

Sinikka Mynttinen

Nuoret ja puutuoteteollisuus

Nuorten rekrytoiminen opiskelemaan ja työskentelemään puutuotealalla on jo pitkään osoittautunut haasteelliseksi. Nuorten alhaista kiinnostusta alaa kohtaan osoittavat ennen kaikkea peruskoulun jälkeen puualalle pyrkivien ensisijaisten hakijoiden pienenevät määrät. Myös opintonsa keskeyttäneiden määrä on suuri.

Onkin selvää, että puutuoteala tulee kärsimään pulaa osaavista nuorista työntekijöistä, joilla on aitoa kiinnostusta alaa kohtaan, ellei alan vetovoimaisuutta pystytä parantamaan. Samanaikaisesti nopea teknologian ja vaativien tuotantoprosessien kehitys alan teollisuudessa vaatii sekä motivoituneita että yhä pätevämpiä työntekijöitä, jotka ovat kykeneviä tuottamaan ja toteuttamaan myös uusia ratkaisuja – innovaatioita – puutuotealalle. Onkin arvioitu, että saavuttaakseen pitkän aikavälin tavoitteen sa puutuoteteollisuuden rekrytointitarve olisi 1 300–1 400 henkilöä vuodessa. Määrällisesti suurin tarve on työntekijöistä, jotka ovat suorittaneet puualan perustutkinnon ammatillisissa oppilaitoksissa. Tosi-asiassa vähemmän kuin puolet rekrytointitarpeesta valmistuu vuosittain alan oppilaitoksista. Lisäksi uhkana on, että tilannetta huonontaa tulevaisuudessa suurten ikäluokkien siirtyminen eläkkeelle. Kaiken kaikkiaan, edellä kuvattu kehitys ei voi olla vaikuttamatta kilpailukykyyn alalla, jolla on merkittävä rooli Suomen taloudessa ja jonka suhteellisen merkityksen metsäteollisuuden toimialojen joukossa arvioidaan jopa kasvavan.

Aiheeseen liittyvien aikaisempien tutkimusten pohjalta ei ole löydetty mitään sellaista puutuotealaan liittyvää ongelmaa tai puutetta, joka sinällään

johtaisi alan heikkoon vetovoimaisuuteen nuorten keskuudessa. Näyttäisi pikemminkin siltä, että alan merkityksellisyys nuorille on vähitellen hämärtynyt, eikä puutuoteala ole heille todellinen vaihtoehto opiskelu- ja työpaikaksi. Tässä artikkelissa tarkastellaan nuorten mielikuvia puutuoteteollisuudesta suhdenäkökulmasta sekä esitellään tiedotus- ja suhdetoiminnan keinoja alan vetovoimaisuuden parantamiseksi. Artikkelin perustuu väitöskirjatutkimukseen, joka toteutettiin satunnaisesti valituissa kouluissa, sekä peruskoulun 9.-luokkalaisten että ammatillisten oppilaitosten puualan perustutkinto-opiskelijoiden keskuudessa. Tutkimusaineisto koostui 613 kyselylomakkeesta.

Organisaation suhdetoiminta eli julkisuustyö (PR eli Public Relations) on organisaation tavoitteellista, suunniteltua ja jatkuvaa toimintaa, joka pyrkii aikaansaamaan ja ylläpitämään organisaation ja sen yleisöjen välistä yhteisymmärrystä ja luottamusta. Tutkimuksessa suhdenäkökulman katsottiin sisältävän sekä puutuoteteollisuuden sidosryhmäsuhteisiin liittyvän viestinnän että puutuoteteollisuuden suhdetoiminnan, jota lähestyttiin moniulotteisena ilmiönä: puutuoteteollisuuden vilpittömyys ja osaminen työnantajana, panostus nuoriin, kiinnostus lähialueen hyvinvoinnista sekä nuorille läheisistä kysymyksistä, nuorten arvostus työntekijöinä sekä alan avoimuus. Lisäksi tarkasteltiin alan mainetta, nuorten ja puutuoteteollisuuden arvojen samanlaisuutta, puutuotealan luotettavuutta sekä nuorten tyytyväisyyttä alaan. Tutkimuksessa otettiin myös huomioon nuorten taustatekijät ja erilainen kiinnostus puutuoteteollisuutta kohtaan.

