

A grayscale background image showing two hands holding puzzle pieces. One hand is on the left, holding a piece with a tab, and the other is on the right, holding a piece with a blank. They are positioned as if about to fit them together. A large orange circle is overlaid on the image, containing the title and subtitle text.

OSAAVAN TYÖVOIMAN VARMISTAMINEN

**Millenniaali-
työnhakijan näkökulma**

Case: Kymenlaakso

2019
KATI VILJAKAINEN

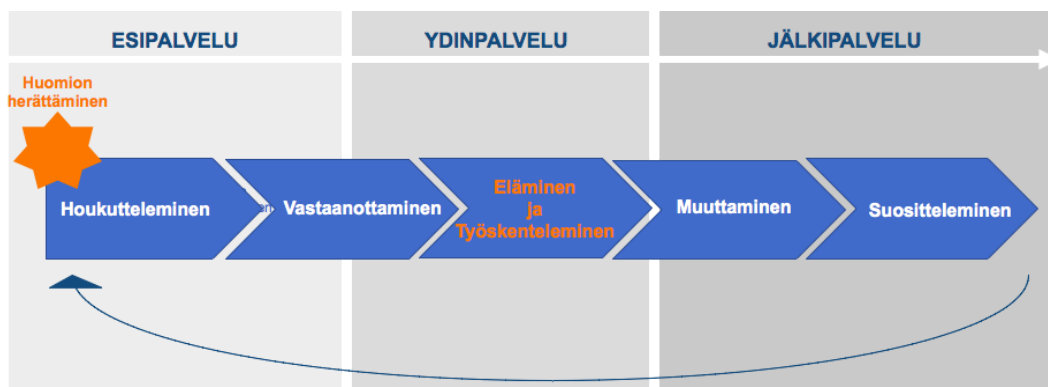
TYÖVOIMAN LAATU ON MUUTOKSESSA

Osaajien houkuttelu Kymenlaaksoon onnistuu työnhakijoiden elämää ymmärtämällä.

Työvoiman saatavuutta tarkasteltaessa on huomioitava työnhakijan elämä kokonaisuutena, selviää Kati Viljakaisen (muotoilija yamk) opinnäytetyöstä, jossa vuoden 2019 aikana tutkittiin osaavan työvoiman varmistamista Kymenlaaksossa palvelumuotoilun avulla.

Etiäinen – koulutustarpeiden ennakointi -hankkeeseen liittyvä tutkimus nostaa keskiöön työnhakijan ja erityisesti millenniaalien sukupolven. Tutkimuksessa todetaan, että työvoiman tarve, saatavuus ja määrä ovat muuttuneet, mutta myös työvoiman laatu on muutoksessa.

Kymenlaaksolla on suuria haasteita kohdata tämä muutos erityisesti millenniaalien huomiota tavoiteltaessa. Ilman huomiota ei houkuttelevallakaan sisällöllä ole merkitystä. Ongelmia on myös muualta muuttaneiden emotionaalisessa ja sosiaalisessa sitoutumisessa maakuntaan.



Kuva 1. Kymenlaakson haasteet näkyvät osaajapolun alussa huomion herättämisen vaiheessa sekä myöhemmin elämisen ja työskentelemisen aikana (Viljakainen 2019)

Kilpailu osaavasta työvoimasta kovenee ja vaikuttaa jopa maakunnalliseen menestykseen. Kohderyhmäymmärrystä hyödyntämällä on mahdollista löytää yhteisiä, toimivia ratkaisuja ongelman ratkaisemiseksi. Onnistunut viestintä ja palvelut syntyvät työnhakijan ekosysteemiä ymmärtämällä.

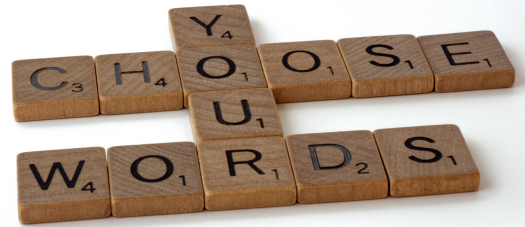
Olemassa olevia, hyviä arjen kokemuksia voidaan hyödyntää alueellisia viestejä suunniteltaessa. Tätäkin keskeisempää on toimia oikeissa kanavissa ja toistaa viestiä systemaattisesti. Huomioitavaa on myös se, että työnhakija ei aina ole työnhaun aktiivinen osapuoli. Viestin kohdentaminen vain aktiivisille työnhakijoille sulkee suuren joukon potentiaalisia osaajia ulkopuolelle. Perinteistä rekrytointi-kampanjointia voidaankin ajatella vain yhtenä osana varsinaista työvoiman varmistamisen prosessia. Vetovoimainen alue huomioi työnhakijan elämän kokonaisuutena osaajapolun kaikissa vaiheissa.

