johon henkilöitä ei valita pelkästään näiden perusteella, vaan myös persoonaa ja sopivuutta työyhteisöön pidetään tärkeänä”.

27 % vastaajista sanoivat syyksi ikävän kokemuksen rekrytointiprosessista ja huonon viestinnän hakuprosessin aikana. 9 % vastasi, että lähetetyt hakemukset eivät tuota tulosta päästä haastatteluun. Seuraavassa taulukossa on hakijoiden vastauksia kootusti.

Taulukko 3. Hakijoiden avoimia vastauksia kysymykseen: ”Jos vastasit aiempaan kysymykseen kieltävästi, kuvaile syitä, jotka vaikuttivat päätökseesi.”

Koko prosessi vaikutti ennalta päätetyltä. Oli selvää, että tehtävään haluttiin mies, mikä näkyi haastattelusta jatkoon päässeiden valinnassa, kun heikommallakin kokemuksella ja osaamisella pääsi jatkoon.

Täsmällisempi vastaus olisi en osaa sanoa, minkäänlaista viestintää hakuprosessin päättymisen jälkeen ei ollut eri stepeistä, vain hiljaisuus, joka ei ikinä ole positiivista.

Olen hakenut useampaan valtion paikkaan, mutta en ole koskaan saanut edes haastattelukutsua (useampi tutkinto ja monipuolinen työkokemus, mutta 50 vuoden ikä).
Nimenomaan rekrytointiprosessin perusteella vastaisin kyllä, sillä etenemisestä tulisi tiedottaa selkeämmin. Muuten STM on mielestäni mielenkiintoinen paikka.
Koen, että koulutustani ei arvosteta valtion virkoihin hakiessani.

Hakijoita, jotka vastasivat myöntävästi siihen, hakisivatko he uudestaan sosiaali- ja terveysministeriöön töihin, pyydettiin kuvailemaan syitä, jotka vaikuttivat heidän päätökseensä. Avoimeen kysymykseen saatiin vastauksia 21/32, joten vastausprosentiksi muodostui 66 %. Vastanneista 43 % hakisivat ministeriöön uudestaan töihin tärkeiden ja mielenkiintoisten työtehtävien takia, mutta he eivät maininneet hakuprosessia syyksi uudelleenhakemiselle.

”Näköalapaikka, jossa mahdollisuus valtakunnallisella tasolla vaikuttaa toimintojen kehittämiseen. Hyvin mielenkiintoinen ja haastava”.

24 % vastanneista hakisivat uudestaan arvostetun/ luotettavan työnantajan vuoksi ja 14 % pitivät hakuprosessia hyvänä. 19 % hakijoista sanoivat, että hakuprosessilla ei juurikaan ollut vaikutusta siihen, hakisivatko he ministeriöön uudestaan töihin.

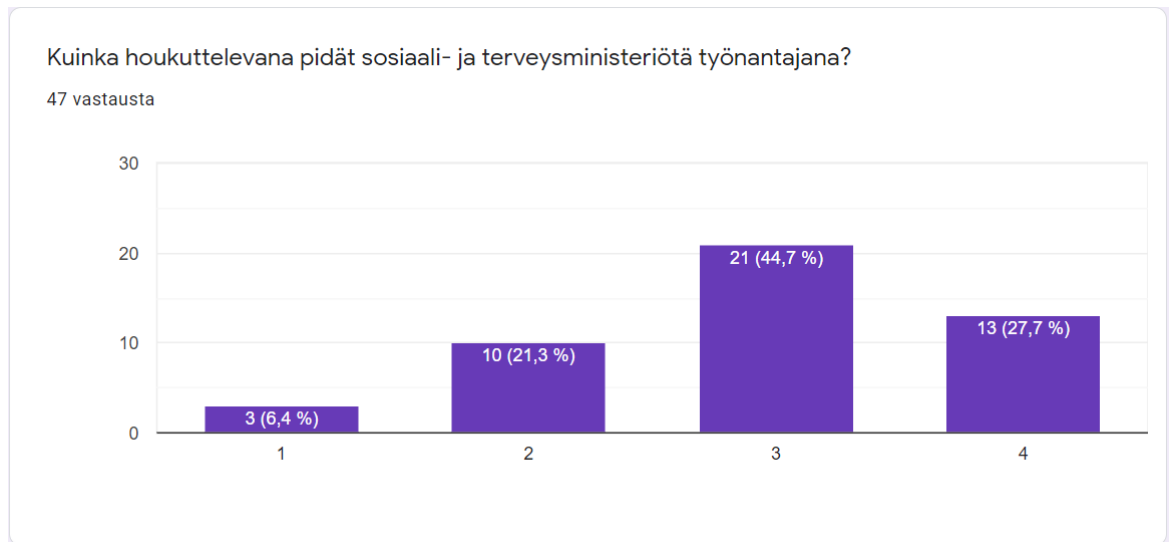
”Reilut ja asiantuntevat haastattelijat, oikeudenmukaisen tuntuinen rekrytointi, kiinnostavat työntehtävät”.

Alla olevassa taulukossa nähdään hakijoiden vastauksia esitettyyn avoimeen kysymykseen.

Taulukko 4. Hakijoiden avoimia vastauksia siihen, miksi he hakisivat uudestaan sosiaali- ja terveysministeriöön töihin.

Työ ja tehtävät ovat tärkeitä..mielikuva työstä ministeriössä on hyvin kiireistä, tämän prosessin myötä mielikuva muuttui inhimillisemmäksi.
Arvostettu organisaatio hyvä palkka osaamiseni huomioiminen.
Ripeä prosessi, hyvä viestintä ja selkeä hakuprosessi sekä hyvä työnantajakuva.
Prosessi on sujuva, kun kertaalleen kankean hakujärjestelmän tiedot (opinnot ja työkokemus) syötetty
Reilut ja asiantuntevat haastattelijat, oikeudenmukaisen tuntuinen rekrytointi, kiinnostavat työntehtävät.

