Maahanmuuttajat työvoimana maaseudun yrityksissä

Merja Lähdesmäki
Timo Suutari

Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti

Hanketta rahoittaa Suomen Akatemian yhteydessä toimiva strategisen tutkimuksen neuvosto (STN). Sen tehtävä on rahoittaa pitkäjänteistä ja ohjelmamuotoista tutkimusta, joka tuottaa ratkaisuja merkittäviin suomalaisen yhteiskunnan haasteisiin. WWW.AKA.FI/STN

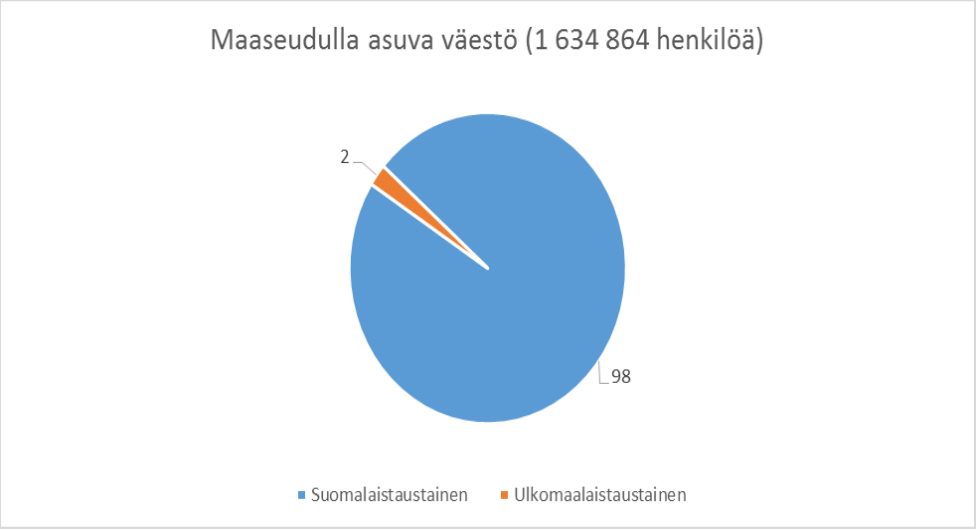
Projektet finansieras av rådet för strategisk forskning (RSF) vid Finlands Akademi. RSF har till uppgift att finansiera långsiktig forskning i programform vars ändamål är att finna lösningar på viktiga utmaningar i det finländska samhället. WWW.AKA.FI/SV/RSF

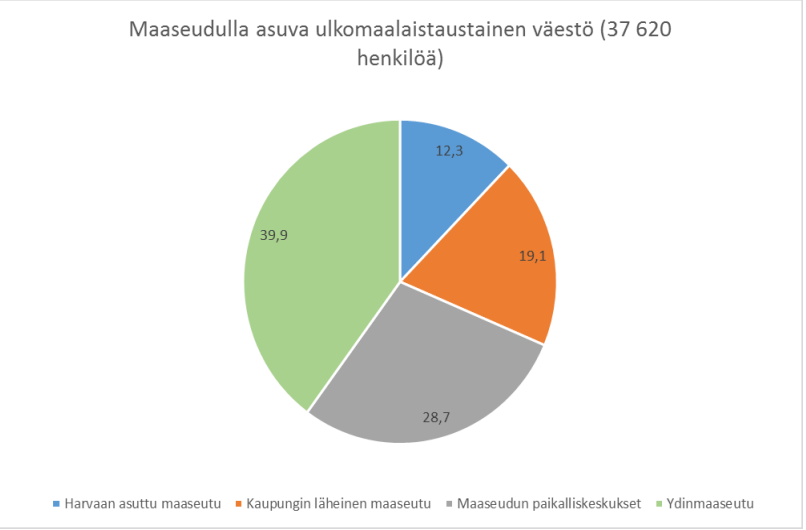
Tutkimuksen taustaa

- Työmarkkina-asema on merkittävä maahanmuuttajien yhteiskuntaan integroitumista määrittävä tekijä.
- Ulkomaalaistaustaiset muodostivat Suomessa vuonna 2014 noin kuusi prosenttia (144 000) kaikista 15–64-vuotiaista työllisistä.
- Maahanmuuttajien merkitys tulevaisuuden työikäisen väestön määrän säilyttäjänä ja taloudellisen hyvinvoinnin ylläpitämisessä.
- Aikaisempi tutkimus on tarkastellut maahanmuuttajien työllistymistä ja työmarkkina-asemaa pääosin maahanmuuttajien itsensä näkökulmasta.
- Tässä tutkimuksessa maahanmuuttajien työllistymistä tarkastellaan erityisesti pk-yrittäjien näkökulmasta.

