

# Duunitori

---

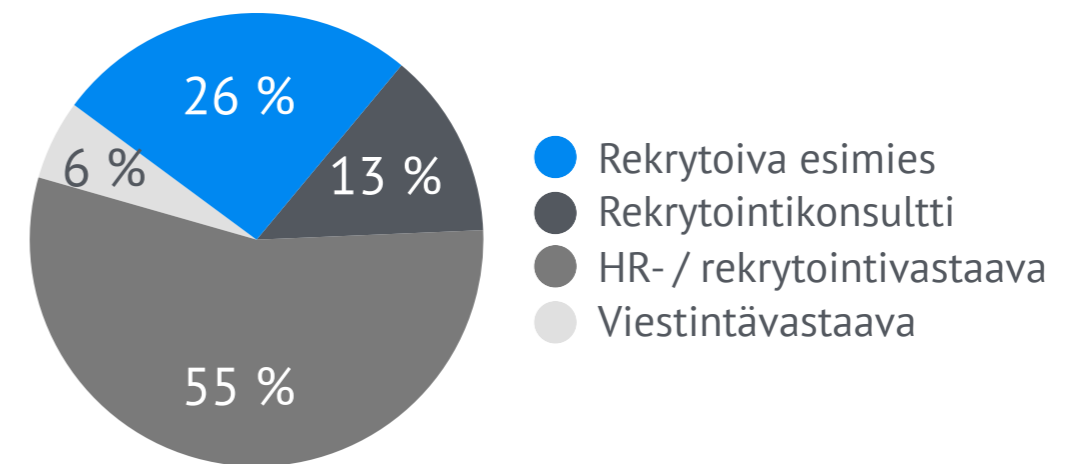
KANSALLINEN  
REKRYTOINTITUTKIMUS™ 2016

Duunitori Oy selvittää vuosittain rekrytoinnin nykytilaa ja trendejä Suomessa. Tutkimus tehtiin nyt neljännen kerran, ensimmäinen julkaistiin vuonna 2013.

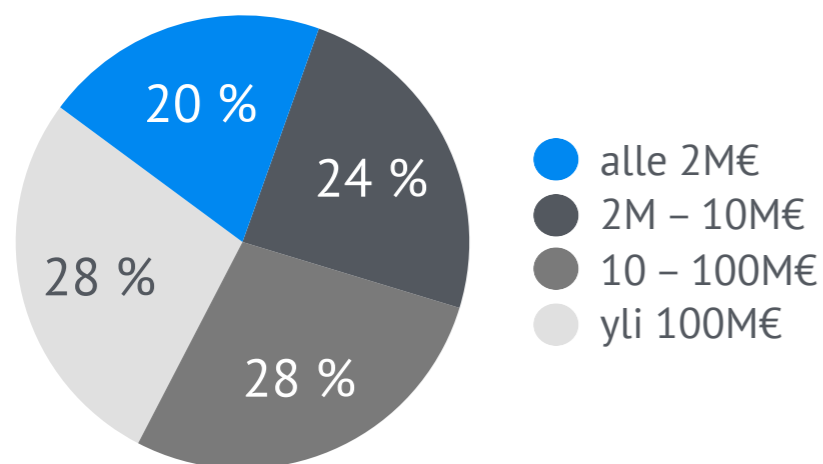
Vuoden 2016 kysely toteutettiin huhtikuussa 2016 ja siihen vastasi yhteensä 158 rekrytoinnin ammattilaista.

Kansallinen Rekrytointitutkimus 2016 julkaistiin #hruHelsinki-tapahtumassa 12.5.2016.

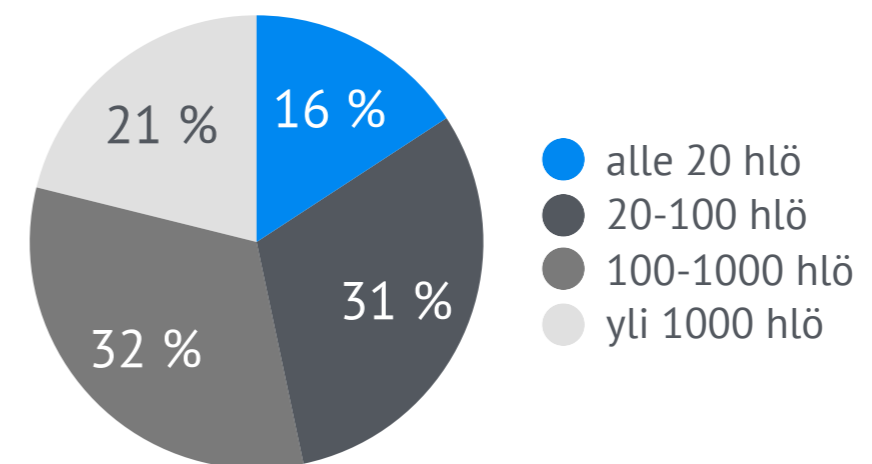
## Vastaajan rooli organisaatiossa

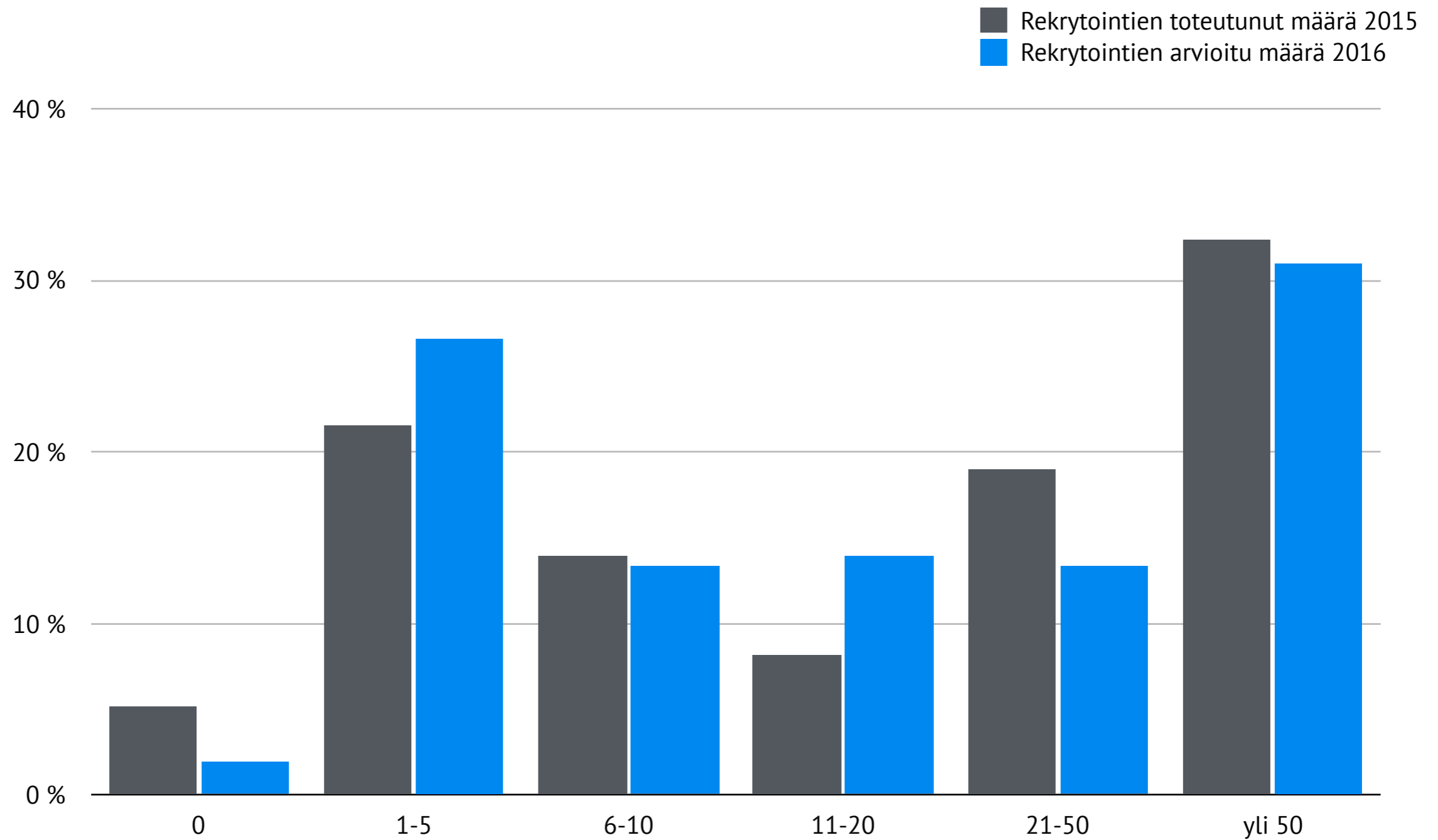


## Vastaajaorganisaation liikevaihtomäärä



## Vastaajaorganisaation henkilöstömäärä

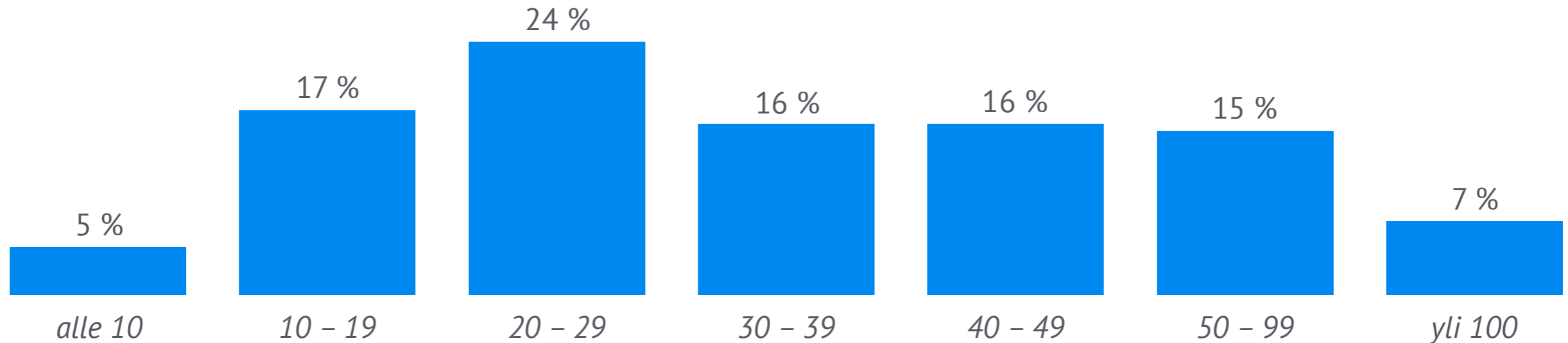




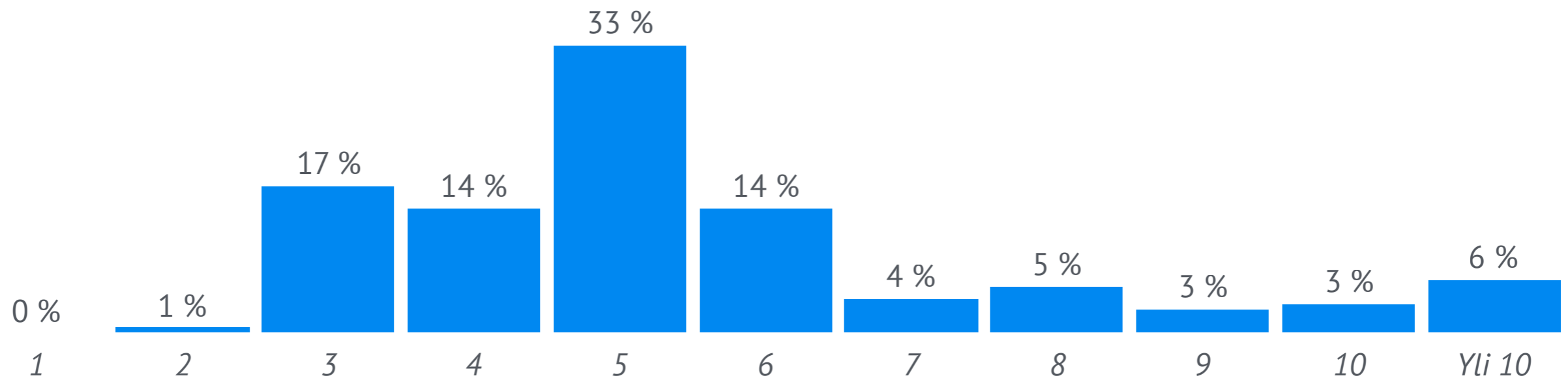
Mitä ulkoisia rekrytointiin liittyviä palveluita käytätte?