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin sosiaali- ja terveysministeriön työnantajakuva, tarkemmin ottaen sitä, kuinka houkuttelevana hakijat pitävät sosiaali- ja terveysministeriötä työnantajana. Suurin osa (72 %) hakijoista pitävät organisaatiota houkuttelevana ja 21 % eivät pidä ministeriötä työnantajana kovinkaan houkuttelevana. Vain 6 % antoivat kuitenkin houkuttelevuudelle huonoimman arvosanan. Kaiken kaikkiaan voidaan päätellä, että sosiaali- ja terveysministeriö on suurimmilta osin hakijoiden mielestä houkutteleva työnantaja. Kuvio 16 havainnollistaa saadut tulokset STM:n houkuttelevuudesta työnantajana:

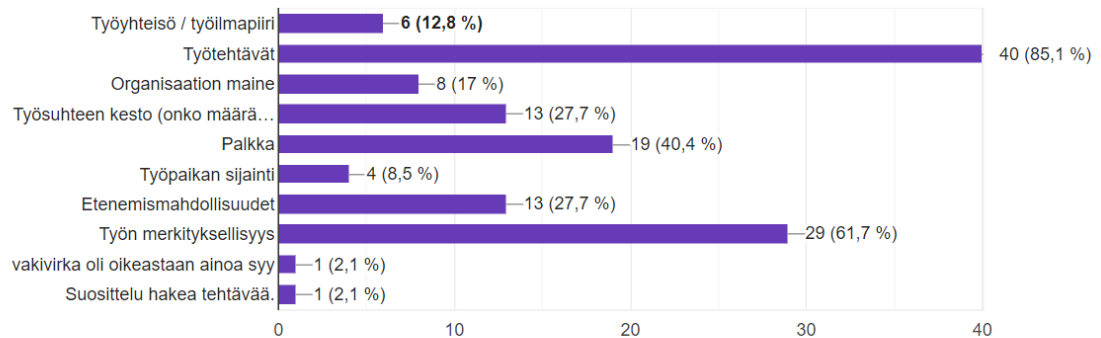


Kuvio 16: sosiaali- ja terveysministeriön houkuttelevuus työnantajana (1= En lainkaan houkuttelevana, 4= Erittäin houkuttelevana) (N=47)

Hakijoita pyydettiin valitsemaan annetuista vaihtoehtoista, miksi he hakivat töihin sosiaali- ja terveysministeriöön. Heitä pyydettiin luettelemaan annetuista vaihtoehtoista kolme tärkeintä. Suurimpina tekijöinä hakemiseen olivat työtehtävät (85 %), työn merkityksellisyys (62 %) ja palkka (40 %). Etenemismahdollisuudet sekä työsuhteen kesto saivat molemmat 28 % ja organisaation maine 17 %. Myös työyhteisöä / työilmapiiriä pidettiin melko tärkeänä (13 %). Annetuista vaihtoehtoista vähiten ääniä sai työpaikan sijainti (9 %). Kysymyksessä mahdollisuus kirjoittaa jokin myy syy, jota ei listassa mainittu. Yksi hakijoista (2 %) sanoi ainoaksi syyksi sen, että kyseessä oli vakituinen virka ja yksi sanoi taas hakenensa tehtävää, koska hänelle suositeltiin tätä. Alla oleva kuvio 17 havainnollistaa hakijoiden vastauksia niistä tekijöistä, jotka vaikuttivat heidän päätöksiinsä hakea töihin sosiaali- ja terveysministeriöön.

Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, että hait sosiaali- ja terveysministeriöön? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä.

47 vastausta

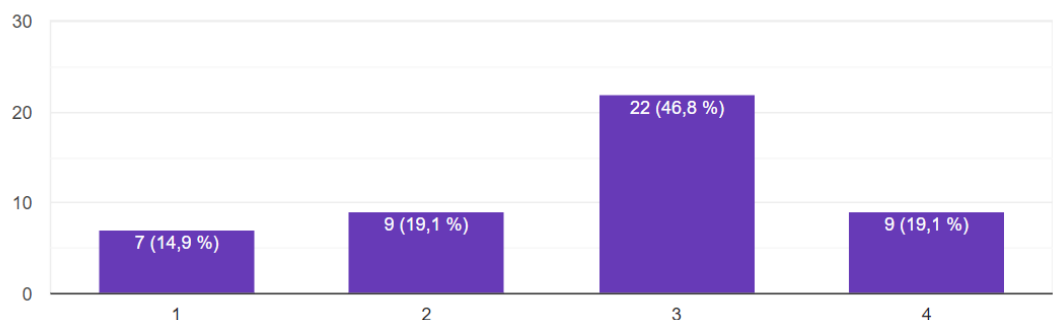


Kuvio 17: Tekijät, jotka vaikuttivat hakijoiden päätökseen hakea paikkaa sosiaali- ja terveysministeriöstä. (N=47)

Tutkimuksessa selvitettiin myös sitä, kuinka todennäköisesti hakijat suosittelisivat käydyn hakuprosessin perusteella sosiaali- ja terveysministeriötä muille. Vastaajista 19 % suosittelisivat ministeriötä erittäin todennäköisesti ja 47 % vastaajista todennäköisesti. Vastaajista 19 % eivät suosittelisi organisaatiota kovinkaan todennäköisesti ja 15 % eivät lainkaan todennäköisesti. Seuraava kuvio (18) kuvaa vastausjakamaa.

Tämän hakuprosessin perusteella, kuinka todennäköisesti suosittelisit sosiaali- ja terveysministeriötä muille?

47 vastausta



Kuvio 18: Hakijoiden mielipide siitä, kuinka todennäköisesti he käydyn hakuprosessin perusteella suosittelisivat sosiaali- ja terveysministeriötä muille. (1= En lainkaan todennäköisesti, 4= Erittäin todennäköisesti) (N=47)

Lopuksi vastanneita pyydettiin vielä kuvailemaan omin sanoin, miten sosiaali- ja terveysministeriö voisi jatkossa kehittää hakijaviestintäänsä rekrytointiprosessin aikana. Kehittämisehdotuksia tuli 11/47, joten vastausprosentti avoimeen kysymykseen oli 23 %. Vastauksissa kehoitettiin muun muassa panostamaan hakijoiden informointiin hakuprosessin aikana ja nopeuttamaan itse hakuprosessia. Lisäksi rekrytoinnista toivottiin monimuotoisempaa. Myös hakulomakkeeseen toivottiin parannuksia. Seuraavassa taulukossa on hakijoiden vastauksia kootusti.