Maahanmuuttajat maaseudulla

- Maaseudun yritysten toimintaedellytysten kannalta on välttämätöntä, että paikalliset työmarkkinat ovat toimivia ja että työikäisen väestön vähenemiseen kyetään vastaamaan.
- Yhtenä ratkaisuna on maahanmuuttajataustainen työvoima. Suurin osa ulkomaalaistaustaisesta väestöstä on kuitenkin sijoittunut suuriin kaupunkeihin.





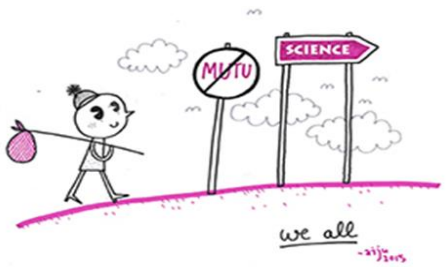
Lähde: Tilastokeskus 2016.

Tutkimusasetelma

- Tutkimus keskittyy maaseudulla toimivien pienten ja keskisuurten yritysten näkemyksiin maahanmuuttajista työvoimana.

- Se miten yrittäjät arvioivat maahanmuuttajia työvoimana vaikuttaa merkittävästi maahanmuuttajien asemaan yhteiskunnassa.

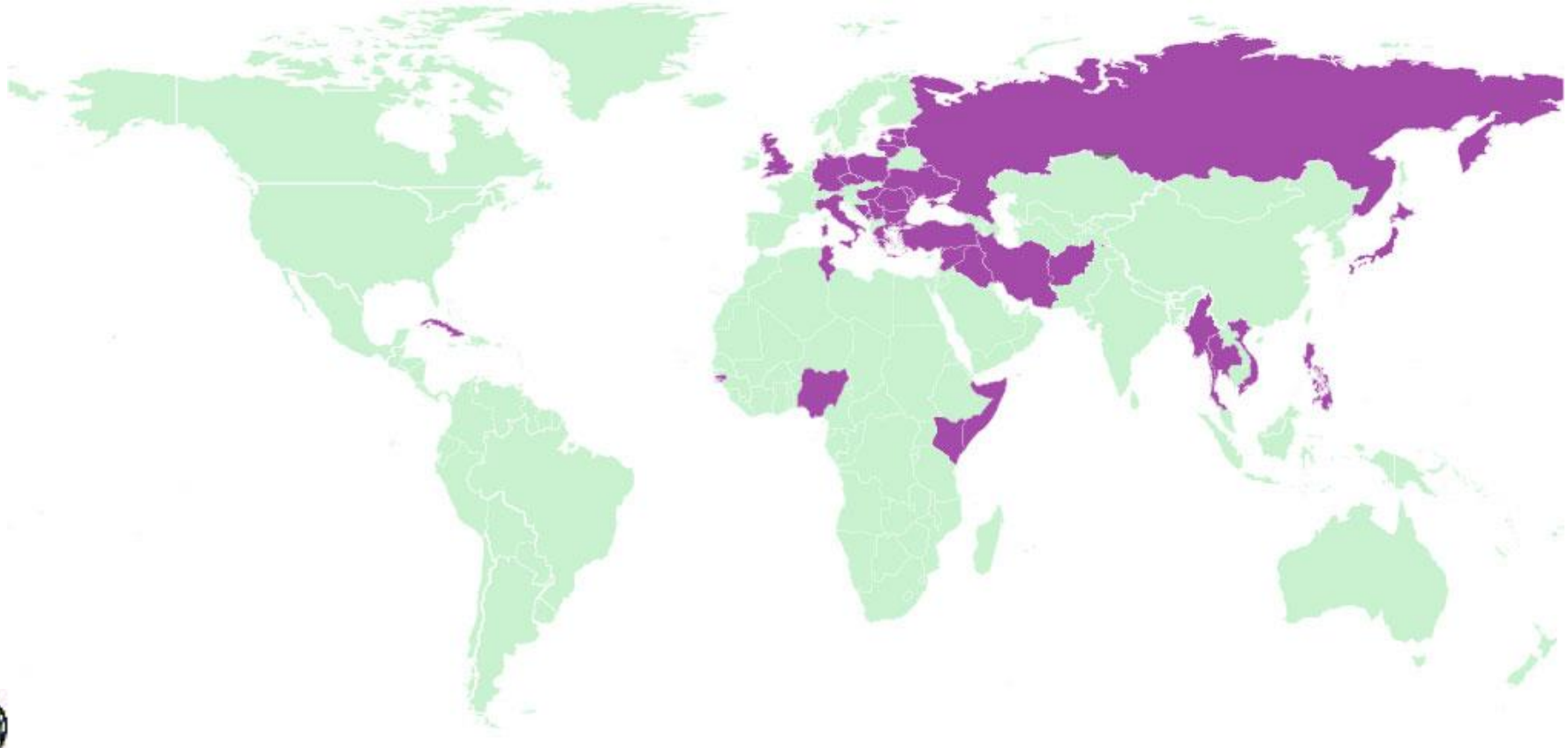
- Yritys asettaa itselleen ja siihen kohdistuu odotuksia, joihin sen tulee vastata voidakseen ansaita paikkansa yhteiskunnassa (esim. rekrytointitilanteet)
  - Yritykset käyttävät erilaisia toimintansa oikeuttamistapoja eli legitimointistrategioita esimerkiksi rekrytoidessaan työvoimaa.



