



**UNIVERSITY
OF OULU**



Missä hauskuus piilee rekrytointiprosessissa?

Eeva-Liisa Oikarinen
Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu

Kaisamari Ollila
Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu

Pia Hurmelinna-Laukkanen
Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu

*Huumorista yrityksille työkaluja – (Varuste)lekalla päähän!
HURMOS-hankkeen loppuseminaari 14.9.2017*

Rekrytoinnista ja yhteensopivuudesta



- **Rekrytointi on kaksisuuntaista ‘mätsäystä’, jossa työnantajat hakevat parhaita työnhakijoita ja työnhakijat etsivät kiinnostavimpia työpaikkoja.**
- Keskeisiä vaiheita: **suunnittelu, työntekijöiden houkuttelu, valinta, päätöksenteko**
- Yrityksille **työnhakijan ja organisaation yhteensopivuus** (person-organization fit), arvojen yhteneväisyys ja samankaltaisuus työnhakijan ja organisaatioiden välillä on usein tärkeämpää kuin henkilön yhteensopivuus työhön (person-job fit)



Mitä on hauskuus töissä?



- **Hauskuus töissä** sisältää sosiaalisia, henkilöiden välisiä tai tehtävään liittyviä aktiviteetteja, jotka ovat luonteeltaan leikillisiä tai humoristia, ja jotka huvittavat, hauskuuttavat tai aiheuttavat mielihyvää yksilölle.
- Huumori ja hauskuus töissä on nykyään olennainen asia koska **nuoret työntekijät arvostavat hauskanpitoa töissä.**

Tutkimuksen tavoite?



- ❖ *Tutkimuksen tavoitteena ymmärtää huumoria ja sen roolia työnhakijan ja organisaation yhteensopivuuden määrittämisessä rekrytointiprosessissa*

Case: Ponsse

- Ponssellalla huumori osa yrityskulttuuria
 - Ponsse palkittu sosiaalisesti vastuuntuntoisena nuorten työnantajana.
 - Sopiva tapaus tutkia hauskuuden ja huumorin hyödyntämistä yrityksen rekrytoinnissa.
 - **Laadullinen aineisto:** rekrytoinnista vastaavien haastattelu ja fokusryhmähaastattelu (5 henkilöä).
 - **Määrällinen aineisto:** kysely vastikään rekrytoitujen työntekijöiden keskuudessa (97 työntekijää, 77% vastausprosentti)
1. Haastatteluaineiston teemoihin perustuva analysointi ja tulkinta
 2. Kuvaileva määrällinen analyysi yleisen näkemyksen saamiseksi rekrytoijilta
 3. Rekrytoijien ja rekrytoitujen näkemyksien vertailu

Alustavia löydöksiä

➤ I Suunnitteluvaiheessa

- ❑ Työntekijän yhteensopivuus organisaatioon oli keskiössä jo yrityksen rekrytoinnin suunnitteluvaiheessa

”...kaikilla meillä on samat tavoitteet ja tekisimme asioita yhdessä, sen sijaan että vedettäisiin eri suuntiin, jollain tavalla yhteistyökykyinen kaveri, joka lisää arvoa ja tukee meidän tavoitteita”

- ❑ folksiness, oli positiivinen työnhakijan ennakkoon määritelty ominaisuus, mikä usein yhdistetään kykyyn pitää hauskaa ja olevan yhteydessä yhteistyökykyyn

”Jollain tapaa ’folksy’ kaveri joka haluaa tehdä asioita yhdessä”

2 Työnhakijoiden houkutteluvaiheessa

- ❑ Yleisesti fokus oli tuottaa realistinen mielikuva organisaatiosta ja työpaikasta.



Alustavia löydöksiä

➤ 3 Valintavaiheessa

❑ 'Coping huumori' jännityksen lieventämiseksi haastattelutilanteessa

”...Koitan keventää tilannetta kun meillä on kahvinjuontia session alussa. Täytyy vähän vitsailla ja katsoa vähän alkaako kaveri nauraa tai uskaltaako hän nauraa. Usein tämä keventää tilannetta ja tekee kaverista avoimemman” (rekrytoija)

❑ Huumorintajuisuus oli haluttu ominaisuus ja voi indikoida myöhempää yhteensopivuutta organisaatioon.

