Kilpailu osaavasta työvoimasta kiristyy – mitä asialle voidaan tehdä

17.12.2021

Kauppakamarin syyskuussa 2021 julkaisemien kyselytulosten mukaan 75 % yrityksistä kokee pulaa osaavasta työvoimasta ja 68 % vastanneista arvioi, että pula osaavasta työvoimasta on rajoittanut yritysten kasvua ja liiketoimintaa.

Tulevaisuudessa osaavan työvoiman sitouttamisesta tulee yhä haastavampaa ja kilpailu talenttien rekrytoimisesta tulee kiristymään. Rekrytoinnin haasteissa yritykset ja organisaatiot tarvitsevat panostusta myös työnantajakuvan kehittämiseen.

SeAMK Maakuntakorkeakoulu ja Työ etsii tekijäänsä -hanke (JPYP) keräsivät ison joukon työnantajakuvasta ja työelämän millenniaaleista kiinnostuneita yhteiseen seminaariin marraskuun loppupuolella Hotelli-Ravintola Alvariiniin Alajärvelle. Hybridinä toteutetussa tilaisuudessa alustajina toimivat HR-asiantuntija Elina Harju (Roihu Consulting) sekä organisaatiopsykologi, johtamisen valmentaja Karoliina Mellanen (Mellanen Consulting).

Positiivisella työntekijäkokemuksella perälauta kiinni ja vaihtuvuus haltuun

Elina Harju painotti omassa puheenvuorossaan rekrytoinnin strategian tärkeyttä. Yritysten tulisi entistä enemmän sitoutua pitkäjänteiseen tekemiseen eikä pelkästään tulipalojen sammutteluun. Usein yrityksiltä puuttuu rekrytoinnin osalta sekä mittarointi että perehdytys.

- Rekrytointi on kokonaisuus, jonka onnistuminen ei riipu vain kandidaatista vaan myös ympäristöstä. Yksi suuri tekijä on myös se, kuinka helpoksi työnhaku on tehty. Onko esimerkiksi huomioitu halutun kohderyhmän eniten käyttämät kanavat, muistuttaa Harju.

Kun työmarkkinat käy kuumana ja hakijoista on pulaa, rekrytoinnin kilpailutilanteessa parhaiten pärjäävät ne, joiden työnantajakuva on kunnossa. Positiivisella työnantajakokemuksella myös yrityksen perälauta pysyy kiinni ja työntekijöiden vaihtuvuus on vähäisempää. Harju kehottikin kuulijoita pohtimaan, kuinka suunnitelmallista heidän organisaatioissaan työnantajakuvan johtaminen oikeasti on.

Työnantajakuvan strategisen johtamisen perusvälineet ovat yksinkertaiset: kuuntele, kysy ja mittaa. Miksi teiltä lähdetään? Harkitsevatko teillä töissä olevat lähtemistä? Mikä saisi lähtöä harkitsevat jäämään? Ovatko sitoutumistekijät riittäviä rakentamaan positiivista työntekijäkokemusta?

Harju korosti, että ulkoista työnantajakuvaa rakennetaan aina sisältä päin!

- Työnantajabrändiä tulee rakentaa sisäisen totuuden pohjalta eikä visioiden tai tavoitetilojen. Ulkoinen työnantajabrändi onkin oikeastaan sisäisen työnantajakuvan näkyväksi tekemistä viestinnän keinoin, jatkaa Elina Harju.

Työntekijä on työnantajansa kävelevä käyntikortti. Tiedätkö sinä, mitä työntekijät yrityksestäsi ajattelevat ja puhuvat?

Ovatko vuosina 1980-2000 syntyneet millenniaalit työnantajan päiväuni vai painajainen?

Millenniaalit (y- ja z-sukupolvet) muodostavat jo tällä hetkellä enemmistön suomalaisesta työvoimasta ja tämä teknologian vallankumoukseen, globalisaatioon ja kiihtyvään maailmaan kasvanut sukupolvi näyttää suunnan kohti tulevaisuuden työelämää. Millenniaalit siis määrittelevät työn tekemisen tavat seuraaviksi vuosikymmeniksi.

- Millenniaalit haluavat kehittyä, he uskovat itseensä ja ovat keskimäärin koulutetumpia ja tavoitekeskeisempiä kuin aiemmat sukupolvet, toteaa tilaisuudessa puhunut Karoliina Mellanen.

Mutta miten heitä oikein tulisi johtaa? Mellasen mukaan ”pehmeät” taidot kuten luottamus, reiluus ja empatia korostuivat johtamisessa.

- Liiallisen vapauden tai mikrojohtamisen sijaan millenniaalit arvostavat yksilöllistä ja vuorovaikutteista johtamista. Heille työyhteisö sekä työn ja vapaa-ajan tasapaino ovat tärkeämpiä kuin suuri palkka ja hieno titteli, jatkaa Mellanen.

Yli joka kolmas millenniaali aikoo vaihtaa työtä kahden vuoden sisällä siitä, kun he aloittavat uudessa työssä. Työnantajien lukumäärä työuraa kohden onkin tuplaantumassa sukupolvelta toiselle. Kun suuret ikäluokat työskentelivät keskimäärin 12,5 vuotta yhdessä yrityksessä, niin y-sukupolvi työskentelee keskimäärin 3,1 vuotta yhdessä yrityksessä ja z-sukupolvi enää 1,6 vuotta. Osaavan työvoiman sitouttamisesta onkin tulossa yhä merkittävämpi kilpailuetu aikakaudella, jossa työntekijät vaihtavat työtään entistä useammin.

Esimerkiksi tyytyväisyydellä esihenkilöön on kuitenkin suora vaikutus siihen kuinka tyytyväisiä millenniaalit olivat työhönsä. Oleellista tämä on siksi, että tyytyväisyys työhön korreloi suoraan sen kanssa, kuinka pitkään millenniaalit kokivat työskentelevänsä nykyisessä työpaikassa.

Huolestuttavaa puolestaan on se, että yhä useampi kamppailee yleistyvän työuupumuksen kanssa. THL:n tutkimuksen mukaan peräti 87 prosenttia 25-32 vuotiaista on jo kokeneet työuupumuksen oireita.

Mielekkäät työtehtävät ja työn merkityksellisyys ovat tärkeitä millenniaaleille. Millenniaali haluaa saada palautetta ja arvostusta. Myös mahdollisuus henkilökohtaiseen kasvuun työelämässä on millenniaalille tärkeää. Näillä asioilla voidaan vaikuttaa myös työhyvinvointiin.

Mellanen tiivistääkin lopuksi, että tavoitteena on työelämä, jossa organisaatiot eivät menesty loppuun palavan työntekijän kustannuksella, vaan hyvinvoivan ja työstään nauttivan työntekijän ansiosta. Tässä on tavoitetta meille jokaiselle.



Seminaarin juonsi yrityspalvelupäällikkö Maria Ahvenniemi JPYP:stä (Kuva: Marjo Vistiaho).

Marjo Vistiaho
KM, korkeakouluasiamies
SeAMK Maakuntakorkeakoulu