Taulukko 5. Hakijoiden avoimia vastauksia siihen, miten sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää voisi heidän mielestään kehittää rekrytointiprosessin aikana.

Haastatella hakijat ja miettiä olisiko hyvä palkata henkilöitä, joilla on erilainen kokemus ja osaaminen, tällöin ehkä myös ministeriö näkisi päätettävät asiat useammasta näkökulmasta.
Valintaprosessiin kului paljon aikaa. Luulin paikan jääneen kokonaan täyttämättä.
Ei mielestäni kehittämistarpeita tapauksessa, jolloin hakijaa ei kutsuta haastatteluun. Riittää, että ilmoitetaan ettei päässyt jatkoon (haastatteluun) ja erittäin hyödyllistä on saada valinnan jälkeen perusteluista, joihin valinta perustui. Sitä arvostan ja se on hyödyllistä tietoa.
Ymmärrys Yamk-koulutuksesta
Viestintä kaikille hakijoille miten haku etenee, missä mennään, olisi hyvä parannus

7 Johtopäätökset ja suositukset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on analysoida ja kehittää sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää sekä tutkia hakijaviestinnän vaikutusta hakukokemukseen ja työnantajamielikuvaan. Työn tutkimuskysymykset ovat: ”Mitä mieltä hakijat olivat talven 2021–2022 hakijaviestinnästä?” ”Miten hakijaviestintä on vaikuttanut hakijoiden työnantajamielikuvaan?” sekä ”Miten sosiaali- ja terveysministeriö voisi kehittää hakijaviestintää?”

Työssä selvitettäviin tutkimuskysymyksiin etsitään vastauksia teoreettisen viitekehyksen sekä sosiaali- ja terveysministeriön hakijoille tehdyn kyselytutkimuksen avulla. Teoriaosuudessa käsitellään aluksi rekrytointiprosessin eri vaiheet, jonka jälkeen siirrytään käsittelemään hakijaviestintää sekä sen vaikutusta työnantajamielikuvaan. Lisäksi tutkimuksessa esitellään lyhyesti myös toimeksiantaja ja tämän nykyinen rekrytointiprosessi. Empiirisessä osiossa tutkitaan sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää ja hakijoiden hakukokemusta sekä sitä, miten koko hakuprosessi vaikuttaa heidän käsitykseensä STM:stä työnantajana.

Sekä tietoperustan, että kyselytutkimuksen tuloksien perusteella voidaan todeta, että hakijaviestinnän merkitys kasvaa yrityksissä/organisaatioissa nopeasti. Kyselytutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa huomataan, että hakijat kokevat rekrytointiprosessin hakijaviestinnässä suurimmaksi ongelmaksi aikatauluttamisen ja siitä viestimisen hakijoille. Tyytymättömyyttä koetaan myös rekrytointipäätöksestä. Aikatauluttamiseen ja siitä viestimiseen voidaan helposti vaikuttaa muun muassa selkeällä rekrytointisuunnitelmalla ja sitä seuraamalla. Rekrytointipäätöksestä johtuvaan tyytymättömyyteen voidaan vaikuttaa haastattelun ja rekrytointipäätöksen jälkeisellä viestimisellä. Perustelemalla valinta hakijoille rekrytointipäätöksen lisäksi on hyvä tapa parantaa hakijoiden hakukokemusta ja tunnetta oikeudenmukaisesta rekrytointipäätöksestä.

Osa hakijoista toivoo sosiaali- ja terveysministeriön rekrytoinnista monimuotoisempaa. Kuten teoriaosuudessa todettiin, monimuotoisuutta voitaisiin lisätä muun muassa automatisoimalla rekrytointiprosessia. Automatisoitu ansioluetteloiden käsittely vähentävät tiedostamattoman suosimisen riskiä ja samalla säästävät rekrytoijien aikaa. Lisäksi monimuotoisuutta voidaan helpottaa anonyymilla rekrytoinnilla ja tietyissä tilanteissa myös positiivisen erityiskohtelun avulla (ks. kappale 3.3.1 Monimuotoisuus rekrytoinnissa). Kuten kyselyn tuloksistakin huomaa, STM:n työyhteisön diversiteettiä olisi hyvä lisätä hankkimalla organisaatioon enemmän eri ikää, sukupuolta ja kansalaisuutta olevia työntekijöitä. Hyvä tapa monimuotoisempaan rekrytointipäätökseen on myös varmistaa, että haastattelutilanteessa

olisi vähintään kaksi mahdollisimman erilaista haastattelijaa. Erilaisuudella tässä tarkoitetaan eri ominaisuuksia omaavia henkilöitä. Monimuotoisemman hakijamäärän lisäämiseksi voitaisiin hyödyntää myös hakijaviestinnässä eri sosiaalisen median kanavia. Tällä hetkellä rekrytointi keskittyy pääosin vain Valtiolle.fi -kanavaan, mutta hakuilmoituksen näkyvyyttä voitaisiin lisätä hyödyntämällä enemmän esimerkiksi LinkedInia, Instagramia tai Twitteriä. (Työterveyslaitos s.a.)

Sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintä koetaan lähtökohtaisesti hyvänä ja muun muassa työpaikkailmoitukseen ollaan kohtalaisen tyytyväisiä. Kyselyn tuloksia tarkasteltaessa huomataan, että hakijoiden mielestä erityisen tärkeää on nopea tiedottaminen rekrytointiprosessin etenemisestä jo heti hakuajan päätyttyä. Kyselyyn vastanneiden yleisimmät syyt sosiaali- ja terveysministeriöön hakemiseen ovat työtehtävät, työn merkityksellisyys ja palkka. Samat vastaukset toistuvat myös, kun hakijoilta kysytään työpaikkailmoituksesta. Tulosten mukaan hakijat toivovat työpaikkailmoitukselta erityisesti selkeyttä ja informatiivisuutta. Tärkeintä olisi mainita työtehtävät ja vastuut, odotukset/vaatimukset sekä palkka. Lisäksi etätyöskentelyn mahdollisuus kiinnostaa hakijoita ja tätä pidetään nykyään tärkeänä tietona työpaikkaa valitessa. Teoriaosuudessa mainitaan Pandologic -yrityksen laatimasta tutkimuksesta, jossa selvisi, että esimerkiksi palkan lisääminen hakuilmoitukseen lisäsi hakijamäärää jopa 12 %. Tämä tutkimus vahvistaa oman kyselytutkimuksen vastausten reliabiliteettia. Teknologian kehittyminen sekä etätyöskentelyn mahdollisuuden lisääntyminen vaikuttavat siis väijäämättä myös hakuprosessiin ja tämä huomattiin myös kyselytutkimuksen tuloksissa.

Voidaan myös todeta, että yhteyksiä onnistuneen hakuprosessin ja toimeksiantajan työnantajamielikuvan välillä löytyy. Positiivisen mielikuvan syntymiseen vaikuttivat tutkimuksen tuloksien mukaan muun muassa ammattitaitoiseksi koettu rekrytointiprosessi ja hakijaviestintään panostaminen. Negatiivisia syitä olivat taas hakuprosessin kesto ja huono yhteydenpito hakijaan. Huono yhteydenpito hakijaan voi johtua kiireestä ja siitä, että unohdetaan, kuinka tärkeä osa hakijakokemusta tiedottaminen hakuprosessin aikana on. Viestintää voidaan helposti lisätä seuraamalla rekrytointisuunnitelmaa ja korostamalla tiedottamisen tärkeyttä esimerkiksi rekrytointipäätöksestä vastuussa oleville työntekijöille. Hakuprosessin keston taas voidaan vaikuttaa laatimalla tarkka tarveanalyysi ja rekrytointisuunnitelma. Rekrytointisuunnitelmaa seuraamalla ja etukäteen tehdyllä tarveanalyysillä on suuri vaikutus niin hakijan valintaan kuin rekrytointiprosessin etenemiseen kokonaisuudessaan. Hakuprosessin keston voidaan vaikuttaa myös aiemmin mainitulla rekrytointiprosessin automatisoinnilla. Varsinkin, jos hakijoita on satoja, nopeuttaa tämä rekrytointiprosessia ja samalla myös helpottaa rekrytoijien työkuormaa.

Tulevaisuudessa jatkotutkimusvaihtoehtoina voitaisiin käyttää kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, keskittyen hakijaviestintään ja työnantajamielikuvaan. Omassa tutkimuksessani perusjoukkona olivat kaikki sosiaali- ja terveysministeriöön talven 2021-2022 aikana hakeet hakijat. Jatkotutkimuksissa voisi toteuttaa monia kyselyitä keskittyen pienempiin perusjoukkoihin, jolloin voidaan selvittää tarkemmin, mihin kohderyhmään hakijaviestinnän ongelmat kohdistuvat. Yksi tutkimusesimerkki voisi olla 18–30-vuotiaille hakijoille kohdistettu kysely, jossa selvitetään nuoremman sukupolven motiiveja hakea töihin ministeriöön ja heidän hakukokemustaan rekrytointiprosessin aikana. Kuten tässäkin tutkimuksessa, myös jatkotutkimuksessa kysely olisi hyvä tehdä hakuprosessin viimeisessä vaiheessa heti rekrytointipäätöksen jälkeen, jolloin koko hakuprosessi on hakijalla vielä tuoreessa muistissa. Toisen jatkotutkimuksen aihe voisi olla esimerkiksi teknologian kehittyminen ja diversiteetti rekrytointiprosessin aikana, sillä nämä ovat jatkuvasti esillä nykypäivän rekrytoinnissa, jonka seurauksesta niiden vaikutus myös hakijaviestintään sekä työnantajamielikuvaan on suuri.

Yhteenvedona voidaan siis todeta, että sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää pidetään lähtökohtaisesti hyvänä ja erityisesti työpaikkailmoitukseen ollaan tyytyväisiä. Suurimmaksi ongelmaksi koetaan aikatauluttaminen ja siitä viestiminen hakijoille. Lisäksi monet ilmaisivat tyytymättömyytensä rekrytointipäätökseen ja osa toivoo rekrytoinnista monimuotoisempaa. Kuten aiemmin jo todettiin, ongelmat aikatauluttamisesta ja rekrytoinnin aikataulun viestimisestä voidaan ratkaista tarkalla rekrytointisuunnitelmalla. Rekrytointipäätöksestä johtuvaan tyytymättömyyteen taas voidaan vaikuttaa rekrytointipäätöksen jälkeisellä viestimisellä. Kun hakijoille perustellaan rekrytointipäätös, on todennäköisempää, että heille jää loppuen lopuksi positiivinen hakijakokemus. Monimuotoisuuden lisäämiseen voidaan jo aiemmin todetun mukaan vaikuttaa muun muassa rekrytointiprosessin automatisoinnilla, haastattelijoiden valinnalla ja sosiaalisen median kanavien hyödyntämisellä. Nämä vaikuttavat myös työnantajamielikuvan syntymiseen hakijaviestinnässä.

Hakijaviestintä sekä työnantajamielikuva ovat tällä hetkellä ajankohtainen aihe niin työnantajien kuin hakijoidenkin keskuudessa ja tätä pyritään jatkuvasti kehittämään yrityksissä/organisaatioissa. Tämän vuoksi tutkimuksesta saadut tulokset ovat arvokasta tietoa myös sosiaali- ja terveysministeriölle. Tutkimukseni korostaa hakijaviestinnän merkitystä niin hakukokemukseen kuin työnantajamielikuvaankin liittyen.