➤ 4 Päätöksentekovaiheessa

❑ 'Oikea asenne' kuten Ponsella kutsutiin, korostettiin tärkeämpänä tekijänä taitoihin verrattuna. Kyky oppia uutta, yhteistyökykyisyys, rehellisyys, huolellisuus, vastuuntuntoisuus, sinnikkyys, sitoutuneisuus ja folksy.

❑ **Suurin ero rekrytoijien ja rekrytoitujen näkemysten välillä oli, että taitoja ja osaamista ei painotettu yhtä paljon kuin mitä rekrytoidut itse uskoivat.**



Huumori rekrytointiprosessissa?

➤ 1 Suunnitteluvaihe

- ❑ Organisaation arvot & kulttuuri & huumorin rooli, uuden työntekijän sopiminen tiimiin, johtajan ja työtovereiden huumorintaju, johtajan työskentelytyyli, ja henkilöstön odotukset uudesta työntekijästä.

➤ 2 Työntekijöiden houkuttelu

- ❑ Realistisen työnantajakuvan viestintä hakijoille,
- ❑ Mahdollisuus testauttaa hakijan yhteensopivuutta organisaatioon huumorin avulla (esim. rekrytointimainonnassa).

➤ 3 Valinta

- ❑ Miellyttävä haastattelutilanne luonnolista huumoria käyttäen
- ❑ Hauskat haastattelukysymykset voivat fasilitoida avoimempia vastauksia verrattuna muodollisiin kysymyksiin
- ❑ Huumorin rooli tiimin muodostuksessa ja koheesion luominen niiden välillä jotka jakavat samanlaisen huumorintajun

➤ 4 Päätöksentekoprosessi

- ❑ Kun rekrytoidaan uusia henkilöitä, henkilökohtaisia ominaisuuksia pidetään tärkeämpiä verrattuna työssä tarvittaviin taitoihin



Myös tarinankerronnallisuuskuulttuuri voi yhdistää eri business yksiköiden työntekijöitä: Case Ponsse

- *Mikä on tarinankerronnan rooli kansallisen ja kansainvälisen kulttuurin yhdistäjänä?*

Kiteytyy huumorin tärkeyteen

*“Humor is **very important** for me. We are joking with my colleges every day.”(Russia B)*

*“Most of us get along and joke with each other every day. I believe humor is **very important and appropriate** at work. It makes the working relationships better and more fun.”(USA B)*

*“Yes we do joke and discuss on our coffee breaks and I think it is **very important at work**. There are studies that show that laughing a lot frees good hormones in your body, to release stress.”(Sweden A)*

*“Yes **it’s important** as it helps to decrease fatigue, unite teams, make the atmosphere more creative, increase productivity and decrease stress... An environment that is lacking humor and good relationships greatly increases the chance of employees developing stress-related illnesses. Having a good state of mind is important, especially for those who hold a leadership position, as it helps to maintain a relaxed atmosphere, strengthening their leadership towards their team” (Brazil A)*

Yhteisen kulttuurin vahvistamista

❖ Vierailut, säännöllinen yhteyden pito, tapahtumat, tarinat – erityisesti hauskat tarinat

“...the company is interested in the lives of their employees.”(Russia C)

“they are always interested in stories and photos.” (UK A)

“I have shared many stories with our people about my personal history with the company, my times with Einari, Janne and Juha and how I was always treated like an important part of their company.” (USA A)

“We have many chances to talk and share experience and stories between each other. Not as a routine, but sometimes I tell my colleagues when we meet each other face-to-face, but not like in an official way. I talk a lot if I meet the person who would like to listen to me, and I feel happy to talk Chinese stories, culture, tradition habits and so on” China B)

“Yes, and I always try to tell the employees what is our history.”(Brazil A)

❖ Kansalliset erot selkeitä (esim. Suomalaiset varautuneempia ja hiljaisempia), mutta kansallisia kulttuurieroja voi tasoittaa yhteisellä organisaatiokulttuurilla (johon päästään mm. tarinankerronnan keinoin)

