

# **MAANPUOLUSTUSKORKEAKOULU**

## **ESITYSLENTOTOIMINNAN VAIKUTUS ILMAVOIMIEN LENTORESERVIUPSEERIKURSSI 88:N REKRYTOINTIIN**

EUK:n tutkielma

Kapteeni  
Tomi Iikkanen

Esiupseerikurssi 66  
Ilmasotalinja

Huhtikuu 2014

## MAANPUOLUSTUSKORKEAKOULU

<b>Kurssi</b> Esiupseerikurssi 66	<b>Linja</b> Ilmasotalinja
<b>Tekijä</b> Kapteeni Tomi Olavi IIKKANEN	
<b>Tutkielman nimi</b> ESITYSLENTOTOIMINNAN VAIKUTUS ILMAVOIMIEN LENTORESERVIUPSEERIKURSSI 88:N REKRYTOINTIIN	
<b>Oppiaine, johon työ liittyy</b> Johtaminen	<b>Säilytyspaikka</b> Kurssikirjasto (MPKK:n kirjasto)
<b>Aika</b> Huhtikuu 2014	Tekstisivuja 44    Liitesivuja 59
<b>TIIVISTELMÄ</b> <p>Ilmavoimien esityslentotoiminnan osuutta ja vaikutusta Ilmavoimien rekrytointiin ei ole aiemmin tutkittu. Esityslentotoiminta luo kuvaa Ilmavoimista ulkopuolisille ja sitä käytetään myös rekrytoinnin työkaluna. Tutkielman tavoitteena on selvittää esityslentotoiminnan vaikutus lentoreserviupseerikurssin rekrytointiin. Olennaista tutkimuksessa on kurssille hakevien henkilöiden hakupäätökseen vaikuttavien tekijöiden selvittäminen. Tässä tarkastelussa pyritään poimimaan esityslentotoiminnan osuus hakijoihin vaikuttaneesta kokonaisuudesta.</p> <p>Tutkielma on tehty kvantitatiivisena kyselytutkimuksena ja kohderyhmänä ovat olleet Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneet. Laajasti rekrytointia ja hakuun liittyviä asioita käsittelevä Webropol-kysely lähetettiin sähköpostilla kaikille 633 hakijalle, ja vastausprosentiksi saatiin 30 %. Teoriatausta on luotu kirjallisuuden ja asiantuntijahaastattelujen perusteella. Tutkimuskyselyn tuloksia on analysoitu tilastomatemaattisin keinoin, joista tärkeimpiä olivat frekvenssijakaumien tarkastelu, korrelaatiokertoimien vertailu ja regressioanalyysi.</p> <p>Tulosten perusteella tyypillinen Lentoreserviupseerikurssille 88 hakenut henkilö on vuonna 1994 syntynyt mies, joka hakuhetkellä asui kaupungissa, kävi lukiota, ei ollut ollut varusmiespalveluksessa ja haki lentoreserviupseerikurssille ensimmäistä kertaa. Hakijan kiinnostus ilmailua ja ilmavoimia kohtaan on kehittynyt pitkän ajan kuluessa ja hakupäätös on ollut harkittu. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Ilmavoimien rekrytointi on huomattu ja että niillä on ollut vaikutusta hakupäätökseen. Esityslentotoiminta on koettu tulosten mukaan merkittävimmäksi yksittäiseksi lentoreserviupseerikurssille hakuun vaikuttavaksi tekijäksi Ilmavoimien tietoisien rekrytoinnin keinovalikoimasta. Lentokoneen ääneen ja visuaaliseen havaintoon liittyvillä tekijöillä oli selvä yhteys hakijan haluun päästä sotilaslentäjän ammattiin.</p> <p>Tutkielman johtopäätöksenä voidaan todeta, että esityslentotoiminnalla on erittäin merkittävä yhteys Ilmavoimien lentoreserviupseerikurssin rekrytointiin. Kurssille hakemisen päätöksen tekoketjuun vaikuttavat monet tietoiset ja tiedostamattomat tekijät, mutta Ilmavoimien esityslentotoiminnan positiivinen merkitys hakupäätökseen välillisesti ja suoraan on tutkimustulosten mukaan kiistämätön; tutkimustuloksista voidaan päätellä, että esityslentotoiminnan vähentäminen saattaisi vaikuttaa negatiivisesti lentoreserviupseerikurssin rekrytointiin.</p>	
<b>AVAINSANAT</b> rekrytointi, Ilmavoimat, lentävä henkilökunta, esityslento, lentoreserviupseerikurssi	

# TUTKIELMAN SISÄLLYSLUETTELO

<b>1</b>	<b>JOHDANTO.....</b>	<b>1</b>
1.1	TUTKIMUSKYSYMYKSET .....	1
1.2	RAJAUKSET JA VIITEKEHYS .....	2
1.3	KÄSITTEET JA MÄÄRITELMÄT .....	3
1.4	AIEMPI TUTKIMUS .....	4
<b>2</b>	<b>TUTKIMUSTEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT .....</b>	<b>5</b>
2.1	TUTKIMUSOTE.....	5
2.2	TUTKIMUSMENETELMÄ .....	5
2.3	TIEDONKERUUMENETELMÄ .....	5
2.4	AINEISTON ANALYYSI- JA TULKINTAMENETELMÄT .....	6
<b>3</b>	<b>REKRYTOINTI .....</b>	<b>9</b>
3.1	REKRYTOINTIPROSESSI.....	9
3.2	REKRYTOINTIKANAVAT.....	10
3.3	TYÖNANTAJAKUVA .....	11
3.4	REKRYTOINTIPROSESSI JA SOSIAALISUUS – TULEVAISUUDENNÄKYMÄ .....	12
3.5	REKRYTOINTISTRATEGIA.....	13
3.6	REKRYTOINTIVIESTINTÄ.....	13
3.7	Y-SUKUPOLVI REKRYTOINNIN KOHTEENA .....	14
3.8	REKRYTOINNIN VAIKUTUS HAKIJAAN .....	16
3.9	ESITYSLENTOTOIMINTA OSANA ILMAVOIMIEN REKRYTOINTIA .....	16
3.10	LENTORESERVIUPSEERIKURSSI 88:N REKRYTOINTI .....	18
<b>4</b>	<b>TULOKSET .....</b>	<b>23</b>
4.1	TAUSTAKYSYMYSTEN TILASTOLLINEN TARKASTELU .....	23
4.2	HAKIJAN SUHDE ILMAVOIMIIN JA ILMAILUUN.....	24
4.3	HAKIJAN SUHDE ILMAVOIMIEN REKRYTOINTIIN .....	26
4.4	REKRYTOINNIN VAIKUTUS HAKIJAN HAKUPÄÄTÖKSEEN .....	29
4.5	HAKIJAN TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT .....	33
4.6	KORRELAATIOTARKASTELUN TULOKSET.....	34
4.7	REGRESSIOANALYYSIN TULOKSET.....	36
<b>5</b>	<b>JOHTOPÄÄTÖKSET.....</b>	<b>38</b>
5.1	LENTORESERVIUPSEERIKURSSIN REKRYTOINTI .....	38
5.2	HAKUPÄÄTÖKSEN MUODOSTUMINEN .....	39
5.3	ESITYSLENTOTOIMINNAN VAIKUTUS REKRYTOINTIIN .....	40
5.4	TUTKIELMAN RELIABILITEETTI JA VALIDITEETTI.....	42
5.5	JATKOTUTKIMUKSEN TARVE .....	44

**LÄHTEET**

**LIITTEET**

# ESITYSLENTOTOIMINNAN VAIKUTUS ILMAVOIMIEN LENTO-RESERVIUPSEERIKURSSI 88:N REKRYTOINTIIN

## 1 JOHDANTO

Qualitas potentia nostra – laadussa on voimamme, kuuluu Suomen ilmavoimien tunnuslause.

*Tulevaisuus on Ilmavoimissakin ihmisten, ei koneiden. Laatu syntyy ihmisten yhteisestä pyrkimyksestä erinomaisuuteen. Ilmavoimissa pyrkimys elää vahvana niin palkatun henkilöstön kuin varusmiesten ja reserviläistenkin keskuudessa. Sen voi sanoa olevan Ilmavoimien henki ja kulttuuri, jota meidän esimiesten on tarkoin vaalittava ja itsemme peliin pannen viljeltävä.* (Jäämeri 2013, 13)

Lainaus on 1.4.2014 Ilmavoimien komentajaksi siirtyneen Prikaatikenraali Kim Jäämeren Kylkirautaan kirjoittamasta artikkelista, joka on otsikoitu ”Ilmavoimat 2015” ja se käsittelee Ilmavoimien uudistumisen jälkeistä tilaa. Artikkelissa Jäämeri mainitsee myös, että ajan saatossa palvelukseen on saatu ikäluokkien ”kilpailtua huippua” (Jäämeri 2013, 9).

Jäämeren artikkelista on tulkittavissa, että Ilmavoimien toimintaa osana maanpuolustusinstituutiota arvostetaan korkealle, mikä näkyy muun muassa lahjakkaiden nuorten aktiivisena haakeutumisena Ilmavoimien palvelukseen. Tämä tutkimus keskittyy Ilmavoimien ohjaajien rekrytointiin lentoreserviupseerikurssille ja pyrkii selvittämään esityslentotoiminnan osuutta tässä kokonaisuudessa. Esityslentotoimintaan käytetään Ilmavoimissa vuosittain tarkoin harkittu ja rajattu määrä resursseja. Yksi esityslentotoiminnan päämääristä on maanpuolustushengen kohottaminen ja rekrytointi (Lentonäytöstötoiminta Ilmavoimissa 2006).

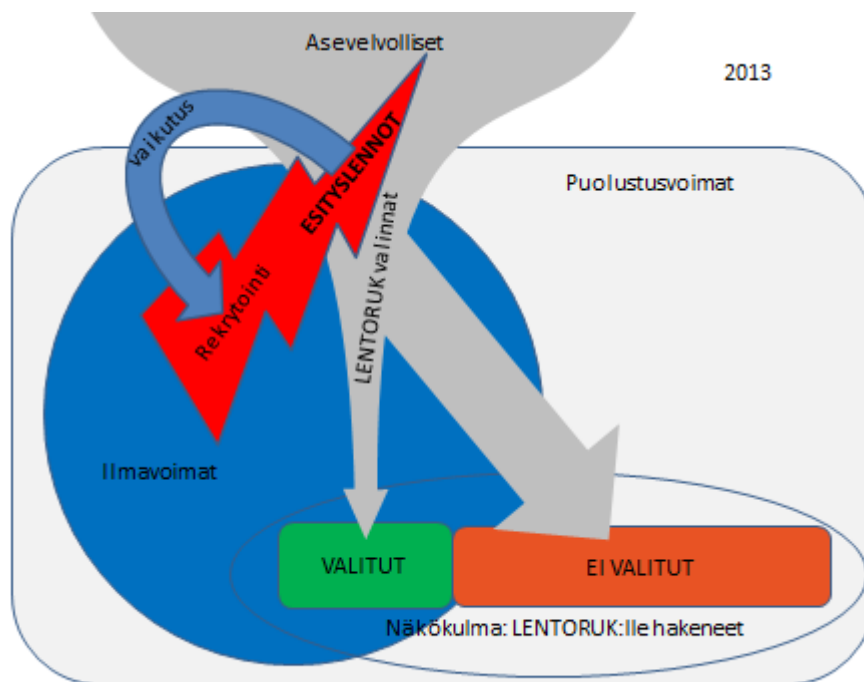
### 1.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen pääkysymys on: Miten Ilmavoimien esityslentäminen vaikutti Lentoreserviupseerikurssi 88:n rekrytointiin? Tämän tutkimuksen alakysymykset ovat seuraavat: Mitkä tekijät saivat Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneet kiinnostumaan Ilmavoimista? ja Mistä koostuu Ilmavoimien lentoreserviupseerikurssin rekrytointi?

## 1.2 Rajaukset ja viitekehys

Tämä tutkimus keskittyy Suomen ilmavoimien esityslentotoimintaan ja sen merkitykseen Ilmavoimien Lentoreserviupseerikurssi 88:n rekrytointiin. Tätä tarkastellaan kurssille hakeutuneiden näkökulmasta. Esityslentotoiminnan ja lentoreserviupseerikurssille rekrytoinnin osalta tarkastellaan vuotta 2012, jolloin on ollut tarkoitus rekrytoida hakijoita pääsääntöisesti vuoden 2013 lentoreserviupseerikurssille (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013). Tarkastelu lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin osalta keskittyy hakijoiden ajatuksiin ennen hakupäätöstä, eikä tämän jälkeistä rekrytointiin kuuluvaa henkilövalinnan osuutta käsitellä tässä tutkielmassa.

Tutkielman viitekehys ilmenee alla olevasta kuvasta (KUVIO 1.), jossa tarkastelun keskiössä on Ilmavoimien rekrytoinnin kohdistuminen asevelvollisiin ja sen yhtenä vaikuttavana tekijänä esityslentotoiminta. Tätä kokonaisuutta tarkastellaan Lentoreserviupseerikurssille 88 hakeutuneiden näkökulmasta.



KUVIO 1. Viitekehys.

### 1.3 Käsitteet ja määritelmät

**Lentoesitykset** ovat esityslentoja tai esittelylentoja (PAK I 4:14 LPK 2005, 50).

**Lentoesityksellä** tarkoitetaan lentoa, jolla esitellään Puolustusvoimien toimintaa, lentokalustojen suoritusarvoja ja soveltuvuutta tehtäviinsä tai ilma-alusten miehistöjen koulutustasoa (PAK I 4:14 LPK 2005, 50).

**Esityslennolla** tarkoitetaan lentoesitystä, joka sisältää taitolentoa ja koneen liikehtimiskyvyn esittelyä. Ilmavoimissa esityslentoja lennetään VN-, HW- ja HN-kalustolla. Muulla kalustolla lennetään vain esittelylentoja. Maavoimien esityslentokalustosta käskää Maavoimien esikunta. (PAK I 4:14 LPK 2005, 50)

**Esittelylennolla** tarkoitetaan lentoa, jolla esitellään Puolustusvoimien lentotoimintaa ja lentokalustoa. Esittelylento on ohjelmaltaan selvästi esityslentoa helpompi ja kalustoa vähemmän rasittava lento, joka ei vaadi runsasta harjoittelua. (PAK I 4:14 LPK 2005, 51)

**Esityslentotoiminnalla** tarkoitetaan suunniteltua esityslentojen toteuttamista Ilmavoimissa, joka konkretisoituu lentonäytöksissä tai vastaavissa tapahtumissa (Rauhala, henkilökohtainen tiedonanto 22.1.2014).

**Lentoreserviupseerikurssi** on Ilmavoimien Reserviupseerikoulun kurssi, jonne valitaan vuosittain 35–45 oppilasta. Varusmiespalvelustaan suorittavat oppilaat saavat reserviupseerikoulutuksen lisäksi laajan ja perusteellisen ilmailuteoriaopetuksen sekä noin 35 tunnin lentokoulutuksen. Kurssi alkaa vuosittain heinäkuussa. Kurssin jälkeen on mahdollisuus hakea opiskelijaksi kadettikurssin eri ohjaajaopintosuunnille Ilmavoimiin, Maavoimiin tai Rajavartiolaikseksi. (Ilmasotakoulu 2013)

**Lentoreserviupseerikurssi 88** on heinäkuussa 2013 palvelukseen astunut kurssi.

**Rekrytoinnilla** tarkoitetaan henkilöstönhankintaa, joka sisältää kaikki ne toimenpiteet, joilla tarvittava työvoima saadaan hankituksi yritykseen (Viitala 2004, 242).

**Rekrytointi** on sanana saanut alkunsa sotilasorganisaation värväystapahtumasta. Ranskan kielessä rekrytoida verbi on recruter ja rekrytoitava kohde on recru tai recrue. Ruotsin kielen kautta sana on tullut suomalaiseseen puhekieleen. Ruotsalainen sana rekryt tarkoittaa alokasta eli palvelukseen otettavaa. Sotilaallisesta alkuperästä huolimatta termi on levinnyt muihinkin organisaatioihin. Ajan saatossa termiin mielletyt asiat, kuten pakko ja karsinta, ovat saaneet suomalaisessa siviilitoiminnassa pehmeämmät muodot ja sisältääkin nykyään työsuhteen aloittamiseen liittyviä mielikuvia, kuten henkilöhaku ja -arviointi. (Markkanen 1999, 11)

Kari Koivisto (2004) on määritellyt **rekrytoinnin** tarkoittamaan henkilövalintaa ja rekrytointiprosessin tarkoittamaan kaikkia niitä perättäisiä tapahtumia, joiden avulla toteutetaan onnistunut henkilövalinta. (Koivisto 2004, 23)

Sari Salojärven (2009) mukaan **rekrytointi** on henkilöstöjohtamisen prosesseista yksi kaikkein strategisimpia. Tätä käsitystä tukee rekrytoinnin mahdollisuus vaikuttaa yrityksen tulevaisuuteen tavoitellun yrityskulttuurin ja strategisten tavoitteiden saavuttamisen kannalta. Rekrytointipäätökset ovat kauaskantoisia ja rekrytoinnin kautta saadaan uutta haluttua osaamista ja asennetta. (Salojärvi 2009, 119, Östberg 2009, 79) Rekrytoinnilla ymmärretään kaikkia niitä toimenpiteitä ja valintoja, joilla saadaan oikea ihminen oikeaan tehtävään. Rekrytointia käytetään usein puhuttaessa yhdestä suuresta kokonaisuudesta, mutta toisinaan termiä käytetään myös puhuttaessa vain yksittäisestä menettelystä, kuten työpaikkahakemuksen laittamisesta lehteen. (Helsilä & Salojärvi toim. 2009, 119–120)

#### 1.4 Aiempi tutkimus

Maanpuolustuskorkeakoulussa on tutkittu rekrytointia sekä henkilövalintaa eri tasoilla ja eri näkökulmista. Ilmavoimien rekrytoinnin tutkimuksista suurin osa käsittelee ajanhetkeä ja päätöksentekoa lentoreserviupseerikurssin päättymisen ja kadettikurssin alkamisen välillä. Ainoastaan kolme tutkielmaa käsittelee aikaa ennen lentoreserviupseerikurssin alkua, ja niistäkin vain yhdessä on kerätty tietoa kurssille hakevilta. Kyseisessä tutkimuksessa ei ole kartoitettu esityslentotoiminnan osuutta. Siviilimaailmassa rekrytointi on paljon tutkittu aihe. Ilmavoimien ohjaajien rekrytointiin ja valintaan sekä rekrytointiin yleisesti liittyvät tuoreimmat tutkimukset aiheineen on listattu liitteeseen 1.

## 2 TUTKIMUSTEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

### 2.1 Tutkimusote

Tämän tutkielman tarkoitus on tutkia nomoteettisella tutkimusotteella Ilmavoimien esityslentotoiminnan osuutta Ilmavoimien lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnissa. Nomoteettisella tutkimusotteella pyritään laajoja ihmisryhmiä tutkimalla pääsemään yleisiin lainalaisuuksiin, keskiarvoihin tai normeihin (Salo-Gunst & Vilkkö-Riihelä 2000, 38).

### 2.2 Tutkimusmenetelmä

Tässä kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusmenetelmänä on käytetty kyselytutkimusta, joka on tunnetun survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä. Aineisto kerätään standardoidusti tietyltä kohdejoukolta ja pyritään kuvailemaan, vertailemaan tai selittämään jotakin ilmiötä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 125 ja 182) Tässä tutkimuksessa otos sisältää koko perusjoukon, koska kyseessä on kokonaistutkimus. Tällöin ei yleensä edes puhuta otoksesta, vaan pelkästään perusjoukosta (Heikkilä 2004, 14). Esityslentotoimintaa tarkastellaan osana lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin keinovalikoimaa. Tutkimuksen teoreettinen tausta rakentuu rekrytointia koskevasta tutkimuskirjallisuudesta. Tutkimuksen Ilmavoimia koskevaa teoriaosuuden asiakirjapohjaista sisältöä on täydennetty keräämällä ajantasaista tietoa asiantuntijoilta haastatteluin.

### 2.3 Tiedonkeruumenetelmä

Tutkimusaineisto on kerätty strukturoidulla Webropol-kyselyllä Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneilta. Strukturoitu kysymyksenasettelu toimii hyvin laajassa kvantitatiivisessa kyselyssä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 183). Suurin osa kysymyksistä noudatti Likertin asteikkoa, jota on käytetty yleisesti mielipideväittämissä (ks. esim. Heikkilä 2004, 53). Asteikkoa käytettiin sekä viisi- että neliportaisena. Muutamien kysymysten kohdalla oli myös ylimääräisenä vastausvaihtoehtona ”Tämä kysymys ei koske minua”, jotta vastaaja pystyisi vastaamaan jokaiseen kysymykseen. Kyselylomakkeen jokainen versio testattiin useamman vastaajan testiryhmillä (2–17 henkilöä) ja kysymyssarjaa muokattiin vastaamaan paremmin tarkoitustaan. Sähköpostiosoitteet on hankittu Lentosotakoulusta Kauhavalta kurssille hakenneiden hakukaavakkeista. Lupa sähköpostiosoitteiden käyttöön anottiin Ilmavoimien esikunnasta.



Hyvän kyselylomakkeen tekeminen vie runsaasti aikaa ja edellyttää myös laatijalta monenlaisia tietoja ja taitoa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 184). Tämän tutkimuksen kyselylomake suunniteltiin niin, että kysely antaa vastauksia tutkimuskysymyksiin mahdollisimman kattavasti. Kyselylomake on liitteessä 2.

Kurssille hakeneita oli 633 (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013) ja kysely lähetettiin onnistuneesti 618 vastaanottajalle. Kyselyyn vastasi 189 henkilöä, joka on 29,9 % kaikista hakijoista. Vastausprosentti on tyypillisesti vastaavissa laajoissa kyselytutkimuksissa 30–40 % (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 185). Vastausprosentti on kokonaistutkimukselle kattava. Katoa pohditaan tarkemmin reliabiliteettia käsittelevässä luvussa 5.4.

## 2.4 Aineiston analyysi- ja tulkintamenetelmät

Aineiston analysointi on toteutettu tilastoanalyysin keinoin Webropol- ja Microsoft Excel 2010 -ohjelmia käyttämällä. Tutkielmassa on hyödynnetty tilastomatemaattisia tutkimusmetodeja. Aineiston esikäsittelyssä on tutustuttu aineistoon tekemällä taulukoita ja kuvia, sekä tutkimalla tunnuslukuja. Tämä on tärkeä vaihe, jossa saadaan yleiskuva aineistosta ja löydetään mahdollisia virheitä (Vehkalahti 2008, 51). Aineisto on avattu Webropol-ohjelmalla ja muokattu luettavaan ja käytettävään muotoon. Aineisto on tallennettu myös Microsoft Excel 2010-ohjelmalla jatkotarkastelua varten. Aineiston käsittely on pakottanut tarkastelemaan aineiston sisältöä, joka onkin suositeltava tapa aloittaa analysoinnin ensiaskeleet (Vehkalahti 2008, 51).

Aineistoon on perehdytty tarkastelemalla vastausten muuttujien jakaumia ja tunnuslukuja. Webropol-ohjelmalla on kysymyksistä tehty informatiiviset kuvaajat, joista voidaan nähdä mitä arvoja muuttujat sisältävät (Vehkalahti 2008, 52). Lisäksi Webropol-työkalun perusosio antaa tärkeimmät tunnusluvut kysymyksittäin. Näitä ovat määrä, keskiarvo, keskiarvon luottamusväli 95 % luottamustasolla, mediaani, keskihajonta, vinous, huipukkuus ja entropia.

Aineisto alustavan tarkastelun jälkeen aineiston käytettävyys ja soveltuvuus on todettu hyväksi ja on voitu edetä tulosten analysoinnissa seuraavaan vaiheeseen. Jatkotarkastelu on tehty Webropol-ohjelman analyysityökalulla, josta saadaan kysymysten välisiä ristiintaulukointeja, hajontakuvia, korrelaatiokertoimia ( $r$ ),  $P$ -arvoja ja korrelaatiomatriiseja.

Korrelaatiokertoimeksi Webropol antaa Pearsonin tulomomenttikorrelaatiokertoimen ( $r$ ), joka kertoo kahden muuttujan välisen lineaarisen yhteyden voimakkuuden. Kertoimen arvot vaihtelevat välillä  $[-1$  ja  $1]$ . Lähellä nollaa olevat arvot ilmaisevat, että muuttujien välillä ei ole lineaarista yhteyttä. (Nummenmaa 2009, 279–280) Korrelaatiokertoimen tarkastelu yksinään ei kerro riippuvuuden luonnetta, vaan sen kanssa on aina tarkasteltava myös hajontakuva (Vehkalahti 2008, 77). Korrelaatiokertoimen arvon tulkinnasta ei ole olemassa yksikäsitteistä ohjetta (Nummenmaa 2009, 290). Tilastoteorian (vrt. Nummenmaa 2009) ja vastausten korrelaatiokertoimien valossa tässä tutkimuksessa tarkastelun mielenkiinto on kohdistunut korrelaatiokertoimien arvojen poiketessa yli  $\pm 0,3$  yksikköä nolasta.

Korrelaatiokertoimia laskettaessa saadaan P-arvo myös kysymyskohtaisesti Webropol-ohjelman analysointityökalusta. P-arvolla tarkoitetaan muuttujien välisen korrelaation testaamisessa apuna käytettyjä havaittuja merkitsevyystasoja (Nummenmaa 2009, 148). Jos korrelaatiokerrointa vastaava P-arvo alittaa käytettävän merkitsevyystason, niin korrelaatio on tilastollisesti merkitsevä (Heikkilä 2004, 206). Käyttäytymistieteissä käytettyjä merkitsevyystason kriittisiä arvoja ovat  $p = .05$ ,  $p = .01$  tai  $p = .001$ . Todennäköisyydet korrelaatiokertoimen epäonnistumiselle ovat siis 5%, 1% tai 0,1%. Ihmisten käyttäytymistä tutkittaessa tapana on käyttää arvoa  $p = .05$ . (Nummenmaa 2009, 148–149) Tämän tutkimuksen analyysissä ja tulkinnassa on käytetty arvoa  $p = .05$ .

Tilastollisen päättelyn perusteina on, että otoksesta lasketaan edellä mainittuja parametreja ja niitä arvioidaan. Tätä arviointia kutsutaan estimoinniksi. (Vehkalahti 2008, 87–88) Tilastollisena mallipohjaisena menetelmänä on tässä työssä käytetty regressioanalyysia Webropol-ohjelman analysointityökalulla tehtynä. Regressioanalyysi on perinteinen ja vanha tilastollinen analyysimenetelmä (Vehkalahti 2008, 124). Tätä on käytetty paljon käyttäytymistieteissä. Analyysimenetelmä perustuu korrelaatiokertoimiin ja se pyrkii ennustamaan halutun y-muuttujan arvon. Tätä arvoa pyritään selittämään useamman x-muuttujan avulla, jolloin kyseessä on matemaattinen esitys y- ja x-muuttujien välisestä yhteydestä. (Nummenmaa 2009, 309) Regressioanalyysin avulla on tässä tutkimuksessa selvitetty useamman selittävän tekijän vaikutusta tiettyihin muuttujiin tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Selittävien tekijöiden määrää ei ole rajoitettu, mutta yli kymmenen selittäjän regressiomallit ovat harvinaisempia (Nummenmaa 2009, 314). Tässä tutkimuksessa on käytetty kymmentä selittävää tekijää.

Regressioanalyysin vastauksena saadaan Webropol-ohjelmasta lukuarvo halutun y-muuttujan asteikolla. Tällöin arvo on suoraan tulkittavissa. Laskenta ilmoittaa myös mallin tarkkuuden

prosentteina, joka kertoo y-muuttujan ja ennustetun arvon välisen korrelaation. Tähän tulosasteikon ennustevaliditeettiin pitää suhtautua varauksella, koska selittäviä x-muuttujia lisättäessä kasvaa ennusteen tarkkuus, vaikkei niillä olisi edes selitysvoimaa ja toisaalta ennusteen tarkkuus ei välttämättä kerro mallin todellisesta luotettavuudesta (Vehkalahti 2008, 133). Tulosasteikon ennustevaliditeetin arvoon pitää suhtautua samalla tavalla, kuin yksittäisen korrelaatiokertoimen tulkintaan.

Kysymyssarjan vastausten reliabiliteetti tarkastellaan Webropol-ohjelman analysointityökalun avulla. Tällä voidaan laskea kysymyssarjalle tai kysymysosioille reliabiliteettikertoimia, joista tässä työssä hyödynnetään Cronbachin alfa -nimistä yleisesti käytettyä kerrointa (Heikkilä 2004, 187). Reliabiliteettikertoimen arvolle on tyypillistä, että se kasvaa tarkasteltavien kohteiden lisääntyessä (Nummenmaa 2009, 357), joten tässä tutkielmassa Cronbachin alfa lasketaan ja tarkastellaan kysymyskohtaisesti. Kertoimelle ei ole annettu yksiselitteistä raja-arvoa, mutta mielellään luku saisi olla yli 0,7 (Heikkilä 2004, 187), jota käytetään tämän työn reliabiliteetin raja-arvona.

### 3 REKRYTOINTI

#### 3.1 Rekrytointiprosessi

Yksittäinen rekrytointi voidaan käsittää projektina, koska siinä on nähtävissä tyypilliset projektin vaiheet: suunnittelu-, aloitus-, toteutus-, päätöksenteko- ja seurantavaihe. Rekrytointiprosessi on myös usein käytetty nimitys, jolloin rekrytointi nähdään paremminkin jatkuvana toimintona yrityksessä. Tällöin hyvin suunniteltu prosessi voi myös ennakoita onnistunutta lopputulosta. (Östberg 2009, 79–80, Markkanen 2002, 9–10)

Elisa Valviston (2005) mukaan rekrytointiprosessi olisi hyvä perustaa viiden tosiasian varaan: työnantajamielikuva määrää hakijajoukon, huolellisesti määritelty rekrytointitarve ja oikein valitut rekrytointikanavat varmistavat oikeat hakijat, valintaprosessi löytää kyllä hakijoista oikeat yksilöt ja perehdytys takaa tuottavan työn alkamisen mahdollisimman aikaisin sekä viidentenä esimiehen, johdon ja henkilöstöyksikön hyvä työnjako tukee tehokasta rekrytointiprosessia. (Valvisto 2005, 21–22)

Rekrytointia voidaan tarkastella myös yksilön näkökulmasta. Individualismia korostavissa näkemyksissä rekrytoitava valitsee organisaation, jossa hän haluaa työskennellä. Ihmisten työurat ovat muuttuneet sellaisiksi, että yksittäisen työnantajan palveluksessa koko uransa tekevät henkilöt ovat harvinaisuus. Valinnan mahdollisuus on rekrytointiprosessin aikana molemmilla osapuolilla ja useamman kerran. Hakija aloittaa valintansa, kun hän kiinnostuu organisaatiosta, yrityksestä tai toimialasta. Työnantaja aloittaa valintansa lähtien rekrytointiprosessiin liittyvistä päätöksistä, kuten mistä haetaan ja miten. Yksilö tekee tärkeimmän päätöksen ilmoittautuessaan hakuprosessiin. Lopuksi työnantaja tekee päätöksen hakijan valinnasta ja hakijan on vielä tehtävä päätös paikan vastaanottamisesta, jos hän tulee valituksi. (Markkanen 2002, 6)

Rekrytointiprosessin aikana on keskityttävä ensisijaisesti oikean henkilöstön löytämiseen, mutta toissijaisena pitää muistaa yrityksen tai organisaation tunnettuuden ja kiinnostusarvon lisääminen markkinointiviestinnän keinoin. Tärkeää on siis mieltää se, että mitä viestitään ulospäin ja miten se vaikuttaa työnantajakuvaan. (Östberg 2009, 82–84)

## 3.2 Rekrytointikanavat

Rekrytointikanavilla tarkoitetaan sitä joukkoa erilaisia keinoja ja viestimiä, joilla potentiaali-  
nen hakija tavoitetaan. Rekrytointikanavia valittaessa niihin vaikuttavat kohderyhmä, aikatau-  
lu ja budjetti. Organisaation sisällä oleva henkilöstöalan ammattilainen tai rekrytoinnin asian-  
tuntija voi tuoda yritykselle merkittävät säästöt. Ulkopuolisten palvelujen käytössä pitää olla  
varovainen, jottei tuhlattaisi rahallisia resursseja. Yleensä rekrytointiin liittyy kiinteästi se, että  
konsultin pitää tietää rekrytoitavasta joukosta, jotta hän osaa auttaa rekrytointiprosessissa.  
(Östberg 2009, 82–84)

Rekrytointikanavien valinnassa on tavoitteena käyttää sitä mediaa, jolla arvioidaan parhaiten  
tavoitettavan potentiaaliset hakijat. Internetin merkitys rekrytointivälineenä monessa suhteessa  
on merkittävä laajan lukijakunnan takia. Organisaation internetsivujen merkitys rekrytointiin  
liittyen on siis myös potentiaalisen hakijan tiedon lisääminen. Hakijan käsitys työnantajasta eli  
työnantajakuva muokkautuu vielä internetsivujen kautta organisaatioon tutustuen. Tämän ta-  
kia internetsivujen ulkoasu ja sisältö on pidettävä ajan tasalla, koska hakija voi tehdä oman  
hakupäätöksensä internetsivujen perusteella. (Markkanen 2005, 87–98)

Internetin nopea kehitys myös rekrytoinnin työvälineeksi on tuonut mukanaan uusia mahdolti-  
suuksia. Jokaisen yrityksen pitäisi hyödyntää omien kotisivujen rekrytointiosio, jonka kautta  
myös hakeminen tehdään helpoksi. Hakulomakkeen tulisi olla yksinkertainen ja helppo täyt-  
tää. Tarkoituksena on siis päästä keskusteluyhteyteen. (Markkanen 2005, 107–108) Internetin  
hyödyntämistä rekrytoinnissa voidaan kuvata esimerkiksi Peter Cappellin (2001) nelipoistaisen  
mallin mukaan. Ensimmäiseksi hakija pitää houkutellessa. Tämä perustuu pitkälti työnantajaku-  
van luomiseen ja siihen kuuluviin osatekijöihin. Seuraavaksi on järkevää tehdä haku ja esikar-  
sinta verkossa. Kolmannessa vaiheessa pitää muistaa verkkorekrytoinnin nopeus ja siten pitää  
saada henkilökohtainen yhteys esimerkiksi puhelimitse. Neljänneksi korostetaan internetin  
osuutta yhteyden luomisen välineenä ja tämän jälkeen sen osuus prosessissa jää taka-alalle.