8 Arviointi

8.1 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Kuten kaikissa tutkimuksissa, tässäkin opinnäytetyössä mittarin luotettavuudella on tärkeä rooli. Mittauksen luotettavuuteen vaikuttavat niin sisällöllisetkin kuin tilastollisetkin tekijät ja sen laadukkaaseen mittaukseen tarvitaan usein monen eri henkilön yhteistyötä. Luotettavuudesta puhuttaessa käytetään usein termejä validiteetti ja reliabiliteetti. Kiteytettynä validiteetti kuvaa sitä, onko tutkimuksessa mitattu sitä, mitä on suunniteltu. Reliabiliteetista voidaan sanoa, että mitä vähemmän mittauksen yhteydessä on syntynyt virheitä, sitä parempi reliabiliteetti on. Luotettavan mittarin tulisi siis olla sekä reliaabeli että validi, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan pitää luotettavina. (Vehkalahti 2019, 40–42)

Validi tutkimus mittaa siis juuri sitä, mitä tutkimuksen alussa asetettiin tavoitteeksi. Tämän tutkimuksen validiteetti varmistettiin jo aluksi huolellisella suunnittelulla ja tarkasti tehdyllä tiedonkeruulla. Huolellinen alkutyö varmisti sen, että tutkimus mittasi sitä, mitä oli tarkoitus ja, että alussa laadittuihin tutkimuskysymyksiin löydettiin vastaukset. Tutkimuksen kysely lähetettiin yli 400 kohderyhmään kuuluvalla henkilölle ja vastausmääräksi muodostui lopulta 47 henkilöä. Vertaamalla näiden 47 henkilön vastauksia tutkimuksen teoriaosuuteen kerättyihin tietoihin, löydettiin vastaukset tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin. Tutkimuksen validiteettia nostaa myös perusjoukon selkeä määrittely ja mahdollisen otoksen onnistuminen. Tässä tutkimuksessa myös perusjoukko määriteltiin selkeästi jo ennen kyselylomakkeen laatimista. (Heikkilä 2014, 11)

Tutkimuksen reliabiliteetti voidaan jakaa kahteen osatekijään: stabiliteettiin ja konsistenssiin. Stabiliteetti mittaa sitä, kuinka muuttuva mittari on ajan mukana. Stabiliteetin varmistamiseksi voidaan tehdä säännöllisiä mittauksia tietyn väliajoin. Tutkimuksen stabiliteettia ei siis voida tässä tutkimuksessa mitata, sillä se ei aikataulu – ja budjettisyydestä ole mahdollista. Tutkimuksen korkea konsistenssi eli yhtenäisyys taas tarkoittaa sitä, että sama ilmiö mitataan kahdella eri mittauksella, tulosten pysyessä samana. (Kananen 2011, 120)

Reliaabelin tutkimuksen tunnistaa siitä, että se antaa tarkkoja tuloksia ja, että tutkimus voidaan toistaa eri mittauskerroilla sekä eri mittaaajien toimesta niin, että tutkimuksesta saadaan aina samat tulokset. Tuloksen reliabiliteettiin vaikuttavat myös otoksen suuruus ja samankaltaisuus perusjoukkoon verrattaessa, oikeanlainen ja tarkka tiedonkeruu sekä tulosten jokaisen vaiheen tarkka kirjaaminen ja käsittely. (Heikkilä 2014, 11) Tämän tutkimuksen teorian hankinnassa on käytetty lukuisia eri englanninkielisiä ja suomenkielisiä

lähteitä. Lähteet ovat peräisin eri tieteellisistä artikkeleista ja julkaisuista, kirjoista, tutkimuksista ja blogipostauksista. Suurin osa lähteistä ovat sähköisiä, mutta muutaman painettukin materiaali löytyy.

Reliabiliteetin todentaminen on siis kyselytutkimuksessa usein helppoa, jos tutkimuksen vaiheet ovat dokumentoitu tarpeeksi tarkasti ja ratkaisut perusteltu (Kananen 2011, 123). Tässä tutkimuksessa tutkimuksen jokainen vaihe on kirjattu tarkasti ylös ja olen pyrkinyt kuvaamaan tulokset mahdollisimman huolellisesti ja selkeästi. Tarkalla aineiston keruulla pyrin minimoimaan mahdolliset virheet, joita tutkimuksen aikana oli mahdollista tulla eteen ja perustelin löytämäni johtopäätökset mahdollisimman tarkasti. Muun muassa vastausten pinnallisuuteen ja alhaiseen vastausprosenttiin pystyttiin vaikuttamaan esimerkiksi tarkalla suunnitelmalla ja perusteellisella tiedonkeruulla.

Kyselytutkimukseen osallistuneille tuotiin jo kyselyn alussa esille, että vastaukset ovat anonymoituja ja vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti. Lisäksi kyselyn saatetektissä annettiin tarkat ohjeet kyselyn vastaamiseen, sekä ilmoitettiin kyselyn tekijän yhteystiedot. Ennen kyselyn lähettämistä hakijoille, hyväksyttiin lomake opinnäytetyön ohjaajalla ja toimeksiantajalla. Lisäksi kyselyn toimivuus testattiin ennen sen lähettämistä hakijoille ja varmistettiin, että kysymykset eivät johdattele vastaajaa. Ennen kyselytutkimuksen aloittamista, hankittiin ensin riittävä määrä taustatietoa, joka toimi pohjana lomakkeeseen laadittuihin kysymyksiin.

8.2 Itsearviointi ja ammatillinen kasvu

Opinnäytetyö ja koko siihen kulunut prosessi oli minulle täysin uusi ja kaiken kaikkiaan opettavainen kokemus. Tutkimuksen suunnitelman laadin jo kesän 2021 aikana, mutta varsinaisen prosessin aloitin syksyllä 2021. Syksyllä tarkoituksena oli tietoperustan kokoominen ja kyselylomakkeen laatiminen sekä sen lähettäminen tutkittaville. Kysely saatiin lähetettyä hakijoille marraskuussa 2021, mutta alhaisen vastausmäärän vuoksi kyselyn vastausaika jouduttiin pitkittämään tammikuun 2022 loppuun asti. Tavoitteenani oli saada opinnäytetyö valmiiksi kevään 2022 aikana, joten onnistuin kyselyn vastausajan venymisestä huolimatta pysymään tavoiteaikataulussa. Kokopäiväisen työn ja opintojen ohella aikataulussa pysyminen oli kuitenkin ajoittain haasteellista, mutta olen kaiken kaikkiaan tyytyväinen lopputulokseen.