Tutkimuksen toteutus

- Tutkimushaastattelut: 35 maaseudulla toimivaa yritystä eri puolilta Suomea (12 eri maakuntaa, 28 eri kuntaa).
- Haastattelumenetelmänä virikehaastattelu, jossa esitetään haastateltavalle kysymyksiä, väittämiä ja kuvia, joiden pohjalta keskustellaan.
- Yritysten valinta perustui seuraaville kriteereille:
  - Kokemuksia maahanmuuttajatyövoiman rekrytoinnista
  - Yrityksen maaseutusijainti (kansallinen kaupunki-maaseutu-luokitus).
- Haastattelut tehtiin kesä-joulukuun 2016 aikana.
- Haastateltujen yritysten toimialat: mm. alkutuotanto, elintarviketeollisuus, rakentaminen ja rakennusteollisuus, matkailu, kuljetus, koneenrakennus.
- Yritysten/toimipaikkojen koko: 5-175 työntekijää, keskiarvo 54 työntekijää.

Yritysten maahanmuuttajatyövoima - lähtömaat



Yritykset ja maahanmuuttajatyövoima

- Yritykset ovat vahvasti juurtuneita sijaintipaikkakunnilleen.

- Työvoiman saatavuuteen vaikuttavia tekijöitä:
  - Tiettyjen toimialojen ja työtehtävien vähäinen houkuttelevuus
  - Kantasuomalaisten työtekijöiden työasenne.
  - Hyvinvointiyhteiskunnan rakenteet ja koulutustarjonta: ammatillisen koulutuksen tila ja tulevaisuus.
  - Yrityksen maaseutusijainti.
  - Paikallinen kilpailu työntekijöistä.
  - Työmarkkinoiden toiminta alueellisesti ja paikallisesti. Esimerkiksi yrittäjän käsitys työssäkäyntialueesta ja työvoiman tarjonnasta saattaa erota viranomaisten käsityksistä.

Yritykset ja maahanmuuttajatyövoima

- Haastatelluissa yrityksissä ulkomaalaistaustainen työvoima tyypillisimmin ns. suorittavassa työssä. Erilaisilla taustoilla maahan tulleita ihmisiä, mukana myös turvapaikanhakijan statuksella tulleita.