Rekrytoinnissa toimivuutta on suhteellisen helppo tutkia kontaktien osalta eli miten haluttu  
viesti on tavoittanut kohderyhmän (hakijoiden määrä) ja toisaalta tutkimalla sitä, saadaanko  
tarvittavat henkilöt hankittua (laatu suhteessa kriteereihin). Rekrytoinnin vaikutusta työnanta-  
jakuvaan on vaikeampi mitata millään konkreettisella mittarilla. Onnistuessaan rekrytoinnin  
tulokset työnantajakuvaan näkyvät pitkällä aikavälillä maineen ja sitä kautta työnantajakuvan  
positiivisena kasvuna. (Markkanen 2005, 105–106)

Useamman rekrytointikanavan käyttö yhtä aikaa on tehokasta. Tällöinkin rekrytointiviestintä pitää keskittää ajallisesti tiiviiseen pakettiin, jotta viesti tavoittaisi mahdollisimman monen potentiaalisen hakijan halutussa ajassa. Pitkälle aikavälille jaettu intensiivisyydeltään alhaisempi rekrytointiviestintä ei saavuta välttämättä hakijoita ja mainokset kuluvat katsojien silmissä, eivätkä enää herätä tarvittavaa kiinnostusta. (Markkanen 2002, 19–20)

Radion ja television käyttö perinteisessä työnhakijoiden rekrytoinnissa on ollut aika vähäistä. Tämän katsotaan johtuvan huonoista tuloksista. Ajatuksena on, että ohi kiitävä hetki ei välttämättä saavuta potentiaalista hakijaa tai olennaista ei pysty tallentamaan samalla tavalla, kuin painetusta mediasta tai internetissä kohdatusta mainoksesta. (Markkanen 2002, 21)

Suurella yrityksellä pitäisi olla kaikki kanavat käytössä ja internetin yleistymisestä huolimatta lehti-ilmoitukset olisivat kuitenkin tarpeen. Tärkeänä nähdään oppilaitosyhteydet, puskaradio, verkostot ja suoramakukontaktit. Jos yrityksellä on tarpeeksi hyvä työnantajakuva, niin avoin linkki yrityksen internet-sivuilla riittää. (Helsilä & Salojärvi toim. 2009, 129–132)

### 3.3 Työnantajakuva

Pitkällä aikavälillä tarkasteltuun rekrytointiprosessiin liittyy myös työnantajakuva. Positiivinen maine työnantajana helpottaa osaajien löytymistä. Organisaatio pystyy itse vaikuttamaan työnantajakuvaan, mutta tietoinen markkinointipainotteinen työnantajakuvan rakentaminen ei välttämättä takaa positiivista työnantajakuvaa. (Helsilä & Salojärvi toim. 2009, 125) Rekrytointi ja siihen liittyvät käytännön toimenpiteet vaikuttavat omalta osaltaan myös työnantajakuvaan (Östberg 2009, 79).

William Housleyn (2009) mukaan työnantajakuvaan vaikuttavat pääasiallisesti kolme tekijää, jotka ovat imago, identiteetti ja julkisuuskuva. Imagolla tarkoitetaan potentiaalisten työntekijöiden arvoja ja tavoitteita tulevalla uralla suhteessa koettuun organisaation maineeseen ja brändiin. Identiteetti kuvaa nykyisten työntekijöiden kokemaa olosuhdetta ja kulttuuria organisaatiossa. Julkisuuskuvalla puolestaan käsitetään imagoa, jonka muodostamiseen organisaatio pyrkii ulkoisessa viestinnässään. Vahvin tekijä on todellisiin kokemuksiin perustuva identiteetti, joten paras keino työnantajakuvan kiillottamiseen on olla aidosti kiinnostunut henkilöstöstä. Uusien lahjakkaiden henkilöiden hankkiminen on siis osaltaan kiinni työnantajakuvasta. (Helsilä & Salojärvi toim. 2009, 126)

Työnantajakuva voidaan Salojärven (2009) mukaan seurata ja muokata esimerkiksi seuraavien keinojen avulla: ulkoisen työnantajakuvan tutkiminen ja seuranta, sisäisen työtyytyväisyyden kartoittaminen ja työtyytyväisyyden edistäminen, työnantaja-arvojen määrittäminen ja viestiminen, rekrytointiprosessin rakentaminen sellaiseksi, että siitä välittyy positiivinen mielikuva hakijoille, strateginen työnantajaviestintä mediassa ja tapahtumissa (esimerkiksi messut) sekä yhteistyö ja sponsorointi (esimerkiksi oppilasyhteistyö ja tapahtumasponsorointi).

### 3.4 Rekrytointiprosessi ja sosiaalisuus – tulevaisuudennäkymiä

Nykypäivänä ihmiset katsotaan viestijöiksi verkottuneessa maailmassa ja he itse päättävät mitkä viestit he ottavat vastaan ja mitä he ovat niistä mieltä. Yrityksen välittämät tarinat ja arvot eivät välttämättä saavuta kohderyhmää halutulla tavalla. Verkottuneet ihmiset voivat olla virtuaalitodellisuudessa tai reaalielämässä, mutta vähintäänkin verkoston jatkeena on internet. Tällaisia verkostoja ja niihin liittyviä internet-sivustoja kutsutaan sosiaalisiksi mediaksi. Sosiaalisen median käyttö rekrytoinnissa yleistyy. Teoriassa ihmiset ovat kuuden sähköisen kontaktin päässä toisistaan. Suomen kokoisessa maassa on odotettavissa, että yrityksen työntekijällä on kolmannella tasolla yhteys johonkin yrityksen tulevaan työntekijään. Verkottuneilla työntekijöillä on siis vaikutusta työnantajakuvaan. Työntekijän ja rekrytointimielessä hakijan verkostot saattavat kohdata muiltakin osin, joten kontaktipintojen määrä kertautuu. Esimerkkinä voidaan mainita markkinointiviestinnän moniosaajan Teemu Korven oma verkottuminen LinkedIn-palvelussa, jossa hänellä oli vuonna 2012 noin 460 suoraa kontaktia ja toisen tason kontakteja yli 100 000 ja kolmannen tason lähes kuusi miljoonaa. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 11–12)

Sosiaalisen median käyttöä ainoana rekrytointikanavana ei nähdä todennäköisenä ainakaan enemmistössä nykyaikaisista yrityksistä. Sosiaalisen median käyttö rekrytointialustana saattaisi näivettää muita rekrytointikanavia, jos muut mediat eivät sopeudu muuttuvaan tilanteeseen. Joillakin toimialoilla sosiaalinen media nousee varmasti yhdeksi tärkeimmistä ilmoituskanavista muutaman muun rinnalle. Toinen tulevaisuudensuuntaus saattaisiin olla internetin kokonaisvaltainen kehittyminen sosiaalisempaan suuntaan, jolloin ei pystytä enää erottelemaan sosiaalista mediaa ja työpaikkapalveluja toisistaan. Työpaikkailmoittelukanavana sosiaalinen media tai yleisemmin internet tulee todennäköisesti toimimaan muiden kanavien kanssa yhteistyössä. Verkottuneen maailman mahdollisuuksia mielipidevaikuttajana ei tule kuitenkaan väheksyä. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 14)

### 3.5 Rekrytointistrategia

Osaavan henkilöstön hankinta on yksi tärkeä organisaation kilpailutekijä. Tämän takia rekrytointistrategian luominen on johdon, viestinnän, markkinoinnin ja henkilöstöalan yhteinen merkittävä ponnistus organisaation kilpailukyvyyn kannalta. Rekrytointistrategia sisältää tavoitteet, pelisäännöt ja konkreettisen prosessikuvauksen. Rekrytointiprosessia ja jopa -strategiaa pitää olla valmis muuttamaan, jos olosuhteet tai ympäröivä maailma muuttuu. Henkilöstöstrategiaan sisältyy analyysi rekrytoitavan henkilöstön vaatimuksista, miten henkilöstö aiotaan hankkia ja mistä. Suunniteltu ja systemaattinen kokonaisuus rekrytoinnissa on tehokkaampi ja taloudellisempi vaihtoehto. Rekrytointistrategiasta johdetaan henkilöstöpolitiikan keinoin rekrytoinnin käytännön toimenpiteet. Henkilöstöpolitiikalla ja -johtamisella on suora vaikutus organisaation houkuttelevuuteen työnantajakuvaan kautta. Rekrytointiviestintä on rekrytointistrategian näkyvin osa organisaation ulkopuolelle. Sillä vaikutetaan hankinnan tulokellisuuteen, joka puolestaan vaikuttaa organisaation työnantajakuvaan. Positiivisen kehän aikaansaaminen helpottaa rekrytointia. Rekrytointistrategian laiminlyönti voi aiheuttaa puolestaan negatiivisen kierteen, jolla on päinvastaiset vaikutukset. (Markkanen 2005, 19–22)

### 3.6 Rekrytointiviestintä

Mikko Markkanen kirjoitti vuonna 2005, että tulevaisuudessa rekrytointiviestintä integroidaan entistä kiinteämmin yrityksen kokonaisviestintään. Rekrytointiviestintään voidaan yhdistää useampi rekrytoitava tehtävä, jolloin toiminnasta saadaan kustannustehokkaampaa. Lisäksi voidaan saada lisää näytävyyttä ja esimerkiksi yritysmielikuva rakentuu paremmin. Selvästi toisistaan poikkeavien tehtävien rekrytointi samassa viestissä ei kuitenkaan kannata. Viestintä pitää pyrkiä kohdentamaan potentiaalisille hakijoille, jotta rekrytointiviestinnän ensisijainen tehtävä toteutuisi. Viestintää voidaan säädellä myös taloudellisten suhdanteiden mukaan. Matalasuhdanteessa on varmasti hakijoita, joten esimerkiksi rekrytointi-ilmoituksessa pitää olla hakua rajaavia tekijöitä. Korkeasuhdanteen aikana houkuttelevuus ja positiivisen yritysmielikuvan luonti korostuvat. (Markkanen 2005, 125–128) Rekrytointiviestinnässä on onnistuttu, jos siitä syntyvällä mielikuvalla saadaan tavoitellut ihmiset kiinnostumaan (Markkanen 2005, 142).

Hyvin suunnitellulla viestinnällä yritys kertoo potentiaalisille hakijoilla oikean kuvan yrityksestä. Tämä on tärkeää, sillä työnantajamielikuva määrää karkeasti sen joukon, jonka sisältä hakukriteerit täyttävät henkilöt löydetään. Hyvin valittu rekrytointikanava yhdessä rekrytointitarpeen kanssa varmistavat oikeiden henkilöiden löytymisen. (Valvisto 2005, 27)



### 3.7 Y-sukupolvi rekrytoinnin kohteena

Sukupolvia on luokiteltu erilaisiin ryhmiin heidän syntymävuotensa perusteella. Tyypillinen jako on seuraava: veteraanit 1922-1943, suuret ikäluokat 1943-1960, X-sukupolvi 1960-1980 ja Y-sukupolvi 1980-2000 (Zemke ym. 2000). Tämän jälkeen on syntynyt vielä yksi 2000-luvulla syntyneiden joukko, jota kutsutaan Z-sukupolveksi (Tienari & Piekkari 2011). Y-sukupolven edustajista käytetään myös muita nimityksiä, kuten nettisukupolvi, digiajan natiivit eli diginatiivit ja millenniaalit (Vesterinen & Suutarinen toim. 2011, 119).

Y-sukupolvelle on tyypillistä, että he ovat saaneet lapsena paljon huomiota vanhemmiltaan, saaneet palautetta koulussa ja harrastuksissa, ja että heitä on rohkaistu itsensä ilmaisuun ja verkottumiseen. Sukupolvi on syntynyt digitaaliseen maailmaan, jossa internetympäristö on ollut osa elämää jo lapsesta asti. (Vesterinen & Suutarinen toim. 2011, 19)

Y-sukupolven edustajia kuvaa myös se, että he haluavat toteuttaa itseään ja tehdä kaikkea mielenkiintoista. Työn korkea status tai parempien asioiden tavoittelu eivät ole tyypillisiä Y-sukupolven arvostuksen kohteita. Omien sosiaalisten verkostojen kautta tulleet arvot merkitsevät näin enemmän, kuin esimerkiksi saavutettu organisaatio- tai ammattiasema. (Vesterinen & Suutarinen toim. 2011, 20)

Maailmanlaajuisessa tutkimuksessa (The Net Generation: A Strategic Investigation 2007) on selvitetty muun muassa Y-sukupolven edustajien maailmankuvaa muokanneita tapahtumia. Tällaisina mainittiin esimerkiksi Rion ympäristökokous 1992, iskut World Trade Centeriin 2001 ja ensimmäisen iPodin saaminen. Aiempien sukupolvien arvostamat asiat kuten uskollisuus, vanhemmat ihmiset ja arvovalta ovat muuttuneet vapauden kaipuuseen, hauskanpitoon ja yhdessä tekemiseen. Työnantajien tulee ymmärtää tämä arvomaailmoiden ero, jos he haluavat palkata Y-sukupolven uusia kykyjä ja pitää heidät työntekijöinä. (Tapscott 2010, 176–177)

Don Tapscott on luonut kahdeksan piirteen listan, joka erottaa tyypillisen Y-sukupolven edustajan tämän suuriin ikäluokkiin kuuluvista vanhemmistaan. Y-sukupolvi arvostaa vapautta ja varsinkin valinnan vapautta. He haluavat räätälöidä asiat itselleen sopiviksi, vaativat rehellisyyttä, korostavat yhdessä tekemistä ja pitävät keskusteluista, haluavat pitää hauskaa elämäs-

sään koulu- ja työelämä mukaan lukien. Nopeuden merkitys kaikissa toiminnoissa on korostunut ja innovointi on luonteva osa ihmisten elämää. (Tapscott 2010, 87–111)

Sukupolvea kuvataan termeillä kiihkeä, kärsimätön, nopea, itseensä luottava, yrittäjähenkkinen, osaava, verkostoitumistaitoinen, ympäristötietoinen, vapaa-aikaa arvostava ja ryhmähenkinen. Nuorille töissä käynti ei ole keino hankkia elantoa, vaan itsensä toteuttamisen väline. Hyvä palkka kyllä kiinnostaa, mutta se ei ole motivaation lähde. Mitään ei rakenneta kuitenkaan yhden kortin varaan, vaan mieluummin vaihdetaan työpaikkaa tai vaikka ollaan hetki työttömänä, kuin ollaan työpaikassa, joka ei itseä kiinnosta. (Vesterinen & Suutarinen toim. 2011, 120–124) Y-sukupolvi esittääkin usein kysymyksen siitä, että mitä yritys voi tarjota heille (Vesterinen & Suutarinen toim. 2011, 127). Tämä vaatii työnantajilta aivan toisenlaista lähestymistapaa, kun ajatellaan työpaikkojen vetovoimaa ja houkuttelevuutta hakijan silmissä. Miksi Y-sukupolven edustaja tulisi juuri tiettyyn yritykseen töihin? Millainen mielikuva hänellä on yrityksestä toteuttaakseen itseään?

Työelämä ja organisaatiot elävät vielä suurelta osin modernin ajan ja ajattelutavan hengessä. Y-sukupolvi on kuitenkin kasvanut postmodernissa kulttuurissa. Heidän maailmansa on medialisoitunut ja nopealiikkeinen. Kulttuurien erot pitää ottaa huomioon ja organisaatioiden on muututtava vastaamaan tulevien työntekijöiden tarpeisiin, jotta he pystyvät taistelemaan mielikuvien hektisesti heilahtelevilla markkinoilla. Organisaation menestys on siirtynyt nimenomaan uudenlaiseen mielikuvien markkinointiin perustuvaan kilpailuun. (Vesterinen & Suutarinen toim. 2011, 52) Tapscott ilmaisee saman tilanteen lahjakkuuksista käytävänä taisteluna ja ilmiössä korostuu se, että tuleva työntekijä valitsee työnantajansa, eikä päinvastoin mihin aikaisempi sukupolvi on tottunut (Tapscott 2010, 172).

Uuden rekrytointikäsitteen mukaan perinteinen ilmoitus paikallisessa sanomalehdessä on hukkaan heitettyä rahaa. Y-sukupolven kiinnostus pitää herättää internetissä. Nettisivut, blogit, podcastit, YouTube ja muut sosiaalisen median kanavat ovat nykypäivän sanansaattajia. Esimerkkinä sotilaiden rekrytoinnista internetissä toimivat Yhdysvaltain merijalkaväen MySpace rekrytointisivu videoineen ja Yhdysvaltain maavoimien sivuilla oleva keskusteluryhmä, joka tuottaa tietoa työyhteisöstä kaikkien luettavaksi. Hakuprosessin pitäisi olla kaksisuuntainen dialogi, jossa nuori ihminen saisi vastauksia etsimiinsä merkkeihin rehellisyydestä, avoimuudesta, julkisuudesta ja työtarjouksesta. (Tapscott 2010, 191–192)

### 3.8 Rekrytoinnin vaikutus hakijaan

Ihmisille kertyy tietoa erilaisista yrityksistä kuin huomaamatta. Tuotteet, mainokset, uutiset, julkisuudessa esiintyvät henkilöt ja yrityksen paremmin tuntevat tuttavat muokkaavat ihmisen mielikuvaa yrityksistä. Tällaiset tekijät vaikuttavat pitkän ajan kuluessa, joten mielikuva rakentuu hitaasti, mutta toisaalta muodostettu mielikuva ei sitten hetkessä muutu. Negatiiviseen suuntaan mielikuva muuttuu nopeammin, kuin positiiviseen suuntaan. Rekrytointiviestintä on yksi tekijä, jolla voidaan tietoisesti vaikuttaa työnantajamielikuvaan. (Valvisto 2005, 23)

Consumer Compassin tekemässä ja Helsingin Sanomien tilaamassa yrityksen houkuttelevuutta selvittävässä tutkimuksessa päästiin seuraaviin tuloksiin. Subjektiivisuus painottui ratkaisua tehtäessä. Lopulliseen valintaan vaikuttivat loppujen lopuksi emotionaaliset tekijät. Kiinnostumisen syntymiseen vaikuttivat yritysmielikuvaan kuuluvat asiat. Yritysmielikuvan perusteella kiinnostutaan esimerkiksi rekrytointi-ilmoituksesta ja työnantajamielikuva vaikuttaa ratkaisevasti päätöksentekoon. (Markkanen 2005, 98–101) Markkasen (2005) mukaan yritysmielikuva on kokonaiskuva yrityksen toiminnasta, olemuksesta ja olemassaolosta. Lisäksi yritysmielikuva sisältää työnantajamielikuvan ja tuotemielikuvan. Ilmoitusrekrytoinnilla pyritään vaikuttamaan yritysmielikuvaan ja sen houkuttelevuuteen, koska varsinainen työnantajamielikuva ei välttämättä ole vielä kehittynyt hakijan mielessä. Työnantajamielikuvakin voi rakentua ilmoitusten perusteella, mutta toisten ihmisten kertomat ajatukset yrityksestä työnantajana muokkaavat sitä tehokkaammin.

Rekrytointitilanteessa arvostettiin yrityksen maine rahaa tärkeämmäksi tekijäksi opiskelijoille suunnatussa tutkimuksessa (Viestintätoimisto Pohjoisranta ja Acacom Print, 2002), jossa kartoitettiin mielipiteitä yrityksen maineesta. Nuorelle työnhakijalle oli tärkeää työn sisältö, haasteellisuus, mahdollisuus oppia uutta ja kehittyä. Tunnettu ja arvostettu yritys, josta syntyy positiivisia mielikuvia, selviää hyvin rekrytointikilpailussa. (Markkanen 2005, 102)

### 3.9 Esityslentotoiminta osana Ilmavoimien rekrytointia

Ilmavoimien esikunnan 18.9.2006 päivätyllä ohjeella Lentonäytöstötoiminta Ilmavoimissa on tarkoitus yhtenäistää ja määritellä lentonäytöstötoimintaan liittyvät keskeiset menettelytavat. Ohjeessa sanotaan, että lentonäytökset ovat järjestäjästä riippumatta tärkeitä tapahtumia myös Ilmavoimille maanpuolustustahdon ja rekrytoinnin näkökulmasta. (Lentonäytöstötoiminta Ilmavoimissa 2006) Tästä lentonäytöksiin osallistumisesta ohjeistavan asiakirjan perusluonteesta

ilmenee rekrytoinnin ja esityslentotoiminnan yhteys. Vaikka ohje käsittelee järjestelyjä ja vastuita lentonäytökseen osallistumisen osalta, siinä ohjeistetaan myös vuosittaisen lentonäytöskäskyn laatiminen. Nykyään tämän käskyn nimi on Ilmavoimien esityslentotoiminta (Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012).

Ilmavoimien esityslentotoimintaa ohjaa Ilmavoimien esikunta. Esikunnan operatiivisen osaston lentotoimintasektori julkaisee vuosittain käskyn, johon on esitysten perusteella koottu ne tapahtumat ja ajankohdat, jolloin esityslentotoimintaa toteutetaan. (Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012) Tässä alaluvussa tarkastellaan Ilmavoimien esityslentotoimintaa vuoden 2012 osalta tarkemmin, jolloin vuoden 2013 lentoreserviupseerikurssille hakijat ovat mahdollisesti olleet hakupäätöstänsä tekemässä. Lisäksi Ilmavoimien esityslentotoiminta on pääpiirteissään toteutettu muutamana edellisenä vuonna samanlaisella volyymillä (Rauhala, henkilökohtainen tiedonanto 22.1.2014), joten yhden vuoden antama kuva esityslentotoiminnan laajuudesta ilmentää hyvin myös lähimenneisyyden esityslentotoiminnan luonnetta.

Esityslentoja lennettiin vuonna 2012 Hornet- ja Hawk-kalustolla yksittäisen koneen esityksinä. Neljästä Hawkista koostuva taitolentoryhmä Midnight Hawks oli myös aktiivisesti mukana. Vinka-kalustolla ei lennety esityslentoja vuonna 2012. (Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012)

Esityslentotoimintaa on suunniteltu ja kehitetty joukko-osastojen tilauksiin perustuen. Ilmavoimien esikunnan operatiivisen osaston lentotoimintasektorin ja Ilmavoimien rekrytoinnista vastaavan Ilmavoimien esikunnan viestintäosaston rekrytoinnilliset intressit eivät välttämättä kohtaa (Niinimäki 2009, 72). Esityslentotoiminnan ei ole siten ajateltu olevan suoranaisesti rekrytoinnin väline, vaikka sillä oletetaankin olevan välillistä positiivista vaikutusta rekrytointiin (Kaipainen henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013).

Uutena asiana vuoden 2012 esityslentotoiminnan ja rekrytointiviestinnän yhdistämiseen on tullut Midnight Hawks -taitolento-osaston viestintäsuunnitelma, jossa tavoitteena on vahvistaa osaston näytöslentotoiminnan roolia osana Ilmavoimien rekrytointiviestintää. Kauden 2012 pääviesti oli: ”Midnight Hawksin jäsenet ovat ilmapuolustuksen ammattilaisia, joiden esiintymisten kautta suurelle yleisölle tarjoutuu näyteikkuna Ilmavoimien toimintaan.” (Midnight Hawks -taitolento-osaston viestintäsuunnitelma näytöskaudelle 2012) Tämä toiminta lähti alun perin käyntiin Midnight Hawks -osaston omasta halusta pitää yllä Internet-sivuja ja lisätä oman toimintansa tiedottamista (Rauhala, henkilökohtainen tiedonanto 22.1.2014). Tällä py-

rittiin vastaamaan kansainvälisissäkin lentonäytöksissä huomiota saaneen taitolento-osaston toiminnasta kiinnostuneiden tiedonjanoon. Toiminta muuttui lento-osaston omasta puuhastelusta Ilmavoimien esikunnan johtamaksi toiminnaksi, jonka konkreettinen osoitus on vuodelle 2012 julkaistu viestintäsuunnitelma. (Rauhala, henkilökohtainen tiedonanto 22.1.2014)

Ilmavoimien esikunnan julkaisemasta vuoden 2012 esityslentotoimintakäskystä (Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012) on listattu esityslentopaikat ja -ajat liitteeseen 3. Tässä luettelossa on 19 kotimaan tapahtumaa, joihin kaikkiin Ilmavoimat osallistuivat.

Ulkomaille suuntautuviin lentonäytöksiin tulee vuosittain lukuisa määrä kutsuja, joista vain noin kahteen tai kolmeen osallistutaan vuosittain. Kysyntää olisi siis huomattavasti nykyistä volyyymiä enemmän. (Rauhala, henkilökohtainen tiedonanto 22.1.2014) Kotimaisista lentonäytöksistä ja tapahtumista, joissa on esityslentotoimintaa, suurin osa on joko avoimet ovet - tyyllisiä kaikille avoimia tapahtumia (6 kpl) tai sotilaille suunnattuja esityksiä (7 kpl). Varsinaisia kotimaisiin lentonäytöksiin osallistumisia tapahtui kaksi kertaa. Näiden kategorioiden ulkopuolelle jäi vielä neljä muuta tapahtumaa, jotka olivat kaksi juhlaa, vierailu ja valtakunnallinen paraati. (Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012)

Kansainväliset esiintymiset eivät suoraan vaikuta Ilmavoimien rekrytointiin, mutta tuovat Ilmavoimia esille esityslentotoiminnan uutisointiin liittyvän näkyvyyden vuoksi myös kotimaassa. Kotimaisista esiintymisistä 63 % oli suunnattu laajoille yleisöille, joka lisää niiden arvoa rekrytoinnin näkökulmasta.

### 3.10 Lentoreserviupseerikurssi 88:n rekrytointi

Ilmavoimien lentoukseiden rekrytointiprosessi on kuvattu koulutukseen markkinoinnin ja henkilövalinnan osalta kattavasti Tuomo Kuivasen Pro gradu -tutkielmassa, joka on julkaistu vuonna 2005. Henkilövalinnan osalta valintajärjestelmä on pysynyt pääpiirteissään samanlaisena ja merkittävistä muutoksista voidaan mainita vain näkövaatimusten muutos. Vuodesta 2013 alkaen on sallittu silmälaseilla korjattu näkö tietyin ehdoin (Puolustusvoimat 2014). Henkilövalinnan ensimmäinen askel on se, että henkilö päättää hakea lentoreserviupseerikurssille. Tästä ketju etenee kohti Ilmavoimien ohjaajakoulutuksen päämäärää, joka on ensisijaisesti tuottaa hävittäjäohjaajia Ilmavoimien tarpeisiin. (Kuivanen 2005) Tässä alaluvussa esitellään niitä Ilmavoimien tekemiä tietoisia toimenpiteitä, joilla on tarkoitus saada nuori ihminen ottamaan ensimmäinen askel ja hakemaan lentoreserviupseerikurssille.

Mainonnan, markkinoinnin ja viestinnän osalta on tapahtunut muutoksia vuodesta 2005. Lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin osalta käsitellään vuotta 2012, jolloin rekrytointikampanjointi oli kohdistettu ensisijaisesti Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakevien suuntaan. Rekrytointi on saattanut tavoittaa vuoden 2013 kurssille hakeneen jo aikaisemmin, mutta vuoden 2012 rekrytointitoiminta antaa hyvän kuvan myös vuosien 2011 ja 2010 toiminnasta. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Pääesikunta ei suoranaisesti ole ohjannut vuoden 2012 rekrytointitoimintaa Ilmavoimien suuntaan, mutta viestinnän normikokoelmassa aihetta kyllä sivutaan. Rekrytointiviestintä yleensä on osa henkilöstöalan toimintaa, mutta Ilmavoimien esikunnassa tämä on ollut viestintäkeskuksen tehtävänä. Pääesikunnan viestintäosastolla on yhteisöviestintäsuunnittelija, joka on tehnyt joitakin rekrytointiviestintäkampanjoita, kuten rauhanturvaajaksi kampanja, mutta niissä teemat ovat olleet puolustusvoimallisia, eikä tätä voimavaraa ole käytetty yksittäisen puolustushaaran toimintaan. Suoraa ohjausta esimerkiksi varusmiesrekrytoinnin toteuttamiseen ei ole tullut Pääesikunnasta. Linjaukset ovat olleet edellisen ilmavoimallisen rekrytointityöryhmän jäljiltä, jotka ovat vuodelta 2010. Tämän jälkeen toiminta on ollut viestintäkeskuksen omatoimista toimintaa rekrytointiviestinnän osa-alueella kentän ääntä kuunnellen. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Ilmavoimien esikunnan henkilöstöosaston julkaisemassa vuoden 2012 yhteisöviestintäsuunnitelmassa käsketään Ilmavoimien osallistuminen messu- ja näyttelytapahtumiin. Toiminta tähtää maanpuolustustahdon ylläpitämiseen sekä rekrytoinnin edistämiseen. Yhteisömarkkinointitoiminnan tavoitteena on taata Ilmavoimien näkyvyys valtakunnallisesti koko vuoden ajan. Pääpaino toiminnassa on varusmieskurssien hakuaikojen yhteydessä joulutammikuussa ja elokuussa. (Ilmavoimien yhteisöviestintäsuunnitelma 2012) Lentoreserviupseerikurssin haku painottuu joulutammikuulle (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Yhteisöviestintäsuunnitelma huomioi joukko-osastojen esitykset, Ilmavoimien johdon käskemät velvoitteet sekä yleiset rekrytointivelvoitteet vuosibudjetin mahdollistamalla tasolla. Suunnitelmassa huomioidaan myös mahdolliset Pääesikunnan tukipyynnöt tai käskyt. (Ilmavoimien yhteisöviestintäsuunnitelma 2012) Messutoiminnassa pyritään toteuttamaan myös Ilmavoimien rekrytointityöryhmän näkemyksiä vuodelta 2010 (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013). Lista vuoden 2012 messu- ja näyttelytapahtumista on kirjattu liitteeseen 4. Liitteessä 5 on esitetty ne messutapahtumat, joissa on ollut esityslentotoimintaa.