Opin valtavasti teorialähtöisen tutkimuksen eri vaiheista ja koko tutkimusprosessista kokonaisuudessaan. Sosiaali- ja terveysministeriössä työskentelevänä, toimeksiantaja oli minulle jo entuudestaan tuttu, mutta opin myös paljon uutta organisaation toiminnasta sekä

heidän rekrytointi- sekä viestintämenetelmistään. Teoriaosuutta kirjoittaessani, opin rekrytointiprosessin eri vaiheista, hakijaviestinnästä sekä siitä, kuinka suuri merkitys positiivisella hakukokemuksella on työnantajakuvaan ja siihen, hakevatko hakijat organisaatioon uudestaan töihin vai ei. Rekrytointiprosessi ei itsessään ollut minulle uusi käsite, mutta se, kuinka paljon työtä koko prosessi organisaation sisällä vaatii, oli. Tutkimusta kirjoittaessa opin paljon sen eri vaiheista ja tutkimuksessa käytettävistä termeistä. Empiirisen osuuden aloittaminen oli aluksi haasteellista, mutta koin kyselyn laatimisen ja tuloksien analysoimisen mielekkääksi. Oli mielenkiintoista verrata teoriaosuuden löydöksiä itse tehtyyn tutkimukseen ja löytää niistä paljon samankaltaisuuksia.

Lopuksi pääsin esittelemään kyselytutkimuksen tulokset sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointi –ja viestintävastaaville. Esityksen avulla tutkimuksesta saatujen tuloksien hyöty toimeksiantajalle konkretisoitui ja oli hienoa saada positiivista palautetta tehdystä työstä. Vaikka sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointiprosessia varten on tarkkaan laaditut ohjeet, koen, että tästä on silti hyötyä tulevaisuuden rekrytointiprosesseja ja hakijaviestintää varten.

Lähteet

Atalent s.a. Rekrytointiprosessi. Luettavissa: <https://atalent.fi/rekrytointiprosessi>. Luettu: 20.3.2022

Duunitori 2021. Kansallinen rekrytointitutkimus 2021. Luettavissa: <https://drive.google.com/file/d/1BhtY2gBEkyM9BfMZzHxc9WQSQR4yFx-/view>. Luettu: 5.1.2022

Duunitori 7.3.2018. Onnistunut hakijaviestintä. Blogiteksti. Luettavissa: <https://duunitori.fi/tyoelama/onnistunut-hakijaviestinta>. Luettu: 14.12.2021

Experis 7.01.2020. Rekrytointiprosessin vaiheet – 11 askelta tehokkaaseen rekrytointiin. Blogiteksti. Luettavissa: <https://blogi.manpower.fi/rekrytointiprosessin-vaiheet-11-askelta-tehokkaaseen-rekrytointiin#hakijakokemus>. Luettu: 17.1.2022

Forbes 1.6.2021. 12 ways to ensure a good application process for all candidates. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/forbeshumanresourcescouncil/2021/06/01/12-ways-to-ensure-a-good-application-process-for-all-candidates/?sh=3c4bf509708b>. Luettu: 1.2.2022

Garibaldi, A. 2014. Employer Branding for Dummies. Glassdoor Special Edition. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken. E-kirja. Luettavissa: <http://resources.glassdoor.com/rs/glassdoor/images/employer-branding-for-dummies.pdf>. Luettu: 3.2.2022

Haimann, A. 26.6.2020. How to design a better hiring process. Harvard Business Review. Luettavissa: <https://hbr.org/2020/06/how-to-design-a-better-hiring-process>. Luettu: 21.11.2021

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. 9.uud.p. Edita Publishing Oy. Helsinki. Luettavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>. Luettu: 25.4.2022

Huhta, M. & Myllyntaus, V. 2021. Työnantajabrändi ja työntekijäkokemus: rakenna veto-voimainen työpaikka, jota tavoittelemasi työntekijät rakastavat ja kilpailijasi kadehtivat. 2. painos. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettavissa: <https://www.finna.fi/Record/fikka.5496780>. Luettu: 13.11.2021

Igoni, P. 5.02.2019. Mitä missä milloin – rekrytoinnin vaiheet ja menetelmät. Blogiteksti. Luettavissa: <https://blogi.manpower.fi/mita-missa-milloin-rekrytoinnin-vaiheet-ja-menetel-mat>. Luettu: 4.3.2022

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Korpi, K., Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Suhteellinen rekrytointiteoria. Management Institute of Finland MIF Oy. Helsinki.

Kuntarekry, 2.4.2019 Laadukas hakijaviestintä – parempi hakijakokemus. Blogiteksti. Luettavissa: <https://tyonantaja.kuntarekry.fi/ajankohtaista/laadukas-hakijaviestinta-parempi-hakijakokemus/>. Luettu: 15.11.2021

Leinonen, M. 8.4.2021. Mitä on hakijakokemus. Blogiteksti. Luettavissa: <https://talentadore.com/fi/mita-on-hakijakokemus/>. Luettu: 11.9.2021

Manpower 2020. Opas onnistuneeseen rekrytointiin. Manpower. Luettavissa: <https://tietopankki.manpower.fi/hubfs/Opas%20onnistuneeseen%20rekrytointiin/Manpower-opas-onnistuneeseen-rekrytointiin.pdf>. Luettu: 12.9.2021

Maple C & S. 23.4.2019. HR is not what we do – it's what runs our business. Blogiteksti. Luettavissa: <https://maplecs.com/an-empowered-workforce-is-what-takes-organizations-from-good-to-great-the-secret-behind-building-an-energized-workforce-is-selection-of-the-right-candidates-and-an-invigorating-business-environment/>. Luettu: 2.4.2022