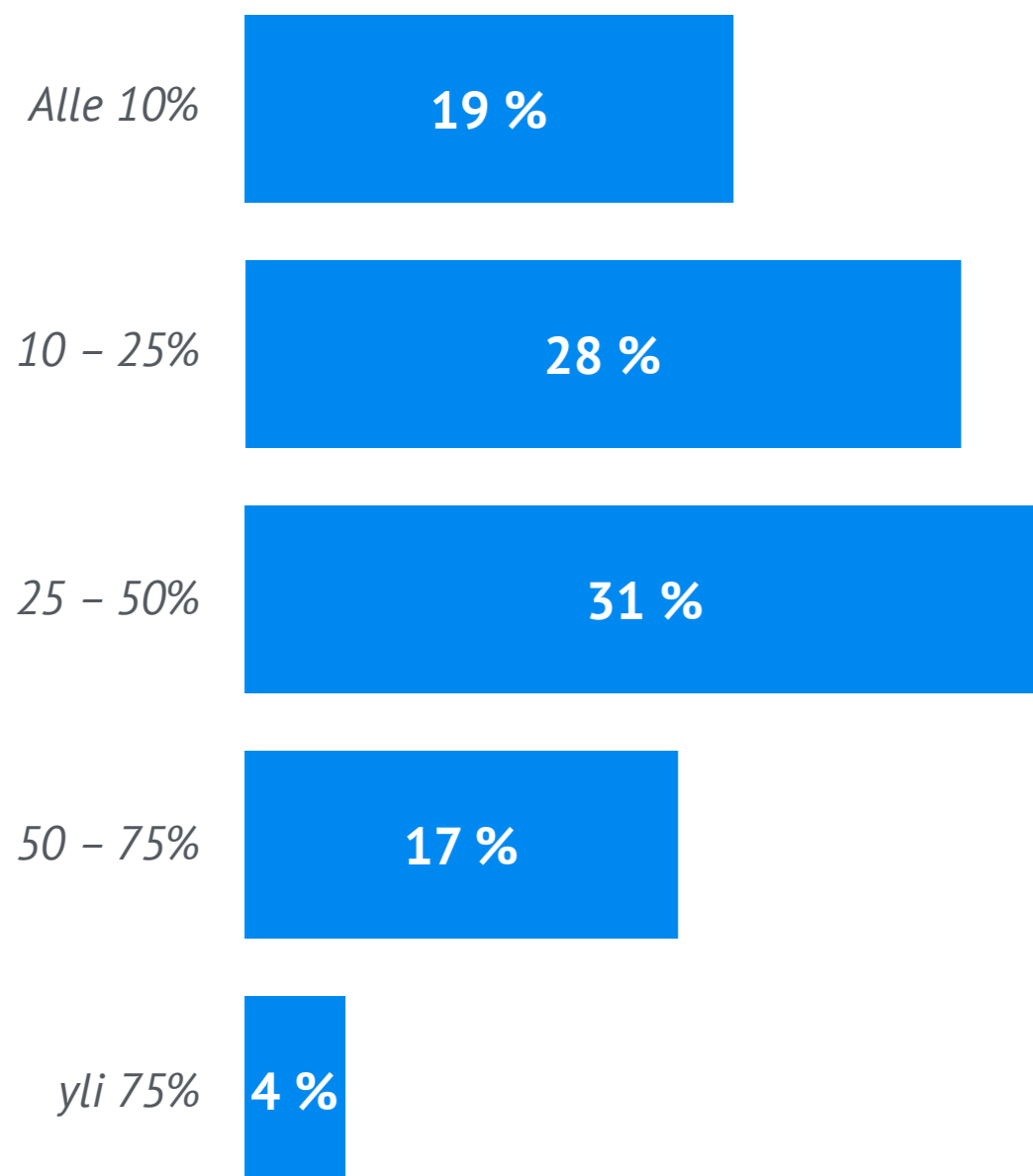
## Hakemusten määrä keskimäärin yhtä rekrytointia kohden



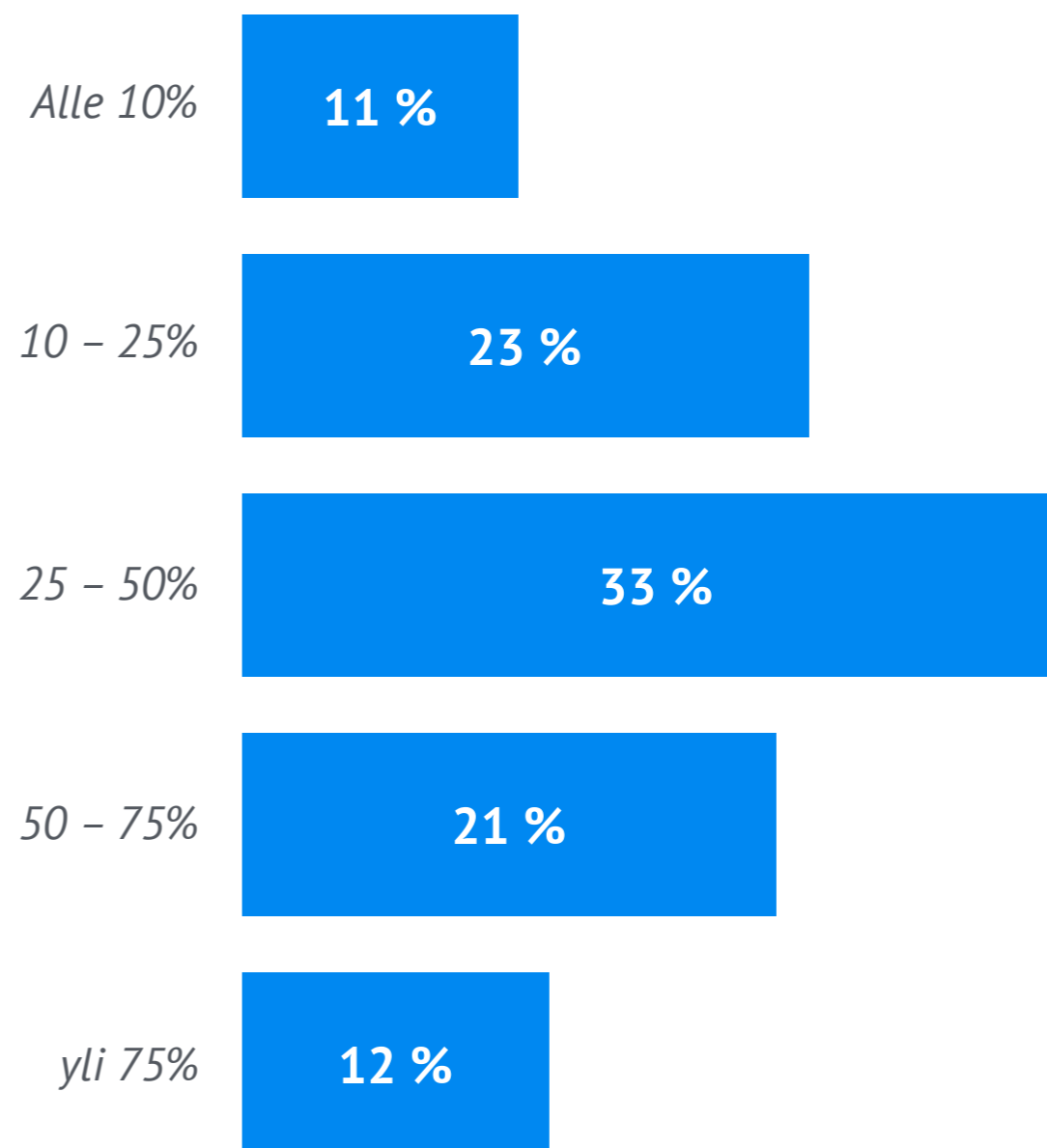
## Haastatteluiden määrä keskimäärin yhtä rekrytointia kohden



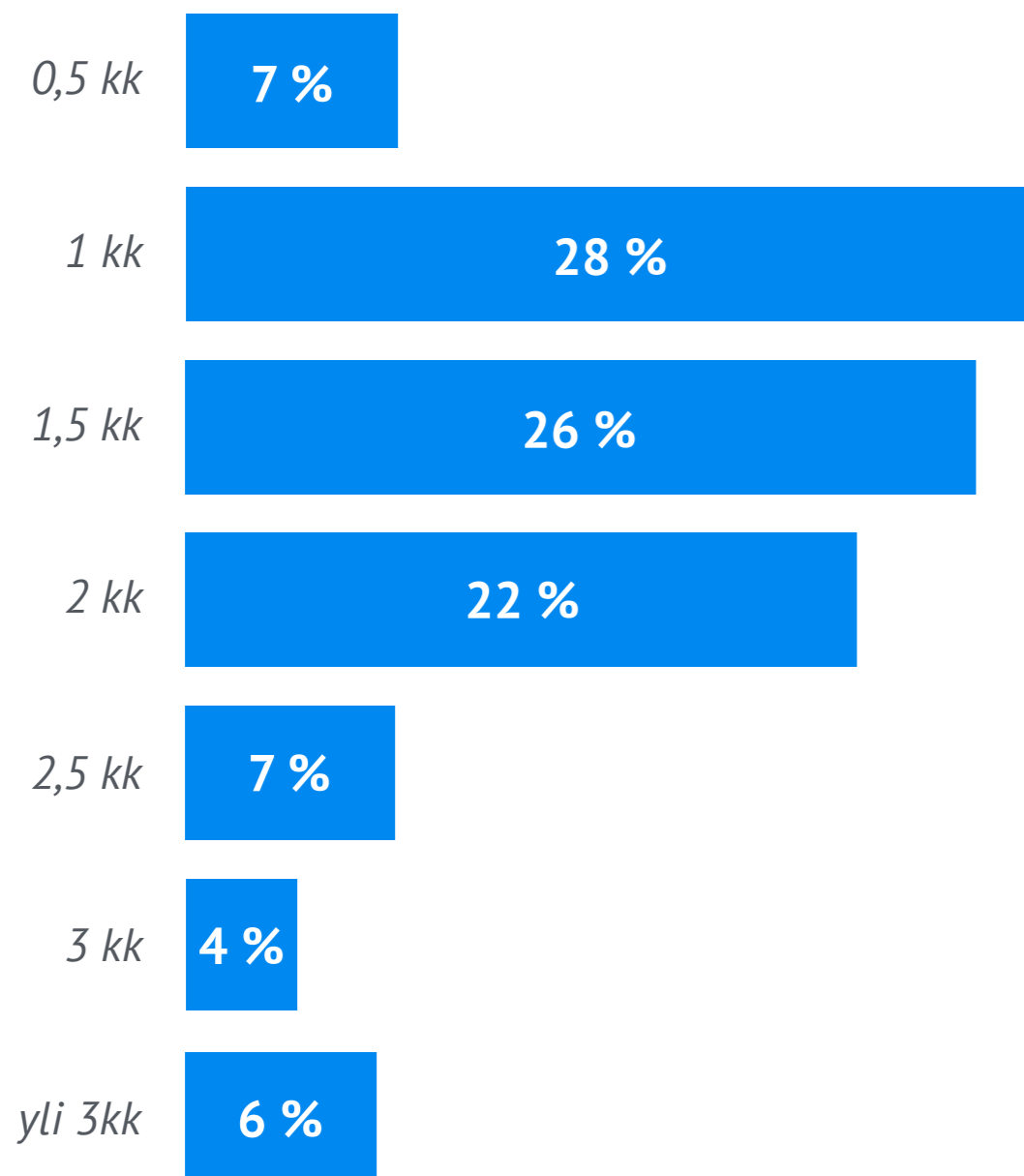
Kuinka moni hakijoista oli  
**pätevä tehtävään?**