Taulukko 1. Puualan aloituspaikkojen, alalle ensisijaisesti hakeutuneiden ja alalla aloittaneiden määrät vuosina 2000–2006.

Vuosi	Puualan ammatillinen perustutkintokoulutus			
	Aloituspaikat	Ensisijaiset hakijat yhteishaussa	Aloittaneet opiskelijat	Valmistuneet opiskelijat
2000	857	633	731	508
2001	1225	821	681	524
2002	1062	700	590	87
2003	1105	766	618	376
2004	1017	742	604	351
2005	702	440	707	364
2006	732	484	713	356

Tutkimuksessa kartoitettiin, mitkä taustatekijät selittävät nuorten erilaista kiinnostusta puutuotealaa kohtaan ja mistä suhdetekijöistä nuorilla on erityisen heikko kuva. Lisäksi tutkittiin, mitkä tekijät ovat keskeisessä asemassa suhteen kehittämiseksi vähän ja paljon alasta kiinnostuneiden nuorten keskuudessa. Nuorten ja puutuoteteollisuuden välisessä suhteessa vaikuttavien tekijöiden arviointi perustui nuorten mielikuvien tarkasteluun, ei niinkään heidän tietoihinsa alasta. Nämä mielikuvat perustuvat osittain tosiasioille ja nuorten omille havainnoille, mutta myös irralliselle ja satunnaiselle informaatiolle, esim. kuulopuheille.

Nuorten tausta ja kiinnostus puualaa kohtaan

Monille peruskoulun viimeisen luokan oppilaille puutuoteteollisuus on tutkimuksen mukaan vieras (61 %) eikä heillä ole tietoa mahdollisuudesta opiskella alaa lähimmässä ammatillisessa oppilaitoksessa (57 %). Näyttäisi siltä, että erityisesti maaseudun ja Pohjois-Suomen nuorten tiedot puualan opiskelumahdollisuuksista ovat heikot. Osittain tätä selittää se, että ammatilliset oppilaitokset sijaitsevat pääasiassa kaupungeissa. Toisaalta kaupunkilaisnuoret tuntuvat olevan vieraantuneempia puutuoteteollisuudesta kuin maaseudulla asuvat. Puutuoteteollisuutta koskevan suhdetoiminnan suunnittelussa erityistä huomioita olisi kiinnitettävä tyttöihin, joille ala on vieraampi kuin pojille. Sen sijaan nuorille,

joiden vanhemmat työskentelevät puutuoteteollisuudessa, ala on tutumpi. He ovat myös muita paremmin tietoisia puualan opiskelumahdollisuuksista. On kuitenkin syytä huomata, että he eivät juuri eroa mielikuvissaan muista nuorista. Tämä nostaa esiin myös kysymyksen puutuoteteollisuuden sisäisestä viestinnästä ja suhdetoiminnasta.