UUDENLAINEN SUHDE TYÖHÖN

Millenniaalien uudenlainen tapa ajatella ja käyttäytyä on haaste perinteisille työnteon ja työnhaun malleille: viestintää ja palveluita voidaan kohdentaa työnhakijaprofiilien ja millenniaalien kohderyhmäymmärryksen avulla.

Millenniaalien osuus kansainvälisestä työvoimasta lähentelee 50 %. Ei ole siis yhdentekevää, miten tämä suuri joukko huomioidaan työelämässä.

Organisaatioista millenniaalit pitävät houkuttelevina niitä, joissa on hyvän palkan lisäksi positiivinen ja joustava yrityskulttuuri sekä hyvät johtajat.



Millenniaaleiksi eli y-sukupolveksi kutsutaan ennen vuosituhannen vaihdetta syntyneitä sukupolvea. Yleistä keskustelua millenniaaleista värittää sukupolven poikkeava käyttäytyminen ja arvomaailma suhteessa aiempiin sukupolviin. Toisaalta, monet uusimmissa kansainvälisissä tutkimuksissa esiin nousseet seikat, kuten sukupolven stressaantuneisuus ja pessimistinen maailmankuva (Deloitte 2019), eivät vielä välittyneet tässä tutkimuksessa. Sukupolvia määrittävät piirteet ovatkin riippuvaisia ympäröivän yhteiskunnan taloudellisesta, teknologisesta ja psykososiaalisista muutoksista.

"Millenniaali-työntekijä on käytännönläheinen realisti, jolle työntekeminen on mielekästä. Vaikuttamisen mahdollisuudet, joustava työaika ja tulosten mittaminen aikasuoritteen sijaan ovat merkityksellisiä. Byrokratia, huonot työvälineet ja kankeat järjestelmät turhauttavat."

Vaikka voiton tekeminen organisaatioissa on yhä merkittävää, niin myös muut tekijät ovat millenniaaleille relevantteja. Sukupolvi haastaakin perinteisen organisaatiokulttuurin vaatimalla keskustelemaa ja mahdollistavaa johtamista. Organisaatiot, joiden johtajat jakavat millenniaalien käsitykset työntarkoituksesta ja ammatillisesta kehityksestä, ovat voittajia työvoiman houkuttelemisessa ja sitouttamisessa.

Työnhaussa millenniaalien ensisijainen vaihtoehto löytyy digitaalisista väylistä. LinkedIn koetaan asiantuntijoiden rekrytointikanavaksi. Suosittuja ovat myös muut internetin hakukoneet ja työnvälitys-alustat, mutta myös rekrytointikentän ulkopuolinen sosiaalinen media, kuten Facebook ja Instagram. Yleistä on myös omien verkostojen ja suhteiden käyttäminen työpaikkaa etsittäessä. Sen sijaan printtimediaa ei tutkimuksen mukaan koeta relevanttina väylänä työpaikkaa etsittäessä.

3 PROFIILIA

Työnhakijaprofiilit ilmentävät työnhakijoita millenniaalien sukupolven sisällä. Ymmärrys kiteytyy kolmeen profiiliin: Pete – itsevarma menestytjä, Suski – realisti suorittaja ja Eppu – epävarma hapuilija.

Tutkimuksen pohjalta voidaan esittää millenniaaleja yleisesti määrittäviä tekijöitä, mutta myös löytää kohderyhmän sisältä toisistaan poikkeavia piirteitä. Tätä ymmärrystä tiivistetään opinnäytetyössä kolmen työnhakijaprofiilin avulla.

Muodostetut profiilit auttavat ymmärtämään tarpeita ja syitä työ- ja asuinpaikkaa valittaessa sekä ohjaavat eri sidosryhmien jatkotoimenpiteiden suunnittelua.

Yhteistä kaikille profiileille on positiivinen suhtautuminen tulevaan ja tietty sosiaalisuus. Erottavia tekijöitä ovat muun muassa itsevarmuuden määrä, kyky tehdä päätöksiä ja suhtautuminen muutokseen. Myös esimerkiksi käsitys esimies-alais -suhteesta, perheen merkitys ja kyky johtaa itseään vaihtelevat.

PETE – itsevarma menestytjä

tuntee oman toimintansa resurssit hyvin ja on erinomainen itsensä johtaja. Pete vaatii itseltään paljon työntekijänä, mutta haluaa myös, että työympäristö toimii moitteettomasti ja vuorovaikutus työpaikalla on avointa ja innostavaa. Kiinnostavan tarjouksen saadessaan Pete on valmis vaihtamaan niin työ- kuin asuinpaikkaa.