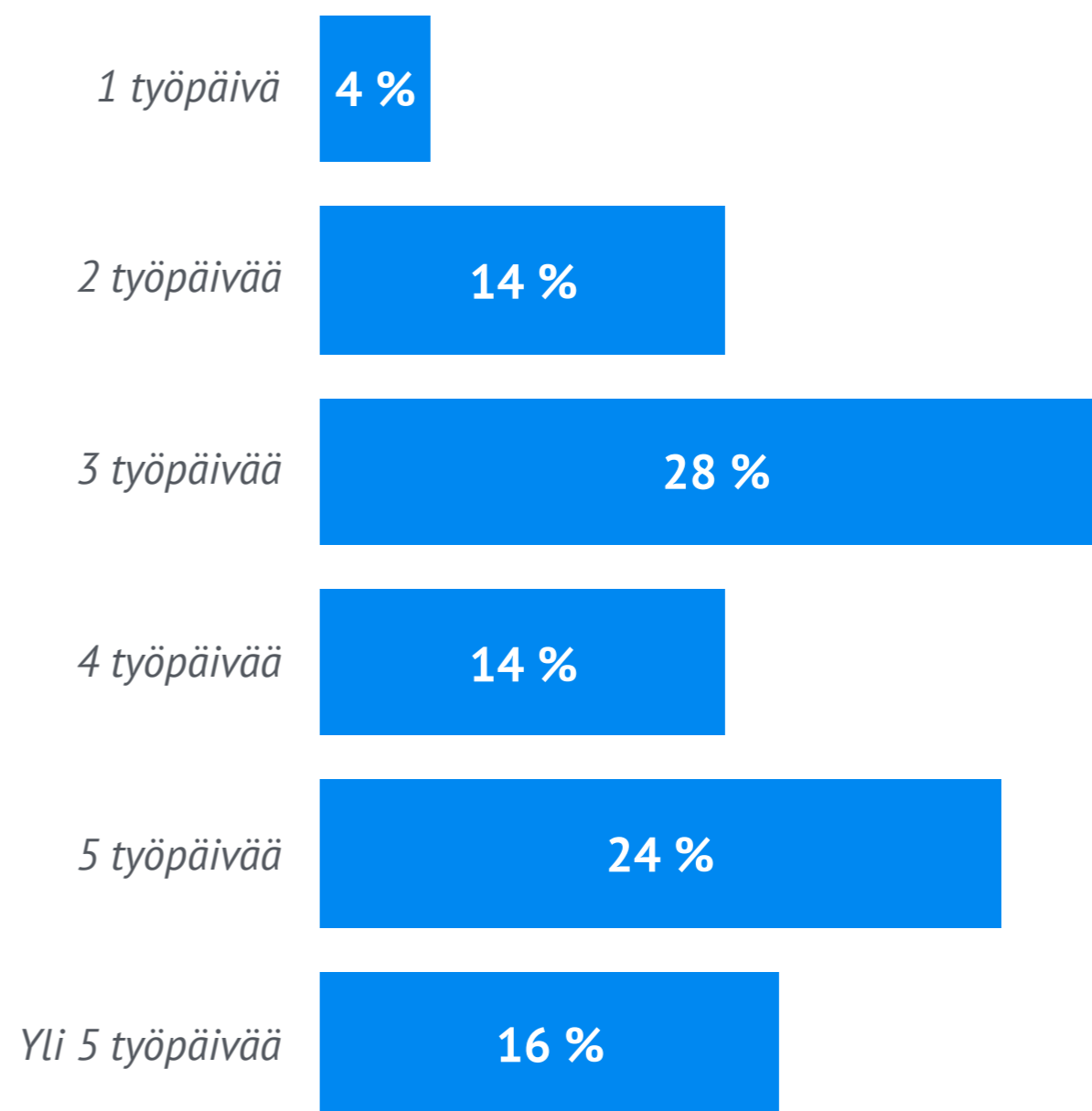
Kuinka moni haastatelluista on  
**sopiva tiimiin tai tehtävään?**



Yhden rekrytoinnin  
keskimääräinen läpimenoaika



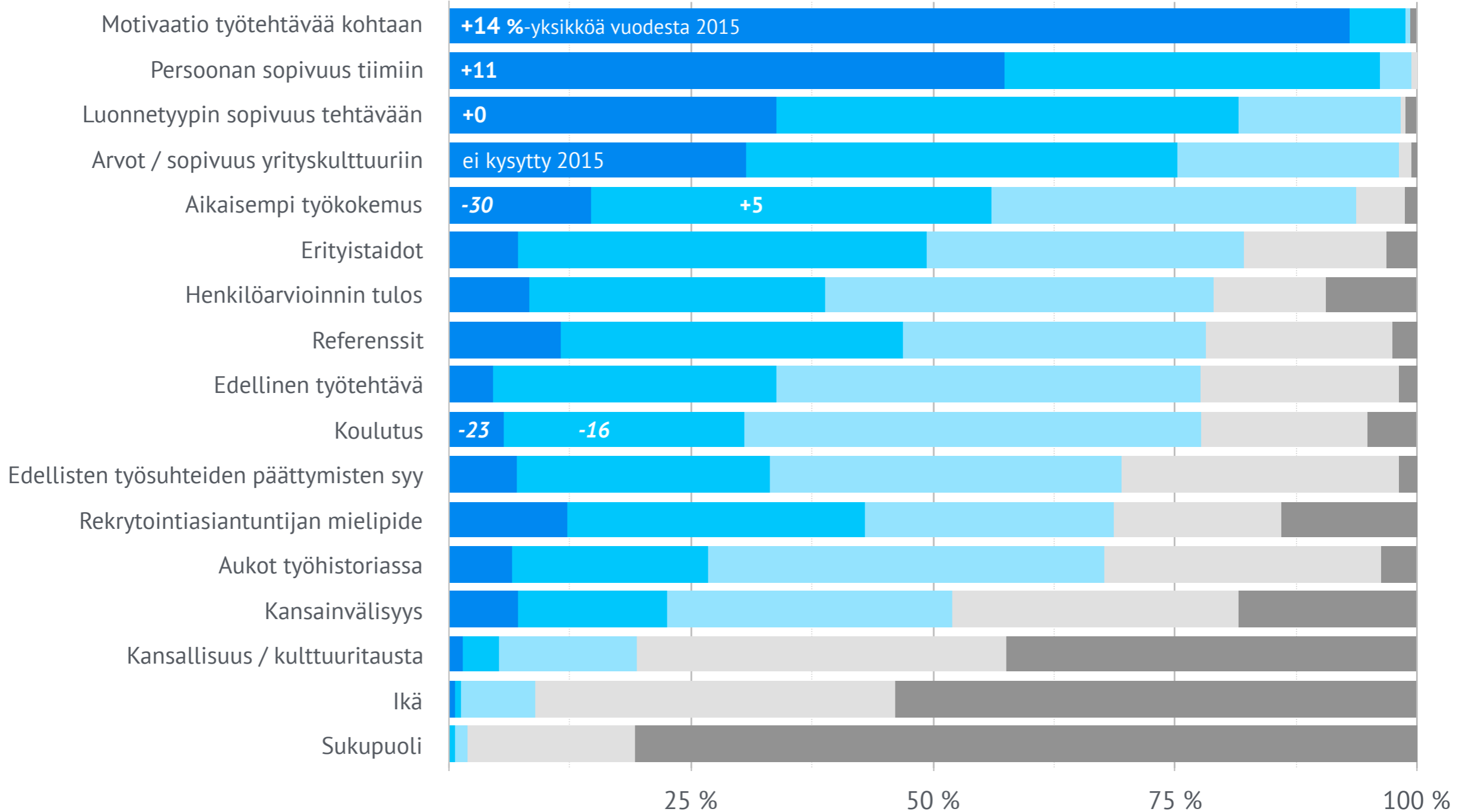
Yhden rekrytoinnin organisaatiolta  
vaatima keskimääräinen työaika



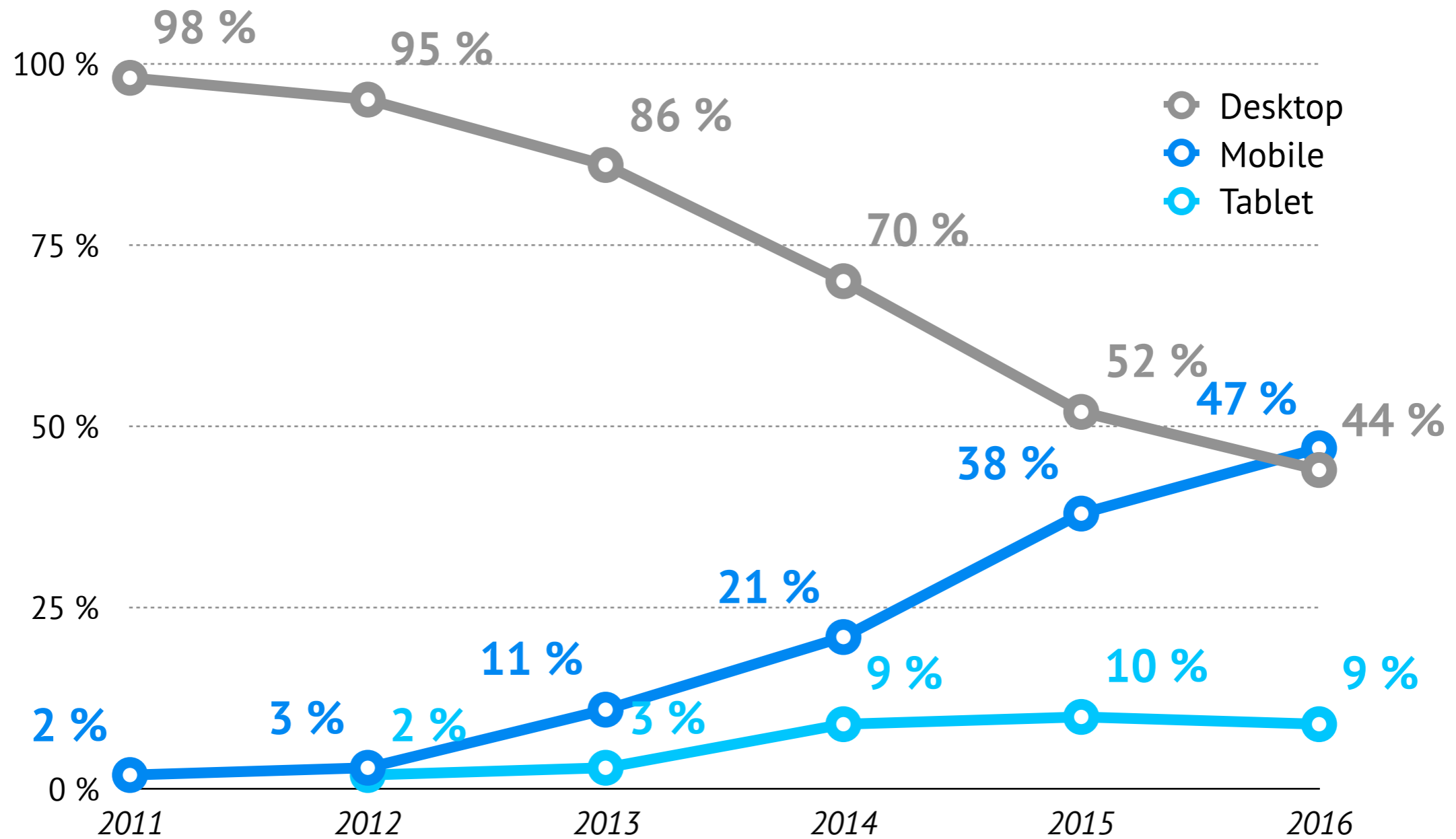
# MITEN SEURAAVAT KANDIDAATIN TIEDOT VAIKUTTAVAT REKRYTOINTIPÄÄTÖKSEEN?