Nuoret jakaantuivat neljään kiinnostusryhmään sen perusteella, miten tärkeänä alana he pitivät puutuoteteollisuutta Suomessa sekä miten suuri henkilökohtainen merkitys sillä on heille: 1) hyvin vähän kiinnostuneet oppilaat, 2) välinpitämättömät oppilaat, 3) puutuoteteollisuutta arvostavat oppilaat ja 4) paljon kiinnostuneet oppilaat. Tulosten mukaan sekä heikko tietämys mahdollisuuksista opiskella puualaa lähimmässä ammatillisessa oppilaitoksessa että alan vieraus liittyvät alhaiseen kiinnostukseen puutuoteteollisuutta kohtaan. Erityisesti tytöt edustivat tätä ryhmää. Toisaalta, enemmän kuin puolet oppilaista, joille puutuoteteollisuus oli yhdentekevä, aikoi opiskella tai työskennellä alalla. Itse asiassa suuri osa tästä ryhmästä oli jo opiskelemassa puualan perustutkintoa. Huomattava osa oppilaista, jotka arvostivat puutuoteteollisuutta teollisuudenalana Suomessa, olivat tietämättömiä puualan opiskelumahdollisuuksista. Ala oli heille myös vieras. Sen sijaan paljon kiinnostuneille oppilaille ala oli melko tuttu ja he olivat myös tietoisia opiskelumahdollisuuksista. Silti vain puolet tästä ryhmästä aikoi opiskella tai työskennellä alalla. Toisaalta on mielenkiintoista, että merkittävä joukko, lähes neljännes, peruskoulun viimeisen luokan oppilaista il-

moitti olevansa erittäin kiinnostunut puutuotealasta. Heistäkin tosin vain kahdella prosentilla oli aiko- muksia hakeutua alalle.

Keinoja puutuoteteollisuuden vetovoimaisuuden parantamiseksi

Koska julkisuustyön näkökulmasta organisaatio- yleisö-suhde on luonteeltaan moniulotteinen ilmiö, myös puutuotealaan liittyvän tiedotus- ja suhde- toiminnan tulisi täyttää useita erilaisia tarpeita. Lisäksi eri kiinnostusryhmiin kuuluvat nuoret arvioivat puutuoteteollisuutta erilaisten asioiden kautta. Sen mukaisesti myös julkisuustyön toimenpiteiden tuli- si olla erilaisia eri kiinnostusryhmissä. Puutuotealan suhdetoimintaa sekä tehokasta ja johdonmukaista viestintää tuleekin kehittää, ei ainoastaan paranta- malla puutuotealan näkyvyyttä nuorten keskuudes- sa, vaan myös luomalla mahdollisuuksia samaistua alaan.

Puutuotealasta selvästi kiinnostuneet nuoret ovat to- dennäköisimpiä hakijoita alalle. Tutkimuksen mukaan heidän keskuudessaan tyytyväisyydellä alaa kohtaan näyttäisi myös olevan jonkinlainen yhteys aikomuk- siin opiskella ja työskennellä puutuotealalla. Lisäksi se seikka, että monille puualan perustutkintoa opise- keleville ala tuntuisi olevan yhdentekevä, korostaa tarvetta saada puutuotealalle enemmän siitä aidosti kiinnostuneita ja motivoituneita opiskelijoita. Lopuksi on huomattava, että alan rekrytointi-ilmapiirin paran- taminen edellyttää monipuolista julkisuustyötä myös alasta vähän kiinnostuneiden nuorten parissa.

Tutkimuksen johtopäätökset tarjoavat työkaluja ennen kaikkea puutuoteteollisuudelle itselleen sekä sen edunvalvonnalle julkisuustyön suunnitteluun ja toteutukseen. Toiseksi niiden tulisi auttaa koulutus- politiikan päättäjiä pyrkimyksissä kehittää koulutus- järjestelmää tarkoituksenmukaisemmaksi houkutte- lemaan motivoituneita ja osaavia nuoria puutuote- alalle. Kolmanneksi peruskoulujen ja ammatillisten oppilaitosten henkilökunta voi käyttää tutkimuksen tuloksia opetuksen suunnittelussa ja toteutuksessa. Lopuksi johtopäätökset haastavat myös julkisia tie- dotusvälineitä kehittämään puutuoteteollisuutta kos- kevaa viestintää. Seuraavassa tuodaan esiin tutki- muksen pohjalta nousseita näkökulmia puutuote- teollisuuden vetovoimaisuuden lisäämiseksi alasta

jo kiinnostuneiden nuorten keskuudessa sekä niiden nuorten parissa, joille ala on vieras ja kiinnostus sitä kohtaan vähäistä.