Ilmavoimien esikunnan viestintäkeskuksen tiedottajan Laura Kaipaisen mukaan toimet rekrytointiviestinnän osalta ovat tarkoin suunniteltuja pieniä temppuja, joilla pyritään antamaan se viimeinen tuupaus oikeaan suuntaan. Lentoreserviupseerikurssilaisia haastatelleena Kaipaiselle on muodostunut käsitys, että usealle kurssilaiselle kipinä Ilmavoimiin on syttynyt jo nuorena, mutta ennen varsinaista hakupäätöstä tarvitaan vielä se jokin pieni myötävaikuttava tekijä. Tähän osa-alueeseen Ilmavoimien rekrytointiviestintä pyrkii vaikuttamaan. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Vuoden 2012 osalta tehtiin kaksi lentoreserviupseerikurssille hakemiseen kohdistuvaa kampanjakokonaisuutta, jotka sisälsivät useita rekrytointiviestinnän keinoja. Täysin ilmavoimallinen ponnistus oli ”Sitä on ilmassa” -kampanja, joka sisälsi ulko-, lehti-, radio-, Internet- ja messumainontaa. Toinen oli puolustushaarojen yhteinen rekrytointiviestintäkampanja ”Lennä, sukella, hyppää – elämyksestä kokemusta intissä”. Tähän oli saatu poikkeuksellisesti rahoitusta Pääesikunnasta. Ideointi ja käytännön toteutus tapahtui puolustushaaroissa, mutta pääosin Ilmavoimissa. Projektin koordinoiti tapahtui Ilmavoimien esikunnan viestintäkeskuksessa. Kampanja sisälsi vastaavien medioiden käytön, kuin ”Sitä on ilmassa” -kampanjakin. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013) Luettelo vuoden 2012 käytössä olleista rekrytointikanavista on kirjoitettu liitteeseen 6. Kaikessa rekrytointiviestintään ja mainontaan liittyvässä toiminnassa, kuten messukalusto, painotuotteet ja jakomateriaali, on toteutettu yhteistä ilmavoimallista ilmettä ja ulkoasua (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013).

Vuonna 2012 esitetty Taistelulentäjät televisiosarja toimi loistavasti myös mainoksena ja sarja pääsi aloittamaan tämättyyppisten televisio-ohjelmien sarjan. Sarjassa esiintyneiden henkilöiden kasvoja hyödynnettiin muutenkin rekrytointimielessä. Sarjasta on tullut positiivista palautetta Ilmavoimien esikuntaan. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Messutapahtumia pidetään tärkeinä kontaktipintoina ja niissä on siirrytty ikäryhmäajattelusta enemmän arvomaailman ja elämäntavan kautta löytämään halutut kohderyhmät. Näistä yksi hyvä esimerkki on ollut Ski Expo -messut Helsingissä. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Kouluesittelyjä tuetaan Ilmavoimien esikunnan viestintäkeskuksesta, mutta tämän toiminnan koordinoi Ilmasotakoulun ja Lentosotakoulun kurssinjohtajat. Kouluesittelytoiminta perustuu vapaaehtoisuuteen ja esittelijä saa tarvittaessa valmiiksi pakatun repun, jossa on esittely- ja jakomateriaalia. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Kutsuntojen osalta Ilmavoimien esikunnan viestintäkeskuksella ei ole osuutta tilaisuudessa tapahtuvaan rekrytointiviestintään. Kutsunnoissa näytetään uutta Varusmies elokuvaa, jossa esitellään muun muassa lentoreserviupseerikurssia yhtenä vaihtoehtona. Tilaisuudet ovat kuitenkin koordinoitun rekrytointitoiminnan osalta kartoittamatonta aluetta ja se tulisi hyödyntää. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Esityslentotoiminta on Kaipaisen mukaan laajemmin julkisten suhteiden hoitoa, joka sisältää osaltaan rekrytointia ja sitä kautta myös lentoreserviupseerikurssin rekrytointia. Näkemys on myös vahva siitä, että esityslentotoiminta pitää säilyttää rekrytointivälineenä, vaikka kaikki muut markkinointitemput poistettaisiin. Esityslentotoiminnan merkitys rekrytointiviestinnän silmin nähdään laajana yhteiskunnallisena vaikutuskeinona ilmapiiriin, arvomaailmaan ja maanpuolustustahtoon. Kansalaiset saavat tulla katsomaan verovaroilla toteutettavaa toimintaa, jota pidetään merkinä Ilmavoimien osaamisesta. Lentonäytöksissä tapahtunut Ilmavoimien esityslentotoiminta on poikkeuksetta saanut todella hyvää palautetta. Tärkeintä on, että tällaiset tapahtumat herättävät tunteita ja mielikuvia. Lentonäytöksillä on verrattain helppo saada suuria massoja kokoontumaan ja silloin Ilmavoimien rekrytointiväylen on helppo lähestyä henkilöitä tilaisuuteen rakennetulla messuosastollaan. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Yksi tärkeä rekrytoinnin muoto on Kaipaisen mukaan laadukas varusmieskoulutus Ilmavoimissa. Varusmiehet levittävät sanaa palveluksen aikana ja sen jälkeen mielekkästä toiminnasta. Tällaista henkilökohtaista sanomaa ei pystytä rekrytointiviestinnän avulla peittoamaan. Nykyään varusmiespalveluksen suorittaminen ei ole enää itsestäänselvyys ja markkinointiviestinnän näkökulmasta tilannetta pitää lähestyä elämyksen kautta. Tarjoamalla mielenkiintoista koulutusta saadaan oikeat ihmiset oikeisiin tehtäviin. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Ilmavoimissa rekrytointia ei ole aiemmin täysin koordinoitu ja puutteena ovat olleet muun muassa rekrytointistrategian puuttuminen. Nämä asiat ilmenivät vuonna 2009 julkaistussa Niinimäen Pro gradu -tutkimuksessa. Asia on mennyt eteenpäin Ilmavoimien esikunnan viestintäosaston aktiivisella otteella, vaikka ohjauksessa onkin ollut Niinimäen mainitsemia puutteita (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013). Hyvänä esimerkkinä tästä on vuonna 2012 tehdyt kampanjat lentoreserviupseerikurssin hakijamäärän nostamiseksi. Tähän tilanteeseen on tulossa nyt suuri parannus, sillä Ilmavoimien komentaja on 26.8.2013 käskenyt



perustaa työryhmän, joka tarkastaa Ilmavoimien rekrytointitavoitteet ja vastuut, yhdistää toimintatavat ja kehittää niihin liittyvät prosessit (Ilmavoimien rekrytointitoiminnan kehittämistyöryhmän perustaminen 2013). Työryhmän toiminta-aika on syyskuusta 2013 joulukuuhun 2014 ja uusi toimintamalli pitäisi olla käytössä vuodesta 2015 alkaen. Työtä ohjaa Ilmavoimien henkilöstöpäällikkö, joka raportoi työskentelyn tuloksista Ilmavoimien komentajan johtoryhmälle. Työryhmää johtaa Ilmasotakoulu ja työryhmän puheenjohtajaksi on valittu syksyllä 2013 Ilmasotakoulun apulaisjohtaja everstiluutnantti Pertti Kelloniemi (Ilmavoimien rekrytointitoiminnan kehittämistyöryhmän työskentely 2013).

Selvän toimeksiannon saaminen ja tavoitteiden asettaminen Ilmavoimien rekrytoinnille varsinkin lentoreserviupseerikurssin osalta auttaisi käytännön työn toteutuksessa. Tavoitteissa pitäisi pystyä määrällisten numeroarvojen lisäksi antamaan myös laadullisia määreitä. (Kaipainen, henkilökohtainen tiedonanto 11.11.2013)

Liitteessä 7 on tilastotietoa lentoreserviupseerikurssille hakeneiden määrästä viimeisen 16 vuoden ajalta (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Tästä voidaan nähdä, että sekä hakijamäärät että I-vaiheen läpäisseiden määrä on ollut laskusuhdanteessa jo pitkään. Vuosina 1999–2001 hakijamääriin tuli huomattava lisäys aktiivisen kouluesittelytoiminnan takia (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Näkövaatimusten muutos lisäsi Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakijoita ja ensimmäisen valintavaiheen uusien näkövaatimusten myötävaikutuksesta läpipäässeitä oli 57 hakijaa, mutta seitsemän hakijaa hylättiin silti näön takia (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Uudet näkövaatimukset selittävät osan lievästä hakijamäärän noususta vuonna 2013. Aikaisempinakin vuosina on kurssille hakenut henkilöitä, jotka on hylätty ensimmäisessä vaiheessa näön takia. Vaihteluväli on ollut 23–53 hakijaa (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Todellinen hakijamäärän nousu uusien näkövaatimusten takia on siten 11–41 hakijaa.

## 4 TULOKSET

Tutkimuksen Webropol-ohjelmalla tehty kysymyssarja on liitteessä 2. Kaikkien vastausten numeraaliset arvot ovat puolestaan liitteestä 8. Kyselyyn vastasi 189 hakijaa, mikä on 29,9 % kaikista Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneista henkilöistä.

### 4.1 Taustakysymysten tilastollinen tarkastelu

Kyselyyn vastanneista 5,9 % oli naisia ja 94,1 % oli miehiä. Kurssille hakijoista naisia oli 26, joka on 4,1 % kaikista hakijoista (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Kyse-lyssä siis naisten osuus on hieman painottunut, mutta ero on kuitenkin vain 1,8 prosenttiyksikköä ja sukupuolen vaikutus tämän tutkimuksen kyselyn vastauksiin on tutkimuskysymysten valossa merkityksetön.

67,2 % kyselyyn vastanneista oli syntynyt vuonna 1994. Toiseksi suurin joukko oli vuonna 1993 syntyneet, joita oli 25,4 % vastanneista. Loput hakijat olivat syntyneet vuosina 1991, 1992 ja 1995 (7,4 %). Kaikkien kurssille hakeneiden syntymävuosien (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013) jakauma vastaa pääpiirteiltään kyselyyn vastanneiden syntymävuosien jakaumaa. Tämä on esitetty liitteessä 9.

Uudelta maalta vastaajia oli 28,0 % ja Pirkanmaalta 16,9 %. Muiden yksittäisten maakuntien osuus kokonaisuudesta oli alle 8 %. Vastaajia oli kaikista maakunnista pois lukien Ahvenanmaan maakunta, niin kuin oli myös kurssille hakeneita (P. Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Vastanneiden määrän suhde kurssille hakeneisiin maakunnittain oli valtaosin välillä 25–35 %:a, joka keskimäärin vastaa kaikkien kyselyyn vastanneiden suhdetta kaikkiin kurssille hakeneisiin (29,9 %). Poikkeuksena voidaan todeta Pirkanmaa, jonka kyselyyn vastanneiden määrä kaikkiin Pirkanmaalta hakeneisiin oli 47 %. Tilastollista eroavaisuutta oli myös maakunnissa, joista hakijoita oli vähän, koska yhdenkin henkilön vastaamatta jättäminen vaikuttaa prosenttilukuun suhteellisen paljon. Voidaan todeta, että kyselyn vastausten maantieteellinen jakauma vastasi todellista hakijoiden maantieteellistä jakaumaa. Kyselyyn vastanneiden kotipaikkakunnista määrällisesti erottuivat selvästi kolmikko Helsinki, Tampere ja Espoo. 92,6 % vastanneista ilmoitti kotipaikkakunnakseen kaupungin.

Suurin osa kyselyyn vastanneista (89 %) oli hakenut lentoreserviupseerikurssille ensimmäistä kertaa. Kaksi kertaa hakeneita oli 11 %. Useamman kerran kurssille hakeneita ei ollut kyselyyn vastanneiden keskuudessa. Liitteessä 10 on esitetty kyselyyn vastanneiden ja kaikkien

kurssille hakeneiden hakukertojen suhteelliset osuudet. 83,6 % vastaajista ei ollut ollut varusmiehenä ennen hakua. Vastaajista 55,6 % oli hakuhetkellä lukiossa ja 28,6 % oli jo ylioppilaita. Nämä luvut täsmäävät hyvin hakijoiden syntymävuosien jakauman kanssa.

Tyypillinen tämän tutkimuksen kyselyyn vastannut henkilö oli vuonna 1994 syntynyt mies, joka hakuhetkellä asui kaupungissa, kävi lukiota, ei ollut ollut varusmiespalveluksessa ja haki lentoreserviupseerikurssille ensimmäistä kertaa.

## 4.2 Hakijan suhde Ilmavoimiin ja ilmailuun

*Kysymykset 8, 9 ja 10* kartoittavat vastaajan suhdetta Ilmavoimiin ja ilmailuun. Kysymyksessä kahdeksan oli 12 väittämää, jonka vastaukset on esitetty väittämittäin frekvenssijakaumataulukkona liitteessä 11. Taulukko on havainnollinen tapa tulkita kysymystä kahdeksan. Tässä väittämät ovat keskiarvon mukaisessa järjestyksessä. Joukosta erottuvat selvästi kolme väittämää, joista vastaajat olivat eniten ”Täysin samaa mieltä”. Nämä väittämät olivat: ”Ennen hakua olin itse kuullut lentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa” (86 %); ”Ennen hakua tiesin, että Suomen ilmavoimien hävittäjäkalustona on F-18 Hornet -koneet” (86 %) ja ”Hakiessani tiesin, että lentoreserviupseerikurssi on käytännössä edellytys hävittäjälentäjän ammattiin Suomessa” (88 %).

Keskihajonnan mukaan lajiteltuina väittämistä nousivat esiin pienimmällä keskihajonnalla väittämät: ennen hakua olin itse kuullut lentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa, käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka, mielestäni on aina hienoa nähdä lentokone ilmassa ja ennen hakua tiesin, että Suomen ilmavoimien hävittäjäkalustona on F-18 Hornet -koneet. Negatiivisia vastauksia näihin väittämiin on tullut siis vähän, joka on nähtävissä jakaumataulukosta.

Vastaajat ovat siis olleen hyvin tietoisia niistä ammatillisista tekijöistä, että Hornetit ovat Ilmavoimien hävittäjäkalustoa ja lentoreserviupseerikurssi on portti hävittäjälentäjän ammattiin. Ilmavoimia pidettiin myös hyvänä työpaikkana vastaajien keskuudessa (92 %). Tähän väitteeseen vastaaminen ei ollut niin ehdotonta (”Täysin samaa mieltä”) kuin kahteen edelliseen, mutta se selittynee vastaajien mielikuviin perustuvista käsityksistä Ilmavoimista työpaikkana, eikä todellisista omakohtaisista kokemuksista. Vastaajista 64 % oli ollut jonkinlaisessa ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä. 33 % vastaajista tunsi henkilön, joka on Ilmavoimissa töissä. 57 % vastaajista tiesi Ilmavoimien esiintyneen kansainvälisissä lentonäytöksissä ja tämä luku vastaa suuruusluokaltaan lentonäytöksissä käyneiden joukkoa. Lentonäytöksiin, lentoko-

neisiin ja lentokoneiden ääneen liittyvät tekijät nähtiin positiivisina, mikä tosin on aika luontevaa joukolta, joka on hakenut lentoreserviupseerikurssille.

Kysymys yhdeksän selvitti vastaajan ilmailuun ja Ilmavoimiin liittyvien ilmiöiden esiintymistä aikaan sidotussa tarkastelussa. Kysymyksistä 9 ja 20 tehty viivadiagrammi on liitteessä 12. Vastaajista suurin osa (68 %) muisteli tiedostaneensa näköhavainnon lentokoneesta 5-vuotiaana tai nuorempana. Lähes kaikki (94 %) kuuluivat joukkoon, joka on kohdannut tämän ilmiön viimeistään 10-vuotiaana. Loput eivät osanneet sanoa tai heillä ei ollut muistikuvaa. Ilmavoimien lentokoneen havaitseminen ja sen tiedostaminen sijoittui vastaajien arvioissa ikävuosille 6–10 (50 %). Ison joukon (83 %) muodostavat ne vastaajat, jotka ovat tiedostaen nähneet Ilmavoimien lentokoneen 15-vuotiaana tai nuorempana. Tässä kysymyksessä ”ei muistikuvaa tai en osaa sanoa” vastauksen antaneiden osuus oli suurin (10 %), joka kertoo osaltaan siitä, että lentokoneen ja Ilmavoimien lentokoneen erottaminen toisistaan saattaa joissain tilanteissa olla vaikeaa. Joukossa on myös niitä, jotka eivät ole nähneet Ilmavoimien lentokonetta. Ilmailusta kiinnostuminen ajoittuu vastaajilla (60 %) voimakkaimmin ikävuosien 6–15 välille. Ilmavoimista kiinnostuminen on herännyt suurimmalla osalla vastaajista (67 %) 11–17 -vuotiaana ja ikävuosi 17 näyttää korostuneen. Tietoisuus Ilmavoimista on lisääntynyt vastaajien keskuudessa (84 %) eniten ikävuosien 11–18 välillä ja tietoisuuden lisääntymisessä ikävuosi 18 on korostunut.

Vastauksista voidaan päätellä looginen ajallinen ketju yllä mainituille tapahtumille. Tyypillinen kyselyyn vastannut henkilö on tiedostanut nähneensä lentokoneen hyvin nuorena. Tätä on seurannut Ilmavoimien lentokoneen havainnointi. Ilmailusta kiinnostuminen on herännyt samaan aikaan tai hieman myöhemmin. Sitä on seurannut Ilmavoimista kiinnostuminen ja luontevasti ilmavoimatietoisuuden lisääntyminen.

Kysymys kymmenen selvittää vastaajan havaintoja Ilmavoimien lentokoneista ennen kurssille hakua. Tässä kysymyksessä selvitetään myös havainnon vaikutusta hakupäätökseen, joka on varsinaisesti vasta kolmannen kysymyksen teema. 92 % vastaajista on nähnyt Ilmavoimien lentokoneen ja 81 % on nähnyt Ilmavoimien lentokoneen lentävän. Näköhavainnot olivat tapahtuneet 38 %:ssa tilanteista järjestetyssä tapahtumassa ja loput 62 % vastaajista oli nähnyt Ilmavoimien lentokoneen jossain muualla. Tämä vastaus on osittain ristiriidassa aiemman lentonäytöksissä käyneiden osuutta koskeneen väittämän kanssa, mutta vastaajat ovat saattaneet tässä vastata nähneensä koneen jossain muualla vaikka he ovat nähneet sen myös lentonäytöksessä. Tämän takia kysymyksessä ei ole tarkoituksenmukaista tutkia tarkasti havaintojen ta-

pahtumapaikkoja, vaan havaintojen merkitystä vastaajien hakupäätöksiin. Niiden vastaajien joukosta, jotka olivat nähneet Ilmavoimien lentokoneen lentävän, 48 % oli sitä mieltä, että näkemällä oli merkittävä tai vahvistava vaikutus hakupäätöksen tekemiseen. Lentonäytöksissä havainnon tehneiden vastaava luku oli 69 %. Kaikista kyselyyn vastanneista Ilmavoimien lentokoneen näkemisellä ilmassa oli positiivinen vaikutus 39 %:n hakupäätökseen.

### 4.3 Hakijan suhde Ilmavoimien rekrytointiin

*Kysymykset 11–17* käsittelevät vastaajan suhdetta Ilmavoimien rekrytointiin. Kysymyksestä 11 erottui tilastollisten tunnuslukujen mukaan jaoteltuina selvästi kaksi väittämää: Lähetin haku-kaavakkeen, koska halusin mielekkääseen varusmiespalvelukseen ja lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin. Täysin tai jonkin verran samaa mieltä näiden väittämien kanssa oli ensimmäiseksi mainitussa 90 % ja jälkimmäisessä 87 %. Kyselyyn vastanneet ovat siis vahvasti olleet hakemassa sekä mielekästä varusmiespalvelusta että sotilaslentäjän ammattia. Kysymyksen 11 frekvenssijakauma on esitetty liitteessä 13.

Hakukaavakkeen jättäminen oli tapahtunut lievällä enemmistöllä (54 %) hyvissä ajoin ennen määräaikaa, mutta viimeisen kahden viikon aikana kaavakkeen oli jättänyt kuitenkin vielä 42 % vastaajista. Tämä vahvistaa osaltaan sitä ajatusta, että rekrytoinnin painottuminen hakuajan päättymistä edeltäviin viikkoihin saattaa hyvinkin vielä lisätä hakijoiden määrää. Tietoa hakemisesta katsottiin olevan riittävästi saatavilla (86 %) ja hakukaavake miellettiin helpoksi täyttää (87 %). Näissä väittämissä vastaukset olivat jakautuneet voimakkaasti vaihtoehtojen ”täysin samaa mieltä” ja ”jonkin verran samaa mieltä” välille, joten vastaukset eivät olleet täysin ehdottomia. Selvä enemmistö (64 %) oli sitä mieltä, että hakukaavake pitäisi pystyä täyttämään sähköisesti internetissä. Tällä hetkellä hakukaavake on paperinen, joka postitetaan liitteineen valintaupseerille (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013).

Taistelulentäjät televisiosarjaa oli katsonut noin puolet vastaajista. Väittämään oli vastannut ”täysin samaa mieltä” 30 % vastaajista, jotka voidaan tulkita olleen sarjan aktiiviseuraajia. 39 % ei ollut katsonut sarjaa ollenkaan.

Kysymyksessä 11 oli mukana myös sosiaalista mediaa koskeva väittämä. Hakuun liittyvistä asioista oli sosiaalisessa mediassa tai internetin keskustelupalstoilla keskustellut 28 % vastaajista. ”Täysin eri mieltä” vastauksia oli annettu 53 %. Tämä vastaus on hieman ristiriidassa sen teorian kanssa, joka koskee Y-sukupolven käyttäytymistä verkottuneessa maailmassa. Täl-

laista vastausta saattaa selittää lentoreserviupseerikurssille hakevien lukumääräisesti pieni joukko kaikesta siitä sosiaalisen median tuttavapiiristä, jolloin ei välttämättä löydy henkilöä, jonka kanssa hakuun liittyvistä asioista voisi keskustella. Toinen tekijä saattaa olla se, ettei tämän tyyppisille keskusteluille ole olemassa sopivaa kanavaa, jossa hakijat voisivat keskustella keskenään. Tällaisella foorumilla voisi vaikkapa tehdä kysymyksiä hakuun liittyen ja siihen saisi vastauksia Ilmavoimilta suoraan.

Kysymyksessä 12 selvitettiin sitä, missä vastaajat ovat nähneet Ilmavoimien mainontaa. Liitteessä 14 on asiaa selventävä kuva. Internet oli kattavin media 77 % peittävyydellään. Kutsunnat tulivat toisena 64 % osuudella ja messut olivat 59 %:lla kolmannella sijalla. Internetin osuus on selvä ja voisi olla jopa suurempi, sillä tietoa lentoreserviupseerikurssista etsiessä törmää väistämättä vähintäänkin Ilmavoimien kotisivuilla olevaan mainontaan. Messuilla tapahtuvan mainonnan näkyvyys on laaja ottaen huomioon messuilla käymisen vapaaehtoisuuden. 59 % vastaajista oli nähnyt messuilla Ilmavoimien mainontaa.

Seuraavaksi mainonnan kattavuudessa erottuivat kouluesittelyt (46 %), televisio (44 %) ja lentonäytökset (44 %). Kouluesittely on varmasti tilaisuus, että kohdalle sattuessaan mainonta havaitaan. Voidaankin tulkita, että 46 % vastaajista on ollut kouluesittelyn kohteena. Televisio on suhteessa siihen käytettyyn panokseen saavuttanut hyvin kyselyyn vastanneita. Lentonäytöksessä tai ilmailunäyttelyssä oli vastaajista käynyt 65 %. Tuosta joukosta siis 68 % oli kohdannut tapahtumassa Ilmavoimien mainontaa. Lentonäytösten ja siellä tapahtuvan mainonnan välistä yhteistyötä voisi kehittää. Jos potentiaalinen hakija saapuu tapahtumaan, jossa on Ilmavoimien esityslentotoimintaa, siellä on myös erittäin hyvä mahdollisuus vaikuttaa henkilön hakupäätökseen. Tällöin mainonnan kattavuus lentonäytöksissä voisi olla suurempi kuin 68 %.

Ulko- (40 %), radio- (39 %) ja lehtimainosten (37 %) kattavuus on suuruusluokaltaan samaa kuin televisiomainosten. Merkittävintä on huomata, että mikään mainonnan keino ei ole jäänyt huomaamatta ja esimerkiksi radio- ja lehtimainonta perinteisistä mainonnan keinoista pitävät vielä kattavuuden osalta puolensa. Sosiaalisen median osalta mainonnan kattavuus on vain 32 %. Tämä vastaa toisaalta aika hyvin sosiaalisessa mediassa hakuun liittyvistä asioista keskustelleiden kanssa, joita oli 28 % vastaajista. Selittävänä tekijänä voi olla, että vain kolmasosa vastanneista on sosiaalisen median aktiivikäyttäjiä ja ovat näin törmänneet keskusteluihin ja mainontaan.

Kysymykset 14 ja 15 selvittivät viiden kuvan avulla parasta mainoskuvaa rekrytoimaan hakijoita lentoreserviupseerikurssille ja kuvaa, joka herätti henkilökohtaisia muistoja hakuun liittyen. Kuvat ovat kyselylomakkeessa (liite 2) ja tarkat vastaukset löytyvät vastauksista (liite 8). Kaksi ensimmäistä kuvaa ovat olleet esillä Ilmavoimien internetsivuilla, kuva kolme on Lasse Kailan ottama kuva Hornetin esityslennosta ja kaksi viimeistä kuvaa ovat osa rekrytointiviestintäkampanjoita. Kuva neljä oli vastaajien ehdoton suosikki molempiin kategorioihin eli mainoskuvaksi (50 %) ja henkilökohtaisten muistojen herättäjänä (57 %). Kuva on varmasti onnistunut myös siinäkin suhteessa, että kuvassa nähtävä henkilö on yksi Taistelulentäjät televisiosarjan esiintyjistä. Kuvassa on siis inhimillinen aspekti yhdistettynä Hornetiin. Ehdottomasti vähiten (2 %) vastaajat olivat valinneet kuvaa viisi, jossa lentokone näkyy todella pienenä kuvan taustalla. Tämä oli toinen vastausvaihtoehdoissa olleista kampanjakuvista. Ilmavoimien internetsivuilla olevat kuvat olivat keränneet tasaisesti kannattajia 15–21 % osuuksilla molempiin kysymyksiin. Kuvan kolme vähäisiä vastausprosentteja (11 % ja 5 %) saattaa selittää se, että kuvaa ei ole ollut missään esillä. Yksi vastaaja oli kirjoittanut vapaa sana osioon näistä kuvakysymyksistä ja siinä hän mainitsi seuraavaa: ”Kuvaa 3 en muista nähneeni, mutta tunnelmansa takia siitä välittyi parhaiten se ”fiilis” jollainen minulla oli hakiessa lentoreserviupseerikurssille ja miettiessäni lentäjän uraa Ilmavoimissa.” Yhteenvetona kuvista voidaan todeta, että rekrytointimielessä tehtyjen kuvien pitää sisältää lentokoneen kuva näkyvästi ja pystyä inhimillisellä tasolla vetoamaan katsojan tunteisiin.

Kysymyksessä 16 tiedusteltiin vastaajan mielipidettä siitä, että millä medioilla Ilmavoimien kannattaisi rekrytoida hakijoita lentoreserviupseerikurssille. Vastausten graafinen esitys on liitteessä 15. Tästä kysymyksestä nousee esiin selvästi kaksi vaihtoehtoa, jotka ovat kutsunnat (75 %) ja kouluesittelyt (73 %). Nämä ovat kohderyhmäajattelun kautta selviä täsmärekrytointin paikkoja. Kutsunnat kattavat kaikki miespuoliset potentiaaliset hakijat ja kouluesittelyissä saadaan henkilökohtainen ja inhimillinen tietopaketti suoraan otollisessa iässä oleville. Kouluesittely varmasti madaltaa hakukynnystä. Etenkin jos luokan edessä seisoo viime vuonna omasta lukiosta kirjoittanut ylioppilas, joka on päässyt lentoreserviupseerikurssille. Tällainen henkilökohtaiselle tasolle viety rekrytointi on varmasti purevaa.

Seuraavana vastauksissa esiintyi viiden foorumin keskittymä, jotka olivat messut (58 %), sosiaalinen media (57 %), internet (57 %), ilmailunäytökset (55 %) ja TV-mainokset (54 %). Ilmailunäytökset nähdään vastaajien keskuudessa hyvänä kanavana Ilmavoimien rekrytointityölle. Vastaajista ilmailunäytöksissä käyneiden prosentuaalinen osuus (”täysin samaa mieltä” 51 % ja ”täysin tai jonkin verran samaa mieltä” 65 %) vastaa kokoluokaltaan sitä joukkoa, jo-

ka suosittelisi käyttämään ilmailunäytöksiä rekrytointikanavana. Rekrytointikanavista listan viimeiseen kolmannekseen oli luokiteltu TV-sarja (40 %), ulko- (36 %), radio- (35 %) ja lehtimainokset (23 %). Tämä on yhtenevä rekrytointia ja vastaajia koskevan teorian kanssa.

#### 4.4 Rekrytoinnin vaikutus hakijan hakupäätökseen

Kyselyn kolmannessa osiossa kartoitettiin Ilmavoimien rekrytoinnin vaikutusta Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneiden hakupäätökseen. Osio sisälsi *kysymykset 18–21*. Liitteessä 16 on kysymyksen 18 vastausten frekvenssijakauma, josta tilastollisten tunnuslukujen valossa erottuu seuraava väittämä: Monet eri asiat ovat vaikuttaneet siihen, että päätin hakea lentoreserviupseerikurssille. Täysin tai jonkin verran samaa mieltä vastanneiden osuus oli 89 %. Suurimmalla osalla vastaajista (63 %) oli myös vaikea listata kaikkia niitä tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet hakupäätökseen. Samoin 58 % vastaajista arveli osan hakupäätökseensä vaikuttaneista tekijöistä olleen alitajuisia. Tässä väittämässä ”ei mielipidettä” vastanneiden osuus oli suuri (16 %), mikä antaa viitteen siitä, että kysymykseen vastaaminen ei ole ollut helppoa.

Väittämään, jossa kysyttiin Ilmavoimien mainosten merkitystä päätökseen hakea lentoreserviupseerikurssille, enemmistö (48 %) vastasi, että mainoksilla ei ollut merkitystä. Toisaalta 39 % ilmoitti mainoksilla olleen merkitystä hakupäätökseen. Tarkemmin tarkasteltuna ”täysin eri mieltä” vastauksia oli huomattavasti suurempi joukko (27 %) kuin ”täysin samaa mieltä” vaihtoehdon vastanneita (6 %). Tulkinnan varaisen tästä kysymyksestä tekee se, miten vastaajat ovat käsittäneet sanan mainos. Kysymys on tarkoitettu selvittämään rekrytointiviestinnän kanavien kautta välitettyjä mainoksia, kuten internet-, televisio-, radio-, lehti- ja ulkomainoksia, joissa ei ole henkilökohtaista kontaktia vastaajan ja viestin tuojan välillä. Vastausten valossa näyttää joka tapauksessa siltä, että yksittäisen mainoksen merkitys hakupäätöksen muodostumiseen on suurimmalle osalle vastaajista ollut merkityksetön.

Vastaajista 69 %:n mielestä lentoreserviupseerikurssille hakeminen on ollut enemmän vuosia kestänyt vakaa harkinta kuin sattumaa. Täysin samaa mieltä sattuman vaikutuksesta kurssille hakemiseen oli 10 % vastaajista. Tähän kun yhdistetään kysymyksen yhdeksän ajallinen ulottuvuus vastaajan kokemuksiin ilmiöihin ilmailusta ja Ilmavoimista, voidaan vahvistaa pitkäaikaisen harkinnan pitävän paikkansa.

Kysymys 19 selvitti tarkemmin eri asioiden vaikutusta hakupäätökseen. Vastausten frekvenssijakauma on liitteessä 17. Keskiarvon, keskiarvon luottamusvälin ja vinouden mukaan tarkas-



teltuna yksi tekijä erottuu selvästi muista. Tämä on positiivinen mielikuva Ilmavoimista. 96 % vastaajista piti tekijää hakupäätökseen vaikuttavana. Positiivinen mielikuva oli ollut 38 %:lle vastaajista selvä vaikuttava tekijä lopulliseen hakupäätökseen. 42 %:lle mielikuvalla oli ollut myötävaikuttava merkitys ja 17 %:lle se oli toiminut taustavaikuttajana. Tässä kysymyksessä positiivinen mielikuva Ilmavoimista on eri kokoluokan tekijä kuin esimerkiksi yksittäinen lehtimainos, koska positiivista mielikuvaa rakennetaan muun muassa monien tässäkin kysymyksessä lueteltujen asioiden kautta. Vastauksesta voidaan kuitenkin päätellä, että työnantajakuvaan liittyvät teoriat pitävät paikkansa ja Ilmavoimista muodostunut mielikuva ainakin kyselyyn vastanneiden mielestä on positiivinen. Tämä on yksi merkki onnistuneesta työnantajakuvan rakentamisesta.