*Muutos edelliseen vuoteen, %-yksikköä*

■ Erittäin tärkeä ■ Tärkeä ■ Melko tärkeä ■ Vähän merkitystä ■ Ei merkitystä







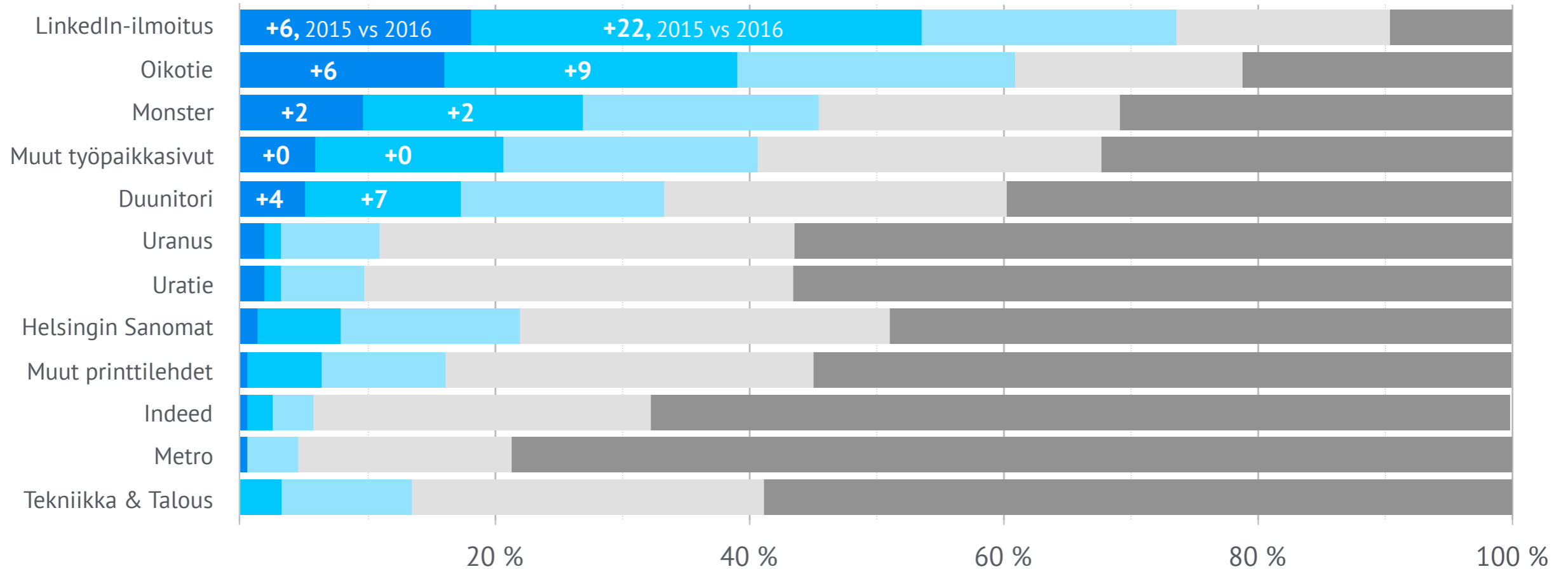
Lähde: duunitori.fi:n viikkottaiset käynnit

# KUINKA TÄRKEITÄ NÄMÄ KANAVAT OVAT REKRYTOINNISSANNE?

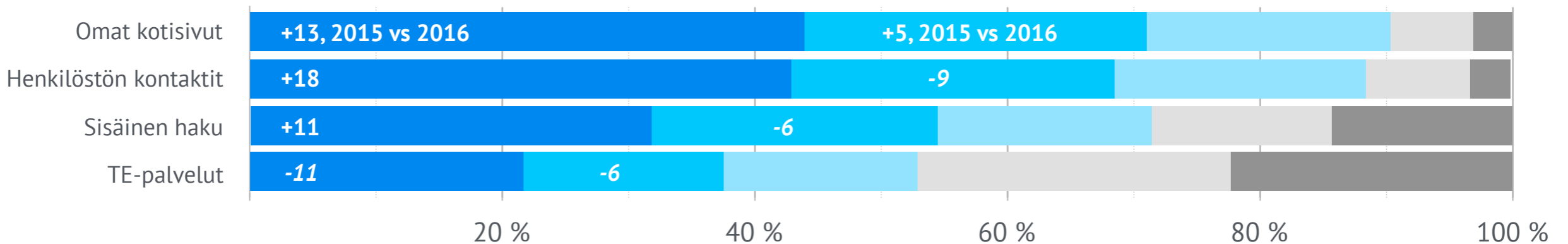
## MAKSULLISET

Muutos edelliseen vuoteen, %-yksikköä

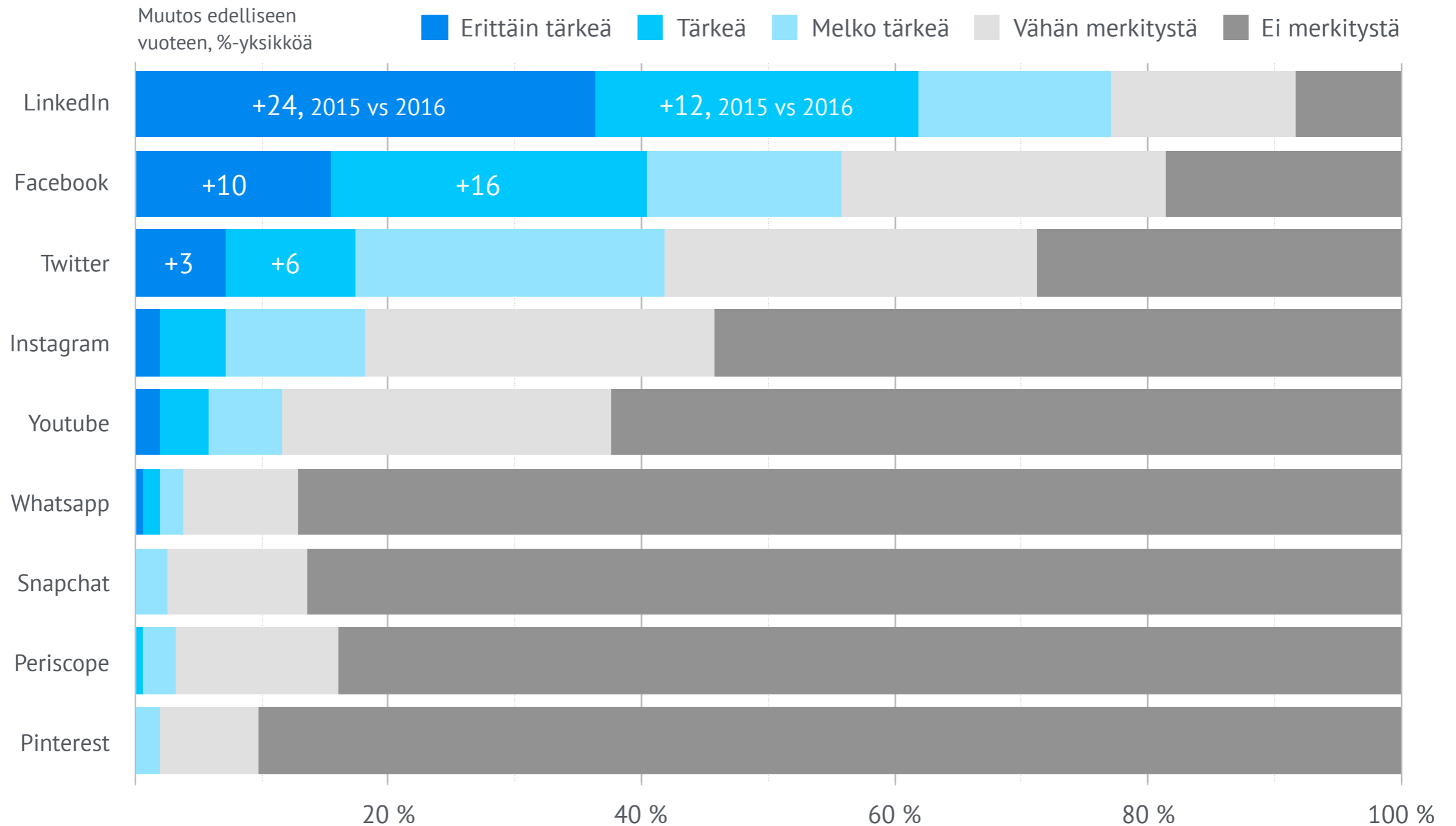
■ Erittäin tärkeä ■ Tärkeä ■ Melko tärkeä ■ Vähän merkitystä ■ Ei merkitystä



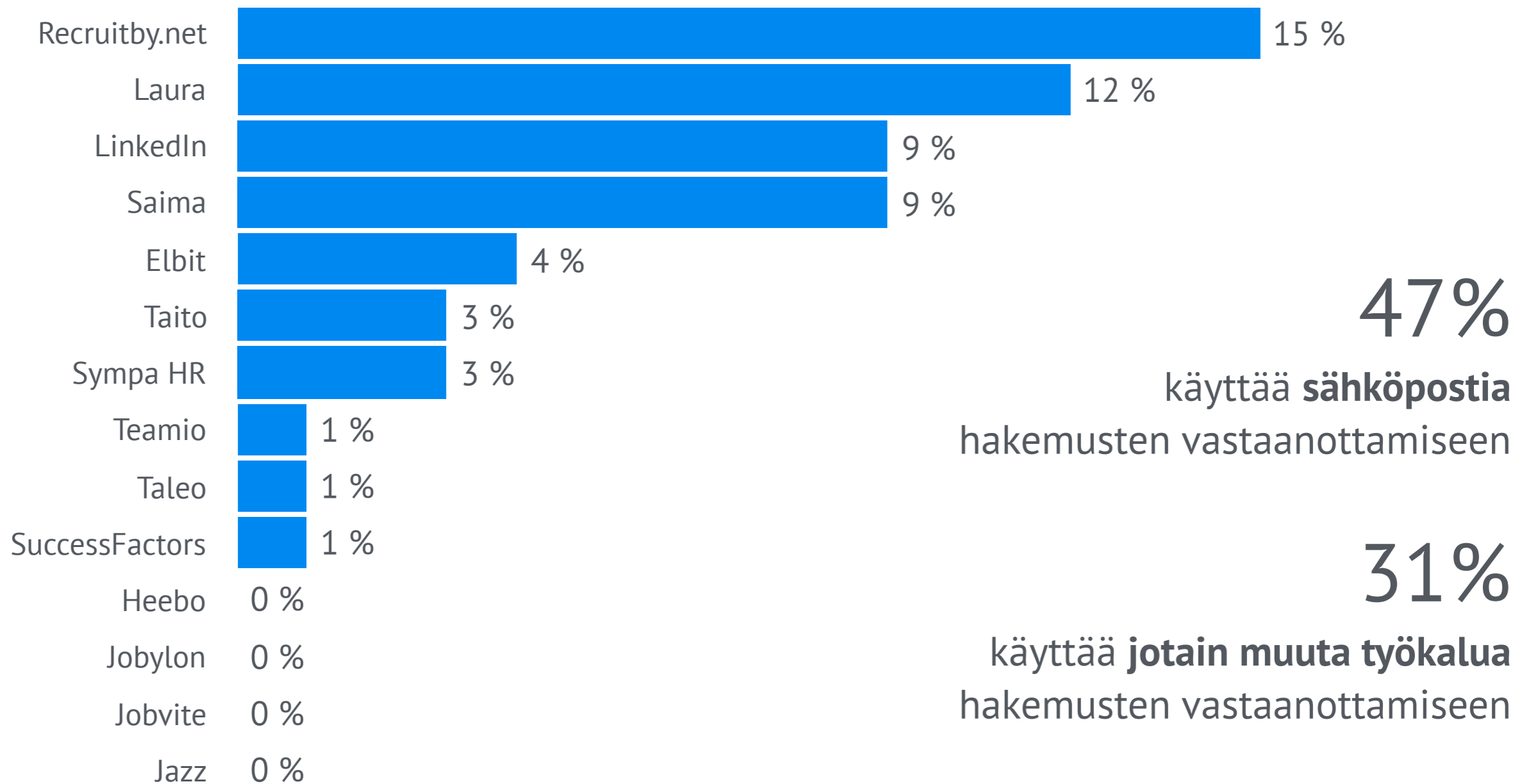
## MAKSUTTOMAT



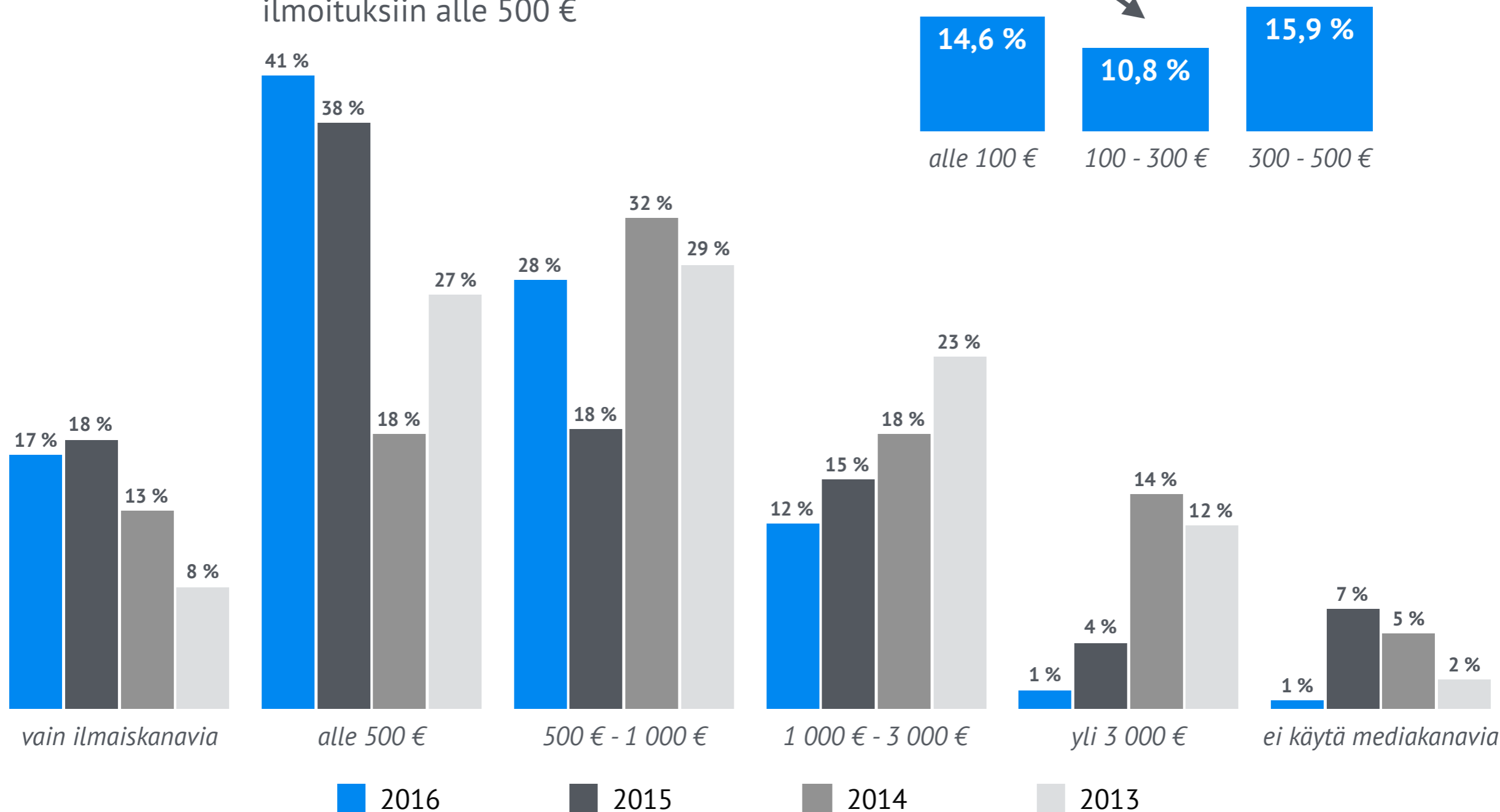
# KUINKA TÄRKEITÄ SEURAAVAT SOME-KANAVAT OVAT REKRYTOINNISSANNE?



