

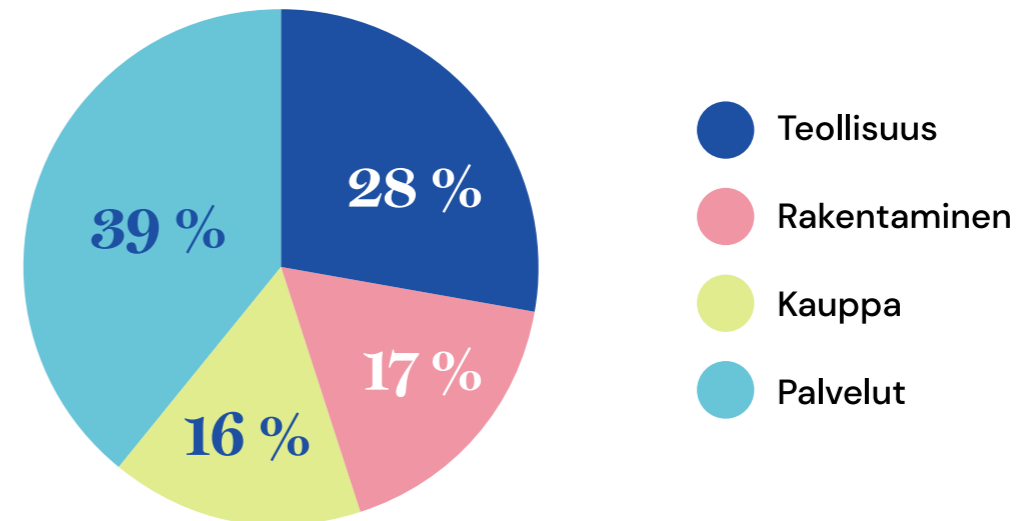
# Satakuntalaisten PK-yritysten kilpailu- kyvyn vahvistaminen osaavan työvoiman suhteen

Monen satakuntalaisen yrityksen kasvun esteeksi on muodostunut osaavan työvoiman saatavuus. Osaajapula on kansallinen haaste, mutta WorkFLOW People -kartoituksen tavoitteena oli selvittää, millaisilla keinoilla satakuntalaiset yritykset voisivat kuitenkin vahvistaa ja parantaa kilpailukykyään osaavan työvoiman suhteen. Kilpailukyvyllä tarkoitetaan tässä sekä tapoja lisätä pitovoimaa nykyisestä henkilöstöstä että keinoja parantaa yritysten vetovoimaisuutta ja yrityksissä avoinna olevien työpaikkojen kiinnostavuutta työnhakijoiden näkökulmasta.

Kartoitustyö toteutettiin loka-marraskuussa 2023. Kartoitus aloitettiin rekrytoinnin asiantuntijoiden haastatteluilla. Rekrytointialan asiantuntijoilta kysyttiin, millaisia vahvuuksia ja haasteita he näkevät kokemuksensa perusteella PK-yrityksissä. Heiltä kysyttiin myös mm. millainen on onnistunut rekrytointiprosessi, millaisia toimenpiteitä siihen sisältyy ja miten PK-yritysten kannattaisi pidemmällä aikavälillä rakentaa yrityksen vetovoimaa osaavasta työvoimasta. Haastatteluihin osallistui rekrytoinnin parissa työskenteleviä asiantuntijoita, osa kansallisesti toimivia ja osa Satakunnan alueelta. Haastatteluja tehtiin yhteensä seitsemän (7).

## VASTAAJIEN TOIMIALAJAKAUMA

Vastaajina 201 PK-yritystä Satakunnasta



Haastatteluja tehtiin myös satakuntalaisten PK-yritysten johdolle ja kysyttiin heiltä, miten he mm. kuvaavat osaajatilannetta, rekrytointiprosesseja ja millaisia keinoja he ovat jo käyttäneet pito- ja vetovoiman lisäämiseen. Haastatteluja tehtiin myös tähän kohderyhmään seitsemän (7). Aineistoa laajennettiin toteuttamalla 201 puhelinhaastattelua satakuntalaisille PK-yrityksille. Haastateltavat arvioivat osaajatarpeitaan sekä onnistumistaan rekrytoinneissa ja vetovoiman rakentamisessa. Haastatteluiden kohderyhmään kuuluivat satakuntalaiset 5–250 henkilöä työllistävät PK-yritykset, ja niissä vastaajina oli yrittäjä (pienissä), HR-johtaja tai -päällikkö, toimitusjohtaja tai rekrytointia itsenäisesti hoitavat esihenkilö.