Seuraavana tilastollisten tunnuslukujen valossa erottuu perheenjäsenen kanssa käyty keskustelu. Tällä oli 87 %:lle positiivista vaikutusta hakupäätökseen. Selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseen tällä tekijällä oli ollut 27 %:lle vastaajista. Seuraavana listalla olivat kaverin kanssa käyty keskustelu ja lähes samanlaisella vastausjakaumalla oleva sukulaisen kanssa käyty keskustelu. Positiivinen vaikutus näillä tekijöillä oli kaverien osalta 77 % ja sukulaisten 74 %. Selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseen vastauksen osuudet olivat vastaavissa vaihtoehdoissa 15 % ja 12 %. Kokonaisuutena voidaan todeta, että läheisten ihmisten kanssa käydyillä henkilökohtaisilla keskusteluilla on ollut erittäin suuri vaikutus kyselyyn vastanneiden hakupäätökseen.

Viidentenä keskiarvon mukaan luokitellulla 16 asian listalla on Ilmavoimien lentonäytös. Lentonäytöksillä oli positiivinen vaikutus 58 %:n kattavuudella. Lentonäytösten vaikutus erottuu seuraavana listalla tulevista sillä, että niillä oli selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseen yli 10 %:lle vastaajista. Tämä on suuruusluokaltaan lähes samaa tasoa kuin kavereiden ja sukulaisten kanssa käydyt keskustelut. Lentonäytösten vaikutusta arvioitaessa pitää muistaa, että vastaajista lentonäytöksissä tai ilmailunäyttelyissä oli käynyt 51–65 % (”Täysin samaa mieltä” – ”jonkin verran samaa mieltä”). Verrattaessa positiivisen vaikutuksen prosenttilukua 58 lentonäytöksissä käyneiden määrään, voidaan todeta lukujen vastaavan toisiaan. Tästä voidaan varovaisesti tulkita, että lentonäytöksissä käyneiden vastaajien keskuudessa näytösten positiivinen vaikutus hakupäätökseen on ollut todella kattava (89–100 %). Tätä voidaan pitää tutkimuksen tässä vaiheessa vain arviona, jota on tarkasteltava vielä tarkemmin.

Seuraavaksi voidaan keskiarvon ja mediaanin perusteella erottaa seuraavien tekijöiden joukko: elokuvat, messut, kutsunnat, TV-ohjelmat, kouluesittelyt ja internet mainokset. Näiden

positiivinen vaikutus hakupäätökseen on ollut elokuvien, messujen ja kutsuntojen osalta 63–66 % ja TV-ohjelmien, kouluesittelyjen ja internet mainosten 45–55 %. Tässä on huomioitava messuilla (59 %), kutsunnoissa (64 %) ja kouluesittelyissä (46 %) Ilmavoimien mainontaa kohdanneiden vastaajien suhde kyseisten asioiden hakupäätöksiin vaikuttavuuteen. Tästä voidaan taas tulkita, että prosenttiluvut vastaavat suuruusluokaltaan toisiaan ja jos vastaaja on esimerkiksi kohdannut messuilla Ilmavoimien mainontaa, niin sillä on ollut myös erittäin suurella todennäköisyydellä positiivinen vaikutus hakupäätökseen. Ilmiö on siis pitänyt ensin kohdata, jotta sillä olisi voinut olla positiivista vaikutusta hakupäätökseen. Tässä kappaleessa luetelluista kuudesta tekijästä edukseen erottuivat messut, joilla oli selvä tai myötävaikuttava vaikutus hakupäätökseen 36 %:lle vastaajista.

Listan viimeisenä erottuivat keskiarvon, mediaanin ja pienen keskihajonnan mukaan tarkasteltuna loput tekijät, joita olivat ulkomainokset, mainos sosiaalisessa mediassa, lehti-, radio- ja TV-mainokset. Näissä positiivinen vaikutus oli välillä 25–36 %. Näiden medioiden vaikutus hakijan lopulliseen hakupäätökseen oli todella pieni eli 0–1 % poisluettuna ulkomainokset, joiden vastaava luku oli 3 %. Kyseisten medioiden kautta havaittu Ilmavoimien mainonta vastaajien keskuudessa oli 32–44 %, joten havaintoihin suhteutettuna näilläkin kanavilla on saatu positiivista vaikutusta aikaan.

Kysymyksessä 20 tiedusteltiin vuotta, jolloin kyselyyn vastannut on tehnyt hakupäätöksen Lentoreserviupseerikurssi 88:lle. Tästä aiheesta on graafinen kuvaaja liitteessä 18. Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakuaika päättyi 15.1.2013 (Kettunen, henkilökohtainen tiedonanto 22.10.2013). Suurin osa vastaajista (48 %) oli tehnyt hakupäätöksensä vuonna 2012, joka on juuri hakua edeltävä vuosi. Vuoden 2012 loppupuolella on myös ollut suurimmalla osalla (67 %) vastaajista kutsunnat. Kutsunnat järjestetään vuosittain elo-joulukuussa ja ne koskevat miespuolisia Suomen kansalaisia, jotka kyseisenä vuonna täyttävät 18 vuotta (Puolustusvoimat 2014). Vuoden 2013 puolella eli viimeisen kahden viikon aikana hakupäätöksen teki 6 % vastaajista. Hakukaavakkeen lähettämisen viimeisen kahden viikon ajanjaksolle oli jättänyt 26 % vastaajista, mutta tämä ei ole tarkoittanut sitä, että hakupäätös olisi syntynyt näin myöhään koko tällä joukolla. Vuoden 2011 aikana hakupäätöksen oli tehnyt 19 % hakijoista ja vuonna 2010 10 %. Vuoden 2009 hakupäätösvoodeksi oli merkinnyt 2 % vastaajista. Tätä aikaisemman ajankohdan oli merkinnyt 9 %. 4 % ei osannut määritellä vuotta, jolloin hakupäätös oli syntynyt. Todennäköisesti tämä vuosi ei ole ollut 2012 tai 2013, koska se olisi helpompi muistaa tai sitten hakupäätös on syntynyt hitaasti varsinaista hetkeä tiedostamatta.

Kysymyksessä 21 selvitettiin lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistettyjen tekijöiden vaikutusta kurssille hakemiseen. Tästä on piirretty frekvenssijakauma liitteeseen 19. Kaikkien tässä työssä käytettyjen tilastollisten tunnuslukujen (keskiarvo, keskiarvon luottamusväli, mediaani, keskihajonta, vinous, huipukkuus ja entropia) mukaan tarkasteltuna vastauksista nousee esiin yksi tekijä erittäin selvästi. Se on elämyksellisyys. 98 % vastaajista oli sitä mieltä, että elämyksellisyydellä oli suuri tai melko suuri vaikutus kurssille hakemiseen. Vain yksi henkilö oli vastannut, että elämyksellisyydellä ei ole ollut vaikutusta tai hän ei ole osannut sanoa vaikutuksen suuruutta. Pelkästään asteikon vaikuttavimpaan osioon (suuri vaikutus) oli tämän tekijän osalta vastannut 81 %. Tätä voidaan pitää todella suurena yksittäisenä havaintona tästä kysymyksestä.

Seuraavaksi keskiarvon ja keskihajonnan perusteella tekijöistä erottuvat haasteellisuus ja ammatin arvostus. Nämä ovat saaneet ”suuri” tai ”melko suuri” vaihtoehtoihin vastauksia 87 % ja 84 %. Tarkastelua jatkettaessa seuraavissa tekijöissä alkaa syntyä jo hajontaa, mutta edelleen vapaus (66 %) ja kansanvälisyys (64 %) ovat olleet selvästi hakupäätökseen vaikuttavia asioita.

Seuraavien kolmen tekijän keskiarvot ovat jo lähimpänä arvoa ”keskimääräinen”. Ne ovat palkka, isänmaallisuus ja lentäjien ”cool” asenne. Niiden vaikutus hakuun tasolla ”suuri tai melko suuri” on järjestyksessä 53 %, 50 % ja 38 %. Vähintään keskimääräisellä tasolla tekijät ovat kuitenkin vaikuttaneet osuuksilla 83 %, 81 % ja 65 %. Toisaalta on huomattava, että ”ei vaikutusta tai en osaa sanoa” vastausten osuus on selvästi suurempi listan kärkipään tekijöihin verrattuna. Nämä osuudet ovat järjestyksessä 3 %, 5 % ja 7 %.

Viimeisenä arvioitavista asioista tulee alhainen eläkeikä, joka on ainoana tekijänä painottunut asteikon toiseen laitaan. Painotus ei ole kuitenkaan kovin raskas vinouden ollessa  $-0,35$  ja keskiarvon poiketessa  $0,47$  yksikköä normaalijakauman keskiarvosta asteikolla 1–6. Vastaajista 15 % on arvioinut alhaisen eläkeiän vaikuttaneen hakuun tasolla suuri tai melko suuri. Asteikon toisesta päästä lähestyttäessä ”ei vaikutusta” tai ”pieni” vaihtoehdon vastanneiden osuus on 38 %. Eläkeikäällä ei voida katsoa olevan suurta vaikutusta vastaajien hakeutumiseen lentoreserviupseerikurssille.

Kysymyksen 21 osalta voidaan koota yhteen se käsitys, että Y-sukupolvesta kirjoitettu teoria pitää paikkansa annettujen vastausten kanssa. Työn elämyksellisyyteen, haasteellisuuteen ja arvostukseen liittyvät asiat ovat merkittävämpiä kuin esimerkiksi palkka tai eläkeikä.

## 4.5 Hakijan tulevaisuuden suunnitelmat

Viimeisessä kysymysoiossa kartoitettiin hakijan tulevaisuuden suunnitelmia *kysymysten 22 ja 23* avulla. *Kysymyssarja päättyi kysymykseen 24*, joka oli vapaa sana -osio.

Vastaajista (N=189) 30 hakijaa valittiin lentoreserviupseerikurssille ja 159 vastaajaa ei saanut kurssipaikkaa. Kurssille valittujen osuus on 16 % vastaajista. Kurssille päässeiden osuus kyselyyn vastanneiden joukossa on painottunut, sillä kaikkien kurssille päässeiden (35) osuus kaikista kurssille hakijoista (633) on vajaa 6 %. Kyselyyn vastanneiden ja kaikkien kurssille hakeneiden välinen määrällinen tarkastelu hakuvaiheittain on kuvattu liitteessä 20. Tähän on piirretty myös vastaajien suhteellinen osuus kyseisessä hakuvaiheessa mukana olleiden kanssa. Tästä voidaan selvästi nähdä, että kyselyyn vastaaminen on ollut sitä todennäköisempää, mitä pidemmälle vastaaja oli hakuprosessissa päässyt. Kuvaaja on lähes lineaarinen. I-vaiheessa karsiutuneista vain 23 % vastasi kyselyyn ja toisen vaiheen osalta luku oli 16 %. Kyselyn vastausprosentin yläpuolelle pääsivät vaiheissa III (32 %), IV (50 %) ja V (41 %) karsiutuneet. Tämä herättää ajatuksia tutkielmaan vastanneiden yleistettävyydestä koskemaan koko hakijoiden joukkoa. Tätä aihetta käsitellään johtopäätöksissä kohdassa tutkielman luotettavuus.

Kurssille pääsemättömien aikomuksesta hakea uudelleen on kuvaaja liitteessä 21. Tästä voidaan todeta, että suhteellisesti mitattuna uudelleenhakuerkkyys on suurimmillaan (38 %) neljännessä vaiheessa karsiutuneilla. Tämän voidaan katsoa olevan merkki siitä, että hakija on tuntenut päässeensä pitkälle, mutta jonkin mielestään pienen asian takia karsiutui viime metreillä. Huomionarvoista on se, että viidennessä vaiheessa karsiutuneiden halukkuus hakea uudelleen on verrattain pieni (9 %). Tässä voi syynä olla se, että karsiva tekijä on ollut niin selvä, että hakijan ei kannata hakea uudelleen. Lukumäärät ovat myös niin pieniä, että tilastollisesti ei voida vetää vahvoja johtopäätöksiä viidennessä vaiheessa karsiutuneiden aikomuksista.

Kyselyyn vastanneiden kurssille päässeiden henkilöiden (n=30) tulevaisuuden suunnitelmat on esitetty liitteessä 22. Kuvaajasta voidaan poimia esiin tieto, että 70 % kyselyyn vastanneista kurssilaisista haluaa sotilaslentäjän ammattiin, 23 % ei vielä tiedä mitä haluaa tulevaisuudeltaan ja 7 % haluaa jotakin muuta tulevaisuudeltaan. Tämän tutkimuksen kysymyssarjan väittämään ”Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin” oli vaihtoeh-

don ”Täysin samaa mieltä” valinnut 69 % vastanneista. Vastausvaihtoehdon ”jonkin verran samaa mieltä tai ei mielipidettä” oli valinnut 24 % vastaajista ja ”jonkin verran tai täysin eri mieltä” vaihtoehdon oli valinnut 7 %. Kaikkien kyselyyn vastanneiden hakuhetken tulevaisuudenajatukset vastaavat täysin kurssille valittujen vastaajien tulevaisuudenajatuksia kyselyyn vastaamisen hetkellä. Tämä todistaa osaltaan kurssille hakeneiden ajatusten samankaltaisuutta suhteessa kurssille päässeisiin.

Kyselyyn vastanneista 61 %:lla oli opiskelupaikka tai he opiskelivat jo jossain jatkotutkintoa. Yliopistotason opiskelupaikka oli 37 %:lla vastaajista. Vailla opiskelupaikka oli 39 % vastaajista. Keskimääräisellä vastaajalla jatko-opiskelupaikan hankkiminen hakuhetkellä on ollut vasta edesspäin ja näin ollen tässä on runsaasti vastaajia vailla opiskelupaikkaa. Aiheesta on kuvaaja liitteessä 23. Tuloksista voidaan kuitenkin tulkita, että lentoreserviupseerikurssin kautta Maanpuolustuskorkeakouluun tulevista opiskelijoista käydään tiukkaa kilpailua siviilimaailman yliopistotasaisen koulutuksen kanssa. Rekrytointimielessä lentoreserviupseerikurssilla on merkittävä lopullinen rooli tässä kilpailussa.

Vapaa sana -osioon tuli 51 vastausta, joten 27 %:lla vastaajista oli jotain sanottavaa strukturoidun osion ulkopuolelta. Näistä vastauksista enemmistö on nähtävissä liitteessä 24, mutta osa vastauksista on jätetty pois vastaajien anonymiteetin tai vastaajiin liittyvien muiden henkilökohtaisten syiden takia. Liitteeseen on jätetty kyselystä saatu palaute, vastaajien tunnelmia ja rekrytinnin kehitysehdotuksia.

#### 4.6 Korrelaatiotarkastelun tulokset

Tässä aluvussa käsitellään niiden esityslentotoimintaan liittyvien kysymysten korrelaatiot, jotka täyttävät tämän tutkimuksen aluvussa 2.4 (aineiston analyysi ja tulkinta) kerrotut tilastolliset periaatteet. Korrelaatiomatriisin, kysymysten välisten Pearsonin korrelaatiokertoimien, P-arvojen ja hajontakuvien tarkastelun jälkeen on löytynyt alla olevat riippuvuudet. Tarkastellut kysymykset tilastoarvoineen ovat liitteessä 25.

”Ennen hakua olin ollut ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä” – väittämän kanssa voimakkaimmin lineaarisesti korreloi ”lentonäytöksen vaikutus hakupäätökseeni” -tekijä. Lähes itsestään selvästi lentonäytöksissä käyneiden vastaajien hakupäätöksiin on lentonäytöksillä ollut vaikutusta. Muita korreloivia tekijöitä olivat tietämys Suomen ilmavoimien kansainvälisestä esityslentotoiminnasta ja Midnight Hawks -taitolentoryhmästä sekä Taistelulentäjät TV-sarjan

katsominen ja sotilaslentokoneen kovan äänen kuuleminen. Viimeksi mainittu on itsestään selvyyttä lentonäytöksessä käyneiden keskuudessa, mutta muuten tästä voidaan tulkita lentonäytösten toimivan laajemminkin hyvänä tiedotuskanavana Ilmavoimien esityslentotoiminnan osalta, mikä on myös luontevaa. Yhteys TV-sarjan ja lentonäytöksissä käyneiden kesken selittynee keskimääräistä hakijaa runsaammalla ilmailuinnotuksella.

Väittämän ”Haluaisin päästä lentonäytökseen, jossa esiintyy suomalainen Hornet tai Midnight Hawks” kanssa korreloivat vahvimmin lentokoneen visuaaliseen kuvaan tai ääneen liittyvät positiiviset asiat. Lisäksi erottui edellisessäkin väittämässä esiin tullut tietämys Midnight Hawks -taitolentoryhmästä ja Ilmavoimien kansainvälisestä esityslentotoiminnasta. Mielenkiintoisena havaintona tässä väittämässä esiintyi korrelaatio Ilmavoimista hyvänä työpaikkana.

”Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka” -väittämän kanssa korreloi voimakkaimmin halu sotilaslentäjän ammattiin hakukaavakkeen lähettämisen perusteena. Jos vastaaja on kokenut Ilmavoimat hyväksi työpaikakseen, niin hän on myös halunnut sitä enemmän sotilaslentäjän ammattiin. Muita korreloivia tekijöitä olivat halu päästä lentonäytökseen, lentokoneen ääneen ja kuvaan liittyvät positiiviset asiat sekä isänmaallisuus. Vastaajat, jotka pitävät Ilmavoimia hyvänä työpaikkana; haluavat eniten sotilaslentäjän ammattiin, arvostavat isänmaallisuutta ja haluavat osallistua lentonäytöksiin. Tämä korrelaatioiden tuottama henkilökuvaus on arvomaailmaltaan hyvin lähellä Ilmavoimien etsimää henkilöä. Lentonäytöksillä on tässä tulkinnassa merkittävä rooli.

”Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin” -väittämän kanssa voimakkaimmin korreloi käsitys Ilmavoimista hyvänä työpaikkana. Tieto lentoreserviupseerikurssista porttina hävittäjälentäjän ammattiin näyttäisi olevan myös selvillä sotilaslentäjän ammattiin halunneiden keskuudessa. Esiin nousi myös hakuun vaikuttaneet tekijät kansainvälisyys ja isänmaallisuus sekä lentokoneen kuvaa ja ääneen liittyvät positiiviset asiat.

Ilmavoimien lentonäytöksen vaikutus hakupäätökseen -kysymyksen kanssa korreloi luontevasti seuraavat tekijät: lentonäytöksissä käyminen, Taistelulentäjät TV-sarjan katsominen ja tietoisuus Midnight Hawks -lentoryhmän sekä kansainvälisen esityslentämisen olemassaolosta. Lentokoneiden kuvien ja videoiden katsominen oli myös mukana. Mielenkiintoisempina korrelaationa tämän väittämän suhteen olivat seuraavien hakuun vaikuttaneiden tekijöiden esiinnousu: messut, TV-ohjelma, TV-mainos ja internet mainos.

Tarkasteltaessa elämyksellisyyttä lentäjiin tai lentäjän ammattiin liittyvässä yhteydessä korrelaatiotarkasteluissa ilmeni seuraavat hakuun vaikuttaneet tekijät: ammatin arvostus, haasteellisuus ja vapaus. Lisäksi elämyksellisyydellä hakuun vaikuttavana tekijänä oli riippuvuus lentokoneen ilmassa näkemisen hienouteen ja lentokoneen äänen kiinnostuksen herättävyyteen.

Korrelaatiomatriisista on etsitty riippuvuussuhteessa olevat tekijät, jotka liittyvät esityslenntoimintaan. Nämä on esitelty kyselyn sanelemassa järjestyksessä. Tarkastelun kohteeksi valikoituivat lentonäytöksiin viittaavat väittämät, hyvään työpaikkaan ja sotilaslentäjäksi haluamiseen liittyvät väittämät sekä elämyksellisyyys, joka oli monelle kyselyn vastaajista merkittävä tekijä hakuun liittyen. Yhteenvedona voidaan korrelaatiotarkastelusta todeta seuraavaa: kyselyyn vastanneiden arvomaailma ja esityslenntoimintaan yhdistettävät asiat kietoutuvat toisiinsa erottamattomaksi kokonaisuudeksi, joka ilmenee käsityksenä Ilmavoimista hyvänä työpaikkana ja haluna päästä sotilaslentäjäksi.

#### 4.7 Regressioanalyysin tulokset

Regressioanalyysiä on käytetty tässä ennustamaan ”Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin” väittämän arvoa, joka on valittu y-muuttujaksi. Selittäviksi x-muuttujiksi on valittu esityslenntoimintaan liittyviä tekijöitä, joilla pyritään selvittämään esityslenntoiminnan vaikuttavuutta sotilaslentäjäksi hakeutumiseen. Valittujen kymmenen x-muuttujan joukkoon on otettu myös korrelaatiotarkastelun perusteella esiin nousseita esityslenntoimintaan sidoksissa olevia tekijöitä, jotka on listattu liitteessä 26.

Regressioanalyysin tuloksena ennustetuksi arvoksi tuli 1,50 ja mallin tarkkuudeksi 51,03 %. Tämä tarkoittaa sanallisen vastauksen olevan ”Täysin samaa mieltä” (1,00) ja ”Jonkin verran samaa mieltä” (2,00) vaihtoehtojen välissä. Mallin tarkkuus täyttää tämän tutkimuksen tilastolliselle analysoinnille luvussa kaksi asetetut ehdot. Regressioanalyysissä käytettyjen väittämien ja tekijöiden positiivisilla vastauksilla on siis ollut ratkaiseva vaikutus vastaajan haluun hakea sotilaslentäjäksi. Kyselyn varsinaisen väittämän ”Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin” vastauksen todellinen keskiarvo oli 1,54 ja luottamusväli 1,4 – 1,68. Regressioanalyysillä ennustettu arvo 1,50 vastaa siis kyselylomakkeella saatua tulosta varsin hyvin.

Webropol-ohjelman analysointityökalulla voidaan muuttaa annettuja selittäviä x-muuttujien arvoja ja näin ennustaa y-muuttujaa toisenlaisessa tilanteessa. Jokainen muuttunut arvo ei enää perustu todelliseen vastaajien antamaan tietoon, joten tällaisessa tarkastelussa pitää olla erittäin kriittinen. Seuraavassa on kuitenkin muutama ajatus kyseisen regressioanalyysin arvojen muuttamisesta ja uudelleen ennustamisesta.

Pudotetaan lentonäytöksissä käynnin ja omakohtaisen sotilaslentokoneen äänen kuulemisen havainnon keskiarvot tasolle ”jonkin verran eri mieltä” (4,00). Tämä tarkoittaa sitä, että suurin osa ei olisi käynyt lentonäytöksissä, mutta teoreettisesti katsottuna viidesosa kylläkin. Sotilaslentokoneen äänen kuuleminen on pudotettu siis samalle tasolle lentonäytöksien kanssa. Tällöin ennusteen lopputulos (y-muuttujan arvo) olisi 2,00. Tämä tarkoittaa sanallisen vastauksen olevan ”Jonkin verran samaa mieltä” (2,00). Y-muuttujan ”Täysin samaa mieltä” vastanneiden osuus olisi huomattavan pieni.

Korrelaatiotarkasteluissa oli havaittu esityslentotoiminnan kytkeytyminen muun muassa käsitukseen Ilmavoimista hyvänä työpaikkana. Puuttamalla Ilmavoimien työnantajakuvaan esimerkiksi lentonäytösten vähentymisen ja esityslentotoiminnan supistamisen kautta voidaan tarkastella vaikutuksia vastaajien haluan hakea sotilaslentäjäksi. Oletetaan, että käsitys Ilmavoimista työpaikkana laskisi ja arvo muuttuisi 1,63:sta arvoon 3,00 (ei mielipidettä) ja ammatin arvostus hakuun vaikuttavana tekijänä laskisi ja arvo 1,75 muuttuisi arvoon 3,00 (keskimääräinen). Asenteet eivät olisi vielä negatiiviset, mutta yllä mainituilla tekijöillä ei katsottaisi olevan merkitystä. Näillä teoreettisilla x-muuttujien arvojen muutoksilla regressioanalyysin tulokseksi (y-muuttujan arvoksi) muodostuisi 2,63. Tämä olisi jo hyvin lähellä sanallista vastausta ”ei mielipidettä” (3,00). Tilanne olisi siis, että väittämään ”Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin” vastattaisiin keskimäärin vaihtoehdolla ”ei mielipidettä”. Tämä toisi merkittävän muutoksen kyselylomakkeella kerättyyn vallitsevaan tilanteeseen. Y-muuttuja on vielä 0,37 yksikköä asteikon positiivisella puolella eli sotilaslentäjiksi haluavia olisi vielä kyselyyn vastanneiden joukossa, mutta tämä joukko olisi pieni. Positiivinen sotilaslentäjäksi haluamisen aste olisi joka tapauksessa heikko. Jos tämä yllä kuvattu skenaario ja sen vaikutukset olisivat totta ja tämän regressioanalyysin matemaattinen malli vastaisi täysin todellisuutta, niin tilanne olisi Ilmavoimien lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin kannalta kestävä. Kurssille rekrytointi itsessään kokisi jo haasteita, mutta varsinainen ongelma olisi saada Ilmavoimiin sotilaslentäjiä.



## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 5.1 Lentoreserviupseerikurssin rekrytointi

Lentoreserviupseerikurssin rekrytointi on tällä hetkellä pääasiassa Ilmavoimien esikunnan viestintäkeskuksen rekrytointiviestintää. Vuoden 2012 aktiivinen kampanjointi sai hakijaluvut nousemaan edellisvuoden 501 hakijasta 633 hakijaan. Myötävaikuttavana tekijänä oli näkövaatimusten muuttuminen, joka lisäsi hakijoiden määrää arviolta 11–41 henkilöä. Uusien näkövaatimusten myötä ensimmäisen vaiheen läpäisseiden hakijoiden määrä nousi 57 henkilöllä. Jos tarkastelemme ensimmäisen vaiheen läpäisseiden määrän muutosta, niin se on noussut samalla aikavälillä 393 hakijasta 450 hakijaan. Tämä erotus on 57 hakijaa eli saman verran kuin uusien näkövaatimusten myötä ensimmäisen vaiheen läpäisseet. Vuoden 2012 aikana tapahtunut kampanjointi ja uusien näkömuutosten tiedottaminen nosti hakijamäärää selvästi (26 %), mutta todellisuudessa ensimmäisen vaiheen läpäisseiden määrä oli kasvanut vain näkövaatimusmuutoksen tuoman lisäyksen verran (15 %).

Rekrytointi kokonaisuutena vaatii edelleen selkeämpää koordinointia ja johtamista. Vuonna 2009 valmistuneessa Pro gradu -tutkielmassa (Niinimäki 2009) oli johtopäätöksenä rekrytoinnin koordinoinnin puute ja suositus Ilmavoimien rekrytointistrategian luomiseen. Rekrytointistrategia puuttuu edelleen ja tarve ei ole kadonnut. Ilmavoimien rekrytoinnille pitäisi luoda ohjeistus ja toimintaa pitäisi selkeästi johtaa. Toiminnasta saataisiin tehokkaampaa ja mahdollisuus hakijamäärien kasvuun muun muassa lentoreserviupseerikurssin osalta olisi parempi.

Syksyllä 2013 perustetun rekrytointityöryhmä tavoitteena on Ilmavoimien rekrytointitavoitteiden ja vastuiden tarkentaminen, toimintatapojen yhdistäminen ja prosessien kehittäminen (Ilmavoimien rekrytointitoiminnan kehittämistyöryhmän perustaminen 2013). Työryhmän tavoitteina ei ollut kuitenkaan varsinaisen rekrytointistrategian luominen. Työryhmän toiminta vastannee osaltaan tämän tutkimustyön teon aikana ilmenneisiin puutteisiin. Työryhmän kokoonpanoon pitäisi ottaa mukaan Ilmavoimien esikunnan lentotoimintaosaston edustaja, jotta esityslentotoiminnan rekrytointiarvo saataisiin paremmin ulosmitattua. Midnight Hawks -taitolento-osaston tuotteistaminen osaksi rekrytointia on hyvä esimerkki eri toimijoiden yhteistyön lisääntymisestä ja tämä samanlainen näkyvyyden lisääminen pitäisi tehdä myös Hornet esityslentotoiminnan osalta.

## 5.2 Hakupäätöksen muodostuminen

Lentoreserviupseerikurssille hakemiseen liittyvät tekijät ovat moninainen joukko erilaisia tapahtumia ajassa, joita ei edes hakija itse pysty selvästi määrittelemään omalla kohdallaan. Osa hakemiseen vaikuttaneista tekijöistä on hakijoiden mielestä ollut myös alitajuisia ja siten vaikeasti selvitettävissä. Kurssille hakeminen on kuitenkin tapahtunut pidemmän ajan kuluessa syntyneen harkinnan tuloksena. Ensimmäiset mielikuvat lentokoneista sijoittuivat tyypillisesti varhaislapsuuteen ikävuosille 0–5 (72 %). Ilmavoimien lentokoneiden tiedostaminen alkaa keskimäärin ikävuosin 6–10 (56 %) välissä. Samoihin aikoihin alkaa ilmailusta kiinnostuminen ja tämä vaihe tapahtuu yleensä ikävuosien 5 ja 15 välillä (62 %). Ilmavoimista kiinnostumisen vaihe alkaa yleensä ikävuosina 11–17 (81 %) ja yksittäisenä ryhmänä 17-vuotiaat muodostavat 27 % hakijoista. Ilmavoimatietoisuuden lisääntyminen käyttäytyy samalla tavalla kuin Ilmavoimista kiinnostuminen, mutta tulee hieman viiveellä ja hakijoista yksittäisenä ryhmänä 18-vuotiaat ovat enemmistö 25 % osuudella. Tuolloin heihin kohdistuva rekrytointi on kiivaimmillaan ja varusmiespalvelus sekä mahdollinen lentoreserviupseerikurssille haku lähestyvät. 18-vuotiaana tehdään myös eniten (48 %) hakupäätöksiä. Päätös itsessään tehdään siis tyypillisesti hakuhetkeä edeltävän vuoden aikana ja 53 % hakijoista lähettää hakukaavakkeen hyvissä ajoin. Kuitenkin 26 % jättää kaavakkeen lähettämisen viimeiseen kahteen viikkoon ennen hakuajan päättymistä. Tästä huolimatta ajatus hakemisesta on kypsynyt hitaasti ja lentokoneiden näkemisen, ilmailusta ja Ilmavoimista kiinnostumisen sekä hakupäätöksen välillä on looginen ajallinen yhteys ja jatkumo. Kappaleen tekstistä on havainnollinen kuva liitteessä 12.

Varsinaiseen hakupäätökseen vaikuttaneista tekijöistä oli suurin merkitys Ilmavoimien positiivisella kuvalla. Ilmavoimat on onnistunut työnantajakuvan rakentamisessa lentoreserviupseerikurssille hakijoiden näkökulmasta. Seuraavana tulevat perheenjäsenen, kaverin tai sukulaisen kanssa käydyt keskustelut. Tällaisen inhimillisen ja henkilökohtaisen viestinnän merkitys on erittäin suuri. Nämä edellä mainitut vaikuttajat eivät ole yksittäisiä Ilmavoimien tekemiä rekrytointitoimia, vaan ovat seuraus pitkän työn tuloksena saavutetusta asemasta ihmisten mielissä. Perheenjäsenet, kaverit ja sukulaisetkin saavat jostain käsityksen siitä, että millainen on Suomen ilmavoimat ja rohkaisenko lastani, kaveriani tai sukulaistani hakemaan lentoreserviupseerikurssille. Tähän yllä kuvattuun positiivisen mielikuvan luontiin on osansa ainakin lentoreserviupseerikurssille hakeneiden ajatuksissa ollut monilla Ilmavoimien tietoisesti tekemillä toiminnoilla. Näistä tekijöistä ”Ilmavoimien lentonäytös” vastausvaihtoehto keräsi eniten (34 %) vastauksia ”Selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseeni” tai ”Myötävaikutti

hakupäätökseen” vaihtoehtoihin. Yksittäisten tekijöiden frekvenssijakaumat ovat liitteessä 17.