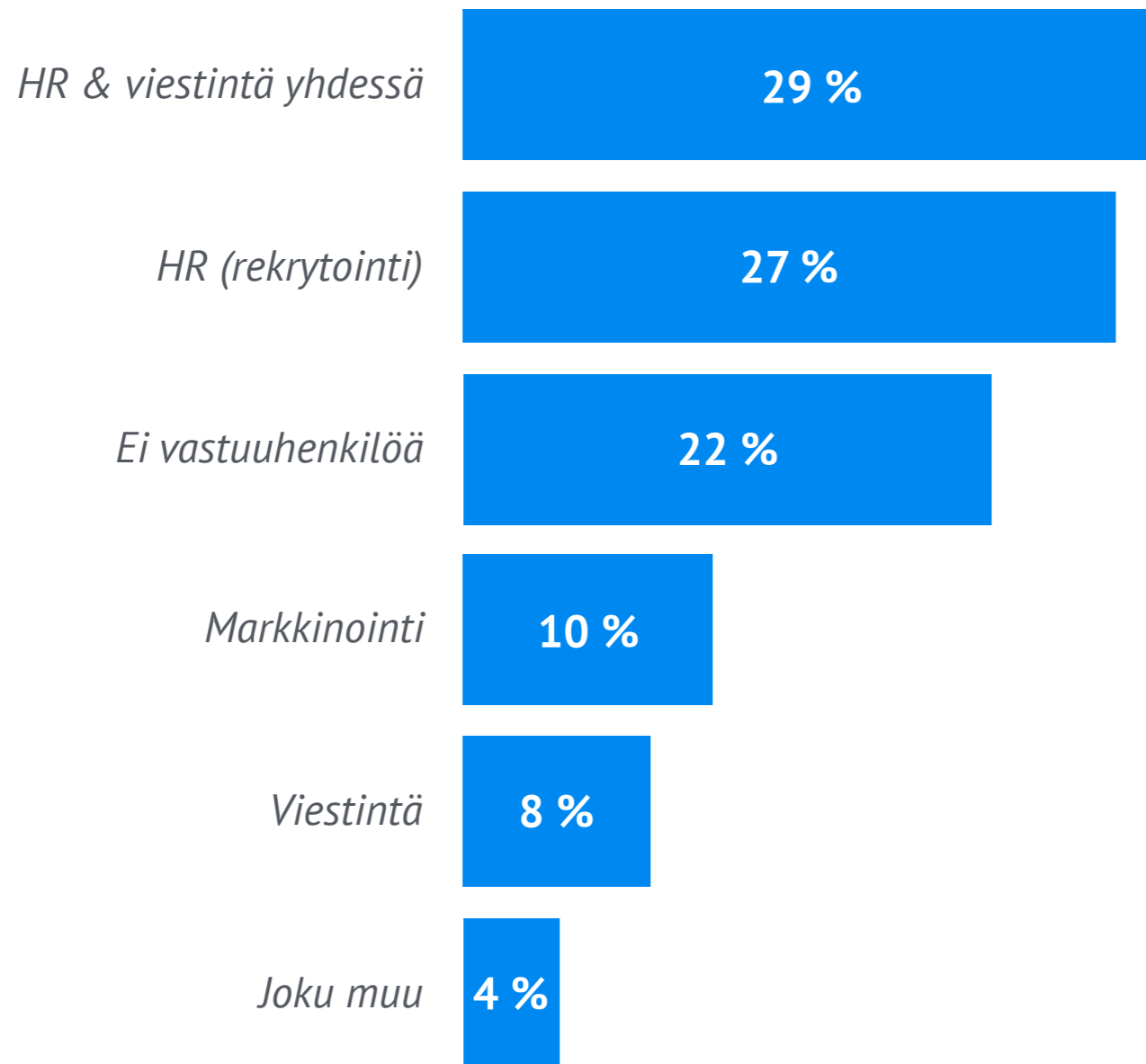
Mitä **työkalua** tai rekrytointijärjestelmää käytätte pääosin **työhakemusten vastaanottamiseen**?



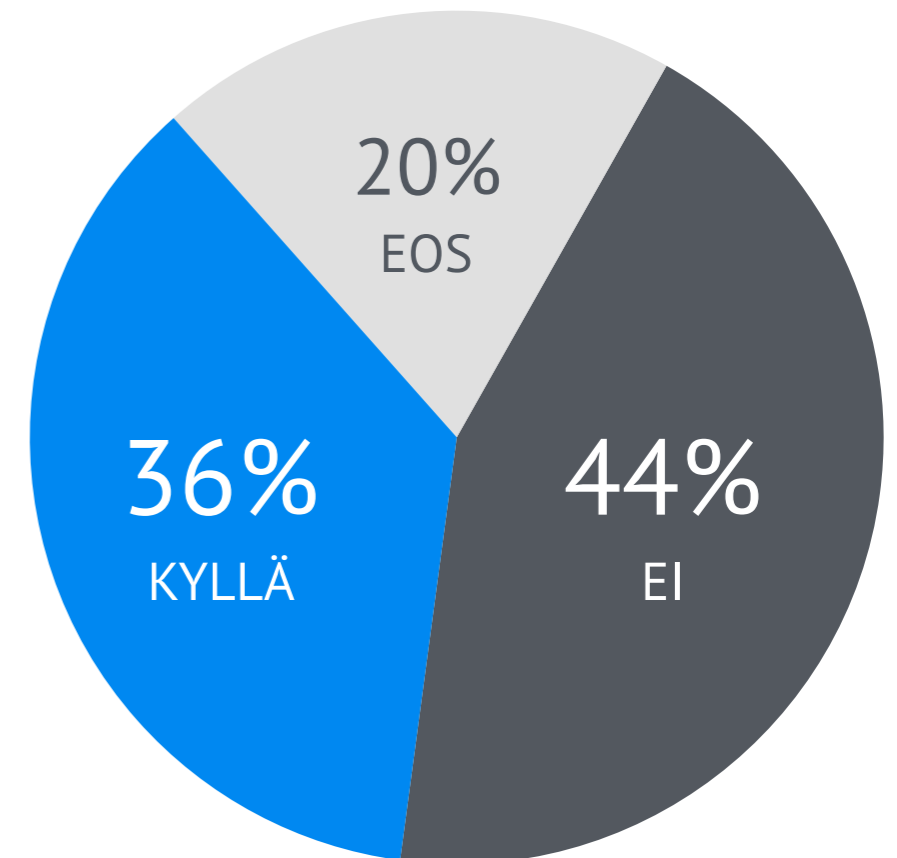
41% vastaajista käyttää rekrytointi-ilmoituksiin alle 500 €



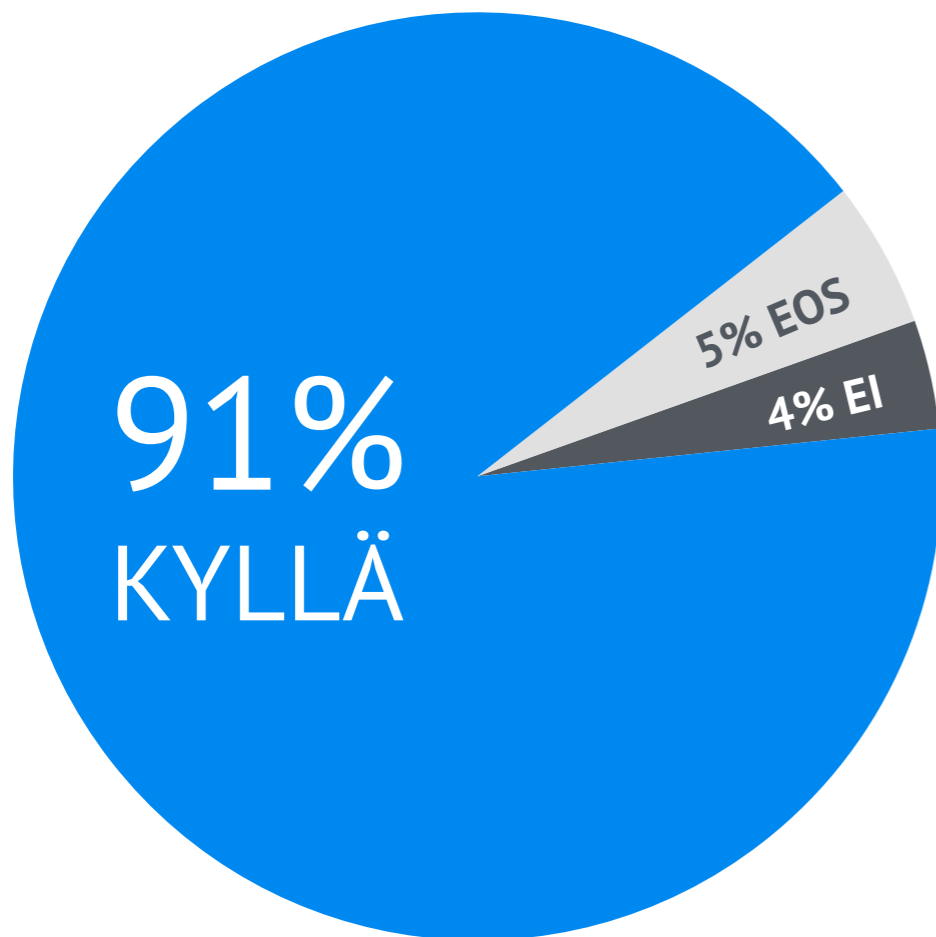
Kenellä on vastuu työnantajamielikuvasta organisaatiossanne?