Aineistoja analysoitiin, jotta löydettäisiin keinoja PK-yritysten kilpailukyvyn vahvistamiseksi osaavan työvoiman suhteen. Seuraavilla sivuilla joitain nostoja laajemmista tutkimusmateriaaleista: WorkFLOW kvalitatiivinen tutkimusraportti 6.10.2023 ja WorkFLOW kvantitatiivinen tutkimusraportti 29.11.2023.

**60 %** vastaa rekryointitarpeen perustuvan eniten liiketoiminnan kasvuun.



## Rekryointitarpeet

### Viimeisen 12 kk aikana:

- **84 %** vastaa rekrytoineensa 12 kk sisällä.
- Eniten rekrytointeja on ollut toimialalla palvelut (91%), vähiten teollisuudessa (73%).

### Seuraavan 12 kk aikana:

- **64 %** vastaa rekryointitarpeita olevan seuraavan noin 12 kk aikana.
- **Eniten tarpeita** on toimialoilla palvelut (71%) ja teollisuus (68%), vähemmän toimialoilla kauppa (55%) ja rakentaminen (50%).



## Haasteet rekrytoinnissa

### Viimeisen 12 kk aikana:

- **59 %** vastaajista on ollut vaikeuksia löytää hyviä työntekijöitä.
- **52 %** vastaa rekryointivaikeuksien johtuvan pääsääntöisesti siitä, että alan osaajia ei ole riittävästi Suomessa.
- **17 %** kokee että alueen vetovoima/oma paikkakunta/ Satakunta alueena ei ole houkutteleva.
- **14 %** vastasi että ala ei ole kiinnostava/on aliarvostettu esim. ei haluta ulkotöihin, joten hakijoista on puute.



## Rekryointikanavat & -keinot

### On käytetty, ja aiotaan käyttää:

- **81 %** oman henkilöstön suosittelut uusien työntekijöiden löytämiseksi.
- **72 %** oppilaitosyhteistyö/opinnäytetyöt/ oppisopimuskoulutuspolku.
- **71 %** rekrytoinnin huolellinen suunnittelu.
- **70 %** hakijakokemuksesta huolehtiminen.
- **64 %** sosiaalinen media.
- **59 %** TE-toimiston palvelut.
- **58 %** yrityksen yleisen tunnettuuden kasvattaminen.
- **54 %** työnantajamielikuvan rakentaminen.

### Ei ole käytetty, mutta voidaan harkita:

- **33 %** TE-toimiston rekryointikoulutukset.
- **25 %** suoramakukumppanin käyttäminen.
- **24 %** soveltuvuus-/persoonallisuustestien sisällyttäminen valintaprosessiin.
- **24 %** verkostoituminen (esim. osallistuminen rekryointimessuille tai oman alan tilaisuuksiin, joissa on mahdollista tavata potentiaalisia työnhakijoita).

### Ei ole käytetty, eikä aiota käyttää:

- **79 %** henkilöstövuokraus ulkomailta.
- **49 %** TE-toimiston rekryointikoulutukset.
- **49 %** soveltuvuus-/persoonallisuustestien sisällyttäminen valintaprosesseihin.
- **48 %** tarjottavan tehtävänkuvan muokkaus hakijoiden profiiliin mukaan.