Julkisuustyö puutuotealasta kiinnostuneiden nuorten keskuudessa

Puualan perustutkintoa ammatillisissa oppilaitoksis- sa opiskelevien lisäksi myös peruskouluissa on huo- mattava joukko puualasta kiinnostuneita oppilaita. Heille puutuoteteollisuus on tyypillisesti tuttu ja he ovat myös tietoisia siihen liittyvistä opiskelumah- dollisuuksista. Puutuotealasta kiinnostuneet nuoret ovat osallistuneet vapaaehtoisille puutyön tunneil- le, vierailleet puutuoteteollisuudessa tai olleet har- joittelemassa alalla. Kiinnostuksesta huolimatta tar- vitaan tehokkaita julkisuustyön panostuksia heidän alalle saamiseksi.

Tutkimuksen mukaan puutuoteteollisuuden maine on suhteellisen hyvä puualasta kiinnostuneiden nuor- ten mielissä. Tämä koski sekä alan mainetta rehtinä työnantajana että teknisenä osaajana. Myös puutuote- teollisuutta koskeva uutisointi joukkotiedotusvälineissä samoin kuin alasta kiinnostuneille suunnattu vuoro- vaikutteinen viestintä koettiin enimmäkseen virheet- tömäksi ja tasapuoliseksi. Puutuotealan vuorovaikut- teisen viestinnän huolellinen suunnittelu ja toteutus sekä alan mediasuhteet ovatkin tärkeässä asemassa viestintäratkaisuissa, sillä ne ovat yhteydessä pait- si mielikuviin alan luotettavuudesta myös koettuun tyytyväisyyteen puutuoteteollisuutta kohtaan. Puu- tuoteteollisuuden on siten tärkeää huolehtia jatkossa- kin riittävästä, myös positiivisia uutisia sisältävästä esilläolosta mediassa samoin kuin viestien yhden- mukaisuudesta erilaisissa vuorovaikutustilanteissa nuorten kanssa. Tämän toteutumiseksi tarvitaan aktiivisuutta median suuntaan, sillä joukkotiedotusvä- lineillä on luonnollisesti suuri rooli mediainforma- tion sisällöstä päätettäessä.

On mielenkiintoista, että kolmas tutkimuksessa esiin noussut viestinnän muoto, rekrytointiviestintä, osoittautui alasta kiinnostuneiden nuorten silmissä riittämättömäksi. Puutuoteteollisuudesta kiinnostu- neille nuorille tulisikin jakaa enemmän tietoa alan kehitysaskelista ja sen tarjoamista mahdollisuuksis- ta. Esimerkiksi julkaisuja, jotka tuovat esiin puutuote- alalla tapahtunutta kehitystä, olisi hyvä olla op-

pilaiden saatavilla peruskoulun puutyön tunneilla. Tutkimus osoittaa kuitenkin, että erilaiset vuorovai-
kutteiset rekrytointitoimet ovat vaikuttavampia kuin pelkkä informaation jakaminen. Nuorten tulisikin saada paitsi helposti ja riittävästi tietoa alasta myös mahdollisuuksia vuorovaiikutteiseen kanssakäymiseen puutuoteollisuuden edustajien kanssa. Siten kiinnostuneille nuorille olisi tarjottava kokemuksia puutuotealasta ja sitä kautta mahdollistaa alaan samaistuminen.