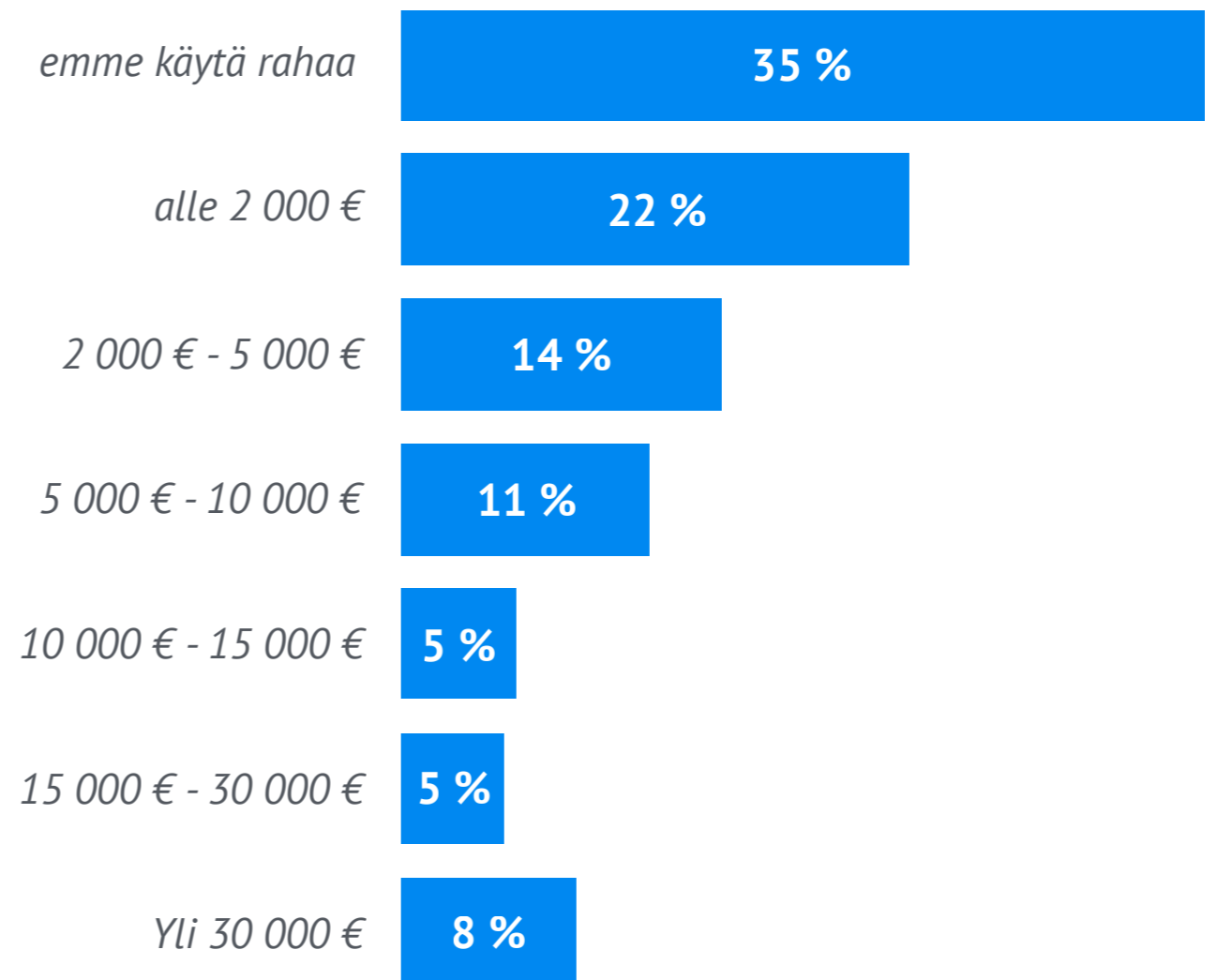
Omistajuus  
työnantajamielikuvasta  
kuuluu HR:lle (rekrytoinnille)



Hyvä työnantajamielikuva on ratkaisevaa rekrytoinnin onnistumisen kannalta

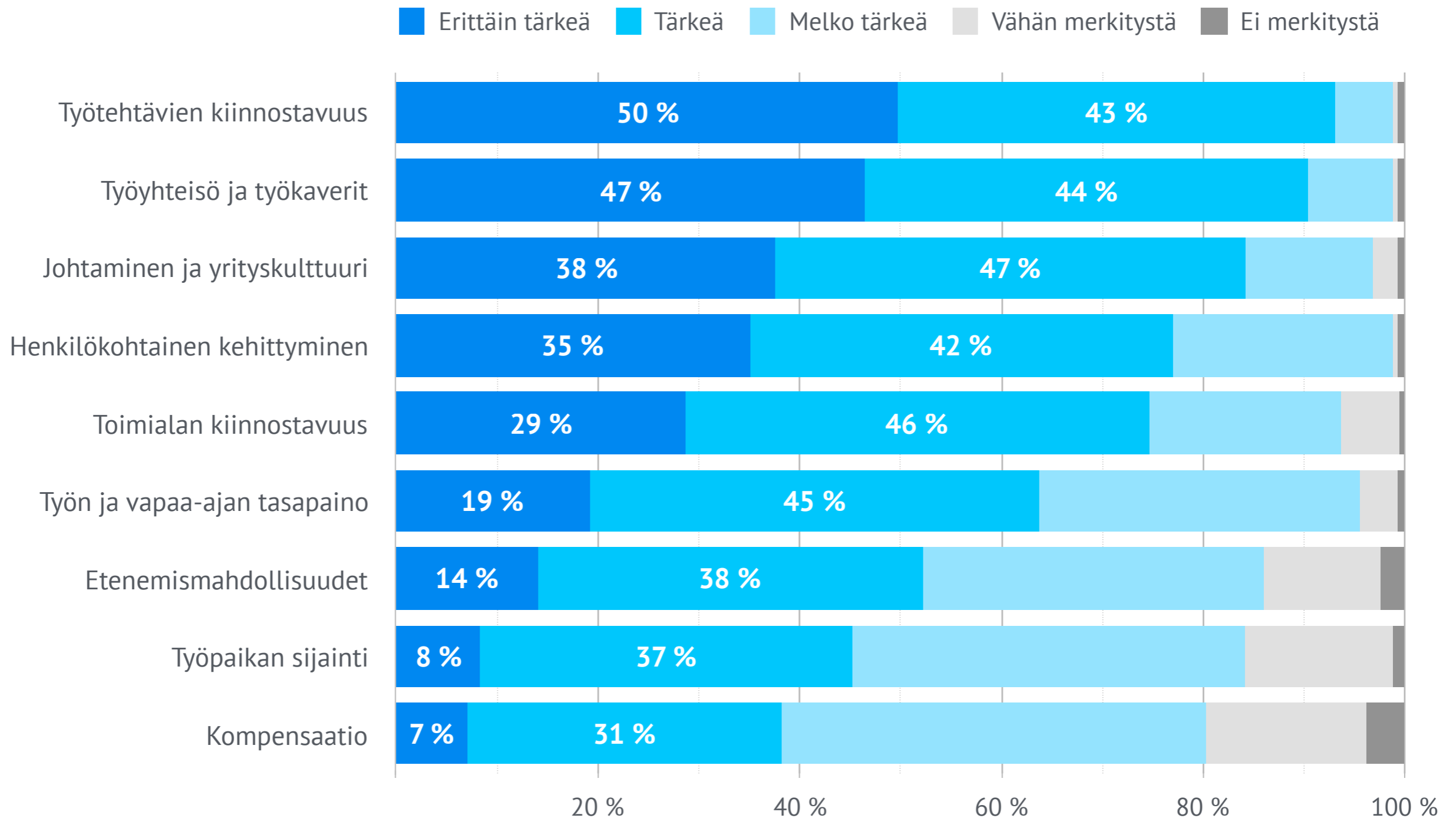


Työnantajamielikuvan kampanjointiin käytettävä summa keskimäärin vuosittain?



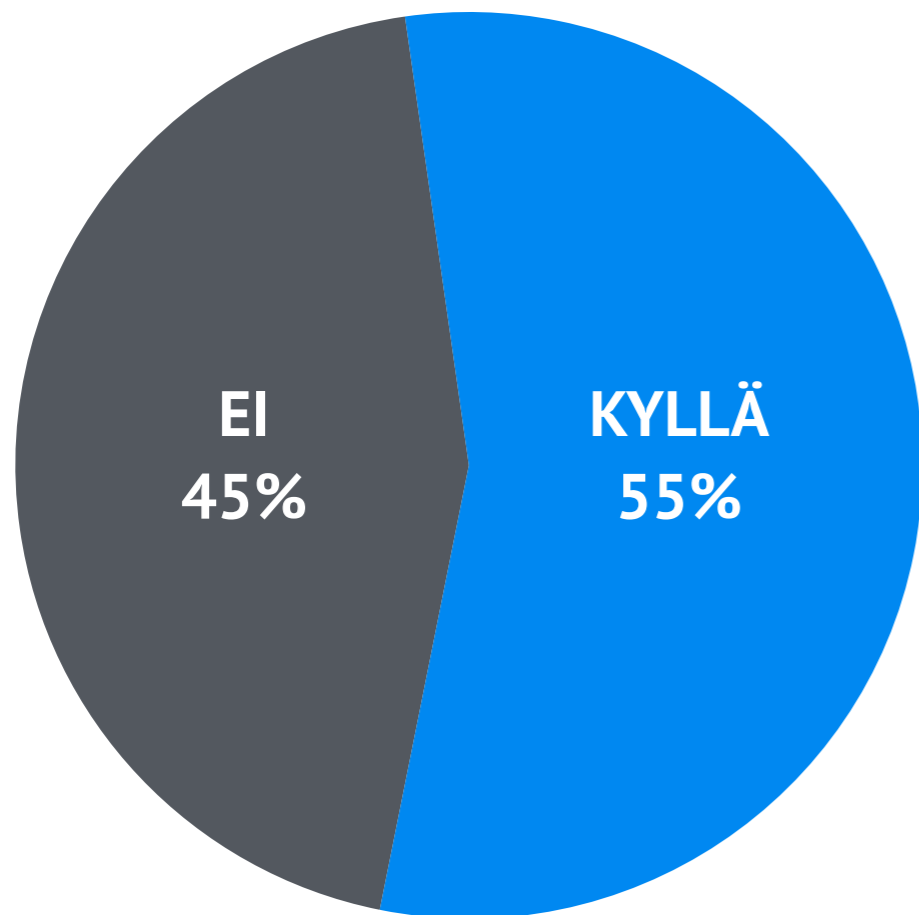
# KUINKA TÄRKEITÄ SEURAAVAT ORGANISAATIONNE TARJOAMAT TEKIJÄT OVAT OSAAJIEN REKRYTOINNISSA?