Ilmavoimien tietoisesti tekemien rekrytointitoimien syvemmissä tarkastelussa voidaan huomata, että kyselyllä kartoitetut määrälliset havainnot ja niiden merkitys hakupäätökseen ei suoraan kerro rekrytointimenetelmän hyötysuhdetta, tehottomuutta tai kehittämisen kohteita. Mielenkiintoista on tarkastella sitä suhdetta, joka vallitsee todellisten havaittujen rekrytointitoimenpiteiden ja niiden hakupäätökseen vaikuttavuuden välillä. Selvä lopullinen vaikutus ja myötävaikutus on yhdistetty yhdeksi positiiviseksi vaikuttavuudeksi ja tätä verrataan näkyvyyteen lentoreserviupseerikurssille hakeneiden näkökulmasta. Tätä kutsutaan hyötysuhteeksi. Tässä vertailussa järjestys muodostui seuraavanlaiseksi: lentonäytökset (74 %), messut (61 %), kouluesittelyt (60 %) ja kutsunnat (48 %). Tässä vertailussa on huomioitu se, että kaikki hakijat eivät kohtaa jokaisen rekrytointikanavan kautta tulevaa sanomaa, mutta jos näitä kanavia myöten sen kohtaavat, niin positiivinen vaikutus hakupäätökseen on merkittävä.

Rekrytointikanavien tehottomuutta tai kehittämisen kohteita voidaan tarkastella myös tekijöiden suhteita vertailemalla. Hakijan hakupäätökseen vaikuttamattomien tekijöiden osuudesta kun vähennetään kyseisiä rekrytointikanavia näkemättömien osuus, niin saadaan ne kanavat selville joissa vaikutus hakupäätökseen jäi suhteellisesti pieneksi. Tätä käsitellään tehottomuutena. Tällaisessa vertailussa esiin nousivat internet (24 %) (pl. sosiaalinen media) ja televisiomainokset (19 %). Tämä kertoo siitä, että näkyvyyttä on ollut, mutta vaikutus ei ole ollut tehokasta. Osittain tällaista päätelmää tukee myös kyseisten kanavien laaja levikki. Kehittämisen kohteiden tarkastelussa on otettu huomioon hakijoiden omat mielipiteet siitä, missä Ilmavoimien kannattaisi rekrytointisanomaa välittää. Kanavien näkyvyyttä verrataan hakijoiden mielipiteisiin. Tässä hakijoiden kehitysideoihin perustuvassa tarkastelussa tuli esiin viisi kanavaa: sosiaalinen media 44 %, kouluesittelyt 38 %, televisiomainonta 18 %, kutsunnat 14 % ja ilmailunäytökset 8 %. Nämä lukemat olisivat kehityspotentiaalinen määrä otettaessa huomioon näkyvyys ja hakijoiden ajatukset rekrytoinnin kasvattamisesta. Kahden edellisen kappaleen tiedot on esitetty kuvaajina liitteessä 27.

### 5.3 Esityslentotoiminnan vaikutus rekrytointiin

Esityslentotoiminnan osuus osana lentoreserviupseerikurssin rekrytointia on mittava. Sillä on vaikutusta hakijoihin jo pitkällä aikavälillä lentonäytösten kautta suoraan, mutta myös välillisesti Ilmavoimien työnantajakuvan ja siihen liittyvien osa-alueiden kehittämisen myötä. Tämä

konkretisoituu sekä omien mielikuvien kehittymisen myötä että läheisten ja tuttavien positii-visina myötävaikuttavina kehotuksina hakea kurssille.

Ilmavoimien lentonäytökset olivat absoluuttisestikin mitattuna suurin (34 %) yksittäinen hakupäätökseen vaikuttanut tekijä niiden tietoisten rekrytointitoimenpiteiden joukossa, joihin Ilmavoimat itse vaikuttavat suunnitelmallisesti vuosittain. Suhteutettuna näkyvyyteen esityslentotoiminta oli edelleenkin kärkipaikalla (74 %) omaamalla siten erinomaisen hyötysuhteen hakupäätökseen vaikuttavuudessa. Silti lentonäytösten volyyymiä voitaisiin vielä nostaa lentoreserviupseerikurssille hakijoiden määrän nostamiseksi. Näkyvyyteen ja hakijoiden rekrytointisuositukseen perustuva kehityspotentiaali hakuun vaikuttavana tekijänä lentonäytösten osalta oli 8 %.

Korrelaatiotarkasteluissa esityslentotoiminta kietoutuu yhteen luonnollisesti lentonäytöksissä käymisen tai sinne haluamisen kanssa. Lentokoneen näkemiseen ja äänen kuulemiseen liittyvät ilmiöt yhdistyvät lisäksi ajatuksiin Ilmavoimista hyvänä työpaikkana, isänmaallisuuteen ja haluun pyrkiä sotilaslentäjän ammattiin. Tarkastelut tukivat ajatusta esityslentotoiminnan merkittävästä osuudesta lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnissa. Elämyksellisyys oli yksi hakijoiden hakupäätökseen vaikuttaneista asioista, jonka taustalta löytyi myös lentokoneen näkemiseen ja ääneen liittyvät asiat yhdistettynä ammatin arvostukseen, haasteellisuuteen ja vapauteen.

Regressioanalyysillä ennustettiin hakijan halukkuutta sotilaslentäjän ammattiin käyttämällä tutkielman kysymyssarjan esityslentotoimintaan liittyviä kysymyksiä selittävinä tekijöinä. Tällä voitiin ennustaa halukkuus kymmenen valitun selittävän kysymyksen avulla todella tarkasti ja todeta mallin pitävän ainakin siltä osin paikkansa todellisten vastausten kanssa sotilaslentäjäksi haluamisen osalta. Mielenkiintoisen regressioanalyysistä tekee se, että selittäviä tekijöitä muuttamalla saatiin ennustettua uudenlaisia tilanteita. Lentokoneen äänen kuulemiseen ja lentonäytöksissä käyntiin liittyvien numeraalisten arvojen pienentäminen vaikutti selvästi sotilaslentäjäksi hakeutumisen halukkuuden vähenemiseen. Lisäksi analyysillä testattiin sellainen skenaario, jossa esityslentotoiminnan volyymin pienentämisen myötä Ilmavoimien työnantajakuva heikkenisi. Ilmavoimat hyvänä työpaikkana ja ammatin arvostus hakuun liittyvinä asioina laskisivat keskimääräiselle tasolle. Tällöin halukkuus sotilaslentäjäksi laskisi lähes neutraalille tasolle. Halu sotilaslentäjän ammattiin olisi vaarassa kadota. Tästä regressioanalyysin keinoin tehdystä tilastomatematisesta tarkastelusta ei pidä vetää liian jyrkkiä johtopäätöksiä, mutta se omalta osaltaan tukee vahvasti sitä ajatusta, että esityslentotoiminnalla on perustavaa

laatua oleva vahva positiivinen merkitys lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin onnistumisessa.

#### 5.4 Tutkielman reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimukset pyritään tekemään virheettömästi ja tuloksien pitäisi olla luotettavia ja päteviä. Virheitä kuitenkin saattaa esiintyä ja tämän takia tutkimuksen luotettavuutta on syytä arvioida. Tämä tapahtuu usein reliabiliteetin ja validiteetin tarkasteluna. Reliabiliteetti eli luotettavuus tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta ja validiteetti eli pätevyys mittarin tai menetelmän kykyä mitata juuri mitattavaksi tarkoitettavaa asiaa. (Hirsijärvi 2005, 216) Käyttäytymistieteissä tapahtuvan mittaamisen huolellinen tarkastelu on tärkeää, sillä ihmisen mieleen liittyvien asioiden suora mittaaminen jollakin tietyllä asteikolla on mahdotonta (Nummenmaa 2009, 346).

Keinoja tämän tutkimustyön reliabiliteetin ylläpitoon muun muassa on ollut lähetetyn kysymyssarjan saatekirjeessä kerrottu tutkimuksen tarkoitus ja vastausten luottamuksellinen käsittely. Kokonaistutkimuksen ollessa kyseessä on kysymyssarjat lähetetty kaikille tutkimuksen kohteena oleville henkilöille. Otantavirhettä ei ole näin voinut syntyä. Kato on kuitenkin ollut kohtuullisen suuri, koska vastausprosentista muodostui 29,9 %. Muutama (15) sähköpostiosoitteeseen kysymyssarja ei mennyt perille, mutta muuten kato johtuu vastaamattomuudesta. Tämä voi osaltaan kertoa vastaamattomien motivaatiosta Ilmavoimia kohtaan, kun he eivät tulleet valituksi lentoreserviupseerikurssille. Hyvä motivaatio on kuitenkin juuri se ominaisuus, jota valintatilanteessa arvostetaan ja tavoitellaan (Kettunen 2013). Näin ollen tuloksissa saattaa olla hieman motivaation osalta painottuneen joukon mielipide, mutta tämä on silloin virhettä positiiviseen suuntaan, koska juuri heidän kaltaisiaan Ilmavoimat haluaisivat palvelukseen. Pelkkä kato ei kuitenkaan vaikuta tutkimuksen reliabiliteettiin, jos se on satunnaista (Nummenmaa 2009, 159). Tähän tarkasteluun on käytetty kysymyssarjassa tiedusteltuja taustatietoja ja näitä on verrattu todellisiin valintaupseerilta saatuihin taustatietojen koosteisiin. Näin on voitu todeta, että kyselyyn vastannut joukko edustaa taustatietojensa valossa hyvin kaikkia Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneita. Täten kohderyhmän vinous ei ole heikentänyt tutkimuksen reliabiliteettia. Tutkielman tulosten yleistettävyyden on pidetty rajauksen mukaisena ja näin ollen tuloksista voidaan vetää johtopäätöksiä koskemaan vain Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneiden joukkoa ja pienellä varauksella arvioida seuraavien lähivuosien hakijajoukon käyttäytymistä. Ajan myötä hakijajoukon käyttäytyminen tulee muuttumaan tämän tutkielman kuvaamasta tilanteesta.

Tutkielman teossa on pyritty ehdottomaan tarkkuuteen kysymyssarjan teossa, testaamisessa, vastausten analysoinnissa ja raportin kirjoittamisessa, jotta kaikki työ näkyisi avoimesti ja olisi toistettavissa uudelleen. Työn teossa on vältetty subjektiivisten toimintojen vaikutusta tutkielman tulokseen ja kirjoitetut asiat ovat perustuneet viitattuun tietoon tai tutkimuskyselyn tuottamaan tulokseen. Tätäkin aineistoa on käsitelty kriittisellä otteella. Kysymyssarjan tuottaman vastausaineiston kysymyksittäin lasketut Cronbachin alfa -nimiset reliabiliteetikertoimen arvot olivat välillä 0,71–0,77, jotka täyttävät tutkielmalle asetetut vaatimukset.

Validiteetin osalta tutkielmalle on asetettu selvät rajatut tavoitteet ja kysymyssarja on rakennettu sen ympärille. Kysymyksillä on katettu koko tutkimusongelma. Varsinainen tarkka tutkittava aihe on piilotettu sekä saatekirjeessä että kysymyssarjassa vastaajien ennakoasenteiden vaikutuksen ja tietoon perustumattomien ajatusten estämiseksi. Vastaajille kerrottu ajatus on ollut siis tutkia lentoreserviupseerikurssin rekrytointia ja siihen liittyviä tekijöitä, eikä täsmällisesti esityslentotoiminnan vaikutusta kurssin rekrytointiin. Kysymyksissä on pyritty helppouteen, yksinkertaisuuteen ja yksiselitteisyyteen. Vastaukset on luotu niin, että kaikissa vastausvaihtoehdoissa on kaikille sopiva vaihtoehto. Kenenkään ei pitäisi olla pakotettu vastaamaan sellaiseen vaihtoehtoon, jota ei katso omakseen. Aina on mahdollista, että joku valehtelee, mielistelee vastauksia tai muistaa asioita väärin (Vehkalahti 2008, 88–90), mutta vapaa sana –osion vastausten perusteella voidaan todeta kysymyssarjan toimineen oletetulla tavalla ja vastaajilla on ollut rehti ja avoin mieli vastatessaan kysymyksiin.

Vastausaineisto tarkastelussa on noudatettu tilastolliselle tutkimukselle tyypillisiä menetelmiä aineiston tarkastelun osalta. Vastausten yleisilme on ollut looginen ja muistuttaa ihmisen antamaa vastausta. Teoria y-sukupolven käyttäytymisestä tukee osaltaan annettuja vastauksia, joten vastaajajoukko on siten tunnistettavissa oikeaksi, tämä on merkki sisäisestä validiteetista (Heikkilä 2004, 186). Kysymyksiin vastaaminen, aineiston analysointi ja siirtäminen ohjelmasta toiseen on tapahtunut sähköisesti, joten aineiston käsittelyyn liittyvän systemaattisen virheen mahdollisuus on pieni. Kaikki vastauksissa annetut tiedot ovat olleet koko ajan sähköisessä numeraalisessa muodossa. Tutkielman tuloksissa on yhtymäkohtia vuonna 2009 valmistuneen eri menetelmillä tehdyn Pro gradu -tutkielman (Niinimäki 2009) tuloksien kanssa, joissa käsiteltiin osittain samoja aiheita. Tämä on yksi merkki ulkoisesta validiteetista (Heikkinen 2004, 186).

Tämän tarkastelun perusteella voidaan todeta, että tutkielma on tehty hyvää tutkimusetiikkaa noudattaen ja työn luotettavuus sekä pätevyys vastaavat tieteelliselle tutkimukselle asetettuja

arvoja. Tämän tutkimuksen tulokset edustavat tilastollisesti tarkasteltuna luotettavasti Lentoreserviupseerikurssi 88:lle hakeneiden mielipiteitä ja niistä tehdyt johtopäätökset ovat päteviä ja kestävät teoreettisen tarkastelun.

## 5.5 Jatkotutkimuksen tarve

Tässä luvussa on ajatuksia mahdollisten jatkotutkimusten aihealueiksi. Lisäksi liitteessä 28 esitetään tutkimustyön aikana syntyneitä ajatuksia lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin kehittämiseksi. Liitteessä luetellut toimenpiteet ovat tiivistetyssä muodossa kerrottu ajatus siitä, mitä pitäisi tehdä. Perusteluja ei ole kirjoitettu liitteeseen, vaan ne nojaavat tässä tutkimustyössä tutkittuihin asioihin ja niistä kirjoitettuun tekstiin.

Ilmavoimien rekrytointistrategian luominen tai jonkin osakokonaisuuden selvittäminen olisi ehdottomasti tutkimustyön arvoinen ja hyödyllinen ponnistus. Toisen tutkimustyön aihe voisi olla lentoreserviupseerikurssin hakijoiden hakuhetkeä koskeva vuosittainen seuraaminen rekrytointiaiheisella kyselyllä, jotta pitkittäistutkimuksen muodossa saataisiin selville muutokset rekrytoinnin purevuudesta ja pystyttäisiin reagoimaan muuttuvaan tilanteeseen. Kolmantena aiheena olisi kiinnostavaa tutkia hakijoiden taustajoukkojen eli perheenjäsenten, ystävien ja sukulaisten käsityksiä Ilmavoimista. Mikä vaikuttaa siihen, että joku henkilö päätyy suositteluun tai tukemaan henkilön hakua lentoreserviupseerikurssille. Tällöin voisi kehittää tekijää, joka vaikuttaa mittavasti lentoreserviupseerikurssille hakemiseen. Neljäntenä tutkimusaiheena olisi selvittää Hornet esityslentotoiminnan tuotteistaminen ja sen toteutus Ilmavoimissa. Tällä saataisiin esityslentotoimintaan lisää näkyvyyttä ja ryhdikästä positiivista kuvaa. Internet ja sosiaalisen median kanavien käyttö olisi tässä työssä olennainen osa viestin välittämistä. Viidentenä ajatuksena on Ilmavoimien esityslentotoiminnan maantieteellisen kattavuuden selvittäminen suhteessa demografisiin tekijöihin ja esimerkiksi lentoreserviupseerikurssille hakkevien määrään. Missä esityslentoja kannattaisi lentää ja kuinka usein, jos halutaan saavuttaa suurin rekrytointihyöty. Kuudentena aiheena on tässä vaiheessa vielä tulevaisuuden tutkimuksen piiriin kuuluva ajatus siitä, miten z-sukupolvi pitäisi rekrytoida 2020-luvulla. Ensimmäiset z-sukupolven edustajat täyttävät tänä vuonna jo 14 vuotta ja osa heistäkin on jo aloittanut Ilmavoimista kiinnostumisen. Ollaanko jo myöhässä?

# TUTKIELMAN LÄHDELUETTELO

## 1 JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

### 1.1 Puolustusvoimien asiakirjat

Ilmavoimien esikunnan asiakirja (18.9.2006). Lentonäytöstoiminta Ilmavoimissa.

Ilmavoimien esikunnan asiakirja CH18973. Ilmavoimien yhteisöviestintäsuunnitelma 2012.

Ilmavoimien esikunnan asiakirja CI946. Midnight Hawks –taitolento-osaston viestintäsuunnitelma näytöskaudelle 2012.

Ilmavoimien esikunnan asiakirja CI4071. Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012.

Ilmavoimien esikunnan asiakirja CJ12024. Ilmavoimien rekrytointitoiminnan kehittämistyöryhmän perustaminen 2013.

Ilmavoimien esikunnan asiakirja CJ12574. Ilmavoimien rekrytointitoiminnan kehittämistyöryhmän työskentely 2013.

Ilmavoimien esikunnan pysyväisasiakirja PAK I 4:14 2005. Lentopalveluksen pysyväisasiakirja (LPK).

### 1.2 Opinnäytteet

Kuivanen, T. 2005. Ilmavoimien lentäjien rekrytointiprosessi peilattuna kirjallisuuteen. Helsinki: Maanpuolustuskorkeakoulu.

Niinimäki, S. 2009. Pakko voi olla myös mahdollisuus – Ilmavoimien erikoisjoukkojen etupainotteinen rekrytointi. Helsinki: Maanpuolustuskorkeakoulu.

### 1.3 Haastattelut



Kaipainen, Laura, FM, Ilmavoimien tiedottaja. Lentoreserviupseerikurssin rekrytointi ja Ilmavoimien rekrytointiviestintä, 11.11.2013. Litteroitu aineisto tekijän hallussa.

Kettunen, Petri, majuri, Valintaupseeri. Lentoreserviupseerikurssin valintaprosessi, 22.10.2013. Muistiinpanot tekijän hallussa.

Rauhala, Timo, majuri, Ilmavoimien esityslentotoiminnasta vastaava. Ilmavoimien esityslentotoiminta vuonna 2012, 22.1.2014. Muistiinpanot tekijän hallussa.

## **2 JULKAISTUT LÄHTEET**

### **2.1 Kirjallisuus**

Cappelli, P. 2001. Making the Most of On-Line recruiting, Harvard Business Review 79, no. 3.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Helsilä, M & Salojärvi, S (toim.). 2009. Strategisen henkilöstöjohtamisen käytännöt. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus.

Housley, S. 2009. Harnessing shift. Teoksessa: Employer branding – The latest fad or the future for HR? CIPD (toim.), Research Insight of CIDP.

Jäämeri, K. 2013. Ilmavoimat 2015. Teoksessa: Kylkirauta - Maanpuolustuksen ja johtamisen erikoislehti 4/2013. Porvoo: Kirjapaino Uusimaa.

Korpi, Teemu., Laine, Tom., Soljansalo, Jenni. 2012. Rekrytoinnin suhteellisuusteoria. Kopyjyvä Oy.

Koivisto, K. 2004. Oikea valinta, rekrytoinnin menetelmät. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

- Markkanen, M. 1999. Etsi, arvioi, valitse – onnistunut rekrytointi. Juva: WSOY – Kirjapainoyksikkö.
- Markkanen, M. 2002. Onnistu rekrytoinnissa. Juva: WS Bookwell Oy.
- Nummenmaa, L. 2009. Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Salo-Gunst, Leena ja Vilkkö-Riihelä, Anneli. 2000. Psyhyke, kertaajan opas. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Tapscott, D. 2010. Syntynyt digiaikaan. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Tienari, J. & Piekkari, R. 2011. Z ja epäjohtaminen. Helsinki: Talentum.
- Valvisto, E. 2005. Oikeat ihmiset oikeille paikoille. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.
- Vesterinen, P-L & Suutarinen, M (toim.). 2011. Y-sukupolvi (työ)elämässä. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Viitala, R. 2004. Henkilöstöjohtaminen. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. 2000. Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace. New York: Amacom.
- Österberg, M. 2009. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Helsinki: Gummerus Kirjapaino.

## **2.2 Muut julkaistut lähteet**

Ilmasotakoulu. 17.9.2013. Saatavilla [www-muodossa <URL:http://www.puolustusvoimat.fi/ilmavoimat/ilmasotakoulu](http://www.puolustusvoimat.fi/ilmavoimat/ilmasotakoulu)

Puolustusvoimat. 2.1.2014. Saatavilla www-muodossa <URL:http://  
www.puolustusvoimat.fi/portal/puolustusvoimat

**LIITTEET**

- LIITE 1 Tutkielman aiheeseen liittyvä aiempi tutkimus
- LIITE 2 Tutkielman saatekirje, Webropol-kyselylomake ja vetovalikkojen vastausvaihtoehdot
- LIITE 3 Ilmavoimien esityslentotoiminta kotimaassa vuonna 2012
- LIITE 4 Ilmavoimien osallistuminen messuille vuonna 2012
- LIITE 5 Messu- ja esityslentotoiminta yhdessä vuonna 2012
- LIITE 6 Vuonna 2012 käytetyt viestintäkanavat
- LIITE 7 Hakijamäärät lentoreserviupseerikurssille vuosina 1997 – 2013
- LIITE 8 Tutkimuskyselyn vastausten numeroarvot
- LIITE 9 Syntymävuosien jakaumat
- LIITE 10 Hakukertojen jakaumat
- LIITE 11 Kysymyksen 8 frekvenssijakauma
- LIITE 12 Kysymyksen 9 ja 20 yhdistelmä
- LIITE 13 Kysymyksen 11 frekvenssijakauma
- LIITE 14 Kysymyksen 12 kuvaaja
- LIITE 15 Kysymyksen 16 kuvaaja
- LIITE 16 Kysymyksen 18 frekvenssijakauma
- LIITE 17 Kysymyksen 19 frekvenssijakauma
- LIITE 18 Kysymyksen 20 kuvaaja
- LIITE 19 Kysymyksen 21 frekvenssijakauma
- LIITE 20 Kysymyksen 22 vastausten tulkintaa
- LIITE 21 Kysymyksen 22 vastausten tulkintaa
- LIITE 22 Kurssille päässeiden tulevaisuuden suunnitelmat
- LIITE 23 Kyselyyn vastanneiden opiskelupaikat
- LIITE 24 Vapaa sana -osion vastauksia
- LIITE 25 Korrelaatiotarkastelussa olleet kysymykset, korrelaatiokertoimet ja P-arvot
- LIITE 26 Regressioanalyysissä käytetyt x-muuttujat
- LIITE 27 Rekrytointikanavien analysointi
- LIITE 28 Ajatuksia lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin kehittämiseksi

## TUTKIELMAN AIHEESEEN LIITTYVÄ AIEMPI TUTKIMUS

**Ilmavoimat (MPKK):**

Lentoreserviupseerikurssilla palvelevien varusmiesten motivaatio hakeutua Maanpuolustuskorkeakouluun (Honkaranta 1998).

Ilmavoimien julkinen kuva LNTRUK:n rekrytinnissa (Joukas 1999).

Lukiolaisten lentäjäkuva (Riikonen 2002).

Rekrytointi Ilmavoimien ohjaajan alkeiskurssille (Erkkilä 2002).

Upseeriksi ilmavoimiin vai liikennelentäjäksi, valintaan vaikuttavat tekijät (Keski-Jaskari 2002).

Jatkokurssille hakevien valintaan vaikuttavat tekijät ja ammatilliset odotukset lentoupseerin urasta (Keskinen 2002).

Ilmavoimien varusmiesohjaajakurssilaisten hakeutuminen eri aloille – eräiden seikkojen vaikutus (Niemi 2002).

Ilmavoimien lentäjien rekrytointiprosessi peilattuna kirjallisuuteen (Kuivanen 2005).

Rekrytinnin haasteet lentoreserviupseerikurssilta kadettikouluun (Rautanen 2009).

Pakko voi olla myös mahdollisuus – Ilmavoimien erikoisjoukkojen etupainotteinen rekrytointi (Niinimäki 2009).

Sotilaslentäjäksi vai siviiliuralle?: lentoreserviupseerikurssilaisten uravalintaprosessi ja siihen vaikuttavat ilmiöt (Malmgren 2011).

**Rajavartiolaitos (MPKK):**

Rajavartiolaitos rekrytoi: Nuori tule rajalle – rajavartijaksi (Ahtiainen 2006)

Rajavartiolaitoksen työnantajakuva rajavartijoiden rekrytoinnin näkökulmasta (Miettinen 2012).

**Maavoimat (MPKK):**

Maavoimien rekrytointiin liittyviä tutkimustöitä ovat muun muassa:

Upseerin uralle - sisällöllisiä ohjeita rekrytointiin (Koski-Lammi 2002).

Upseerivalinnoista upseerin uralle. Pääsykoe- ja opintomenestyksen yhteys työssä menestymiseen lyhyellä aikavälillä (Salonen 2009).

Ammattikuvan ja työnantajakuvan ominaisuuksien merkitykset aliupseerin ammatinvalinnassa ja sitoutumisessa (Pekkala 2011).

**Siviilitutkimus:**

Tuoreimmat siviileiden tekemät tutkimustyöt rekrytoinnista tai siihen liittyvistä aiheista ovat:

Fenomenologinen tutkimus rekrytointikriteerien muotoutumisesta (Riipi 2010).

Brändi ja rekrytointi digitaalisessa maailmassa – Sosiaalinen media HR – työkaluna (Vilmilä 2011).

Rekrytointiin vaikuttavat trendit ja tulevaisuudennäkymät (Vasama 2011).

Yrityskuva ja sen merkitys rekrytointiprosessissa yrityksen näkökulmasta (Tynys 2012).

Sosiaalinen rekrytointikanava - tykkääjien kokemukset yrityksen Facebook-sivusta, case Rekrytointipalvelu Sihti Oy (Suominen 2013).

Oma rekrytointi, ulkoistaminen vai molemmat? Tutkimus yritysten rekrytointiprosesseista sekä prosessin osien ulkoistamisesta (Laurila 2013).

**TUTKIELMAN SAATEKIRJE, WEBROPOL-KYSELYLOMAKE JA VETOVALIKKOJEN  
VASTAUSVAIHTOEHDOT**

Arvoisa vastaanottaja!

Teen tutkimusta Ilmavoimien rekrytoinnista lentoreserviupseerikurssille ja selvitän eri tekijöiden vaikutusta siihen. Tämä kysely on lähetetty kaikille vuoden 2013 lentoreserviupseerikurssille hakeneille. Pääset vastaamaan kyselyyn oheista linkkiä klikkaamalla. Vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Vastaukset käsitellään kokonaisuutena ja nimettöminä. Vastaajan henkilöllisyyttä ja vastauksia ei tulla yhdistämään tutkimuksessani. Arvostan suuresti vastaustasi, sillä se on erittäin merkittävässä roolissa tutkimustyössäni, jota tullaan käyttämään rekrytoinnin kehittämiseen.

Vastaa ja vaikuta!

Kiitos!

Tomi Iikkanen  
Esiupseerikurssi 66  
Maanpuolustuskorkeakoulu  
tomi.iikkanen@mil.fi



## Kysely vuoden 2013 Lentoreserviupseerikurssille hakeneille - rekrytointi ja sen vaikutus

Tervetuloa!

Kysely jakautuu viiteen osaan: taustakysymykset ja neljä varsinaista kysymysosiota. Osiot on jaettu omille sivuilleen. Voit seurata kyselyn etenemistä sivujen alareunassa olevasta palkista. Kysymyksiin vastaaminen onnistuu hiirellä klikkaamalla. Sivun alareunassa on painike "seuraava", josta pääset seuraavaan osioon. Tarvittaessa voit palata takaisin "takaisin" painikkeella. Tehdyt valinnat säilyvät, vaikka liikut kyselyssä taaksepäin. Viidennen osion lopussa on painike "lähetä", josta voit lähettää vastauksen. Vastausten muuttaminen onnistuu ennen "lähetä" painikkeen klikkaamista.

### TAUSTAKYSYMYKSET

#### 1. Olen

- nainen  
 mies

#### 2. Olen syntynyt vuonna

Valitse ▼

#### 3. Kotipaikkakuntani sijaitisi hakuhetkellä seuraavassa maakunnassa:

Valitse ▼

#### 4. Kotipaikkakuntani oli hakuhetkellä:

Tässä on lista Suomen kunnista 1.1.2013, jos kuntasi ei ole listalla, niin valitse kuntaliitosten myötä syntynyt uusi kunta, joka on listalla.

Valitse ▼

#### 5. Montako kertaa olet hakenut Lentoreserviupseerikurssille?

Valitse ▼

#### 6. Olen ollut varusmiehenä ennen hakua tai haun aikana:

Valitse ▼

#### 7. Koulutukseni hakuhetkellä oli:

Valitse ▼

Seuraava -->



## Kysely vuoden 2013 Lentoreserviupseerikurssille hakeneille - rekrytointi ja sen vaikutus

### OSA 1/4 MINÄ JA ILMAVOIMAT

Tässä osiossa kartoitetaan suhdettasi Ilmavoimiin ja ilmailuun.

#### 8. Vastaa seuraaviin väittämiin:

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei mielipidettä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Tämä kysymys ei koske minua
Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hakiessani tunsin henkilön, joka on ilmavoimissa töissä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hakiessani tiesin, että Lentoreserviupseerikurssi on käytännössä edellytys hävittäjälentäjän ammattiin Suomessa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua olin ollut ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua tiesin, että Midnight Hawks on Suomen Ilmavoimien taitolentoryhmä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua tiesin, että Suomen Ilmavoimien hävittäjäkalustona on F-18 Hornet -koneet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katson mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua olin itse kuullut sotilaslentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä "soundi".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluaisin päästä lentonäytökseen, jossa esiintyy suomalainen Hornet tai Midnight Hawks.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua tiesin, että suomalainen Hornet tai Midnight Hawks on esiintynyt kansainvälisissä ilmailunäyttelyissä tai lentonäytöksissä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni on aina hienoa nähdä lentokone ilmassa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 9. Minkä ikäisenä muistelet kohdanneesi seuraavat ilmiöt:

	0-5 v	6-10 v	11-15 v	16 v	17 v	18 v	19 v	20 v	21 v	22 v	ei muistikuvaa / en osaa sanoa
Tiedostin nähneeni lentokoneen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedostin nähneeni Ilmavoimien lentokoneen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoisuuteni Ilmavoimista lisääntyi eniten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinnostuin ilmailusta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinnostuin Ilmavoimista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Valitse seuraavasta valikosta parhaiten sinua kuvaavat ilmiöt, jotka tapahtuivat **ennen** kurssille hakua. Vastaa myös mahdollisiin jatkovalikoihin.

Valitse



## Kysely vuoden 2013 Lentoreserviupseerikurssille hakeneille - rekrytointi ja sen vaikutus

### OSA 2/4 MINÄ JA ILMAVOIMIEN REKRYTOINTI

Tässä osiossa kartoitetaan suhdettasi Ilmavoimien rekrytointiin.

#### 11. Vastaa seuraaviin väittämiin:

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei mielipidettä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Tämä kysymys ei koske minua
Lentoreserviupseerikurssille hakeutumisesta oli saatavilla tietoa riittävästi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetin hakukaavakkeen Lentoreserviupseerikurssille viime hetkellä (n. 2 viikkoa ennen haun päättymistä tai sen jälkeen).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hakukaavake oli helppo täyttää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni hakukaavakkeen pitäisi pystyä täyttämään sähköisesti internetissä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin mielekkääseen varusmiespalvelukseen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua olin katsonut TV:sta Taistelulentäjät -sarjaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennen hakua keskustelin sosiaalisessa mediassa tai keskustelupalstoilla hakuun liittyvistä asioista jonkun kanssa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 12. Olen nähnyt Ilmavoimien mainontaa seuraavissa medioissa tai tapahtumissa (voit valita useamman):

- Kouluesittely
- Messut
- Internet (pl. sosiaalinen media)
- Sosiaalinen media
- Ilmailunäytös
- Kutsunnat
- Lehti
- Televisio
- Radio
- Ulkomainokset
- En ole nähnyt Ilmavoimien mainontaa

#### 13. Jos edellisestä kysymyksestä ei löytynyt haluamaasi vaihtoehtoa, voit lisätä sen tähän:

14. Mikä seuraavista kuvista olisi mielestäsi paras mainoskuva rekrytoimaan hakijoita Lentoreserviupseerikurssille?  
Klikkaa kuvaa.