Jotta rekrytointiviestintä voitaisiin kohdistaa nimenomaan puutuotealasta kiinnostuneille nuorille, vaaditaan alan toimijoilta hyvää yhteistyötä yläkoulujen opettajien ja oppilaanohjaajien kanssa. Lisäksi kouluissa pitäisi olla hyvä tuntemus puualasta työnantajana ja työpaikkana. Esitteissä ja kouluissa annettavan tiedon ohella tutustumisretket puualan tehtaille, ammatillisiin oppilaitoksiin sekä rekrytointimessuille ovat tärkeitä tapahtumia, sillä niissä nuoret voivat tutustua puualan toimijoihin ja alan moninaiisiin työtehtäviin. Erityisesti Internetistä on nopeasti tullut keskeinen viestintäväline nuorten keskuudessa. Internet, joka yhdistää tekstiä, ääntä, kuvaa, liikettä sekä tuottaa mahdollisesti reaaliaikais-
ta vuorovaiikutusta, tarjoaa laajoja mahdollisuuksia viestintään puutuotealasta kiinnostuneiden nuorten kanssa: keskustelupalstoja, palautemahdollisuuksia, kommenttipalstoja, informaatiota alan yrityksistä, kuvauksia henkilökunnasta sekä yhteystietoja. Erityisesti Internetissä toimivan sosiaalisen median lukuisat mahdollisuudet tavoittaa alasta kiinnostuneita nuoria tulisi ottaa ennakkoluulottomasti käyttöön.

Toisaalta tutkimuksen mukaan pelkkä viestinnän parantaminen ei riitä. Kaiken kaikkiaan puutuoteollisuuden toiminnalla on keskeinen rooli pyrittäessä edistämään alan uskottavuutta nuorten keskuudessa sekä osoittamaan kiinnostusta molempia osapuolia hyödyttävään yhteistyöhön. Niinpä puutuoteollisuuden tulisikin panostaa systemaattisesti erilaisiin suhdetoiminnan osa-alueisiin. Niiden havaittiin olevan myös yhteydessä mielikuviiin alan luotettavuudesta ja nuorten tyytyväisyyteen alaa kohtaan. On muistettava, että erityisesti puualasta kiinnostuneiden nuorten keskuudessa tyytyväisyys alaa kohtaan vaikutti aikomuksiin opiskella ja työkennellä puutuoteollisuudessa.

Nuoret odottavat puutuoteollisuudelta entistä vahvempaa näyttöä sitoutumisesta nuoriin, jotka

ovat alasta kiinnostuneita. Tämä tarjoaa mahdollisuuden parantaa puualan vetovoimaisuutta tulevaisuuden kumppanina osoittamalla arvostusta nuoria kohtaan tulevina työntekijöinä. Tämä edellyttää toimintaa, joka ottaa nuoret entistä paremmin huomioon alan suhdetoiminnassa. Nuorten kokemuksia halutuin ja arvostettuina työntekijöinä tulisi vahvistaa esimerkiksi järjestämällä puualan esittelyitä ja kilpailuja kouluille, oppilaille vierailuja tehtaille sekä nuorille mahdollisuuksia kesätöihin ja harjoitteluun. Kaiken kaikkiaan tiiviimpi yhteistyö puutyön opettajien sekä oppilaanohjaajien kanssa koko yläkoulun ajan on avainasemassa niiden nuorten tavoittamiseksi, jotka todennäköisimmin ovat kiinnostuneita alasta. Yhteistyöhön voisi kuulua myös puutyön opettajien TET, työelämään tutustumisjakso puutuoteollisuudessa, jolloin heillä olisi mahdollisuus päivittää tietojaan ja taitojaan alasta.

Tiivis yhteistyö myös alan oppilaitosten kanssa voisi tarjota puualasta kiinnostuneille nuorille entistä enemmän mahdollisuuksia paitsi vierailulla ammatillisten oppilaitosten puualan koulutusohjelmis-
sa myös toteuttaa yhteisiä projekteja jo yläkoulu-
vuosina. Kaiken kaikkiaan puualan näkyvämmät panostukset alan koulutukseen voisivat lisätä sen vetovoimaisuutta lahjakkaiden, alasta kiinnostuneiden nuorten keskuudessa. Voisipa Suomessa toimia puutuoteollisuuden tukemana korkeatasoinen alaan erikoistunut ammatillinen oppilaitos, samoin kuin meillä on informaatioteknologiaeollisuuden sponsoroima lukio, missä keskitytään erityisesti matemaattisiin aineisiin ja luonnontieteisiin.