Duunitori

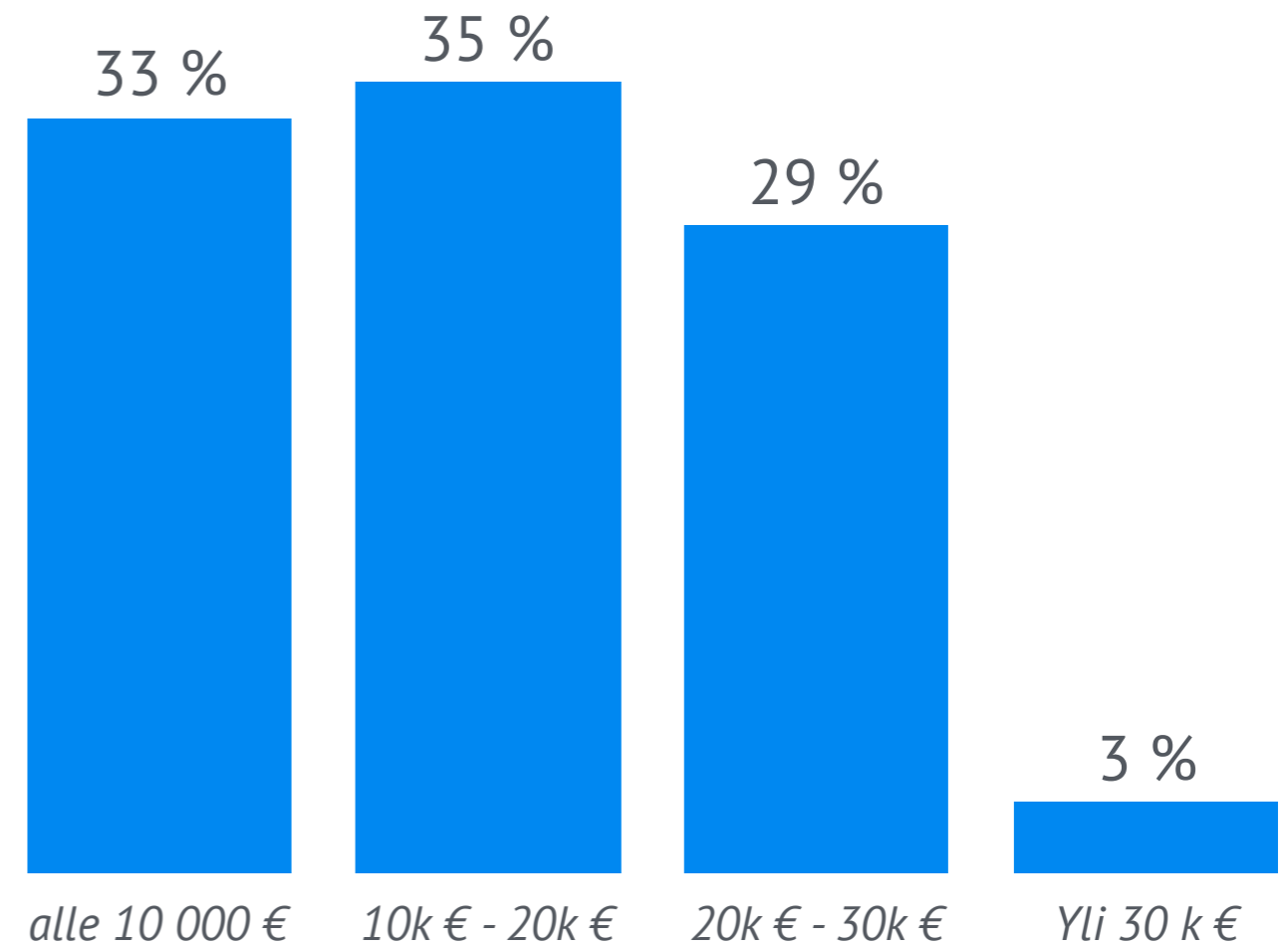


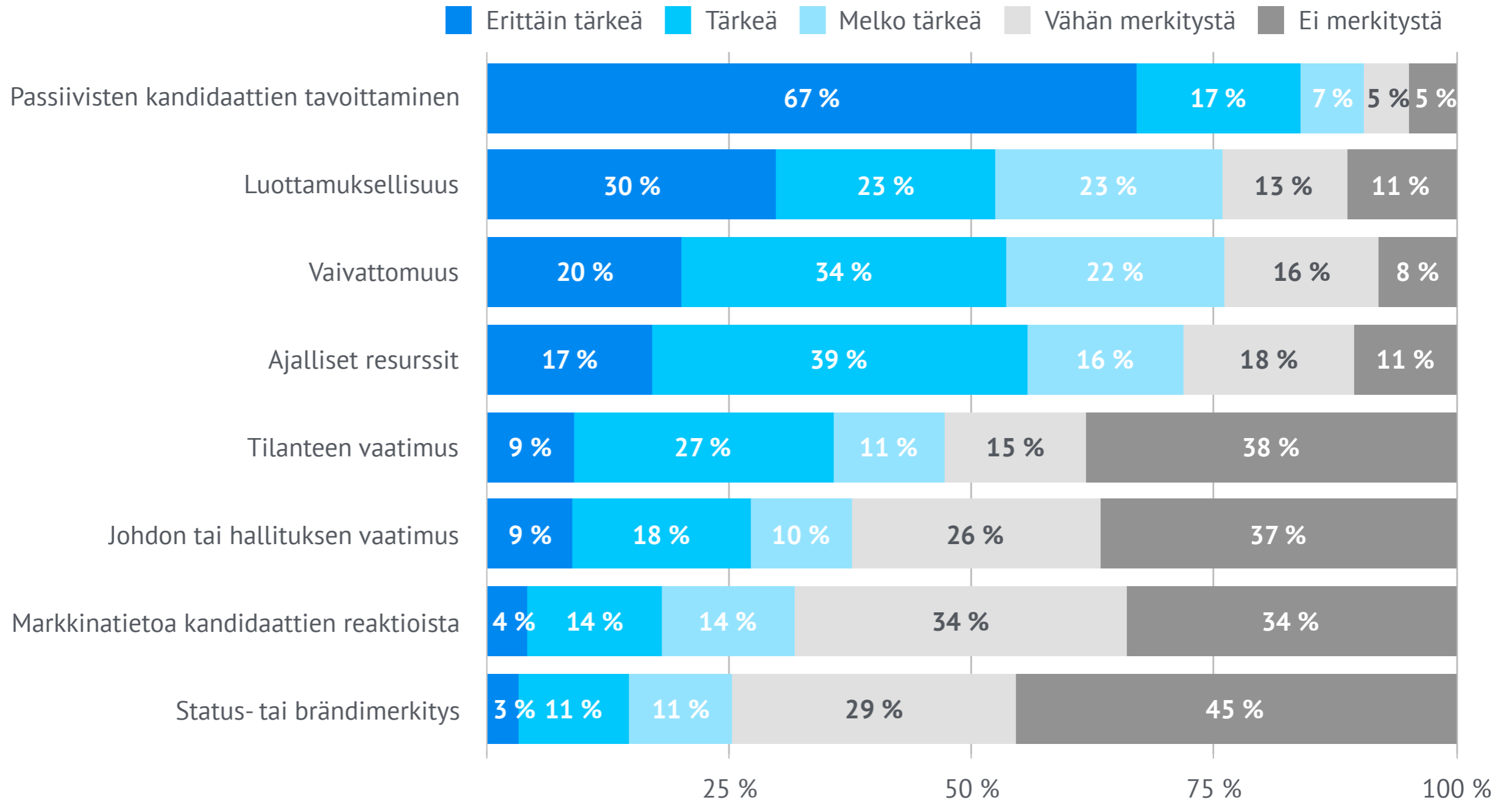


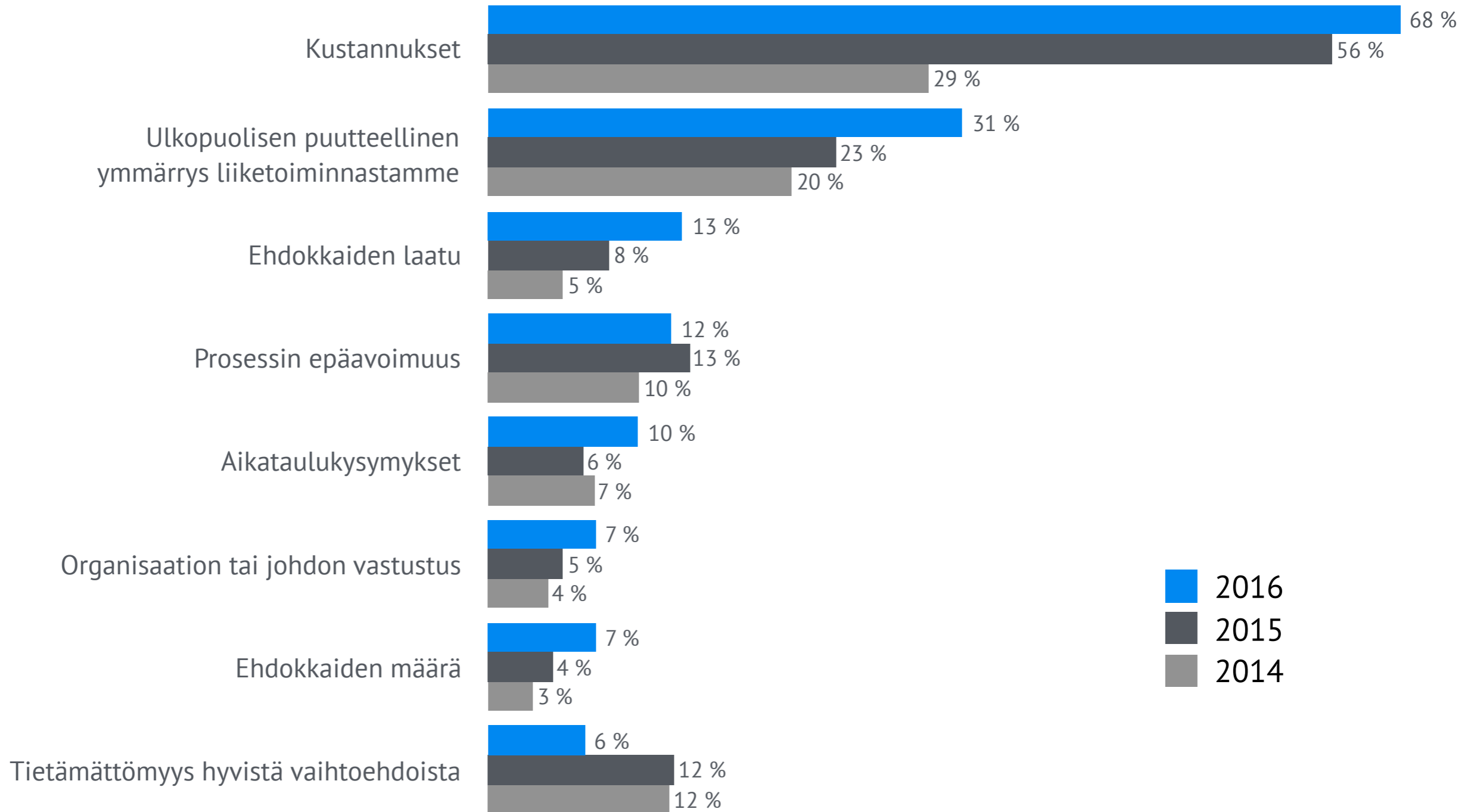
## Suorahaun käyttö viimeisen vuoden aikana



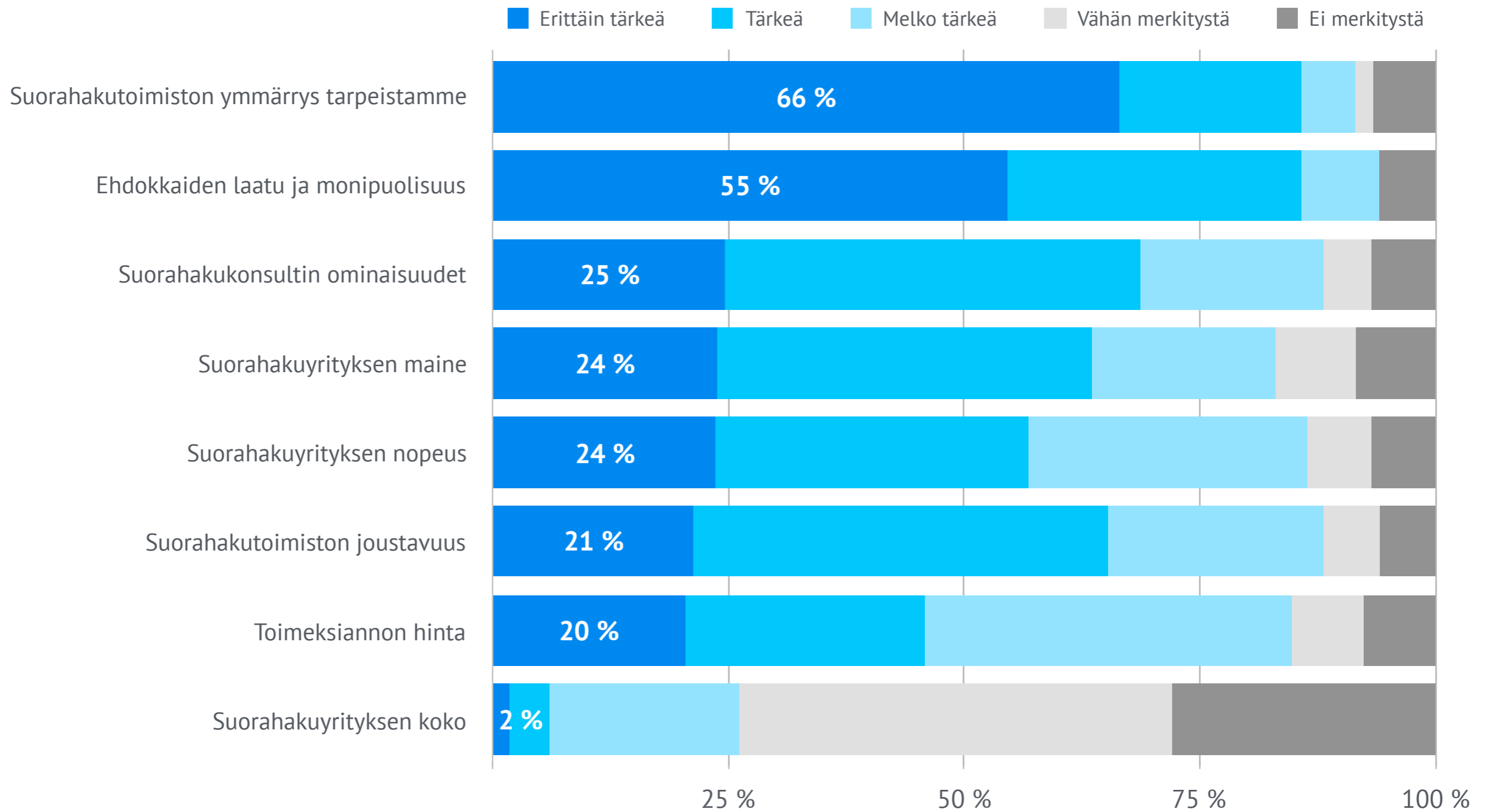
## Suorahakutoimeksiantoon käytetty keskimääräinen summa