*Keinovalikoima käytetyistä ja tulevaisuudessakin käytettävistä on sitä laajempi mitä isommasta yrityksestä on kyse. Keinovalikoimissa on eroa toimialoittain.*

Poimintoja rekry-asiantuntijoiden haastatteluista – yleisiä huomioita PK-yritysten vahvuuksista ja kehittämiskohteista

## Havainnot vetovoimasta

- Pienemmässä yrityksessä työntekijän on helpompi kokea olevansa tärkeä osa työyhteisöä; tulevana kohdatuksi ihmisenä ja yksilönä niin työkavereiden kuin esihenkilöidenkin toimesta; työntekijä ei ole vain ”osa koneistoa”.
- Pieni valtaetäisyys yrityksen johtoon antaa niin ammatti- kuin asiantuntijatehtävissäkin oleville mahdollisuuden pyrkiä vaikuttamaan omiin työtehtäviin ja työnteon tapoihin; uudet ideat ja epäkohdat on mahdollista osoittaa suoraan päättävälle taholle ilman välikäsiä ja turhaa byrokratiaa.
- Toisin kuin isommissa yrityksissä PK-yrityksissä työntekijöiden toimenkuvaa ei ole välttämättä määritelty ja lokeroitu kovinkaan tiukasti > Työntekijän ei tarvitse keskittyä vain yhteen asiantuntijuuden osaan.



**Työn jatkuvuuden merkitys korostuu, mikäli potentiaalinen osaaja joutuu muuttamaan työskentelypaikkakunnalle kaukaa, toisesta kaupungista tai jopa maasta. Omaa elämää ja mahdollisesti koko perhettä ei haluta siirtää paikasta toiseen, mikäli työn jatko on epävarmaa.**

- Monissa PK-yrityksissä ei ymmärretä rakentaa tietoisesti ja järjestelmällisesti omaa työnantajakuvaan vaan luotetaan siihen, että pelkkä tieto avoimesta työpaikasta riittää osaajien houkuttelemiseksi.
- Ulkoiseen viestintään ei panosteta tai sitä ei osata tehdä tavalla, joka tavoittaisi potentiaalisia osaajia ja työntekijöitä. Tässä yhteydessä viitattiin sosiaalisen median kanaviin: näitä ei hyödynnetä työnantajakuvaan ja tunnettuuden rakentamisessa.
- PK-yrityksen tunnettuus ja vakaa työnantajamielikuva lisäävät yrityksen vetovoimaa herättämällä luottamusta potentiaalisissa työntekijöissä > Yritykseen hakeutumista ei nähdä itselle ammatillisena riskinä.
- Laadukkaat tuotteet ja modernit työkalut nostavat myös itse työtehtävän houkuttelevuutta > Halutaan päästä työskentelemään laadukkaiden tuotteiden parissa hyvillä välineillä. Hyvä tuote, jota kelpaa suunnitella, kehittää ja myydä.
- Työntekijäkokemus vaikuttaa ennen kaikkea yrityksen vetovoimaisuuteen nykyisten työntekijöiden keskuudessa, mutta toisaalta ”hyvä kello kauas kuuluu” eli työntekijäkokemuksen kannalta hyvämaineinen yritys kykenee houkuttelemaan paremmin myös potentiaalisia uusia työntekijöitä.
- Myönteistä työntekijäkokemusta rakentaa suuresti yrityksen johto ja johtamisen tavat; huonon johtajan ja johtamisen maine kiirii helposti myös potentiaalisten työntekijöiden korviin, mikä vähentää yrityksen houkuttelevuutta näiden silmissä.

# Yleisiä haasteita PK-yritysten rekrytointiprosessissa

Useimmat tutkimukseen osallistuneet rekryasiantuntijat katsoivat, että PK-yrityksissä löytyy kehittämiskohteita rekrytointiprosessin eri vaiheissa. Haastatteluissa eri asiantuntijat nostivat esille muutamia epäkohtia, joihin ainakin kannattaa kiinnittää huomiota.