Nuorten arvioidessa opiskeluvaihtoehtoja ja tulevan työnantajan luotettavuutta toiminnan avoimuudella on suuri merkitys. Voidaan sanoa, että kehitettäessä puutuotealan vetovoimaisuutta nuorten keskuudessa alan avoin tiedottaminen sekä ajan-
kohtaisista asioista että tulevaisuuden näkymistä on keskeisessä asemassa. Lisäksi tutkimuksen mukaan puutuotealan vahvempi mukanaolo sosiaalisesti vastuullisessa toiminnassa, kuten ympäristö-
asioiden hoidossa ja erilaisten haittojen vähentämisessä tuotantolaitosten läheisyydessä, kuten hajuu-,
melu- ja jätehaitat, on myös yksi keino vaikuttaa puualan houkuttelevuuteen siitä kiinnostuneiden nuorten joukossa.

Julkisuustyö vähän kiinnostuneiden nuorten keskuudessa

Jotta yleistä puutuoteteollisuuden rekrytointi-ilma-
piiriä voitaisiin edistää, pitäisi alan tunnettuutta pa-
rantaa ja myönteisiä mielikuvia tuottaa myös niille
nuorille, joita ala ei kiinnosta. Tämä ryhmä muo-
dostuu pääasiassa peruskoulun eri asteilla opiske-
levista nuorista, joille puutuoteala on tyypillisesti
vieras. He ovat myös enimmäkseen tietämättömiä
mahdollisuudesta opiskella puualaa läheisessä am-
matillisessa oppilaitoksessa. Lisäksi heidän mieli-
kuvansa puualasta ovat yleensä heikot. Nämä sei-
kat korostavat puutuoteteollisuuden omaa roolia, sa-
moin kuin puualan edunvalvonnan merkitystä, alan
näkyvyyden parantamisessa.

Nuorten omat arvot ja heidän mielikuvansa puu-
tuotealan arvoista osoittautuivat kohtalainen saman-
laisiksi puualasta vähän kiinnostuneiden nuorten
keskuudessa. Tämä tarjoaa hyvät lähtökohdat sa-
maistumiselle ja siten alan vetovoimaisuuden ke-
hittämiseksi. Tutkimuksen mukaan arvojen saman-
laisuus on yhteydessä nuorten käsityksiin puualan
luotettavuudesta eli mielikuviin alan toiminnan en-
nakoitavuudesta. Sen sijaan huomiota tulisi kiinnit-
tää puualan heikokseen maineeseen sekä rehtinä
työnantajana että alansa osajana. Maineella on ni-
mittäin vähän kiinnostuneiden nuorten keskuudessa
selkeä yhteys siihen, miten luotettavana toimijana
he puutuotealaa pitävät sekä miten tyytyväisiä he
alaan ovat. Mielikuvat puutuotealan maineesta luot-
tettavana, reiluna ja osaavana toimijana heijastavat
suuren yleisön lisäksi nuorille tärkeiden tahojen nä-
kemyksiä alasta. Onkin tärkeää kiinnittää huomiota
puutuotealan maineenhallintaan kuten toimintaym-
päristön seurantaan, yritysten omaan toimintaan, ris-
tiriitojen käsittelyyn sekä julkisuuden hallintaan. Li-
säksi tarvitaan läheistä yhteistyötä nuorille tärkeiden
tahojen kuten koulujen ja vanhempien kanssa. Puu-
tuoteteollisuus voisi esimerkiksi järjestää vanhem-
pailtoja tehtailla tai kouluissa, joissa alaa esiteltäi-
siin nuorten vanhemmille. Samalla myös opettajat
saisivat ajankohtaista tietoa alasta.