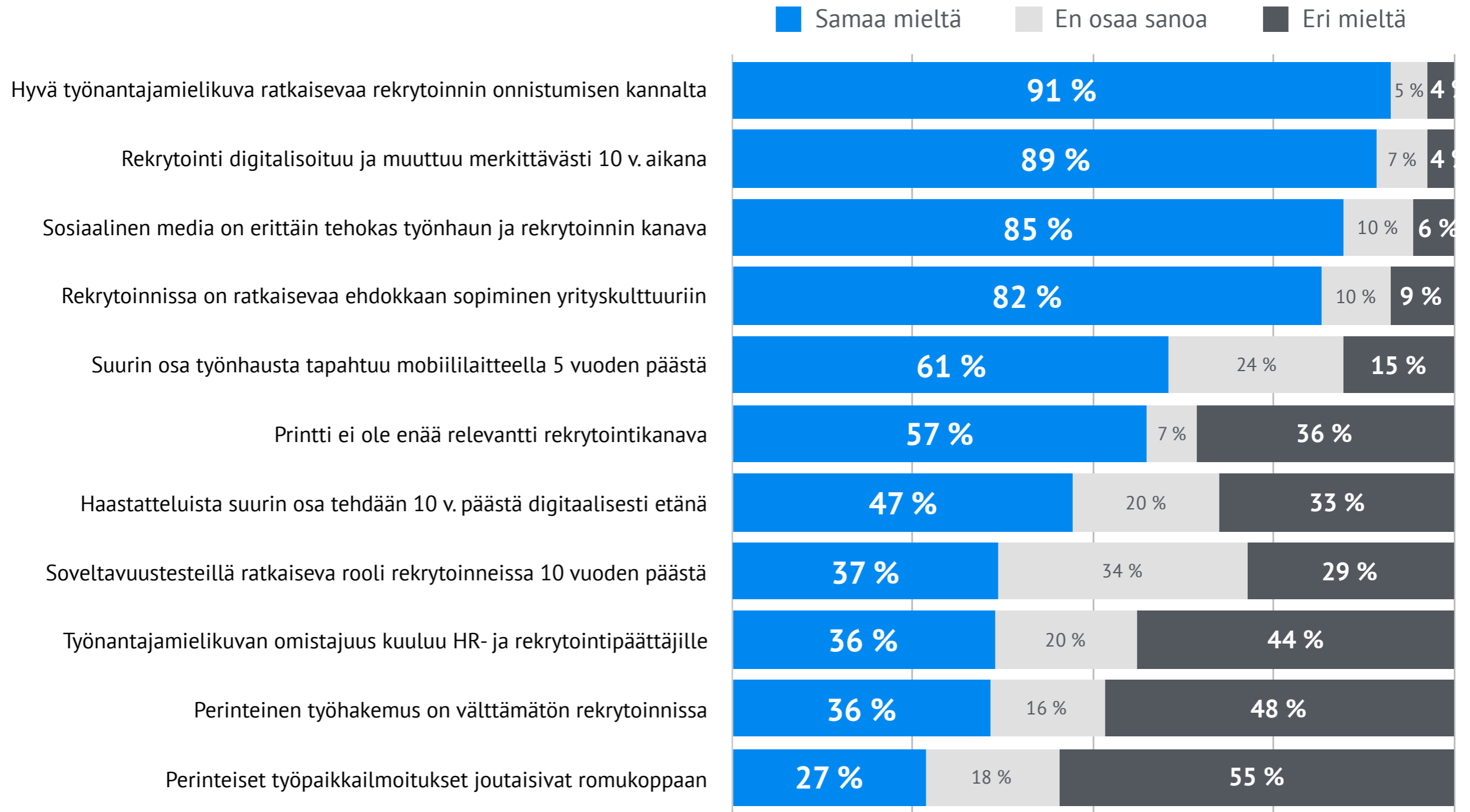






# TÄRKEIMMÄT KRITEERIT SUORAHAKUTOIMISTON VALINNALLE





**1: Rekrytointi muuttuu yhä haastavammaksi** ja kriittisemmäksi ja siinä onnistuminen tullaan ymmärtämään yhä kokonaisvaltaisemmin yrityksen menestymisen ehtona ja edellytyksenä.

Digitalisoitumisen myötä henkilökohtaiset kontaktit tulevat olemaan 'luxusta' ja saatavilla vain harvoille ja valituille. Suurimmat haasteet ovat oikeiden henkilöiden löytämisessä ja erityisesti heidän sitouttamisessaan organisaatioon.

Haasteet voivat liittyä myös oikeanlaisen osaamisen / taitojen / ja erityisesti oppimisen ja luovuuden tunnistamiseen. Rekrytoinnin haasteisiin lukeutuu myös muutoksen tuoma joustavuuden yhä suurempi tarve (mm. lainsäädäntö vs. työnteon erilaiset muodot ja ehdot).

Rekrytoinnin mahdollisuuksiin kuuluu mm. se, että **enää suuret eivät syö pieniä, vaan nopeat syövät hitaat** - rekrytoinnin nopeus ja avoimuus antaa mahdollisuuksia ketterille yrityksille napata parhaat tekijät.

**2: Kohdennettu ilmoittelu somessa** lisääntyy sekä digitaalisten sisältöjen käyttö yleistyy. Ilmoittelukenttä pirstaloituu ja **tärkeäksi nousee ymmärrys siitä mitä kanavia käyttämällä tavoitetaan tehtävään sopivat kandidaatit.** Mahdollisuudet liittyvät siihen kuinka hyvin onnistutaan jo ilmoitteluvaiheessa kertomaan aidosti työnantajakuvasta. Big datan käyttö suorahaussa – toivottavasti tätä saadaan kehitettyä!

**3: Rekrytointikonsultin kannalta haastavinta** on saada laadukkaita hakijoita mukaan hakuprosessiin, miten tavoittaa ne hakijat, jotka täyttävät asiakkaan vaatimukset. Suorahaku tulee lisääntymään ja kilpailu osajista kovenee.

Työantajamielikuvalla jatkossa vielä isompi merkitys. Työhaun helppous korostuu, voit laittaa hakemuksesi nopeasti mobiilisti, kun kohtaat mielenkiintoisen työpaikkailmoituksen.

**4: Rekrytoidaan asennetta** ja oikeanlaisia hyviä tyyppejä. **Koulutus ei enää niin merkitsevä asia jatkossa.**

**5: Luultavasti tulevaisuudessa työhausta tulee** joustavampaa ja nopeampaa, koska myös työsuhteet lyhenevät ja tärkeää on paitsi tavoittaa oikeat tekijät niin kyetä nopeasti (automaattisesti) havaitsemaan onko oikea tekijä tehtävään.

Ihmistä tarvitaan haastatteluissa, koska pelkät henkilöarviointimenetelmät eivät edes teoreettisella tasolla riitä riittävän kuvan saamiseksi.

Brändin hallinta on tärkeää, mutta HR ei voi olla ainoa vastuullinen taho, muuten brändi on päälle liimattu tarra.

**6: Mobiili, nopeus, ketteruus.** Järjestelmällä ehdottoman suuri merkitys tulevaisuudessa. Rekrytointiin osallistuu moni taho ja järjestelmän on taivuttava siihen, että monet voivat sitä käyttää sekä arvioida hakijaa. Erilaisten työkalujen on oltava integroitavissa järjestelmään. Järjestelmästä on saatava dataa ulos, ja tätä dataa on pystyttävä käyttämään hyödyksi rekrytoinnin automatisoinnissa. ***Nyt puhutaan markkinoinnin automatisoinnista, myös rekrytointia pystyttäisiin automatisoimaan.***

**7: Erityisosaamista vaaditaan** mm. it-alan tehtävissä yhä enemmän. Se luo haasteita rekrytoinneille. Samoin ns. passiivisten työnhakijoiden tavoitettavuus on haasteellisempaa. Pitää pysyä ajan hermolla siitä, missä kannattaa ilmoittaa avoimista tehtävistä (some-kanavat).

**8: Pätevät ja osaavat työntekijät on pakko houkutella yrityskulttuurin ja työnantajamielikuvan kautta** kiinnostumaan yrityksestä, vasta sitten on mahdollista saada heitä rekrytointikeskusteluun. Työntekijäkunta tulee jakautumaan entistä enemmän superosaajiin ja perusduunareihin, joten tulee olemaan kaksi eri träkkiä, joissa toimii eri lainalaisuudet. Ilmoitushaulla ja perinteisellä tavalla toimia on vielä paikkansa perusduunariväylällä. Työhaun helppous (Tinder for Jobs, videot yms.) tulevat yleistymään vauhdilla.

**9: Videohaastattelut, rekrytointityökalut** yms, jotka helpottavat rekrytoinnin hallintaa. Tiedon kulku on yhä suuri haaste yrityksen ja hakijan välillä. Se tulisi saada kuntoon, sillä vaikuttaa todella paljon työnantajamielikuvaan.

**10: Parhaista osaajista** entistä kovempi kilpailu. Tässä kilpailussa pärjäämisessä työnantajamielikuvalla keskeinen rooli. Palkka heikko houkutin. Suurimpana haasteena tavoittaa passiiviset hakijat, jotka eivät seuraa mitään rekryilmoituksia tms, koska viihtyvät nykyisessä työssään.

**11: Työnhakuprosessin digitalisoituminen**, joka kohdassa. Suomessa valitettavasti nämä muutokset tapahtuvat hitaasti verrattuna moniin muihin maihin. Suomessa paljon perinteikkäitä yrityksiä, jossa edelleen halutaan tehdä asiat samalla totutulla tavalla. Tämä johtuu myös pitkälti meidän HR-henkilöistä, joka on paljastunut mm. Deloitteen globaaleissa tutkimuksissa. Suomessa HR keskittyy edelleen järjestelmiin ja tehokkuuteen, kun muualla sitouttaminen, työnantajamielikuva ja talenttien metsästys ohjaavat toimintaa.

**12: Rekrytointi-ilmoitukset saavuttavat** nykypäivänä ison määrän ihmisiä sosiaalisen median avulla, minkä vuoksi rekrytointiin itsessään ei tarvitse laittaa rahaa. Sen sijaan työnantajamielikuvan rakentaminen on entistäkin tärkeämpää, koska informaatiota on saatavilla joka paikassa.

**13: Yritykset etsivät itse** aktiivisesti tavalla tai toisella sopivat tekijät. Työpaikkailmoittelun avulla löydetyt tuovat vain hiekkaa toimiston lattialle.

**14: Rekrytointi on suuressa muutoksessa.** Perinteinen CV ja haastattelu menettävät merkitystään. Ne toimivat esivalintaa tehdessä karsijoina. Todellinen valinta tehdään mittarilla motivaatio x oppimiskyky x kyky luoda luottamusta x johtamistaidot x kyky hahmottaa oleellinen ja suuremmat kokonaisuudet. Näitä ei voida selvittää etänä tai netin kautta – ei nyt eikä tulevaisuudessa. Oikeaan valintaan tarvitaan suosituksia, referenssejä sekä aitoja kokemuksia ja vuorovaikutustilanteita. Perinteinen haastattelu on aikansa elänyt. Sillä saadaan rekrytoitua vain pahimpia narsisteja. Liiallinen itsensä myyminen on ehdoton showstopperi. Yrityksen menestykseen tarvitaan tiimipelaajia ja yhteishengen luoja. Parhaiten soveltuvuutta voidaan arvioida erilaisia asiakas- / johtamistilanteita simuloimalla. Johtajilta vaaditaan korkeaa moraalialia ja kykyä laittaa yhteinen etu oman edun edelle.



Rekrytointitutkimus toteutettiin huhtikuussa 2016. Kysely suunnattiin suomalaisten yritysten rekrytointi- ja HR-asioista päättävälle henkilölle. Kyselyyn vastasi yhteensä 158 henkilöä. Kysely tehtiin verkossa ja siihen pystyi vastaamaan julkisen linkin kautta.

Kyselytutkimuksen tulokset ovat saatavilla ainoastaan kootussa muodossa. Jos olette kiinnostuneet saamaan lisätietoa kyselystä ja sen tuloksista, olkaa hyvä ja ottakaa yhteyttä.

Lisätietoja:

Thomas Grönholm  
*CEO & Founder*  
+358 40 544 4523  
[\*thomas@duunitori.fi\*](mailto:thomas@duunitori.fi)

Martti Kuusanmäki  
*COO & Founder*  
+358 50 413 7667  
[\*martti@duunitori.fi\*](mailto:martti@duunitori.fi)

**Duunitori Oy** on vuonna 2009 perustettu helsinkiläinen yritys, jonka palvelu duunitori.fi on Suomen yksi liikennöidyimpiä työnhakupalveluita. Duunitori tarjoaa työnantajille sekä rekrytointiyrityksille uudenaikaisia palveluja työnhakijoiden ja ehdokkaiden tavoittamiseen sekä rekrytointiin.

[twitter.com/duunitori](https://twitter.com/duunitori)

[facebook.com/duunitori](https://facebook.com/duunitori)

[linkedin.com/company/duunitori.fi](https://linkedin.com/company/duunitori.fi)