“Yes it seems we are alike, Finland and UK we are happy to laugh at each other and also at ourselves. Also we both seem to play hard and work hard. It seems we are both also interested in each other people. In business we both make fast decision no need to chit chat for days.” (UK A)

“If we talk about common goals. Both work hard for our company and want the best results possible. Even though we come from two different cultures it seems we can work well together.” (USA B)

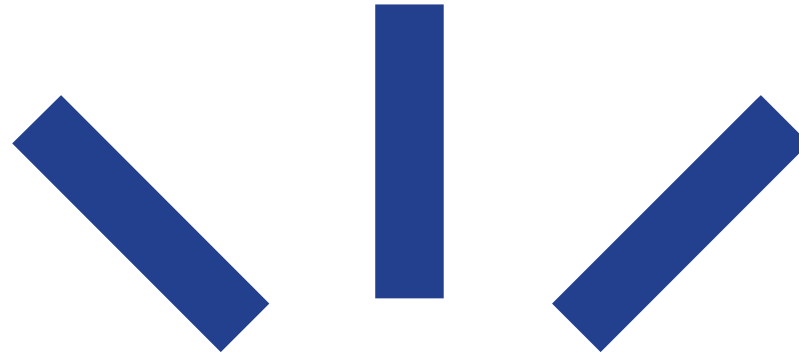
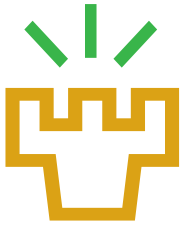
“If we are talking about Ponsse business, I mean cultural differences in communication between Ponsse Finland and Ponsse Russia, generally I do not see principal differences.” (Russia B)

Mitä tästä opimme?

- Tunnistetaan erilaisia näkökulmia työpaikan hauskuuteen, jotka voidaan huomioida rekrytointiprosessissa ja organisaatiokulttuurin vahvistamisessa sekä sen kommunikoinnissa yrityksen eri osiin.
- Yritysten tulisi huomioida huumori nousevana työkaluna rekrytoinnissa ja henkilöstöhallinnossa.
 - erityisesti miten se voi testata ja edistää työntekijän yhteensopivuutta organisaatioon ja
 - erityisesti kun rekrytoidaan nuorempaa työvoimaa jotka arvostavat huumoria töissä.
- Huumori saa olla yrityksen arvo!

Lähteitä

- Bella Katalin (2017). Role of storytelling culture between international business units: Case of Ponsse. Master's thesis. May 2017. Oulu Business School.
- Bottger, P. & Barsoux, J.L. (2012). Masters of fit: how leaders enhance hiring. *Strategy & Leadership*, 40, 33-39.
- Fluegge, E.R. (2008). Who put the fun in functional? Fun at work and its effects on job performance. Unpublished doctoral dissertation, University of Florida, Gainesville, FL.
- Kristof-Brown A.L, Zimmerman R.D. & Johnson E.C. (2005). Consequences of individuals fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342.
- Lamm, E. & Meeks, M.D. (2009). Workplace fun: the moderating effects of generational differences. *Employee Relations*, 31, 613-631.
- Morley, M. (2007). Person-organization fit. *Journal of Managerial Psychology*, 22, 109-117.
- Oikarinen E-L, Ollila KM, & Hurmelinna-Laukkanen P (2017). Where is the fun when seeking the best person-organization fit in recruiting? 24th Nordic Academy of management conference NFF 2017: Nordic Opportunities, 23-25 August, Bodø, Norway
- Ollila Kaisamari (2016). Recruitment process and the role of organizational humor. Master's thesis. Oulu Business School.
- Romero, E. & Pescosolido, A. (2008). Humor and group effectiveness. *Hum. Relat.*, 61, 395-418.
- Tews, M.J., Michel, J.W. & Bartlett, A. (2012). The Fundamental Role of Workplace Fun in Applicant Attraction. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 19, 105-114.
- Ziv, A. (2010). The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships. *Society*, 47, 11-18.



Kiitos!

Eeva-Liisa Oikarinen
tohtorikoulutettava, HURMOS-hankkeen projektipäällikkö
eeva-liisa.oikarinen@oulu.fi