



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

Viite:

Syrjälä, P. (3.7.2021). Työnantajamielikuvan kehittämällä kestävään kasvuun. *Ilkka-Pohjalainen*, 18.



# Työnantajamielikuvan kehittämällä kestävään kasvuun

Kauppakamarin keväällä teetettämän kyselyn mukaan yrityksiä huolehtaa osaavan työvoiman saatavuus. Työvoiman saatavuus nousi merkittävämmäksi toimintaympäristöä parantavaksi tekijäksi valtakunnallisesti 57 prosentilla kyselyyn vastanneista. Etelä-Pohjanmaalla vastaavan luvun ollessa peräti 69 prosenttia. Kauppakamarin kyselyssä työvoiman saatavuuden parantamiseksi palloa heitettiin tuoreiden kuntapäätäjien suuntaan (Etelä-Pohjanmaan kauppakamari, 2021).

Kunnilla ja kaupungeilla on toki merkittävä rooli esimerkiksi koulutusmahdollisuuksien suhteen ja sen suhteen, miten houkuttelevina asuinympäristöinä ne koetaan. Lukuisat tutkimukset kuitenkin osoittavat, että työnantajamielikuvalla on valtavan suuri merkitys sille, miten hyvin yritys onnistuu saamaan osaavaa työvoimaa.

Olen toki sitä mieltä, että kun-

nat ja kaupungit ovat yritysten tärkeimpiä kumppaneita osaavan työvoiman houkuttelemisessa. Siitä huolimatta uskaltaisoin heittää palloa tämän suhteen ainakin osittain takaisin myös alueen yrityksille. Jos avoimiin työpaikkoihin ei tule oikeanlaisia, hyviä hakemuksia tai vaihtuvuus yrityksessä on suurta, voi olla syytä pyyhähtyä tarkastelemaan myös omaa työnantajamielikuvaa.

**Jokaisella yrityksellä** on työnantajamielikuva, johdettiin sitä tai ei. Jotta sitä on mahdollista suunnitelmallisesti johtaa ja kehittää, on tiedettävä, millainen se on nyt. Lisäksi on tiedettävä tai sovittava kuka sen kehittämistä on ensisijaisesti vastuussa. Työnantajamielikuvan kehittäminen on pitkäjänteistä, koko yrityksen läpileikkaavaa työtä, sille täytyy olla suunnitelma ja joku, joka huolehtii siitä, että suunnitelma toteutuu.

Työnantajamielikuva muodostuu ihan kaikesta, mitä yritys tekee tai jättää tekemättä. Miten se toimii, miten se hoitaa asiakkaitaan, millainen yhteistyökumppani se on, miten se markkinoi ja viestii, millaisia työntekijöitä yrityksessä on, miten he viestivät työnantajastaan, millainen yrityskulttuuri on, miten johdetaan, millainen palkka ja muut edut, miten rekrytoinnit hoidetaan. Lista on loputon.

**Yksinkertaisesti** kysymys on kuitenkin siitä, onko yritys kiinnostava niiden henkilöiden silmissä, joiden halutaan työskentelevän yrityksessä. Jotta voidaan tietää, kenen halutaan työskentelevän yrityksessä, on tunnistettava olemassa olevat osaamistarpeet ja yrityksestä tällä hetkellä löytyvä osaaminen. Osaamisaukkoja täydentämään pyritään löytämään parhaat mahdolliset tekijät. Kun

tiedetään, millaisia työntekijöitä tarvitaan, tulisi selvittää se, millaisena nämä näkevät yrityksen työnantajamielikuvan ja millaisia asioita unelmatyöntekijät arvostavat potentiaalisessa työnantajassa.

Työnantajamielikuva ei voi olla vain pinnan kiillottelua ja kauniita sanoja. Niiden avulla saatetaan kyllä onnistua houkuttelemaan hyviä työntekijöitä, mutta pitäminen onkin sitten jo vaikeampaa, jos totuus ei vastaa annettua mielikuvaa. Hyvän työnantajakuvan rakentaminen ja ylläpitäminen on loppuen lopuksi hyvin yksinkertaista. Riittää, että on oikeasti hyvä työnantaja ja tuo tätä esiin kaikin mahdollisin keinoin. Ja kun halutaan houkutelua oman toimialan parhaat osaajat, on oltava paras työnantaja.

**Piritta Syrjälä**

projektipäällikkö

SeAMKin Pienten yritysten ketterät strategiat -hanke