SUSKI – realisti suorittaja

pohtii päätöksiään monelta kannalta, usein erityisesti perhe-elämän sujuvuuden huomioiden. Arjen sujuvuudella, tunnelmalla ja sosiaalisella ympäristöllä voi olla rahaa suurempi merkitys. Suski on pitkäaikainen ja luotettava työntekijä.

EPPU – epävarma hapuilija

ei kiirehdi päätöksissään. Usein muutoksen takana ovatkin ulkoiset tekijät ja muutoksen pakko. Luotettava työntekijä kaipaa selkeää työnkuvaa ja johtajuutta, sekä kannustusta itsensä kehittämiseen.



ALUEELLINEN VETOVOIMA

Maakuntatason systemaattinen mainetyö ja työvoiman varmistamisen strategia edellyttävät yhteistyötä ja avoimuutta.

Viljakaisen opinnäytetyö tiivistää Kymenlaaksosta luodun ymmärryksen kaupunkien mainetyöhön liittyvän viitekehyksen avulla. Mikkelin kaupunginjohtaja Timo Halosen väitöskirjaan pohjautuvat kolme mainetyyppiä – talousmaine, toimintamaine ja tarinamaine – mahdollistavat Kymenlaaksolle entistä vetovoimaisemman, luotettavamman ja huomiota herättävämmän aseman suhteessa muihin maakuntiin.



Tutkimuksessa mainetyötä on käsitelty Kymenlaakson osalta myös toimenpide-ehdotuksia esittäen. Toimenpiteet ovat jo olemassa olevia rakenteita ja toimia vahvistavia tai tulevaisuuteen suuntautuvia, uutta luovia malleja.

Keskeistä on osaajapolun elämisen ja työskentelemisen vaiheessa koettujen haasteiden kohtaaminen. Tämä osaajapolun vaihe vastaa pitkälti toimintamainetta, jonka merkitystä Halonen korostaa. Onnistumalla toimintamaineessa, paikan maineella on mahdollisuus kasvaa.

Toimintamaine

- Ihmislähtöinen työelämän malli, joka perustuu työnhakijan tuntemiseen. Malli tukee perheitä ja vapaa-ajan mahdollisuuksia, sekä yhdistyksistä ja yhteisöistä kumpuavaa osallisuutta.

Tarinamaine

- Yhtenäinen, jatkuvan ja läpinäkyvän viestinnän malli, joka korostaa onnistumisia sekä tuottaa ja mittaa tavoitteellisesti sisältöä.

Talousmaine

- Läpinäkyvä ja avoin toimintaympäristö sekä kehitystä tukeva, ammattitaitoinen johtaminen tukevat mainestrategiaa ja osaavan työvoiman varmistamisen strategiaa.

HALUATKO KUULLA LISÄÄ?

Millenniaali-tutkimuksen ja työnhakijaprofiilien osalta opinnäytetyössä esitetty materiaali on hyödynnettävissä Kymenlaakson ulkopuolella – se ei ole paikkaan sidottua. Sen sijaan lopputulokset ja huomiot koskettavat erityisesti Kymenlaakson maakuntaa.

Opinnäytetyö on tehty toimialarajat ylittävään käyttöön. On kuitenkin huomioitava, että eri toimijoiden intressit työnhakijoiden suhteen voivat käytännössä poiketa tästä. Tutkimusta onkin mahdollista jatkaa ja tarkentaa haluttaessa esimerkiksi tiettyä toimialaa tai organisaatiota koskevaksi.

Tarvitsetko apua tulosten tulkinnessa tai ideoita, miten hyödyntää materiaalia omassa organisaatiossa? Kysy lisää! Tarkoituksena on jakaa tietoa ja osaamista mahdollisimman laajalle.

Lyhyt johdatus aiheeseen:

<https://www.youtube.com/watch?v=Vj-Y2ge4NVM>

Opinnäytetyö kokonaisuudessaan on luettavissa Theseus -kokoelmassa:

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019120224020>

Tutkimuksen tuloksina syntyneet profiili-kortit, profiilien tarinat sarjakuvina ja niitä tukevat kaksi taulukkomuotoista kanvaasia voidaan toimittaa myös erikseen sähköisessä muodossa.

Opinnäytetyön tuotoksia hyödynnetään myös Etiäinen – koulutustarpeiden ennakointi - hankkeen toiminnassa. (TKI, XAMK)

Tiedustelut:

Kati Viljakainen

040-556 0226

kativiljak@gmail.com

2019

KATI VILJAKAINEN

Muotoilija yamk, Palvelumuotoilu
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

OSAAVAN TYÖVOIMAN VARMISTAMINEN KYMENLAAKSOSSA.

MILLENNIAALI-TYÖNHAKIJAN NÄKÖKULMA ESIIN PALVELUMUOTOILUN AVULLA.