On ymmärrettävää, että julkisten tiedotusvälinei-
den rooli on merkittävä puutuotealaa tuntematto-
mien ja siitä hyvin vähän kiinnostuneiden nuorten
mielikuvien muokkaajana. Vaikka puutuoteteolli-
suuden todellinen toiminta ja siitä uutisointi on olen-

naista, aktiiviset ja hyvät mediasuhteet ovat myös
tärkeitä. Tutkimuksen mukaan puutuotealan näky-
vyyden lisäämiseksi tulisi tiedotusvälineissä alasta
välitettävän tiedon määrää ja sisältöä kehittää.
Lisäksi erilaisia nuoriin vetoavia viestintävälineitä
pitäisi käyttää hyväksi ennakkoluulottomasti. Sekä
Internet että televisio tarjoavat mahdollisuuksia
kuvata puualaa nuorille tarinankerronnan keinoin.
Televisiossa voisi esittää alan nykyaikaisia roolimal-
leja esimerkiksi tosi-tv-ohjelmissa, fiktiivisissä sar-
jaohjelmissa tai kilpailuissa. Erityisesti puutuote-
teollisuus ja alan edunvalvontaa hoitavat organisaat-
iot ovat keskeisessä asemassa alan näkyvyyden pa-
rantamisessa.

Kaiken kaikkiaan tutkimustulosten valossa kaik-
kia viestinnän muotoja olisi käytettävä johdonmu-
kaisesti. Erityisesti viestintävälineet, joita nuoret
tyypillisesti käyttävät ovat tärkeitä heidän tavoit-
tamisessaan. Siten julkisen tiedonvälityksen ohel-
la puutuoteteollisuuden tulisi käyttää aktiivisemmin
hyväksi vuorovaikutteista viestintää järjestämällä
tapahtumia sekä tilaisuuksia ryhmä- ja kahdenkes-
kisille keskusteluille nuorten kanssa. Vuorovaikut-
teista viestintää edistäisivät tehokkaampi internetin
hyväksikäyttö esim. sosiaalisen median avulla,
tutustumiskäynnit tehtailla ja puutuoteteollisuuden
edustajien vierailut peruskoulussa.

Tutkimuksen mukaan rekrytointiviestinnän mää-
rällä ei ole vaikutusta mielikuviin puutuoteteolli-
suuden luotettavuudesta. Tulokset näyttäisivät ole-
van ristiriidassa perinteisen käsityksen kanssa, jonka
mukaan rekrytointiviestinnällä olisi myönteisiä vai-
kutuksia nuorten mielikuviin alasta. Onkin mahdol-
lista, että puutuoteteollisuuden toiminnalla on suu-
rempi merkitys alasta vähän kiinnostuneille nuorille
kuin sillä, mitä ala rekrytointiviestinnässä itsestään
kertoo. Luonnollisesti toimintojen tulee olla yhden-
mukaisia eri viestintävälineiden tarjoamien viestien
kanssa. Mediasuhteiden ohella puutuoteteollisuuden
oma viestintä ja toiminta vaativat kehittämistä, jotta
alan näkyvyys ja kiinnostavuus nuorten keskuudessa
paranisi. Puutuoteteollisuuden näkyvyyttä voisi kas-
vattaa esimerkiksi olemalla mukana nuorille tärkeis-
sä tilanteissa, kuten sponsorina nuorisofestivaaleilla,
rock-konserteissa ja urheilutapahtumissa.

Alasta vähän kiinnostuneiden nuorten heikot
mielikuvat puutuoteteollisuuden luotettavuudes-
ta työnantajana heijastavat käsityksiä alasta, mis-

sä lupauksiin ja vilpittömyyteen ongelmatilanteissa ei aina voi luottaa ja missä työsuhteiden pysyvyys on yleisesti epävarmaa tai kilpailukykyinen palkka vaikea saavuttaa. Kun myös puutuoteteollisuuden maine luotettavana toimijana osoittautui heikoksi, tarvitaan monipuolista suhdetoimintaa ja tunnettuuden edistämistä ei vain nuorten, vaan myös median, opettajien ja vanhempien keskuudessa. Luotettavuuden parantaminen edellyttää tyypillisesti tiiviimpää kanssakäymistä osapuolten välillä. Se voisi saada useita muotoja, joissa koulujen opettajat, vanhemmat ja nuoret pääsisivät läheisempään kosketukseen puutuotealan kanssa.