Matikka, M. 3.3.2021. Työnantajakuvalle talentit taskuun. Blogiteksti. Luettavissa: <https://atalent.fi/blog/tyonantajakuvalle-talentit-taskuun>. Luettu: 20.11.2021

Mäkelä, A. 17.3.2020. Houkutteleva työnantajakuva entistä kriittisempi menestykselle – ”Kielteinen mielikuva voi toimia kasvun jarruna”. Duunitori. Luettavissa: <https://duunitori.fi/tyoelama/rekrytointitutkimus-rekrymarkkinointi-tyonantajakuva>. Luettu: 1.2.2022

Perna, M. 25.3.2021a. 3 ways hiring leaders are improving the candidate experience in 2021. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/markcperna/2021/03/25/3-ways-hiring-leaders-are-improving-the-candidate-experience-in-2021/?sh=42b5c733a1c1>. Luettu: 1.12.2021

Perna, M. 5.1.2021b. 4 ways hiring and recruitment will change in 2021. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/markcperna/2021/01/05/4-ways-hiring-and-recruitment-will-change-in-2021/?sh=5a2fb255d09e>. Luettu: 1.12.2021

Ravalli, J. 16.9.2021. What your candidates say about your hiring process and how to fix it. Harvard Business Review. Luettavissa: <https://hbr.org/sponsored/2021/09/what-your-candidates-say-about-your-hiring-process-and-how-to-fix-it>. Luettu: 29.11.2021

Sosiaali- ja terveysministeriö 2021a. Tehtävät ja tavoitteet. Luettavissa <https://stm.fi/ministerio/tehtavat-ja-tavoitteet>. Luettu: 17.10.2021

Sosiaali- ja terveysministeriö 2021b. Johto ja organisaatio. Luettavissa: <https://stm.fi/johto-ja-organisaatio>. Luettu: 17.10.2021

Sosiaali- ja terveysministeriö 2021c. Strategia. Luettavissa: <https://stm.fi/strategia>. Luettu: 17.10.2021

Salli, M. & Takatalo, S. 2014. Loista rekrytoijana, hoida kosiomatka tyylillä. Helsingin seudun kauppakamari. Helsinki.

Valtioneuvoston julkaisusarja 2018. Sosiaali- ja terveysministeriön tulevaisuuskatsaus. Sosiaali- ja terveysministeriö. Helsinki. Luettavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160904/22_TUKA_STM_WEB.pdf?sequence=4&isAllowed=y. Luettu: 5.11.2021

Schmit, 15.4.2021. A caring candidate experience – it's all in the communications. Forbes. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/forbeshumanresourcescouncil/2021/04/15/a-caring-candidate-experience-its-all-in-the-communications/?sh=716a37c96f51>. Luettu: 5.12.2021

Storde, F. 2018. How to recruit Generazion Z. Open Publishing. München.

Tietoarkisto 2010a. Kyselylomakkeen laatiminen. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/kyselylomake/laatiminen/>. Luettu: 27.4.2022.

Tietoarkisto 2003b. Otos ja otantamenetelmät. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/otos/otantamenetelmat/>. Luettu: 27.4.2022

Työterveyslaitos s.a. Miten edistää monimuotoisuutta rekrytoinnissa? Luettavissa:

<https://www.ttl.fi/teemat/tyoelaman-muutos/monimuotoinen-tyoelama/miten-edistaa-moni-muotoisuutta-rekrytinnissa>. Luettu: 15.3.2022

Vaahtio, E. 2005. Rekrytointi menestystekijänä. Edita Prima Oy. Helsinki.

Valtiovarainministeriö 2021. Rekrytointi. Liite 1, Rekryprosessi ja hakijaviestintä, 26.2.2021. Luettavissa: <https://vm.fi/valtio-tyonantajana/henkilostojohtamisen-tuki/rekrytointi>. Luettu: 20.3.2022

Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Uudistettu painos. Helsingin yliopisto. Helsinki. E-kirja. Luettavissa: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/305021/Kyselytutkimuksen-mittarit-ja-menetelmat-2019-Vehkalahti.pdf>. Luettu: 28.3.2022

Vuori, K. s.a. Huono hakijaviestintä voi pilata yrityksesi maineen. Monster. Luettavissa: <https://www.monster.fi/artikkelit/tyonhakijoille/huono-hakijaviestinta-voi-pilata-yrityksesi-maineen>. Luettu: 4.11.2021

Wellpack s.a. Rekrytointi. Luettavissa: <https://www.wellpack.fi/palvelut/rekrytointi/>. Luettu: 19.3.2022

Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014, 9 § Positiivinen erityiskohtelu. Annettu Helsingissä 30 päivänä joulukuuta 2014. Luettavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20141325#Pdm45237817161904>. Luettu: 15.3.2022

Liitteet

Liite 1. Kyselyn saateteksti

Vastaathan myös kyselyyn, joka liittyy tutkimukseen sosiaali- ja terveysministeriön hakija- viestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5–10 minuuttia ja kyselyyn pääset tästä:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfY8Bo-Qsb9bQnzlqUhyy-UBMT8z3sWlksqdbNkYgVMXGE7UXw/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfY8Bo-Qsb9bQnzlqUhyy-UBMT8z3sWlksqdbNkYgVMXGE7UXw/viewform?usp=sf_link). Vastaahan kyselyyn 31.12.2021 mennessä. Kiitos jo etukäteen ajastasi ja kyselyyn vastaamisesta.

Svara också på en enkät gällande en undersökning om social- och hälsovårdsministeriets meddelande till de sökande och dess inverkan på arbetsgivarbilden. Det tar cirka 5-10 minuter att svara på enkäten och du kommer till enkäten här:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfY8Bo-Qsb9bQnzlqUhyyUBMT8z3sWlksqdbNkYgVMXGE7UXw/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfY8Bo-Qsb9bQnzlqUhyyUBMT8z3sWlksqdbNkYgVMXGE7UXw/viewform?usp=sf_link). Svara på enkäten senast 31.12.2021. Tack på förhand för din tid och för att du besvarar enkäten.