Lähde: Ilmavoimat (kuvat 1,2,4 ja 5) ja Lasse Kaila (kuva 3)



Kuva 1



Kuva 2



Kuva 3



Kuva 4



Kuva 5

15. Mikä seuraavista kuvista herättää sinussa eniten henkilökohtaisia hakuun liittyviä muistoja? Klikkaa kuvaa.

Lähde: Ilmavoimat (kuvat 1,2,4 ja 5) ja Lasse Kaila (kuva 3)



Kuva 1



Kuva 2



Kuva 3



Kuva 4



Kuva 5

**16. Mielestäni Ilmavoimien kannattaisi rekrytoida hakijoita Lentoreserviupseerikurssille seuraavin keinoin:  
(voit valita useamman)**

- Kouluesittely
- Messut
- Internet (pl. sosiaalinen media)
- Sosiaalinen media
- Ilmailunäytös
- Kutsunnat
- Lehtimainos
- TV-sarja
- TV-mainos
- Radiomainos
- Ulkomainokset
- En osaa sanoa

**17. Jos edellisestä kysymyksestä ei löytynyt haluamaasi vaihtoehtoa, voit lisätä sen tähän:**

[<-- Edellinen](#)

[Seuraava -->](#)





## Kysely vuoden 2013 Lentoreserviupseerikurssille hakeneille - rekrytointi ja sen vaikutus

### OSA 3/4 MINÄ JA REKRYTOINNIN VAIKUTUS

Tässä osiossa kartoitetaan Ilmavoimien rekrytoinnin vaikutusta sinun hakupäätökseesi.

#### 18. Vastaa seuraaviin väittämiin:

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei mielipidettä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Tämä kysymys ei koske minua
Ilmavoimien mainoksilla on ollut merkitystä minun hakupäätökseeni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monet eri asiat ovat vaikuttaneet siihen, että päätin hakea Lentoreserviupseerikurssille.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minusta on vaikea listata kaikkia niitä asioita, jotka ovat vaikuttaneet hakupäätökseeni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arvelen, että osa hakupäätökseeni vaikuttaneista tekijöistä ovat alitajuisia, joten en edes tiedosta niiden olemassaoloa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni hakemiseni Lentoreserviupseerikurssille perustui enemmän sattumaan kuin vuosia kestäneeseen vakaaseen harkintaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 19. Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?

Valintojen määrää ei ole rajattu, voit siis vastata samaan kysymykseen esim. "taustavaikuttaja" ja "selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseeni", jos se on mielestäsi paras vastausvaihtoehto.

	Ei vaikuttanut	Taustavaikuttaja	Myötävaikuttaja hakupäätökseeni	Selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseeni
Ilmavoima-aiheinen kouluesittely	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messut, joissa oli Ilmavoimien osasto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet-mainos (pl. sosiaalinen media)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mainos sosiaalisessa mediassa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ilmavoimien lentonäytös	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kutsunnat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lehtimainos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elokuvat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV-ohjelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV-mainos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiomainos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomainos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaverin kanssa käyty keskustelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perheenjäsenen kanssa käyty keskustelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sukulaisen kanssa käyty keskustelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Positiivinen mielikuva Ilmavoimista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 20. Minä vuonna teit hakupäätökseesi vuoden 2013 Lentoreserviupseerikurssille?

Valitse

**21. Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait Lentoreserviupseerikursille?**

	Suuri	Melko suuri	Keskimääräinen	Melko pieni	Pieni	En osaa sanoa/ ei vaikutusta
Ammatin arvostus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alhainen eläkeikä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lentäjien "Cool" asenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvä palkka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haasteellisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elämyksellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vapaus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansainvälisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Isänmaallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<-- Edellinen

Seuraava -->





## Kysely vuoden 2013 Lentoreserviupseerikurssille hakeneille - rekrytointi ja sen vaikutus

### OSA 4/4 MINÄ JA TULEVAISUUS

Tässä osiossa kartoitetaan tulevaisuudensuunnitelmiasi.

#### 22. Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa tilannettasi

Valitse

Tarvittaessa vastaustasi helpottamaan haun vaiheet:

1. vaihe = paperihaku
2. vaihe = lähin Ilmavoimien joukko-osasto
3. vaihe = Air medical centre (AMC), Helsinki
4. vaihe = Air medical centre (AMC), Helsinki
5. vaihe = Valintakokous

**23. Valitse opiskelutilannettasi parhaiten kuvaava vaihtoehto (minulla on opiskelupaikka tai opiskelen seuraavassa oppilaitoksessa).**

- Minulla ei ole opiskelupaikkaa
- Opisto tai vastaava
- Ammattikorkeakoulu tai vastaava
- Yliopisto tai vastaava

#### 24. Vapaa sana.

Tähän voit kirjoittaa tutkimusta koskevia asioita, joita kysymyssarja ei mielestäsi käsitellyt.

**Voit myös antaa palautetta tutkijalle.**

**Kysymykseen ei ole pakko vastata.**

<-- Edellinen

Lähetä



## TAUSTAKYSYMYKSET

**2. Olen syntynyt vuonna**

- Valitse
- 1990 tai aiemmin
- 1991
- 1992
- 1993
- 1994
- 1995
- 1996 tai myöhemmin

**3. Kotipaikkakuntani sijaitsi hakuhetkellä seuraavassa maakunnassa:**

- Valitse
- Ahvenanmaan maakunta
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Päijät-Häme
- Pirkanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi

**4. Kotipaikkakuntani oli hakuhetkellä:**

Tässä on lista Suomen kunnista 1.1.2013, jos kuntasi ei ole listalla, niin valitse kuntaliitosten myötä syntynyt uusi kunta, joka on listalla.

Luettelo kunnista on jätetty pois tilan säästämiseksi.

5. Montako kertaa olet hakenut lentoreserviupseerikurssille?

- Valitse
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 tai useammin

6. Olen ollut varusmiehenä ennen hakua tai haun aikana:

- Valitse
- Maavoimissa
- Merivoimissa
- Ilmavoimissa
- Rajavartiolaitoksessa
- En ole ollut

7. Koulutukseni hakuhetkellä oli:

- Valitse
- Olin opistotason koulussa
- Opistotason tutkinto
- Olin lukiossa
- Ylioppilastutkinto
- Olin koulussa, josta saa alemman korkeakoulututkinnon
- Alempi korkeakoulututkinto
- Olin koulussa, josta saa ylemmän korkeakoulututkinnon
- Ylempi korkeakoulututkinto
- Ei mikään näistä vaihtoehdoista

OSA 1/4 MINÄ JA ILMAVOIMAT

10. Valitse seuraavasta valikosta parhaiten sinua kuvaavat ilmiöt, jotka tapahtuivat **ennen** kurssille hakua. Vastaa myös mahdollisiin jatkovalikoihin.

Olen nähnyt Ilmavoimien lentokoneen  
En ole nähnyt Ilmavoimien lentokonetta  
En osaa sanoa

Olen nähnyt Ilmavoimien lentokoneen lentävän  
En ole nähnyt Ilmavoimien lentokoneen lentävän  
En osaa sanoa

Tämä tapahtui lentonäytöksessä  
Ilmavoimien tilaisuudessa tai tapahtumassa  
Messuilla  
Jossain muualla

Näkemäni vaikutti merkittävästi hakupäätökseni tekemiseen  
Näkemäni vaikutti vahvistavasti jo tehtyyn hakupäätökseeni  
Näkemälläni ei ollut vaikutusta hakupäätökseeni

#### OSA 3/4 MINÄ JA REKRYTOINNIN VAIKUTUS

**20.** Minä vuonna teit hakupäätöksesi vuoden 2013 lentoreserviupseerikurssille?

- Valitse
- En osaa sanoa
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009
- 2008 tai aikaisemmin

## OSA 4/4 MINÄ JA TULEVAISUUS

**22.** Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa tilannettasi

Minut valittiin kurssille  
Minua ei valittu kurssille

Olen kurssilla  
En ole kurssilla

Haluan hävittäjälentäjäksi Ilmavoimiin  
Haluan lentäjäksi Ilmavoimiin  
Haluan helikopterilentäjäksi Maavoimiin  
Haluan lentäjäksi Rajavartiolaitokseen  
Haluan lentäjäksi siviiliin  
Haluan jotakin muuta tulevaisuudeltani  
En tiedä vielä, mitä haluan tulevaisuudeltani

Etenin hakuprosessissa 1. vaiheeseen  
Etenin hakuprosessissa 2. vaiheeseen  
Etenin hakuprosessissa 3. vaiheeseen  
Etenin hakuprosessissa 4. vaiheeseen  
Etenin hakuprosessissa 5. vaiheeseen

## ILMAVOIMIEN ESITYSLENTOTOIMINTA KOTIMAASSA VUONNA 2012

AJANKOHTA	AIHE	LENTOPAIKKA
21.3.2012	Maanpuolustuskurssi 201:n vierailu	Kuopio
11.5.2012	Utin jääkäriyrykmentin avoimet ovet	Utti
16.5.2012	Ilmapuolustuksen esittelypäivä	Rovaniemi
16.5.2012	Laivuejuhla	Kauhava
22.5.2012	Satakunnan lennoston avoimet ovet	Tampere-Pirkkala
25.5.2012	Satakunnan lennoston juhla	Tampere-Pirkkala
25.5.2012	Hallin ilmailupäivä	Jämsä
28.5.2012	Ilmailusta ammatti -tapahtuma	Kauhava
1.6.2012	Laivuejuhla	Tampere-Pirkkala
4.6.2012	Valtakunnalliseen paraatiin liittyvä esitys	Helsinki
7.6.2012	Helsinki-Vantaa 60 vuotta -juhla	Helsinki-Vantaa
7.6.2012	Etelä-Pohjanmaan maakuntajuhla	Seinäjoki
14.6.2012	Lohtajan ilmatorjuntaharjoitus 60 vuotta	Lohtaja
22.6.2012	Lentäjien Juhannus	Kauhava
7-8.7.2012	Jämi Fly In	Jämijärvi
10.8.2012	Koulutuskeskuksen perinnepäivä, ILMASK	Tikkakoski
6.9.2012	Ilmailusta ammatti -tapahtuma	Tikkakoski
14.9.2012	HN-meet	Kuopio

## ILMAVOIMIEN OSALLISTUMINEN MESSUILLE VUONNA 2012

18.-19.1.2012	Opinlakeus-messut	Seinäjoki
25.-26.1.2012	Oppia ja Työtä -messut	Joensuu
31.1.2012	DuuniDay -tapahtuma	Lappeenranta
31.1.2012	Esittelytilaisuus Aalto-yliopistolle	Espoo
9.2.2012	Tampereen Yrityspäivät	Tampere
21.-22.4.2012	Pohjanmaan Suurmessut	Vaasa
24.-26.4.2012	Taitaja 2012	Jyväskylässä
16.5.2012	Ilmapuolustuksen esittelypäivä	Rovaniemi
22.5.2012	Satakunnan lennoston avoimet ovet	Pirkkala
25.5.2012	Karjalan lennoston avoimet ovet	Rissala
28.5.2012	Ilmailusta ammatti -tapahtuma	Kauhava
7.-10.6.2012	Erämessut	Riihimäki
17.6.2012	MILjazz	Jyväskylä
22.6.2012	Lentäjien Juhannus	Kauhava
7.-8.7.2012	Jämi Fly In & SIL:n päälentönäytös	Jämijärvi
29.7. - 5.8.2012	Hamina Tattoo	Hamina
10.-11.8.2012	Power Truck	Kauhava
30.8.-1.9.2012	FinnMETKO 2012, Jämsä	Jämsä
6.9.2012	Ilmailusta ammatti –tapahtuma	Tikkakoski
27.-29.9.2012	Turvallisuus ja puolustus –messut	Lahti
10.-11.10.2012	Eteenpäin, koulutus- ja työelämämessut	Oulu
2.11.2012	Ski Expo	Helsinki
21.-22.11.2012	Knowhow-messut	Helsinki
21.-22.11.2012	Studia-messut	Helsinki
4.-5.12.2012	Koulutusmessut	Rovaniemi

## MESSU- JA ESITYSLENTOTOIMINTA YHDESSÄ VUONNA 2012

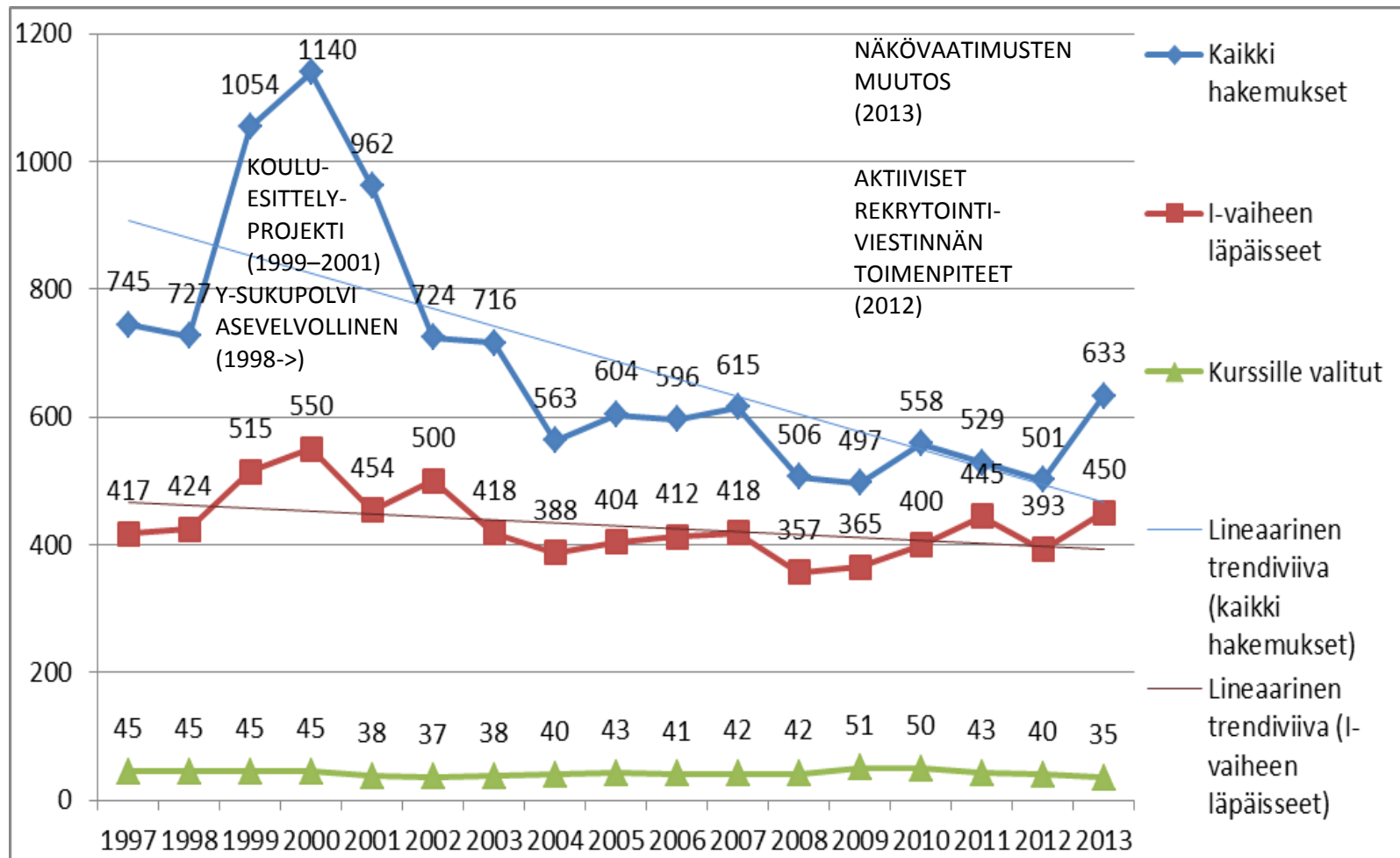
16.5.2012	Ilmapuolustuksen esittelypäivä	Rovaniemi
22.5.2012	Satakunnan lennoston avoimet ovet	Pirkkala
28.5.2012	Ilmailusta ammatti -tapahtuma	Kauhava
22.6.2012	Lentäjien Juhannus	Kauhava
7.-8.7.2012	Jämi Fly In & SIL:n päälentönäytös	Jämijärvi
6.9.2012	Ilmailusta ammatti -tapahtuma	Tikkakoski



## VUONNA 2012 KÄYTETYT REKRYTOINTIVIESTITÄKANAVAT

Messut	25 tapahtumaa, ks. LIITE 5
Internet	Ruutu.fi, Puolustusvoimien ja Ilmavoimien –sivustot, Puolustusvoimien You Tube -kanava, Puolustusvoimien Facebook-profiili, Radio Rock verkkosivunäkyvyys, NRJ nettisivudominanssi
Lehti	Siivet, Aviator, Abi- ja ammattifakta, valta- ja maakunnalliset sanomalehdet
Televisio	Ruutu.fi, Taistelulentäjät televisiosarja
Radio	Radio Rock, NRJ
Ulkomainokset	Abribus elokuvateatteripaketti (23 paikkakuntaa, 2 viikkoa)
Kouluesittelyt	Kouluesittelyjen tukeminen antamalla esittelymateriaalia esittelijöille

## HAKIJAMÄÄRÄT LENTORESERVIUPSEERIKURSSILLE VUOSINA 1997-2013



## TUTKIMUSKYSELYN VASTAUSTEN NUMEROARVOT

## 1. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 186

	Sukupuoli
nainen	11
mies	175

## 2. Syntymävuosi

Vastaajien määrä: 189

	Syntymävuosi
1991	6
1992	6
1993	48
1994	127
1995	2

### 3. Kotipaikkakuntani sijaitsi hakuhetkellä seuraavassa maakunnassa:

Vastaajien määrä: 189

	<b>Kotipaikkakuntani sijaitsi hakuhetkellä seuraavassa maakunnassa:</b>
Uusimaa	53
Pirkanmaa	32
Varsinais-Suomi	15
Keski-Suomi	13
Päijät-Häme	9
Pohjois-Savo	8
Pohjois-Pohjanmaa	8
Kanta-Häme	8
Lappi	7
Etelä-Pohjanmaa	7
Pohjois-Karjala	5
Kymenlaakso	5
Satakunta	4
Pohjanmaa	4
Etelä-Savo	3
Etelä-Karjala	3
Kainuu	2
Keski-Pohjanmaa	1
Ahvenanmaan maakunta	0

### 4. Kotipaikkakuntani oli hakuhetkellä:

Vastaajien määrä: 189

	<b>Kotipaikkakuntani oli hakuhetkellä:</b>
Helsinki	20
Tampere	17
Espoo	15
Vantaa	8
Turku	6
Kuopio	6
Lahti	5
Jyväskylä	5
Joensuu	5

Muut paikkakunnat on jätetty pois liitesivujen määrän rajoittamiseksi. Puuttuvat numerot ovat tutkijan hallussa.

### 5. Montako kertaa olet hakenut lentoreserviupseerikurssille?

Vastaajien määrä: 189

Keskiarvo: 1,11

	Montako kertaa olet hakenut lentoreserviupseerikurssille?
1	165
2	21

### 6. Olen ollut varusmiehenä ennen hakua tai haun aikana:

Vastaajien määrä: 189

	Olen ollut varusmiehenä ennen hakua tai haun aikana:
En ole ollut	158
Ilmavoimissa	10
Maavoimissa	9
Rajavartiolaitoksessa	2
Merivoimissa	2

### 7. Koulutukseni hakuhetkellä oli:

Vastaajien määrä: 189

	Koulutukseni hakuhetkellä oli:
Olin opistotason koulussa	5
Opistotason tutkinto	3
Olin lukiossa	105
Ylioppilastutkinto	54
Olin koulussa, josta saa alemman korkeakoulutut- kinnon	10
Olin koulussa, josta saa ylemmän korkeakoulutut- kinnon	2
Ei mikään näistä vaihtoehdoista	5

## 8. Vastaa seuraaviin väittämiin:

Vastaajien määrä: 189

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei mielipidettä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Tämä kysymys ei koske minua	Yhteensä
Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka.	84	91	9	3	2	0	189
Hakiessani tunsin henkilön, joka on ilmavoimissa töissä.	39	20	14	13	89	12	187
Hakiessani tiesin, että lentoreserviupseerikursusi on käytännössä edellytys hävittäjälentäjän ammattiin Suomessa.	165	11	2	5	5	0	188
Ennen hakua olin ollut ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä.	93	24	7	10	47	8	189
Ennen hakua tiesin, että Midnight Hawks on Suomen Ilmavoimien taitolentoryhmä.	118	18	7	6	36	4	189
Ennen hakua tiesin, että Suomen Ilmavoimien hävittäjäkalustona on F-18 Hornet –koneet.	160	17	3	3	4	2	189
Katson mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.	120	43	17	4	5	0	189
Ennen hakua olin itse kuullut sotilaslentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa.	163	16	5	1	4	0	189
Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä "soundi".	131	37	14	3	3	0	188
Haluaisin päästä lentonäytökseen, jossa esiintyy suomalainen Hornet tai Midnight Hawks.	121	37	18	5	3	3	187
Ennen hakua tiesin, että suomalainen Hornet tai Midnight Hawks on esiintynyt kansainvälisissä ilmailunäyttelyissä tai lentonäytöksissä.	87	17	18	21	40	5	188
Mielestäni on aina hienoa nähdä lentokone ilmassa.	140	34	7	4	2	0	187
Yhteensä	1421	365	121	78	240	34	2259

## 9. Minkä ikäisenä muistelet kohdanneesi seuraavat ilmiöt:

Vastaajien määrä: 189

	0-5 v	6-10 v	11-15 v	16 v	17 v	18 v	19 v	20 v	21 v	22 v	ei muisti-kuvaa / en osaa sanoa	Yhteensä
Tiedostin nähneeni lentokoneen	127	49	1	0	0	0	0	0	0	0	11	188
Tiedostin nähneeni Ilmavoimien lentokoneen	13	95	49	5	3	5	0	0	0	0	19	189
Tietoisuuteni Ilmavoimista lisääntyi eniten	1	5	38	31	43	46	19	1	0	0	4	188
Kiinnostuin ilmailusta	13	55	59	21	19	12	4	1	0	0	5	189
Kiinnostuin Ilmavoimista	3	18	41	37	49	27	6	2	0	0	4	187
Yhteensä	157	222	188	94	114	90	29	4	0	0	43	941

10. Valitse seuraavasta valikosta parhaiten sinua kuvaavat ilmiöt, jotka tapahtuivat ennen kurssille hakua. Vastaa myös mahdollisiin jatkovalikoihin.

Vastaajien määrä: 189

<b>Olen nähnyt Ilmavoimien lentokoneen</b>	<b>173</b>
<b>Olen nähnyt Ilmavoimien lentokoneen lentävän</b>	<b>153</b>
<i>Tämä tapahtui lentonäytöksessä</i>	39
Näkemäni vaikutti merkittävästi hakupäätökseeni tekemiseen	5
Näkemäni vaikutti vahvistavasti jo tehtyyn hakupäätökseeni	22
Näkemälläni ei ollut vaikutusta hakupäätökseeni	12
<i>Ilmavoimien tilaisuudessa tai tapahtumassa</i>	16
Näkemäni vaikutti merkittävästi hakupäätökseeni tekemiseen	2
Näkemäni vaikutti vahvistavasti jo tehtyyn hakupäätökseeni	8
Näkemälläni ei ollut vaikutusta hakupäätökseeni	6
<i>Messuilla</i>	2
Näkemäni vaikutti merkittävästi hakupäätökseeni tekemiseen	1
Näkemäni vaikutti vahvistavasti jo tehtyyn hakupäätökseeni	1
Näkemälläni ei ollut vaikutusta hakupäätökseeni	0
<i>Jossain muualla</i>	93
Näkemäni vaikutti merkittävästi hakupäätökseeni tekemiseen	9
Näkemäni vaikutti vahvistavasti jo tehtyyn hakupäätökseeni	25
Näkemälläni ei ollut vaikutusta hakupäätökseeni	58
<b>En ole nähnyt Ilmavoimien lentokoneen lentävän</b>	<b>6</b>
<b>En osaa sanoa</b>	<b>2</b>
<b>En ole nähnyt Ilmavoimien lentokonetta</b>	<b>8</b>
<b>En osaa sanoa</b>	<b>8</b>



## 11. Vastaa seuraaviin väittämiin:

Vastaajien määrä: 188

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei mielipidettä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Tämä kysymys ei koske minua	Yhteensä
Lentoreserviupseerikurssille hakeutumisesta oli saatavilla tietoa riittävästi.	72	90	3	20	3	0	188
Lähetin hakukaavakkeen lentoreserviupseerikurssille viime hetkellä (n. 2 viikkoa ennen haun päättymistä tai sen jälkeen).	48	29	8	34	66	3	188
Hakukaavake oli helppo täyttää.	75	86	3	19	3	0	186
Mielestäni hakukaavakkeen pitäisi pystyä täyttämään sähköisesti internetissä.	83	38	34	18	15	0	188
Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin mielekkääseen varusmiespalvelukseen.	140	28	8	4	6	2	188
Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin.	130	34	11	7	6	0	188
Ennen hakua olin katsonut TV:sta Taistelulentäjät –sarjaa.	54	36	8	13	71	6	188
Ennen hakua keskustelin sosiaalisessa mediassa tai keskustelupalstoilla hakuun liittyvistä asioista jonkun kanssa.	20	30	14	18	94	11	187
Yhteensä	622	371	89	133	264	22	1501

## 12. Olen nähnyt Ilmavoimien mainontaa seuraavissa medioissa tai tapahtumissa (voit valita useamman):

Vastaajien määrä: 189

	Olen nähnyt Ilmavoimien mainontaa seuraavissa medioissa tai tapahtumissa (voit valita useamman):
Internet (pl. sosiaalinen media)	145
Kutsunnat	121
Messut	111
Kouluesittely	86
Televisio	84
Ilmailunäytös	83
Ulkomainokset	75
Radio	73
Lehti	69
Sosiaalinen media	61
En ole nähnyt Ilmavoimien mainontaa	2

## 13. Jos edellisestä kysymyksestä ei löytynyt haluamaasi vaihtoehtoa, voit lisätä sen tähän:

Vastaajien määrä: 2

- Lähetin hakukaavakkeen myöhään koska näin ilmavoimien mainontaa jossa todettiin että näkövaatimukset ovat muuttuneet. Tiesin että näköni ei olisi ollut tarpeeksi hyvä ennen muutoksia.
- Ystävät/tutut

## 14. Mikä seuraavista kuvista olisi mielestäsi paras mainoskuva rekrytoimaan hakijoita lentoreserviupseerikurssille? Klikkaa kuvaa.

Lähde: Ilmavoimat (kuvat 1,2,4 ja 5) ja Lasse Kaila (kuva 3)

Vastaajien määrä: 186

	Mikä seuraavista kuvista olisi mielestäsi paras mainoskuva rekrytoimaan hakijoita lentoreserviupseerikurssille? Klikkaa kuvaa.
Kuva 1	33
Kuva 2	36
Kuva 3	20
Kuva 4	93
Kuva 5	4

15. Mikä seuraavista kuvista herättää sinussa eniten henkilökohtaisia hakuun liittyviä muistoja? Klikkaa kuvaa.

Lähde: Ilmavoimat (kuvat 1,2,4 ja 5) ja Lasse Kaila (kuva 3)

Vastaajien määrä: 185

	Mikä seuraavista kuvista herättää sinussa eniten henkilökohtaisia hakuun liittyviä muistoja? Klikkaa kuvaa.
Kuva 1	27
Kuva 2	39
Kuva 3	10
Kuva 4	105
Kuva 5	4

16. Mielestäni Ilmavoimien kannattaisi rekrytoida hakijoita lentoreserviupseerikurssille seuraavin keinoin: (voit valita useamman)

Vastaajien määrä: 188

	Mielestäni Ilmavoimien kannattaisi rekrytoida hakijoita lentoreserviupseerikurssille seuraavin keinoin: (voit valita useamman)
Kutsunnat	140
Kouluessittely	137
Messut	109
Sosiaalinen media	108
Internet (pl. sosiaalinen media)	107
Ilmailunäytös	104
TV-mainos	102
TV-sarja	76
Ulkomainokset	67
Radiomainos	65
Lehtimainos	44
En osaa sanoa	10

17. Jos edellisestä kysymyksestä ei löytynyt haluamaasi vaihtoehtoa, voit lisätä sen tähän:

Vastaajien määrä: 3

- Tuleville varusmiehille tarkoitetuissa lehdissä.
- Vaikkapa Facebookiin joku pieni mainos. Nuoret viettävät paljon aikaa internetissä.
- Lehtiartikkelit

## 18. Vastaa seuraaviin väittämiin:

Vastaajien määrä: 188

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei mielipidettä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Tämä kysymys ei koske minua	Yhteensä
Ilmavoimien mainoksilla on ollut merkitystä minun hakupäätökseeni.	11	61	24	39	49	4	188
Monet eri asiat ovat vaikuttaneet siihen, että päätin hakea lentoreserviupseerikurssille.	88	78	9	8	4	0	187
Minusta on vaikea listata kaikkia niitä asioita, jotka ovat vaikuttaneet hakupäätökseeni.	46	69	17	32	20	3	187
Arvelen, että osa hakupäätökseeni vaikuttaneista tekijöistä ovat alitajuisia, joten en edes tiedosta niiden olemassaoloa.	42	65	29	22	26	3	187
Mielestäni hakemiseni lentoreserviupseerikurssille perustui enemmän sattumaan kuin vuosia kestäneeseen vakaaseen harkintaan.	17	26	13	51	73	8	188
Yhteensä	204	299	92	152	172	18	937

## 19. Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?

Valintojen määrää ei ole rajattu, voit siis vastata samaan kysymykseen esim. "taustavaikuttaja" ja "selvä vaikutus lopulliseen hakupäätökseeni", jos se on mielestäsi paras vastausvaihtoehto.

Vastaajien määrä: 187

	Ei vaikut- tanut	Taustavai- kuttaja	Myötävai- kutti haku- päätöksee- ni	Selvä vai- kutis lo- pulliseen hakupää- tökseeni	Yhteensä
Positiivinen mielikuva Ilmavoimista	7	34	82	74	197
Perheenjäsenen kanssa käyty keskustelu	24	39	76	52	191
Kaverin kanssa käyty keskustelu	43	53	61	27	184
Sukulaisen kanssa käyty keskustelu	46	50	60	21	177
Ilmavoimien lentonäytös	73	35	48	18	174
Elokuvat	59	60	45	10	174
Messut, joissa oli Ilmavoimien osasto	67	48	59	6	180
Kutsunnat	66	59	42	13	180
TV-ohjelma	80	43	45	10	178
Ilmavoima-aiheinen kouluesittely	101	32	43	7	183
Internet-mainos (pl. sosiaalinen media)	83	59	30	2	174
Ulkomainos	107	37	15	5	164
Mainos sosiaalisessa mediassa	107	43	16	0	166
Lehtimainos	114	33	15	2	164
Radiomainos	113	40	11	1	165
TV-mainos	121	30	9	2	162
Yhteensä	1211	695	657	250	2813

## 20. Minä vuonna teit hakupäätöksesi vuoden 2013 lentoreserviupseerikurssille?

Vastaajien määrä: 189

	Minä vuonna teit hakupäätöksesi vuoden 2013 lentoreserviupseerikurssille?
En osaa sanoa	7
2013	11
2012	90
2011	36
2010	19
2009	4
2008 tai aikaisemmin	17

## 21. Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdisteyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?

Vastaajien määrä: 188

	Suuri	Melko suuri	Keskimääräinen	Melko pieni	Pieni	En osaa sanoa/ ei vaikutusta	Yhteensä
Elämyksellisyys	152	32	2	1	0	1	188
Haasteellisuus	95	66	22	2	1	2	188
Ammatin arvostus	93	65	21	3	4	2	188
Vapaus	73	51	36	11	12	4	187
Kansainvälisyys	71	49	28	18	15	7	188
Hyvä palkka	36	64	56	19	7	6	188
Isänmaallisuus	46	48	59	19	6	10	188
Lentäjien "Cool" asenne	34	37	51	33	20	13	188
Alhainen eläkeikä	12	16	38	50	41	30	187
Yhteensä	612	428	313	156	106	75	1690

## 22. Mikä seuraavista vaihtoehtoista kuvaa tilannettasi

Vastaajien määrä: 189

<b>Minut valittiin kurssille</b>	<b>30</b>
<b>Olen kurssilla</b>	<b>30</b>
<i>Haluan hävittäjälentäjäksi Ilmavoimiin</i>	18
<i>Haluan lentäjäksi Ilmavoimiin</i>	1
<i>Haluan helikopterilentäjäksi Maavoimiin</i>	2
<i>Haluan lentäjäksi Rajavartiolaitokseen</i>	0
<i>Haluan lentäjäksi siviiliin</i>	0
<i>Haluan jotakin muuta tulevaisuudeltani</i>	2
<i>En tiedä vielä mitä haluan tulevaisuudeltani</i>	7
<b>En ole kurssilla</b>	<b>0</b>
<b>Minua ei valittu kurssille</b>	<b>159</b>
<b>etenin hakuprosessissa 1. vaiheeseen</b>	<b>43</b>
<i>Aion hakea uudelleen</i>	9
<i>En aio hakea uudelleen</i>	19
<i>En osaa sanoa</i>	15
<b>etenin hakuprosessissa 2. vaiheeseen</b>	<b>32</b>
<i>Aion hakea uudelleen</i>	6
<i>En aio hakea uudelleen</i>	11
<i>En osaa sanoa</i>	13
<b>etenin hakuprosessissa 3. vaiheeseen</b>	<b>42</b>
<i>Aion hakea uudelleen</i>	7
<i>En aio hakea uudelleen</i>	17
<i>En osaa sanoa</i>	12
<b>etenin hakuprosessissa 4. vaiheeseen</b>	<b>27</b>
<i>Aion hakea uudelleen</i>	10
<i>En aio hakea uudelleen</i>	11
<i>En osaa sanoa</i>	5
<b>etenin hakuprosessissa 5. vaiheeseen</b>	<b>11</b>
<i>Aion hakea uudelleen</i>	1
<i>En aio hakea uudelleen</i>	8
<i>En osaa sanoa</i>	2

23. Valitse opiskelutilannettasi parhaiten kuvaava vaihtoehto (minulla on opiskelupaikka tai opiskelen seuraavassa oppilaitoksessa).