Nuoret, jotka eivät ole kiinnostuneita puutuotealasta, pitivät sen ammattitaitoa kehittäviä toimia puutteellisina. Mitä ilmeisimmin puualan ei katsota panostavan riittävästi opetuksen kehittämiseen tai harjoittelupaikkojen, haasteellisten tehtävien ja uravaihtoehtojen tarjoamiseen nuorille. Tilanteen parantaminen edellyttää puualalta tiivistä yhteistyötä opetusalan viranomaisten ja ammatillisten oppilaitosten henkilökunnan kanssa. Näyttäisi siltä, että ammatilliseen osaamiseen tulisi kiinnittää huomiota erityisesti Etelä-Suomen ja Itä-Suomen alueilla, missä nuorilla on tietoa puualan opiskelumahdollisuuksista, mutta aikomukset opiskella tai työskennellä alalla ovat vähäiset. Nuorten ammattitaitoon panostamiselle tulisi saada myös näkyvyyttä esimerkiksi tukemalla ja rahoittamalla puualan ammattiin opiskelevien ja alan osaajien kilpailuja.

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että ammatillisen koulutuksen suosio on kasvanut viime vuosina merkittävästi nuorten keskuudessa. Myös kädentaitojen arvostuksen arvellaan parantuneen. Tässä tilanteessa on erityisen tärkeää, että puutuoteteollisuus pysyy kehityksessä mukana. Alan vetovoimaisuuden parantaminen opiskelu- ja työpaikkana nuorten keskuudessa on monimutkainen ja haasteellinen tehtävä. Tämän tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset ovat osaltaan tuoneet esiin tietoa siitä, kuinka pyrkii edesauttamaan puutuotealasta kiinnostuneiden nuorten halukkuutta ja valmiuksia hakeutua alalle ja toisaalta, miten parantaa alan tunnettuutta ja rekrytointi-ilmapiiiriä yleisemmin nuorten keskuudessa. Puutuoteteollisuuden vetovoimaisuuden parantamiseksi tarvitaan toisaalta alan edunvalvonnan ja opetusalan viranomaisten suunnittelemaa ja toteuttamaa monipuolista julkisuustyötä valtakunnallisella

tasolla, toisaalta puualan yritysten, peruskoulujen ja ammatillisten oppilaitosten vuorovaikutteista tiedotus- ja suhdetoimintaa sekä monipuolista yhteistyötä alue- ja paikallistasolla.

Kirjallisuutta

- Bruning, S.D. & Ledingham, J.A. 2000. Organization and key public relationships: testing the influence of the relationship dimensions in a business-to-business context. Julkaisussa: Ledingham, J.A. & Bruning, S.D. (eds.). Public relations as relationship management: a relational approach to the study and practice of public relations. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ. s. 159–173.
- Lehtonen, J. 1998. Yhteisöt ja julkisuus. Mainonnasta yhteiskunnalliseen keskusteluun. Julkaisussa: Kivikuru, U. & Kunelius, R. (toim.). Viestinnän jäljillä. WSOY, Juva.
- Metsäsektorin koulutuksen kehittäminen Suomessa. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2007:35. Yliopistopaino, Helsinki.
- Opetushallitus. WERA-web raportointipalvelu. Saatavissa: <https://www.data.opi.fi/wera/wera>.

■ MMT Sinikka Mynttinen, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Pienyrityskeskus
Sähköposti sinikka.mynttinen@pyk.hkkk.fi