- Yrityksen rooli on merkittävä, mutta yksinään varsin rajallinen kotouttamisessa. Yritykset jossain määrin pyrkivät myös tekemään asennekasvatusta.

- Tutkimuksen yritykset pääosin pieniä (alle 30 henkilöä) – näissä yrityksissä ei tasa-arvosuunnitelmaa eikä suunnitelmaa yhdenmukaisuuden edistämiseksi. Tasa-arvo- ja yhdenvertaisuuslainsäädäntö haastaa yritykset arvioimaan omia puhetapojaan ja käytäntöjään.

Maahanmuuttajatyövoiman rekrytoinnin oikeuttaminen

- Yritys on legitiimi silloin, kun sen tavoitteet ja keinot nähdään hyväksyttävinä siinä normi- ja arvoympäristössä, jossa yritys toimii (esim. Suchman 1995).
- Legitimiteetti turvaa yrityksen toiminnan jatkuvuuden.
- Perustellessaan päätöksiä yritykset käyttävät erilaisia legitimaatiostrategioita eli pyrkivät tuottamaan päätöksensä oikeutettuina.
- Yrityksen sidosryhmien tulee hyväksyä legitimaatiossa käytetyt argumentit ja niiden tulee sopia yrityksen toimintaympäristöön. Esimerkiksi pienyrityksille on tyypillistä läheiset ja henkilökohtaiset suhteet paikallisiin sidosryhmiin (esim. asiakkaat, työntekijät, paikallisyhteisö).

Legitimaatiostrategiat

- Maahanmuuttajat “hyvinä työntekijöinä” vs. kantasuomalaisten työntekijöiden “asenneongelmat”.
  - Legitimaatio tuotetaan kertomalla tarinoita maahanmuuttajien ylivoimaisesta työasenteesta.

“*Sit siinä alussa kun siellähän tuli tommonen lempinimi et, ’sehän on ihan kone’, et se tulee ja tekee ja lähtee kotiin, et… vähän semmosta, muut siinä ympäristössä vähän niinku suu auki katto, et se tahtihan oli ihan jotain muuta mitä on totuttu näkemään*.” (Haastattelu 5)

- Tavoitteena on esittää rekrytointipäätös hyödyllisenä yrityksen kannalta.

Legitimaatiostrategiat

- Heikko työvoiman saatavuus (johtuen mm. maaseutusijainnista tai toimialasta).
  - Legitimaatio tuotetaan järkeistämisen kautta.

  “*No, kyl mä tämmösen niinku pienen paikkakunnan, paikkakunnalla nään, että se on kyllä tosi haasteellista tulee olemaan, että jostakin kumman syystä tää tämmönen teollinen toiminta ei vedä nuoria kyllä tälle alalle. Et nää työolosuhteet on kummiskin - - että likasta ja raskasta ja, niin ei se oo semmonen niinku, se ei oo hyvä imagotekijä kummiskaan sitten nuorisolle lähteä kauppaamaan sitä semmosta paikkaa.”* (Haastattelu 23)

- Tavoitteena on esittää rekrytointipäätös yrityksen jatkuvuuden kannalta välttämättömänä toimenpiteenä. Legitimaation ytimenä on yritykselle ja paikallisyhteisölle tuleva hyöty.

Legitimaatiostrategiat

- Vastuun ulkoistaminen maahanmuuttajien rekrytoinnissa (esim. vuokratyövoimayritysten hyödyntäminen).

  - Legitimaatio perustuu pääosin auktoriteettiin vetoamiseen.
  - Työmarkkinoiden rakenne ja toiminta (esim. laajentuneet työmarkkinat) johtaa maahanmuuttajataustaisen työvoiman palkkaamiseen.

  "*Meillähän on just semmonen juttu, että meillähän on nyt tullu uudet työntekijät niin rekryfirman kautta suurin osa. Jonkun verran mä teen sitä että mä laitan näihin työvoimatoimistojen sivuille hakemuksia, joista tulee sitten hakemuksia. Mutta sitä kautta ne on tullu ja sieltä ne on suositellu, että he tekee tietyn esivalinnan.*"". (Haastattelu 3)

- Tavoitteena on esittää rekrytointipäätös reaktiona työmarkkinoiden toimintaan.