Liite 2. Kyselylomake – Tutkimus sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan

Osio 1/3

Tutkimus sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä ja sen vaikutuksesta työnantajamielikuvaan

Tämä kysely on osa opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on tutkia sosiaali- ja terveysministeriön rekrytointien hakijaviestintää sekä sen vaikutusta työnantajamielikuvaan.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Jokainen vastaus on tärkeä opinnäytetyön kannalta ja toivomme, että käytät tämän ajan kyselyn vastaamiseen.

Kyselyyn vastataan anonymisti ja tulokset käsitellään luottamuksellisesti. Lisätietoja tutkimuksesta antaa Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelija Anna Gripenberg. Tutkimuksen toimeksiantajana tässä tutkimuksessa toimii sosiaali- ja terveysministeriö.

Lämmin kiitos vastaamisesta!

Tietosuojasta tarkemmin:
Kyselyn tarkoituksena ei ole kerätä eikä käsitellä tunnistettavissa olevia henkilöitä koskevaa tietoa. Vastaamalla tähän kyselyyn annat suostumuksen henkilötietojen käsittelyyn. Lisätietoja henkilötietojen käsittelystä sosiaali- ja terveysministeriössä löydät osoitteesta: www.stm.fi/tietosuoja

Tutkimusta koskevat kysymykset voi lähettää osoitteeseen:
anna.gripenberg@myy.haaga-helia.fi

Sukupuoli?

☐ Mies

☐ Nainen

☐ Muu

Ikä? *

☐ 18-24

☐ 25-34

☐ 35-44

☐ 45-54

☐ 55 -

47

48

Mitkä seuraavista olisi mielestäsi tärkeää mainita työpaikkailmoituksessa? Voit valita useamman ^{*} vaihtoehdon.

- ☐ Kuvaus organisaatiosta työnantajana
- ☐ Kuvaus työtehtävistä / vastuista
- ☐ Palkka
- ☐ Työpaikan sijainti
- ☐ Etätyömahdollisuus
- ☐ Yhteyshenkilöt
- ☐ Odotukset ja/tai vaatimukset työnhakijalta
- ☐ Henkilöstöetuudet
- ☐ Muu...

Osio 3/3

Hakijaviestintä



Tässä kyselyssä hakijaviestinnällä tarkoitetaan rekrytointiprosessin aikana tapahtuvaa, hakijoille kohdennettua viestintää. Tähän kuuluu mm. rekrytointiin liittyvä sähköpostiviestintä, haastattelutilanteen aikana tapahtuva viestintä sekä rekrytointipäätöksen jälkeinen viestiminen. Vastaa seuraaviin kysymyksiin, sillä kokemuksella, mikä sinulle sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestinnästä jäi.

Kuinka tärkeänä koet hakijaviestinnän rekrytointiprosessin aikana? ^{*}

	1	2	3	4	
En lainkaan tärkeänä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tärkeänä

Oliko yhteydenpitoja prosessin aikana riittävästi? ^{*}

	1	2	3	4	
Ei lainkaan riittävästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin riittävästi

Tuntuiko, että hakuilmoituksen yhteyshenkilöön olisi ollut helppo ottaa yhteys rekrytointiprosessin aikana? *

- ☐ Kyllä, mutta en kokenut tarpeelliseksi ottaa yhteyttä
- ☐ Kyllä, otin yhteyttä
- ☐ Ei

Jos otit yhteyttä, miten yhteydenpito mielestäsi sujui?

Pitkä vastausteksti

Kuinka tärkeää on mielestäsi tiedottaa rekrytointiprosessin etenemisestä hakujan päätyttyä? *

	1	2	3	4	
Ei lainkaan tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tärkeää

Kuinka nopeasti organisaation tulisi mielestäsi ottaa hakijaan yhteys hakujan päättymisen jälkeen? *

- ☐ Alle viikossa
- ☐ 1-2 viikon aikana
- ☐ 3-4 viikon aikana
- ☐ 1kk jälkeen
- ☐ Muu...

Muuttuiko mielikuvasi sosiaali- ja terveysministeriöstä työnantajana tämän hakuprosessin aikana? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

...

Jos vastasit aiempaan kysymykseen kyllä, miten mielikuva sosiaali- ja terveysministeriöstä hakuprosessin aikana mielestäsi muuttui?

Pitkä vastausteksti

Tämän hakuprosessin perusteella, hakisitko uudestaan töihin sosiaali- ja terveysministeriöön? *

☐ Kyllä

☐ En

Jos vastasit aiempaan kysymykseen kieltävästi, kuvaile syitä, jotka vaikuttivat päätökseesi.

Pitkä vastausteksti

Jos taas vastasit myöntävästi, kuvaile syitä, jotka vaikuttivat päätökseesi.

Pitkä vastausteksti

Kuinka houkuttelevana pidät sosiaali- ja terveysministeriötä työnantajana? *

1

2

3

4

En lainkaan houkuttelevana

☐☐☐☐

Erittäin houkuttelevana

...

Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, että hait sosiaali- ja terveysministeriöön? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä. *

☐ Työyhteisö / työilmapiiri

☐ Työtehtävät

☐ Organisaation maine

☐ Työsuhteen kesto (onko määräaikainen vai vakituinen työsuhde)

☐ Palkka

☐ Työpaikan sijainti

☐ Etenemismahdollisuudet

☐ Työn merkityksellisyys

☐ Muu...

...

Tämän hakuprosessin perusteella, kuinka todennäköisesti suosittelisit sosiaali- ja terveysministeriötä muille?

*

1

2

3

4

En lainkaan todennäköisesti

☐☐☐☐

Erittäin todennäköisesti

Halutessasi voit vielä kertoa meille, miten voisimme kehittää sosiaali- ja terveysministeriön hakijaviestintää rekrytointiprosessin aikana.

Pitkä vastausteksti