## YLEISET HAASTEET & HEIKKOUDET



**Yrityksen sisällä ei ole rekrytointi-osaamista eivätkä PK-yritykset hyödynnä ulkopuolisia rekrytoinnin asiantuntijoita > rekrytointiprosessiin ei käytetä riittävästi aikaa ja rahaa.**



**Osaajien houkutteluun keskitytään vain rekrytointiprosessin ollessa käynnissä > ei panosteta jatkuvaan työnantajamielikuvan rakentamiseen.**

## VÄLTÄ AINAKIN NÄMÄ SUDENKUOPAT

1

### Alkuvalmistelut

- Rekrytoinnin tarvetta ei ennakoida > havahdutaan vasta kun välitön tarve osajalle.
- Rekrytointi-ilmoitukset ovat heikkolaatuisia.
- Ei hyödynnetä monipuolisesti erilaisia moderneja rekrytointikanavia.

2

### Valintaprosessi

- Hakijaviestintä on valintaprosessin aikana vähäistä tai puuttuu kokonaan.
- Valintaprosessi jää pintapuoliseksi > haastattelu-prosessi on kevyt eikä päätöksenteossa hyödynnetä soveltuvuusarvioiteja tai kontaktoida suosittelijoita.

3

### Jälkitoimet

- Hylkäämispäätöksen saaneisiin hakijoihin ei olla yhteydessä > hakijaviestintä jää myös tässä kohtaa prosessia heikoksi.

4

### Uuden työntekijän integrointi

- Uusia työntekijöitä ei auteta integroitumaan riittävän hyvin osaksi työpaikkaa ja työyhteisöä.



## KRITEERIT TÄHTIOPPILAALLE\*

# Millainen PK-yritys olisi parempi kuin muut osaajien rekrytoinnissa?

### Ennakoi ja suunnittelee

- Osaa varata rekrytointiin riittävästi aikaa
- On miettinyt etukäteen millainen henkilö yritykseen halutaan rekrytoida
- Valitsee rekrytointikanavat aina kohderyhmän mukaan

### Panostaa miellyttävään hakijakokemukseen

- Ymmärtää työntekijöiden merkityksen yritykselle
- Panostaa uuden työntekijän perehdytykseen
- Ei jätä uutta työntekijää "oman onnensa nojaan"
- On tietoinen rekrytointia säätelevistä laeista ja noudattaa niitä

### Mainostaa

- Tuo näyttävästi esille omaa osaajatarvettaan
- Herättää työntekijöiden mielenkiinnon hauskoilla kampanjoilla

### Laatii kattavan rekrytointi-ilmoituksen

- Sisältää tehtävän kuvauksen, mitä hakijalta toivotaan ja vaaditaan

\* Laadittu kvalitatiivisen tutkimuksen pohjalta, seitsemää rekrytoinnin asiantuntijaa haastatellen.



## KRITEERIT TÄHTIOPPILAALLE\*

# Millainen PK-yritys olisi parempi kuin muut osaajien houkuttelemisessa ja vetovoiman rakentamisessa?

### Satsaa työnantajamielikuvan rakentamiseen

- Tekee jatkuvasti töitä sen eteen, että yritys nähdään houkuttelevana työpaikkana
- Pitää työnantajamielikuvan rakentamista tärkeänä osana liiketoimintaa
- Tiedostaa, että työnantajamielikuvan rakentamiseen tarvitaan erityistä osaamista
- Lunastaa lupauksensa; toimii arvojensa mukaisesti

### Panostaa myönteiseen työntekijäkokemukseen

- Omaa avoimen ja ihmiset huomioivan henkilöstöhallinnon
- Ymmärtää työntekijöiden merkityksen yritykselle
- Näkee ihmiset yrityksen voimavarana; kohtelee nykyisiä työntekijöitä hyvin

### Huolehtii yrityksen positiivisesta näkyvyydestä

- Johto viestii ulospäin omia ja yrityksen arvoja
- Käyttää hyväkseen eri kanavia, mm. sosiaalinen media
- Osallistaa koko työyhteisöä myönteisen näkyvyyden vahvistamiseen
- Hyödyntää tarvittaessa asiantuntijoiden apua markkinoinnissa

\* Laadittu kvalitatiivisen tutkimuksen pohjalta, seitsemää rekrytoinnin asiantuntijaa haastatellen.