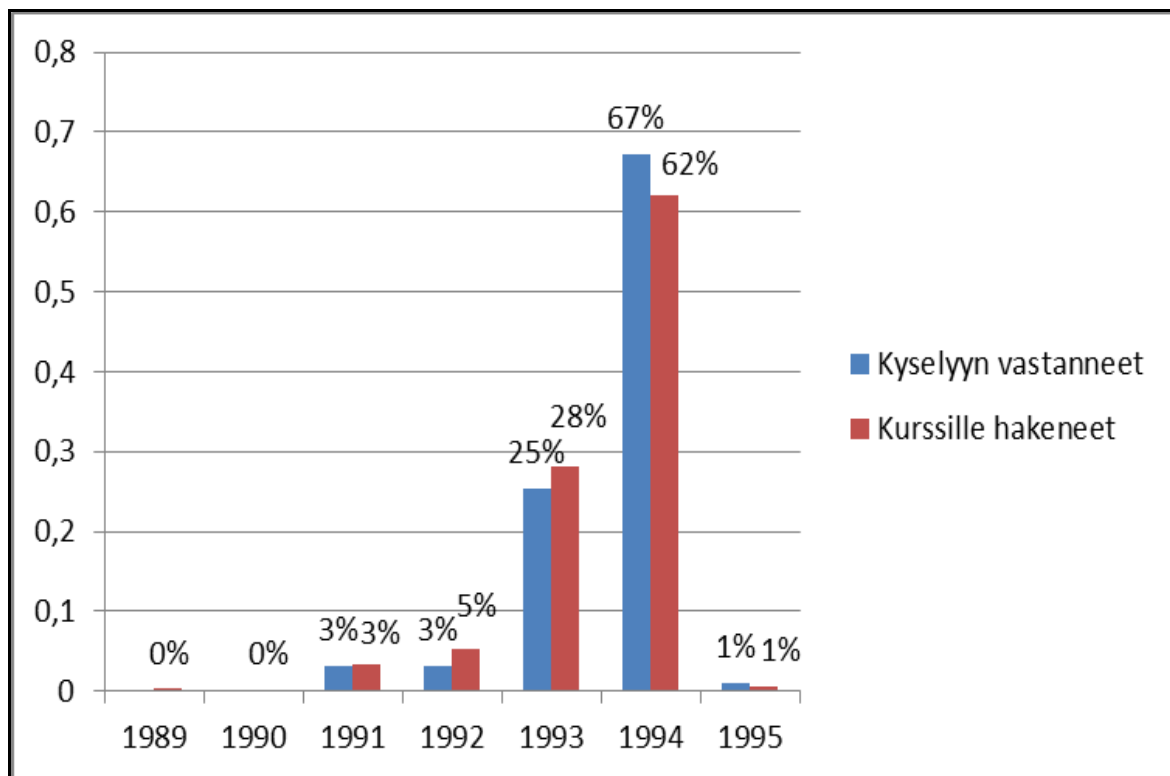
Tarvittaessa vastaustasi helpottamaan haun vaiheet: 1. vaihe = paperihaku 2. vaihe = lähin Ilmavoimien joukko-osasto 3. vaihe = Air medical centre (AMC), Helsinki 4. vaihe = Air medical centre (AMC), Helsinki 5. vaihe = Valintakokous

Vastaajien määrä: 188

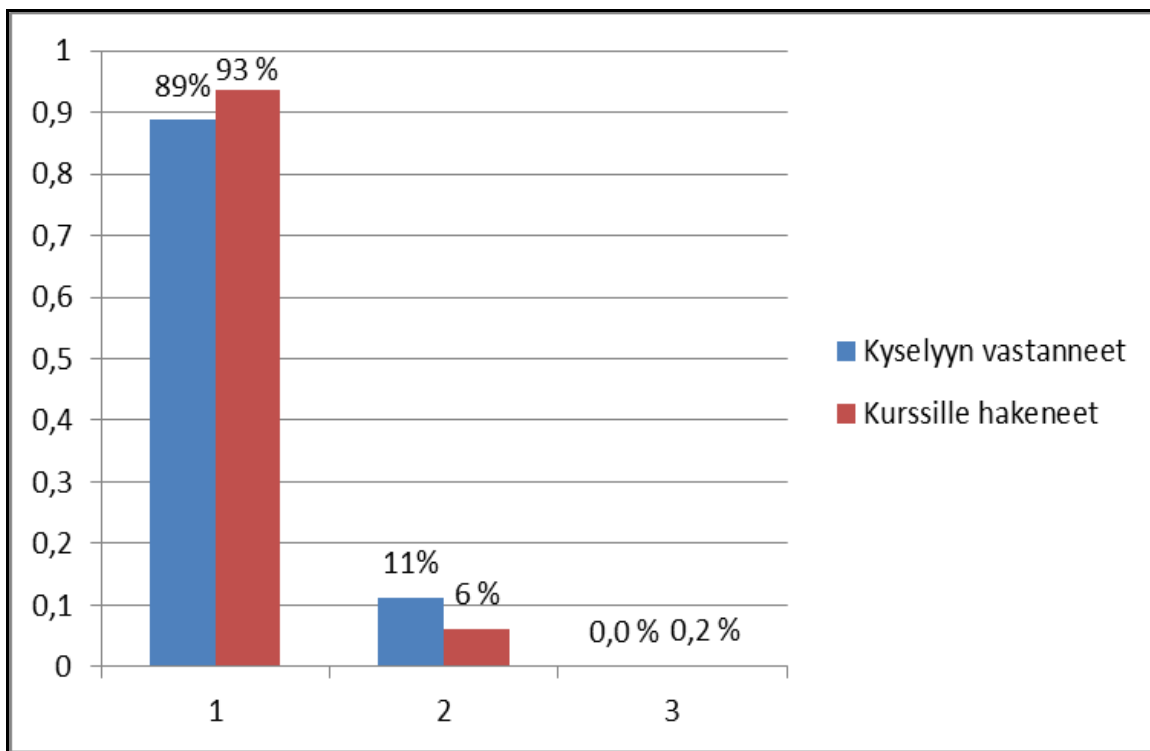
	<b>Valitse opiskelutilannettasi parhaiten kuvaava vaihtoehto (minulla on opiskelupaikka tai opiskelen seuraavassa oppilaitoksessa).</b>
Minulla ei ole opiskelupaikkaa	73
Yliopisto tai vastaava	69
Ammattikorkeakoulu tai vastaava	38
Opisto tai vastaava	8