Legitimaatiostrategiat kootusti

- Yrittäjät käyttävät useita erilaisia legitimaatiostrategioita perustellessaan maahanmuuttajatyövoiman rekrytointia:
  - Maahanmuuttajatyövoiman käyttö legitimoidaan pääosin korostamalla työntekijöiden pehmeitä taitoja (työasenne, joustavuus)
  - Kantasuomalaisten työntekijöiden heikkouksien esiintuominen (työasenne, vähäinen kiinnostus toimia tietyissä työtehtävissä)
  - Työvoiman saatavuuden ongelmat (maaseutusijainti ja toimiala)
  - Vastuu maahanmuuttajatyövoiman käytöstä ulkoistetaan (vuokratyöyritykset).
- Oikeuttamista perusteltiin lisäksi kansantaloudellisella hyödyllä sekä huolehtimisella paikallisyhteisön elinvoimaisuudesta ja maahanmuuttajien tasa-arvoisista työllistymismahdollisuuksista.

Johtopäätöksiä

- Yrityksen yhteiskuntavastuuta ei suoraan käytetty maahanmuuttajatyövoiman rekrytoinnin legitimoinnissa:
  - Yritykset näkevät, että heidän roolinsa rajoittuu lähinnä työllistämiseen, mutta yritykset kuitenkin tulevat avustaneeksi maahanmuuttajataustaisia työntekijöitään yhteiskuntaan integroitumisessa.

- Vaikka legitimaatiossa korostetaan hyötyä, maahanmuuttajatyövoiman taloudellisista hyödyistä puhutaan harvoin suoraan.

- Onnistunut legitimaatio edellyttää, että paikalliset sidosryhmät otetaan huomioon. Paikallisten sidosryhmien tulee hyväksyä legitimaatiossa käytetyt argumentit ja niiden tulee sopia paikalliseen kontekstiin.

Suosituksia aineiston perusteella

- Maaseudun pk-yritykset kaipaavat tukea maahanmuuttajien rekrytointiprosessiin:
  - Maahanmuuttajan rekrytointiin liittyvän byrokratian ja eri toimijoiden roolien selkeyttäminen.
  - Konkreettinen tietopaketti maahanmuuttajatyövoiman rekrytointiin liittyen.
  - Uusia yhteistyömalleja esim. yritysten, vastaanottokeskusten ja TE-toimistojen välille.

- Maahanmuuttajien työllistämiseen ja kotouttamiseen liittyvien palveluiden saatavuus turvattava myös maaseudulla.
  - Mm. digitalisaation mahdollisuudet.

Aikaisempaa tutkimusta aiheesta



MAAHANMUUTTAJAT TYÖVOIMANA MAASEUDUN YRITYKSISSÄ

– Yrityksen yhteiskuntavastuun näkökulma

Suutari Timo, Lämsä Anna-Maija, Lähdesmäki Merja & Mattila Markku (2016).

Saatavissa:

http://www.helsinki.fi/ruralia/



WEALLFINLAND.FI

Hanketta rahoittaa Suomen Akatemian yhteydessä toimiva strategisen tutkimuksen neuvosto (STN). Sen tehtävä on rahoittaa pitkäjänteistä ja ohjelmamuotoista tutkimusta, joka tuottaa ratkaisuja merkittäviin suomalaisen yhteiskunnan haasteisiin.
WWW.AKA.FI/STN

Projektet finansieras av rådet för strategisk forskning (RSF) vid Finlands Akademi. RSF har till uppgift att finansiera långsiktig forskning i programform vars ändamål är att finna lösningar på viktiga utmaningar i det finländska samhället.
WWW.AKA.FI/SV/RSF

The Project is funded by the Strategic Research Council (SRC) at the Academy of Finland. SRC provides funding to long-term and programme-based research aimed at finding solutions to the major challenges facing Finnish society.
WWW.AKA.FI/EN/ABOUT-US/SRC/

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

HANKEN

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

strateginen TUTKIMUS

SUOMEN AKATEMIA
FINLANDS AKADEMI
ACADEMY OF FINLAND