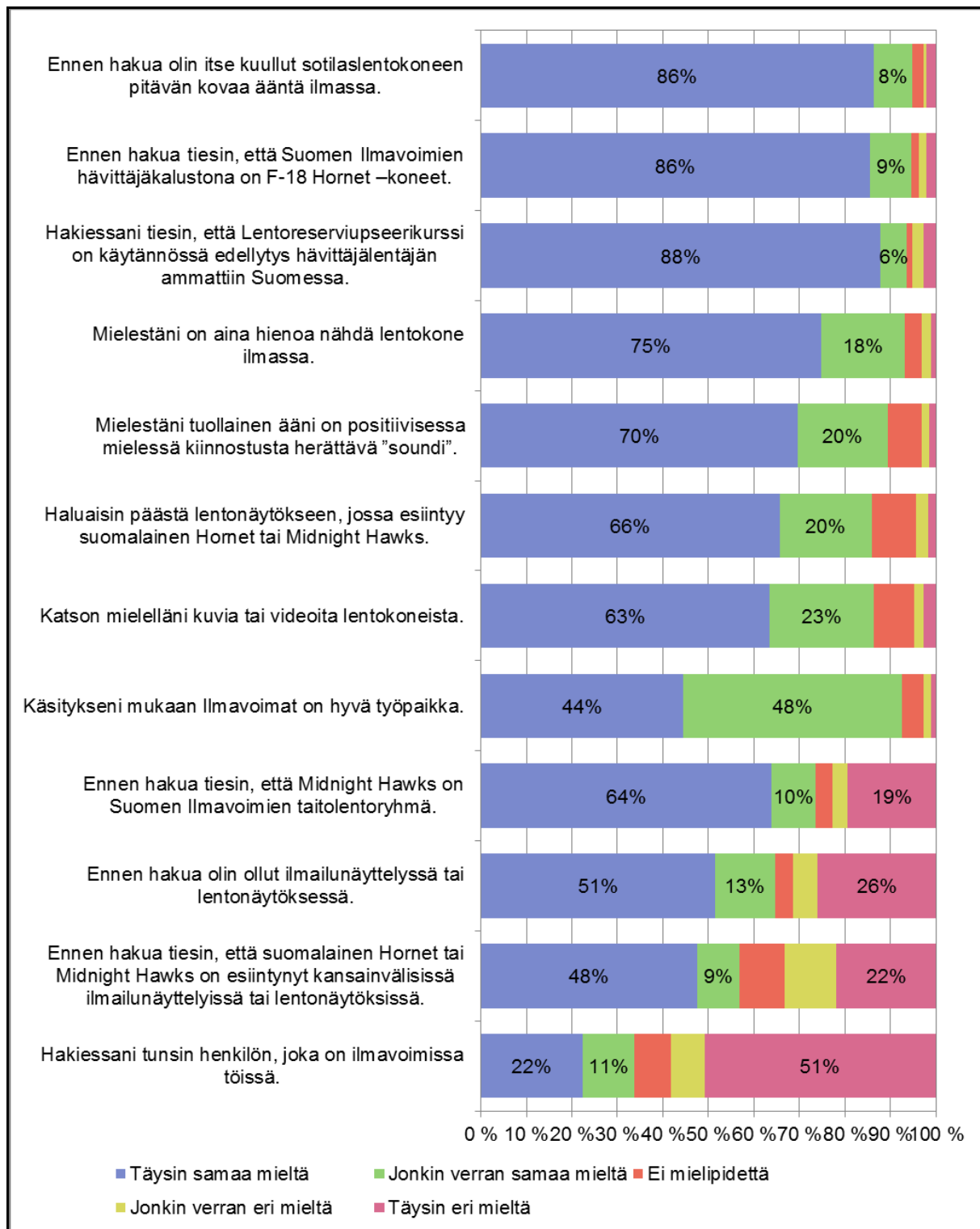
## SYNTYMÄVUOSIEN JAKAUMAT



## HAKUKERTOJEN JAKAUMAT



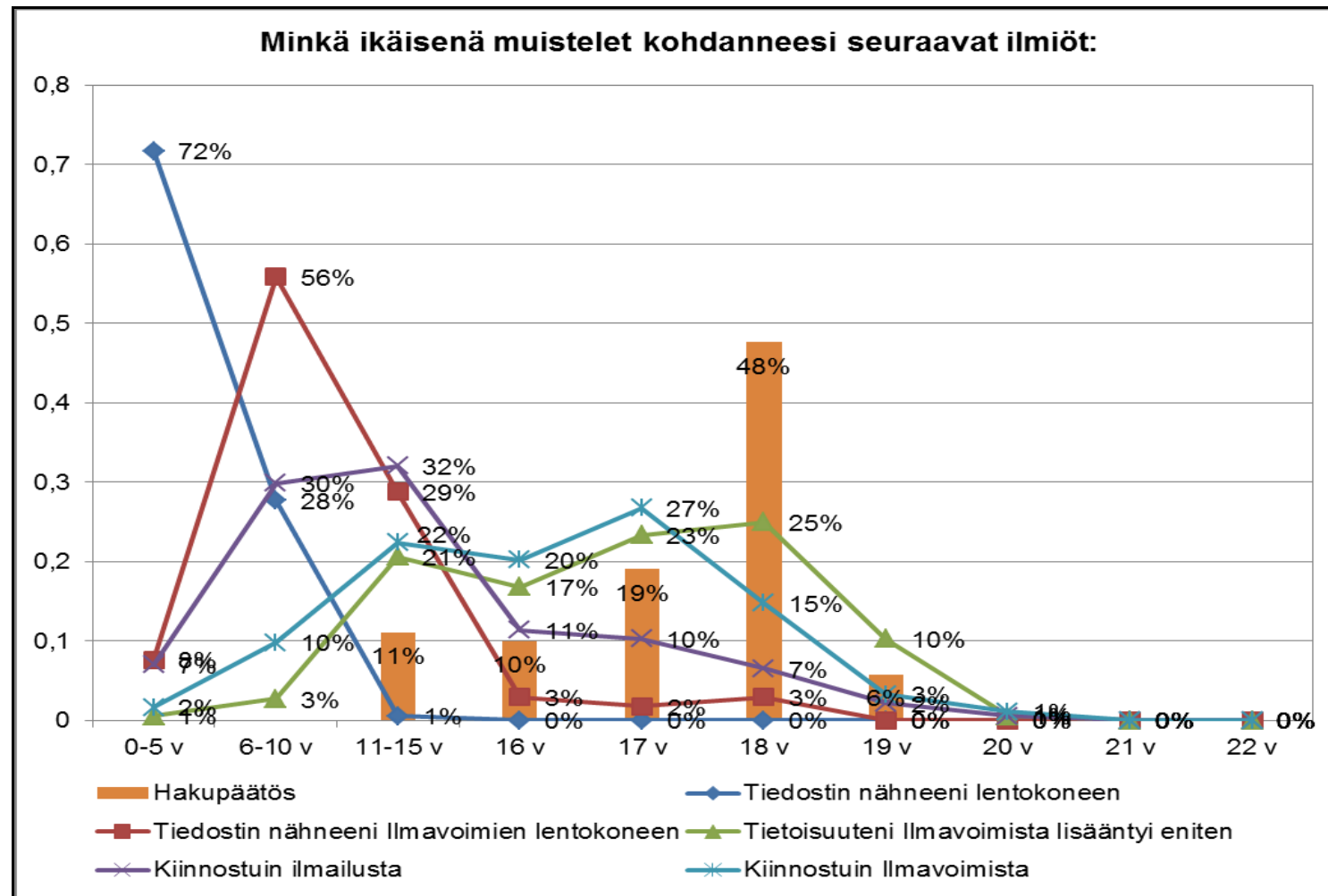
## KYSYMYKSEN 8 FREKVENSIIJAKAUMA



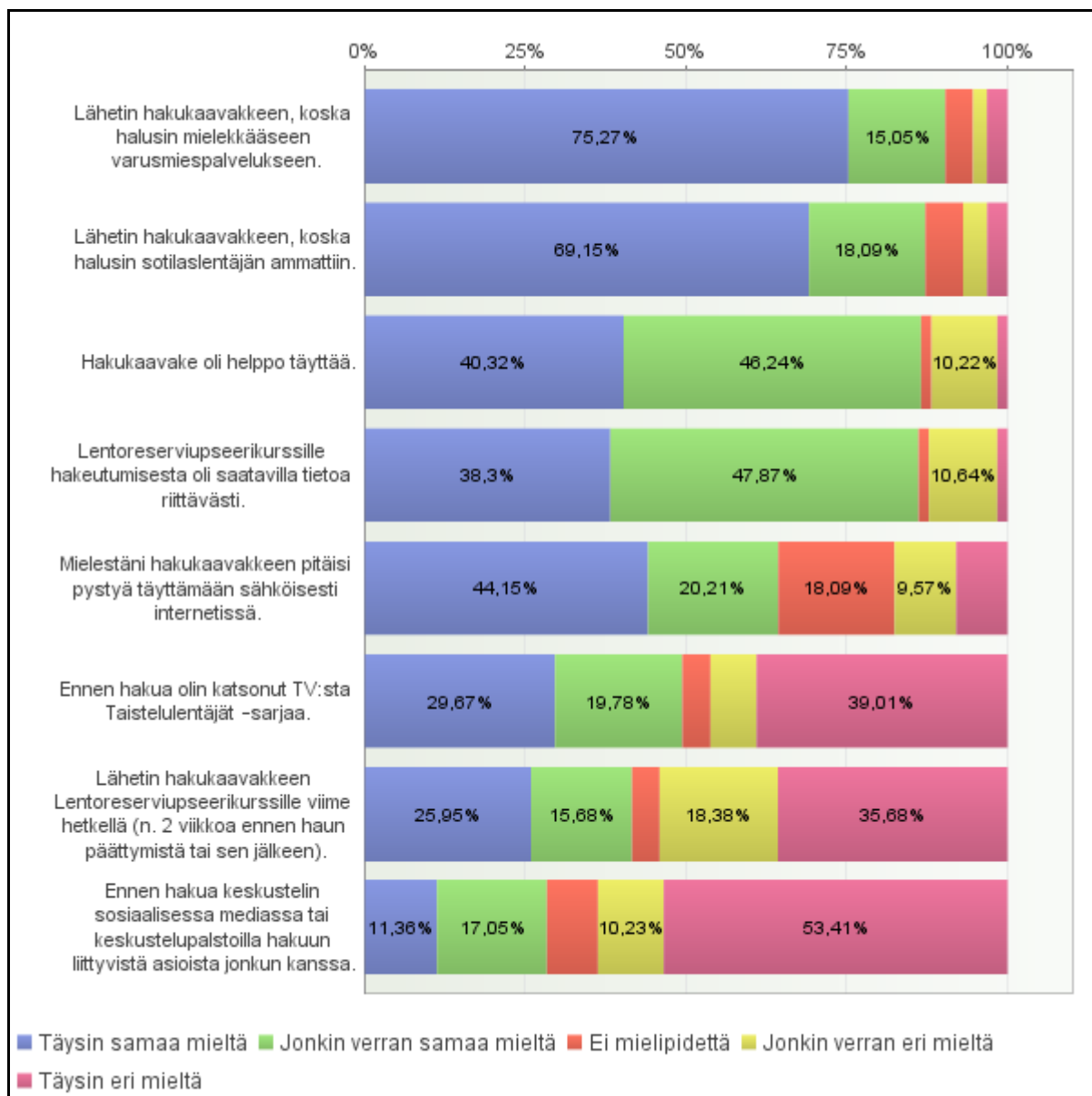
Kapteeni Tomi Iikkasen tutkielman

LIITE 12

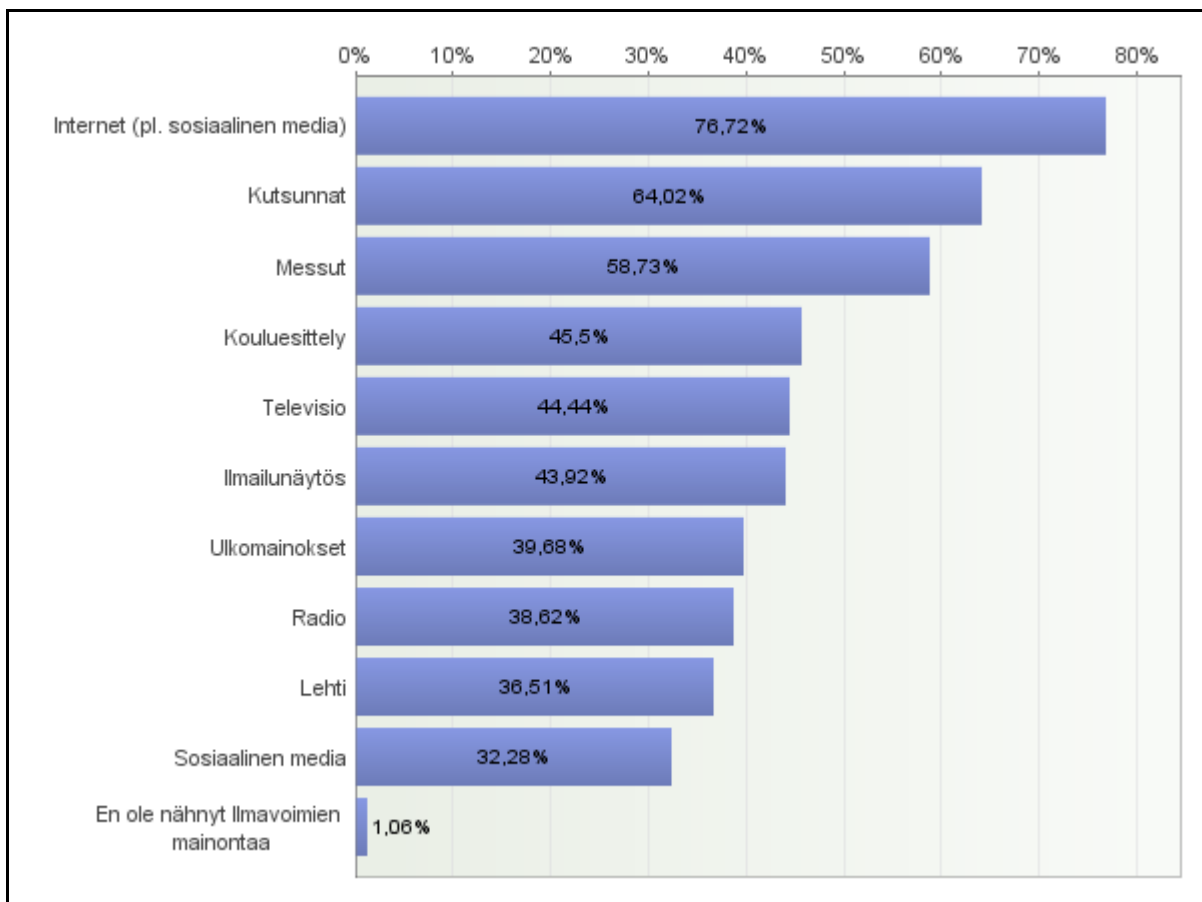
KYSYMYKSEN 9 JA 20 YHDISTELMÄ



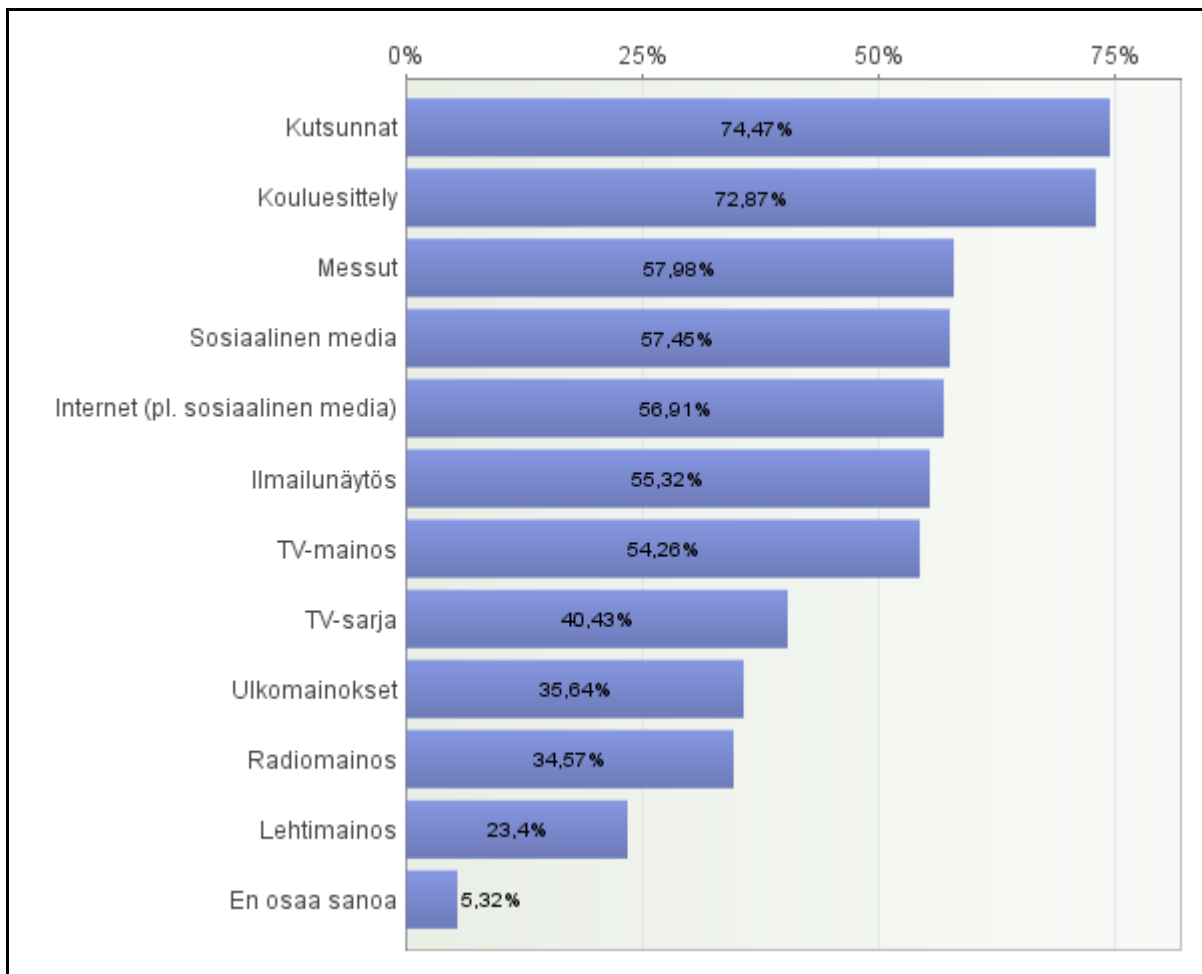
## KYSYMYKSEN 11 FREKVENSSIJAKAUMA



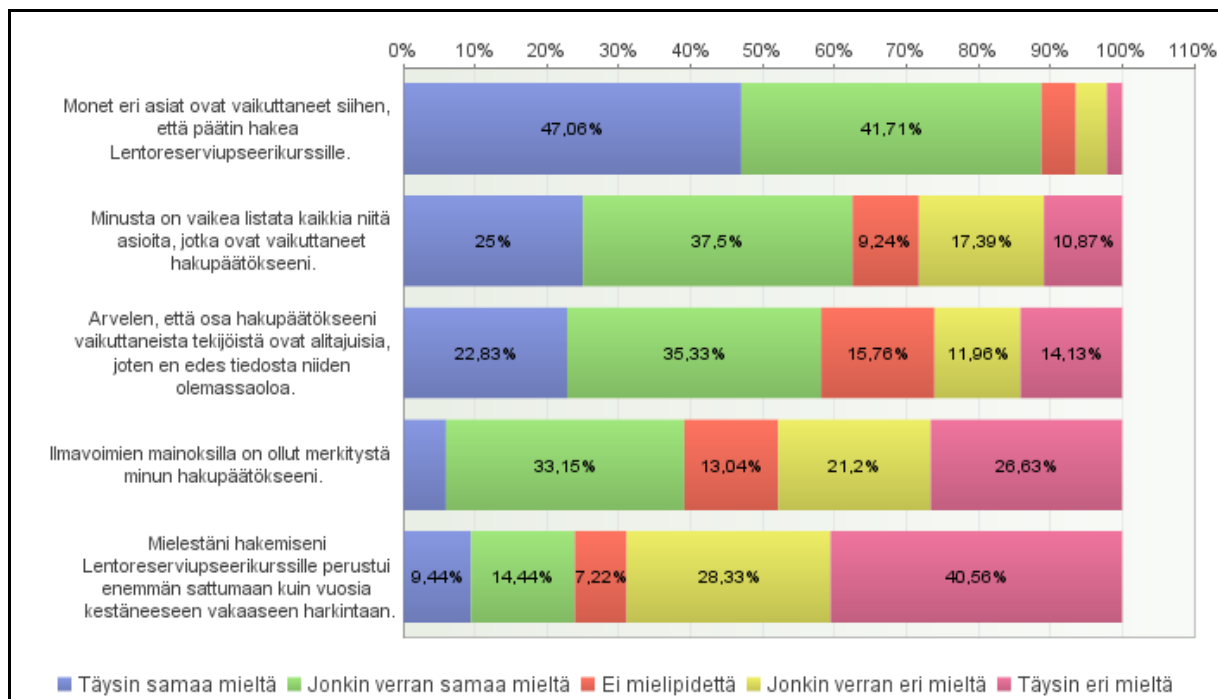
## KYSYMYKSEN 12 KUVAAJA



## KYSYMYKSEN 16 KUVAAJA

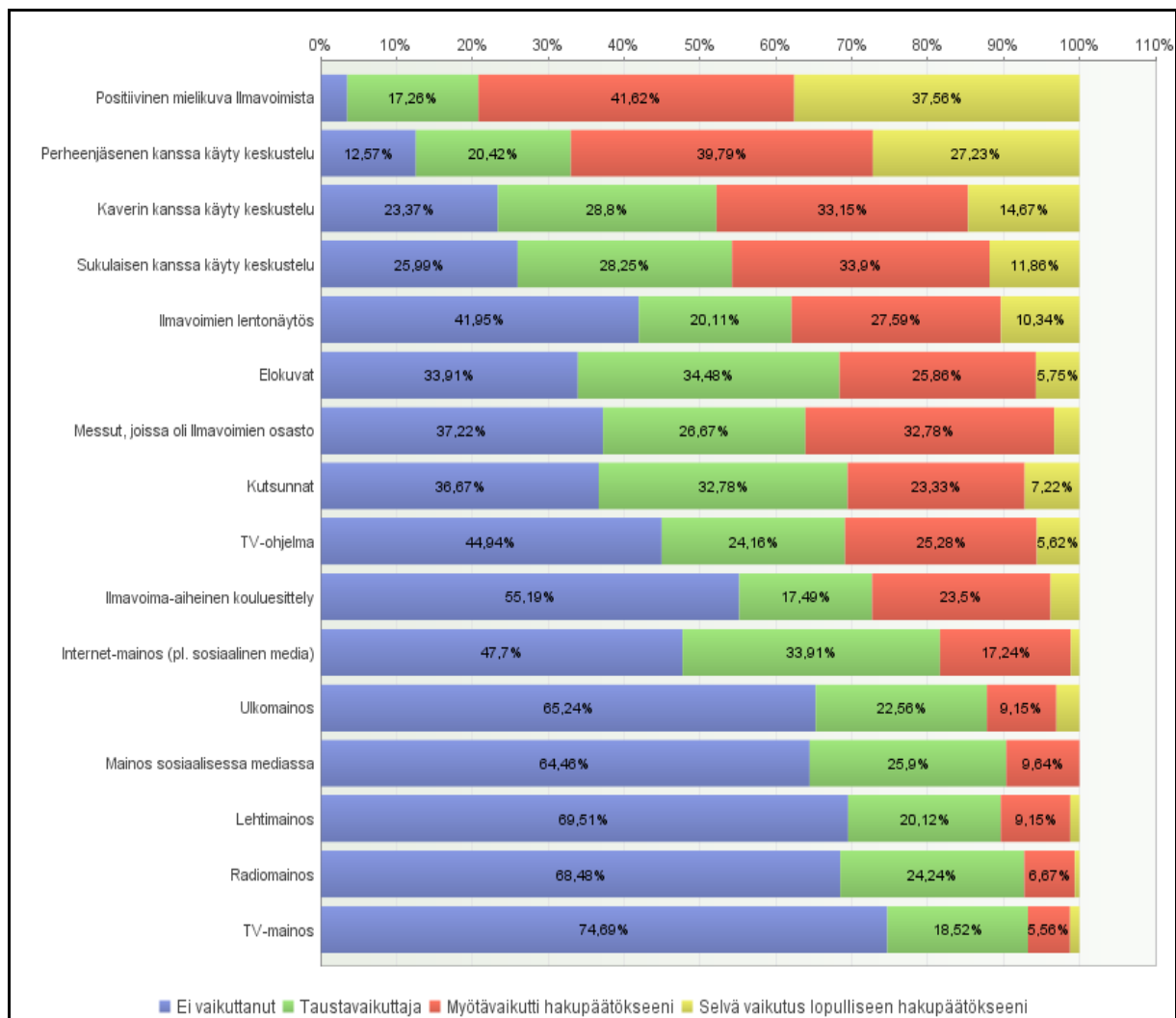


## KYSYMYKSEN 18 FREKVENSSIJAKAUMA

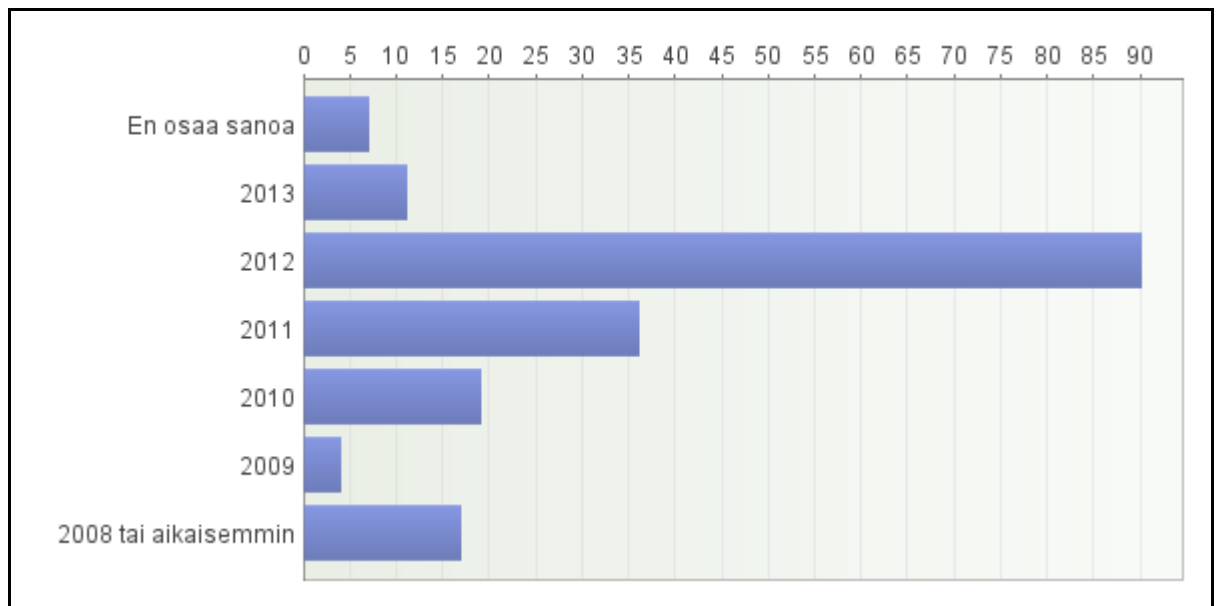




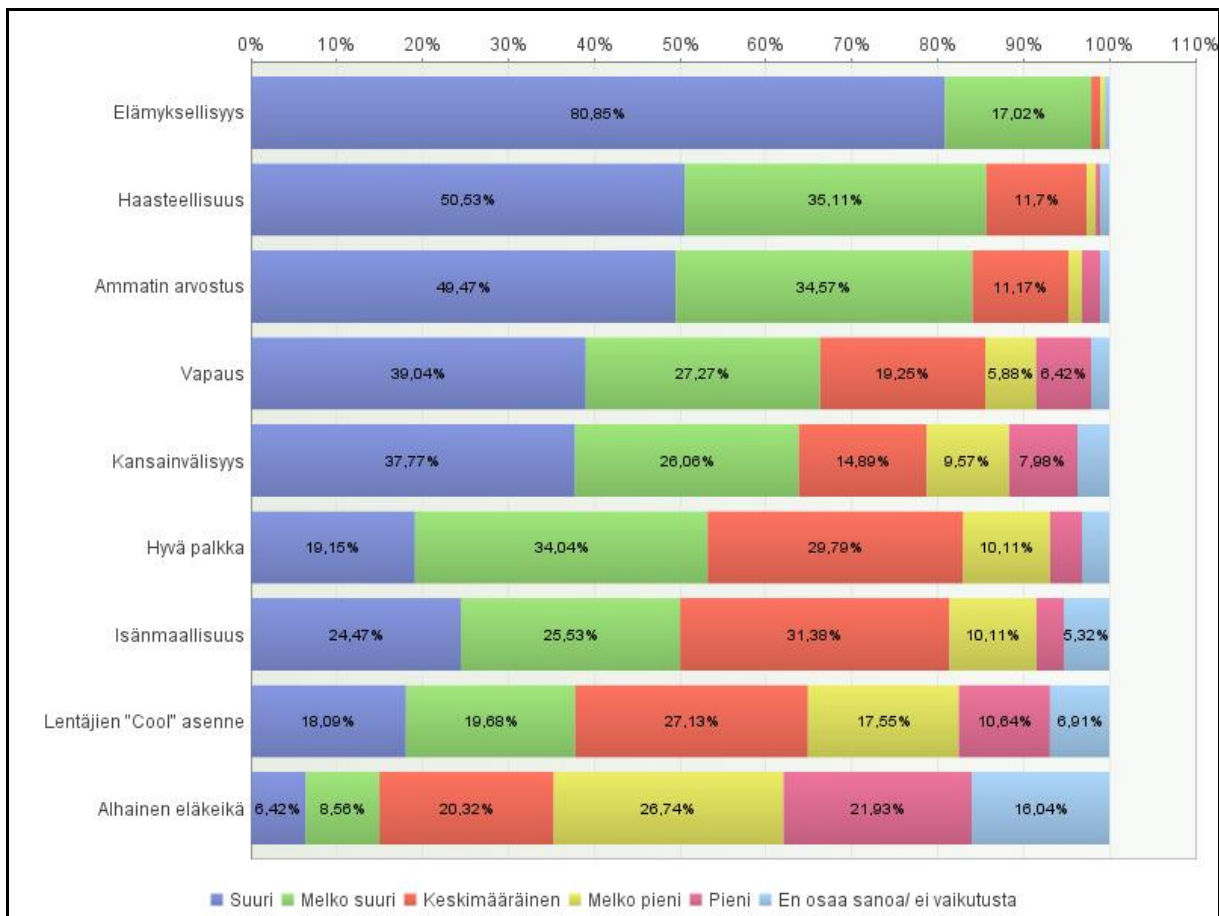
## KYSYMYKSEN 19 FREKVENSSIJAKAUMA



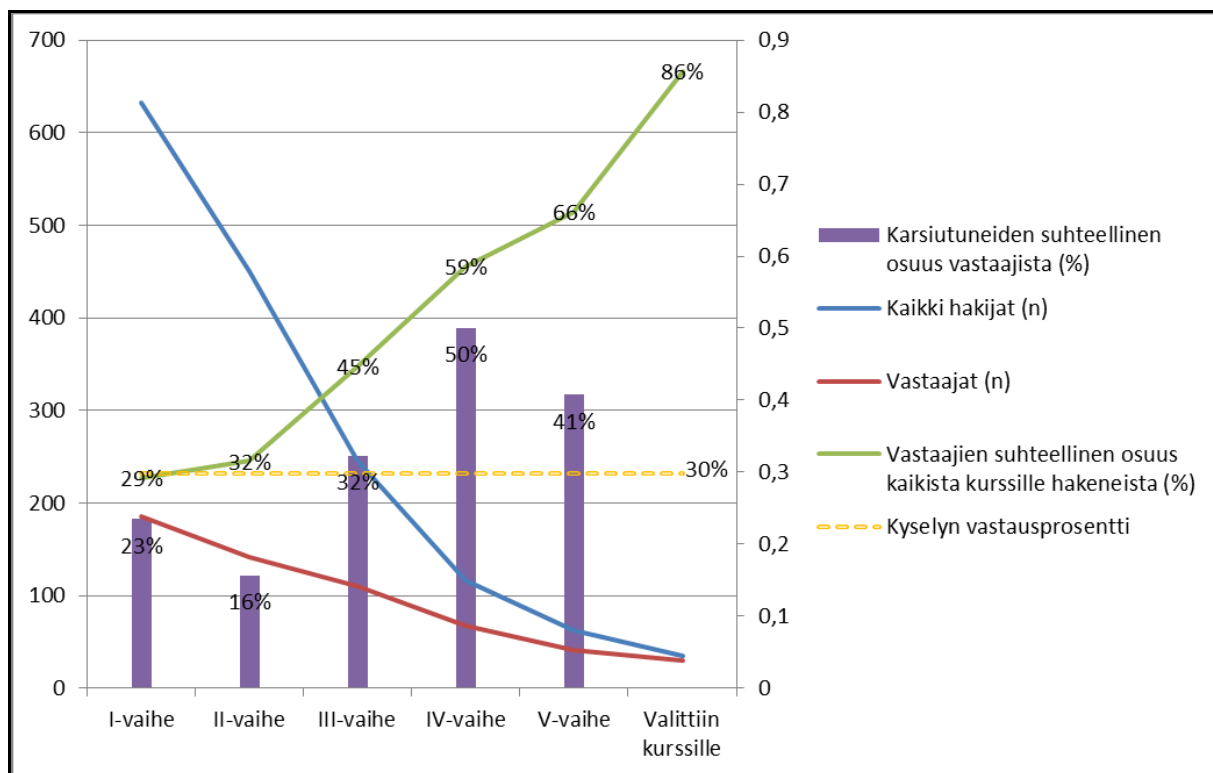
## KYSYMYKSEN 20 KUVAAJA



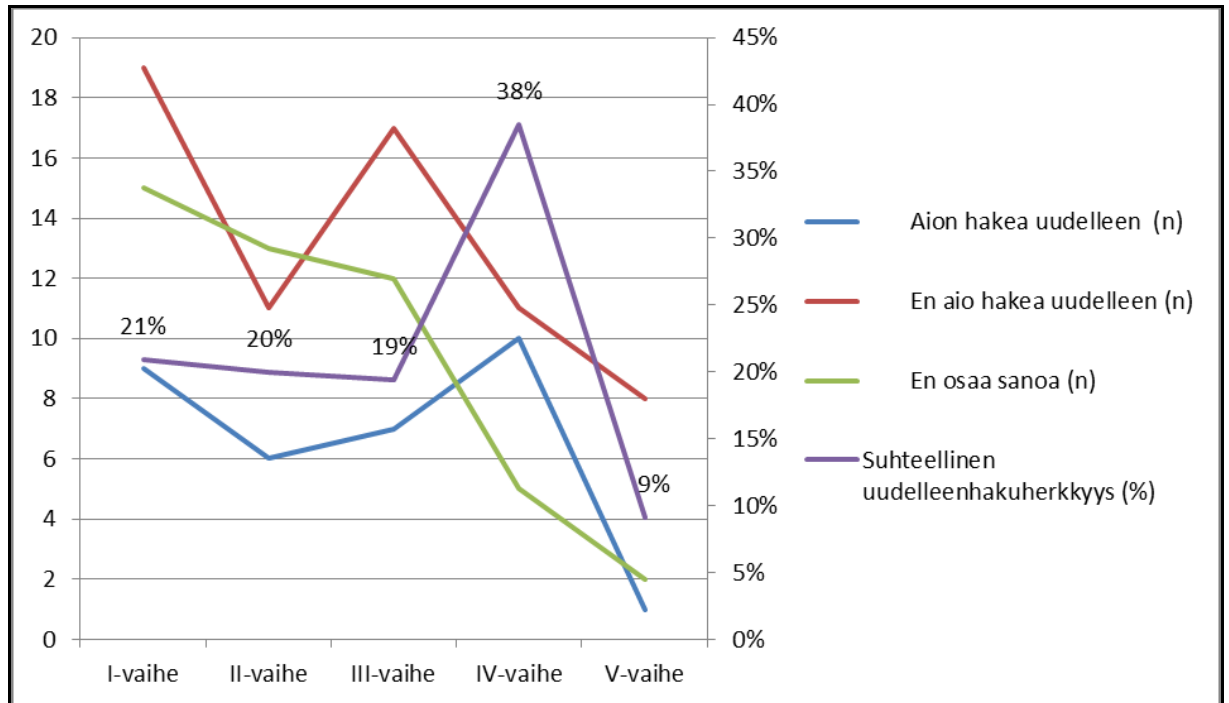
## KYSYMYKSEN 21 FREKVENSSIJAKAUMA



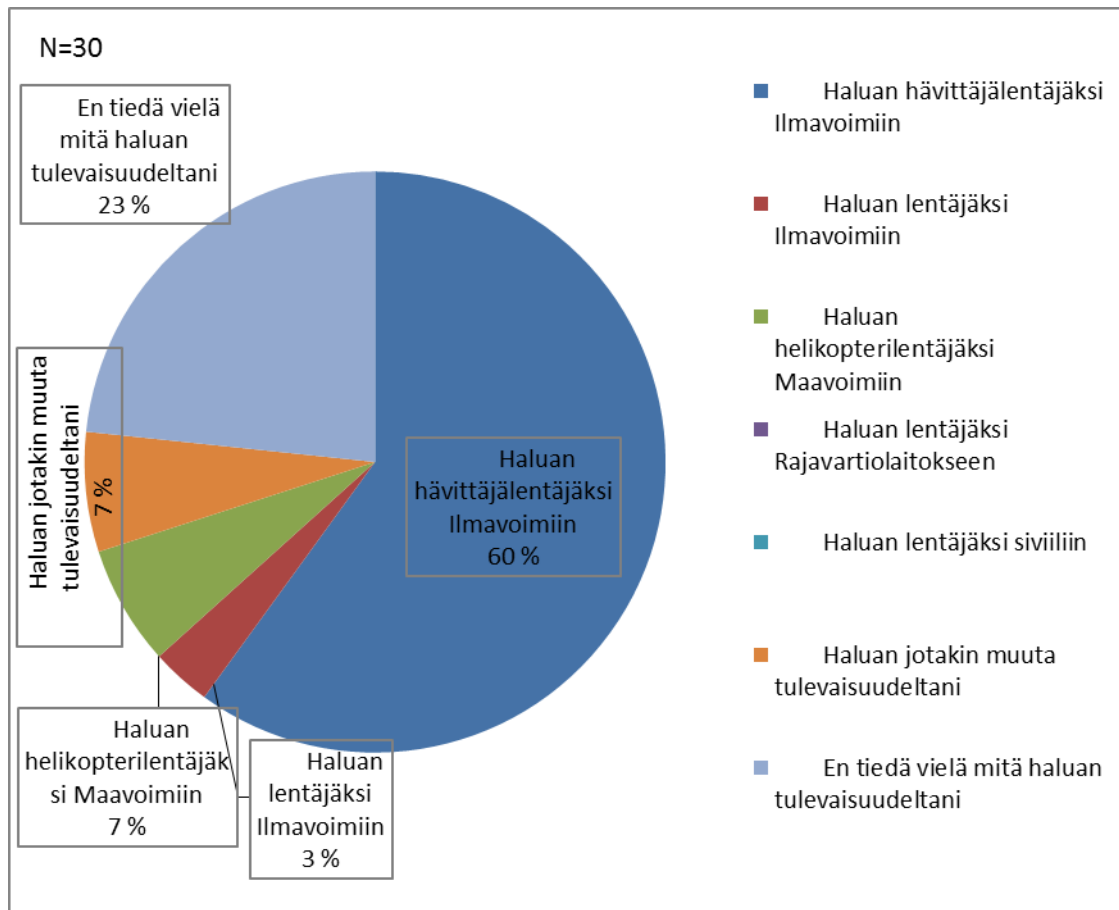
## KYSYMYKSEN 22 VASTAUSTEN TULKINTAA



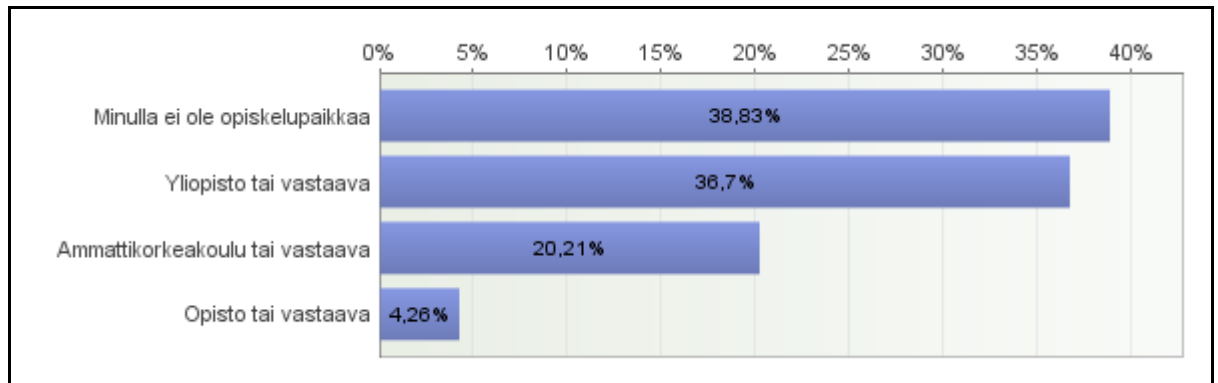
## KYSYMYKSEN 22 VASTAUSTEN TULKINTAA



## KURSSILLE PÄÄSSEIDEN TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT



## KYSELYYN VASTANNEIDEN OPISKELUPAIKAT



## VAPAA SANA –OSION VASTAUKSIA

## PALAUTE KYSELYSTÄ

- Tutkimus on todella hyvä ja laaja, käsittelee käytännössä kaikkea hakuun mitenkään liittyvää erittäin hyvin.
- Kysely oli hyvin toteutettu ja käsitteli kattavasti eri osa-alueita.
- Ihan hyvä kysely!
- Yllättävän positiivisesti yllätti tutkimuskysely. Järjestelmällinen ja selkeä kokonaisuus.
- Mielenkiintoinen tutkimus. Oli mukava vastaila kysymyksiin.
- Mukava tutkimus, palautti mieleen muistoja.
- Hieno kysely.
- Kysely oli hyvä ja kattava.
- Hyvä kysely!
- Hienoa, että kysymykset olivat selkeitä ja vastaaminen niihin oli vaivatonta.
- Tutkimus oli sopivan kattava ja mielekkäästi toteutettu.
- Tutkija on osannut hyvin valita 3/4 osion valintakysymykset.
- Erittäin hyvä tutkimuskysely!

## HAKIJAN FIILIS

- Olisi ollut unelman täyttymys päästä kurssille...
- En voi enää hakea, muuten kyllä hakisin.
- Kysymys, että haluanko olla siviili- vai sotilaslentäjä oli vaikein.
- ...tunnelmansa takia siitä välittyi parhaiten se "fiilis" jollainen minulla oli hakiessa LentoRukiin ja miettiessäni lentäjän uraa Ilmavoimissa.

## REKRYTOINNIN VAIKUTUKSET JA KEHITYSAJATUKSET

- Lopullinen syy päätökseeni hakea LentoRuk:hon oli se että lukioomme tuli yksi edellisenä vuonna lukiostamme kirjoittanut ja LentoRuk:hon päässyt esittelemään Ilmavoimia ja LentoRuk:ta.
- Suurin vaikuttaja koulutukseen hakemiseen oli ajatus mielekkäästä ja mahdollisimman hyödyllisestä varusmiespalveluksesta.
- Enemmän tietoa televisioon kurssista ja hakumenetelmistä. Lisää tietoisuutta Lapin kaupunkeihin, esim. esittelyjä kouluihin vaikei omia oppilaita olisikaan kyseisestä koulusta kurssilla.
- Infoa lentorukista löytyi jopa hakemalla huonosti, internet sivut huonot. Suurin osa informaatiosta perustui hakuvaiheessa huhuihin.
- Ilmavoimien brändi on toimiva ja houkutteleva!



## KORRELAATIOTARKASTELUSSA OLLEET KYSYMYKSET, KORRELAATIOKERTOIMET JA P-ARVOT

	R	P-arvo
<b>Ennen hakua olin ollut ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä.</b>		
Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?: Ilmavoimien lentonäytös	0,53	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua tiesin, että suomalainen Hornet tai Midnight Hawks on esiintynyt kansainvälisissä ilmailunäyttelyissä tai lentonäytöksissä.	0,45	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua tiesin, että Midnight Hawks on Suomen Ilmavoimien taitolentoryhmä.	0,45	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua olin katsonut TV:sta Taistelulentäjät-sarjaa.	0,35	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua olin itse kuullut sotilaslentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa.	0,33	<0,01
<b>Haluaisin päästä lentonäytökseen, jossa esiintyy suomalainen Hornet tai Midnight Hawks.</b>		
Vastaa seuraaviin väittämiin: Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä "soundi".	0,42	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Katson mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.	0,41	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Mielestäni on aina hienoa nähdä lentokone ilmassa.	0,41	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka.	0,35	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua tiesin, että Midnight Hawks on Suomen Ilmavoimien taitolentoryhmä.	0,32	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua tiesin, että suomalainen Hornet tai Midnight Hawks on esiintynyt kansainvälisissä ilmailunäyttelyissä tai lentonäytöksissä.	0,32	<0,01
<b>Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka.</b>		
Vastaa seuraaviin väittämiin: Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin.	0,44	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Haluaisin päästä lentonäytökseen, jossa esiintyy suomalainen Hornet tai Midnight Hawks.	0,35	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä "soundi".	0,34	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Katson mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.	0,33	<0,01
Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?: Isänmaallisuus	0,32	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua olin itse kuullut sotilaslentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa.	0,31	<0,01
<b>Lähetin hakukaavakkeen, koska halusin sotilaslentäjän ammattiin.</b>		
Vastaa seuraaviin väittämiin: Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka.	0,44	<0,01

Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?: Kansainvälisyys	0,40	<0,01
Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?: Isänmaallisuus	0,36	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua olin itse kuullut sotilaslentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa.	0,35	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Katson mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.	0,34	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Hakiessani tiesin, että lentoreserviupseerikurssi on käytännössä edellytys hävittäjälentäjän ammattiin Suomessa.	0,32	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä "soundi".	0,32	<0,01
<b>Ilmavoimien lentonäytöksen vaikutus hakupäätökseen.</b>		
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua olin ollut ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä.	0,53	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua olin katsonut TV:sta Taistelulentäjät –sarjaa.	0,39	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua tiesin, että Midnight Hawks on Suomen Ilmavoimien taitolentoryhmä.	0,39	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Ennen hakua tiesin, että suomalainen Hornet tai Midnight Hawks on esiintynyt kansainvälisissä ilmailunäyttelyissä tai lentonäytöksissä.	0,38	<0,01
Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?: Messut, joissa oli Ilmavoimien osasto	0,36	<0,01
Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?: TV-ohjelma	0,36	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Katson mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.	0,31	<0,01
Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?: TV-mainos	0,31	<0,01
Millä tavoin eri asiat vaikuttivat hakupäätökseesi?: Internet-mainos (pl. sosiaalinen media)	0,31	<0,01
<b>Millainen vaikutus oli lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijällä "elämyksellisyys", kun hait lentoreserviupseerikurssille.</b>		
Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?: Ammatin arvostus	0,43	<0,01
Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?: Haasteellisuus	0,42	<0,01
Millainen vaikutus oli seuraavilla lentäjiin ja lentäjän ammattiin helposti yhdistetyillä tekijöillä, kun hait lentoreserviupseerikurssille?: Vapaus	0,42	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Mielestäni on aina hienoa nähdä lentokone ilmassa.	0,35	<0,01
Vastaa seuraaviin väittämiin: Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä "soundi".	0,32	<0,01

## REGRESSIOANALYYSISSÄ KÄYTETYT X-MUUTTUJAT

Ennen hakua olin ollut ilmailunäyttelyssä tai lentonäytöksessä.

Haluaisin päästä lentonäytökseen, jossa esiintyy suomalainen Hornet tai Midnight Hawks.

Ennen hakua tiesin, että Midnight Hawks on Suomen ilmavoimien taitolentoryhmä.

Ennen hakua olin itse kuullut sotilaslentokoneen pitävän kovaa ääntä ilmassa.

Mielestäni tuollainen ääni on positiivisessa mielessä kiinnostusta herättävä ”soundi”.

Mielestäni on aina hienoa nähdä lentokone ilmassa.

Katson aina mielelläni kuvia tai videoita lentokoneista.

Käsitykseni mukaan Ilmavoimat on hyvä työpaikka.

Ammatin arvostus:

hakuun vaikuttaneena lentäjiin tai lentäjän ammattiin yhdistettynä tekijänä

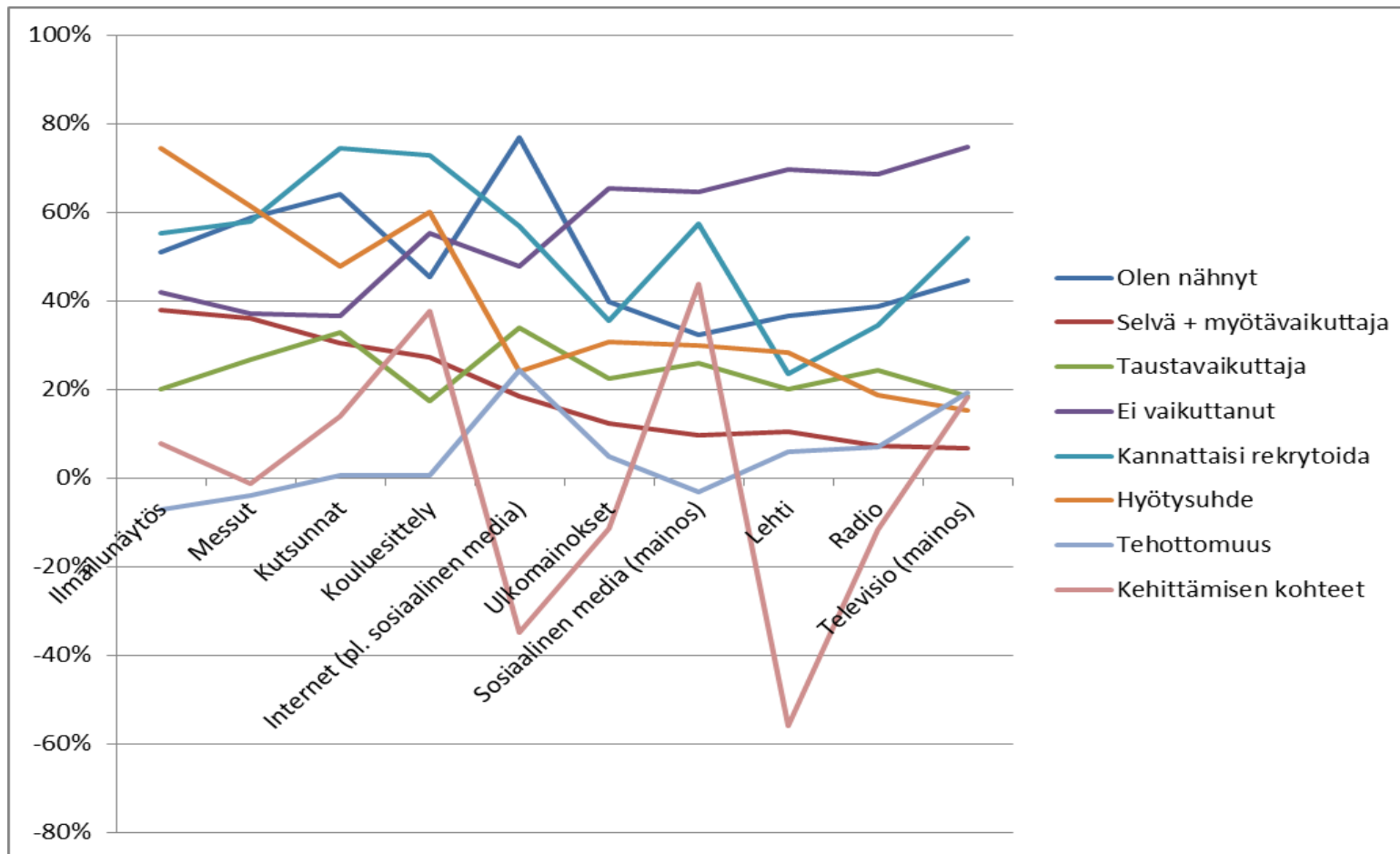
Elämyksellisyys:

hakuun vaikuttaneena lentäjiin tai lentäjän ammattiin yhdistettynä tekijänä

Kapteeni Tomi Iikkasen tutkielman

LIITE 27

## REKRYTOINTIKANAVIEN ANALYSOINTI



## AJATUKSIA LENTORESERVIUPSEERIKURSSIN REKRYTOINNIN KEHITTÄMISEKSI

Ilmavoimissa pitäisi luoda rekrytointistrategia. Tämä kattoasiakirja määrittäisi ja ohjaisi kaikkea rekrytointiin liittyvää toimintaa Ilmavoimissa.

Yhteistyötä Pääesikunnan ja puolustushaarojen kanssa tulisi tiivistää rekrytoinnin valtakunnallisen yhtenäistämisen ja tuloksellisen tehokkuuden parantamiseksi.

Ilmavoimien esikunnan lentotoimintaosaston jäsen pitäisi ottaa mukaan Ilmavoimien rekrytointiryhmään.

Kouluesittelyjen laajuutta pitäisi tietoisesti lisätä hakijamäärän nostamiseksi ja toiminta pitäisi olla määrätietoista yhdestä paikasta johdettua. Tässä toiminnassa ei saa unohtaa harvaan asuttujen seutujen lukioita.

Kutsunnoissa tapahtuva Ilmavoimien rekrytointi tulisi tarkastella kokonaan uudelleen. Kutsunnat ovat Ilmavoimille todellinen mahdollisuus lisätä hakijoiden määrää.

Esityslentotoiminnan valtakunnallista laajuutta pitäisi pyrkiä hieman nostamaan nykyisestä, jotta se saavuttaisi riittävän kattavuuden lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnin maksimoimiseksi. Vapaata kehityspotentiaalia on vielä käytettävissä. Esityslentotoiminta ei saisi keskittyä vain Ilmavoimien päätukikohtien ympärille.

Esityslentotoimintaa ja siihen liittyvää Ilmavoimien työnantajakuvaa kehittävää toimintaa ei pidä missään nimessä pienentää. Tällä olisi suora vaikutus lentoreserviupseerikurssin rekrytointiin ja ilmiö tulisi esiin kokonaisuudessaan pienellä viiveellä toiminnan vähentämisen jälkeen. Seuraukset olisivat merkittävät.

Hornet esityslentotoiminnan profiilia tulisi nostaa tuotteistamalla toiminta palvelemaan Ilmavoimien näkyvyyttä ja muun muassa lentoreserviupseerikurssin rekrytointia. Esimerkkiä voisi ottaa Midnight Hawks -taitolentoryhmän tuotteistamisprojektista.

Lentoreserviupseerikurssin hakulomake pitäisi voida täyttää sähköisenä internetissä ja tässä voitaisiin yhdistää koko valtakuntaa koskeva varusmiesten erikoisjoukkohaku samalla kertaa. Nykyisen hakulomakkeen lopussa on kysymys: ”Luettele, mistä kaikista tiedotusvälineistä sait tiedon lentoreserviupseerikurssista”. Tämä pitäisi korvata sähköisellä kyselyllä, jonka kysymyssarja olisi teoriaan perustuen rakennettu antamaan ajantasaista tietoa rekrytoinnin osalueiden onnistumisesta ja siten mahdollistaisi toiminnan jatkuvan kehittämisen oikeaan suuntaan. Kysely voitaisiin lähettää kaikille hakijoille hakukaavakkeessa ilmoitetun sähköpostiosoitteen perusteella tai sitten toisessa vaiheessa kaikki täyttäsivät kyselyn kontrolloidusti osana valintaprosessia.

Sosiaalisen median käyttö lentoreserviupseerikurssin rekrytoinnissa pitäisi tarkastella täysin uudelleen. Näyttää siltä, että Ilmavoimat luulee olevansa sosiaalisessa mediassa, mutta kursseille hakijat eivät ole tätä huomanneet. Valtava kehityspotentiaali rekrytointimielessä, mutta vaatii panostusta. Ensimmäiseksi olisi selvitettävä sosiaalisen median kanavat, joiden kautta sanoma menisi perille ja tätäkin pitäisi olla valmis sovittamaan kohta uudelleen sosiaalisen median jatkuvan muutoksen takia.