

Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia Ab

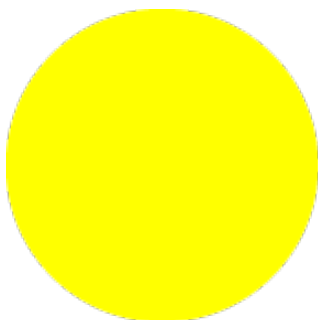
Pietarsaaren seudun Kehittämisyhtiö Concordia Oy



Kompetensförsörjning i
Jakobstadsregionen
Osaavan työvoiman ylläpito
Pietarsaaren seudulla

Fredrik Sandelin

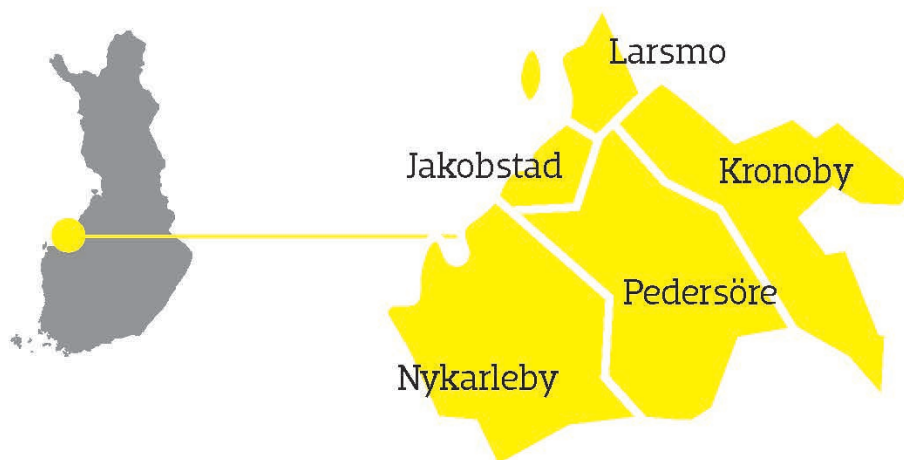
2019



Jakobstadsregionen
Pietarsaaren seutu

Innehåll

Kompetensförsörjningsplan för Jakobstadsregionen	3
Bakgrund och mål	3
Framtids-scenarier – Vem gör vad, när och om?	4
Vända risker till möjligheter.....	4
SWOT-Analys för kompetensförsörjningen.....	5
Åtgärds kort - Verktyg för rekryteringen	6
Aktörer, roller och uppgifter	7
Olika roller i en helhet	8
Några aktörer och potentiella åtgärder kan vara:.....	9
Attract!-utredningen.....	10
Sammandrag – Vad gör vi närmaste framtiden?.....	10
Kontaktuppgifter	10
Länkar:.....	11
Slutnoter	11



Kompetensförsörjningsplan för Jakobstadsregionen

Bakgrund och mål

Jakobstadsregionen har under snart två år aktivt arbetat med utmaningen att hitta kompetent arbetskraft till regionen. Konjunkturerna har varit fördelaktiga, exporten drar och såväl näringslivet som regionens kommuner och utbildningsanordnare har varit motiverade att delta i uppdraget. Jakobstadsregionen och Österbotten har just nu en hög sysselsättningsgrad och låg arbetslöshet nationellt sett, och detta innebär att analyser och verktyg vi arbetar med också skiljer sig från den nationella situationen och andra regioner.

Vi har insett att lyckad rekrytering börjar med att ta hand om människorna. Unga måste ges en bred och god bild av regionens möjligheter till intressanta karriärer – det har de inte idag. Företagen måste ta hand om sin arbetskraft och lyssna in de nya generationernas sätt att arbeta och värdera inom yrkeslivet – det kan vi bli bättre på. Vi måste ha ett flexibelt boende med både urbana och rurala möjligheter till rimliga hyror och kostnader för ägande. Vi måste också ha en kvalitativ fritid för både unga, vuxna och seniorer. Vi måste också garantera en god och ekonomiskt grundad infrastruktur som stöder resande, pendling och förflyttning. Vi behöver en fungerande basservice med allt från småbarnspedagogik och grundläggande utbildning till social-, hälso- och äldreomsorg. Och allt detta skall ske med allt tuffare klimatmål i bakgrunden och med fungerande och positiv två- och flerspråkighet som bas.

Utbildningar har såväl försvunnit som byggts upp. Vi ser en trend mot mer behovsprövade studielinjer som byggs upp i nära samarbete med näringslivet. Reformen inom yrkesutbildningen har gett nya möjligheter och utbildningsenheter finns såväl spritt i kommunerna som centrerat kring Campus Allegro som en hubb framförallt för tredje stadiets utbildning. Vi har inte Universiteten på plats i regionen, men vi har en närhet som räcker för att bygga aktiva samarbeten. Vi har trespråkiga yrkeshögskolor med både kreativa branscher och ett starkt FoU-stöd för tillverkande industrin, tjänstebranscherna, handeln och ekonomin.

Vi har under 2018 skapat ett datainsamlingsverktyg för det verkliga rekryteringsbehovet som vi framöver kan använda kontinuerligt och som ger oss en direktkontakt till företagen, kommunerna och samkommunerna. Detta är en värdefull bas för att skapa direkta och fokuserade åtgärder.

Allt detta ger en diversitet och skapar många möjligheter – men det sker inte utan ett samlande sätt att arbeta. Risken är att vi inte lyckas skapa de nätverk och samarbetsytor som behövs för att alla skall dra åt samma håll och inte överlappa verksamheter eller slösa resurser på konkurrens i stället för tydliga strategier för vem som gör vad.

Regeringsprogrammet...

Vi har en stark region för att i framtiden locka människor – studerande, yrkesaktiva, familjer, arbetsinvandrare och seniorer. Vi har flera av de styrkor som framtidsforskarna plockar fram. Men människorna kommer inte utan att vi arbetar aktivt för det. Det gör vi inte på långt när tillräckligt i dag, och har all orsak att kavla upp ärmarna i Jakobstadsregionen.

Vi måste också inse att kompetensförsörjningen är allas ansvar och att den hänger starkt ihop med regiontänket, varumärket den gula bollen samt turismen och visit-Jakobstadsregionen.

Visionen är att skapa en region som genuint lyckas föra fram sina styrkor, så att människor vill leva, bo och arbeta i Jakobstadsregionen i framtiden.

Målen för kompetensförsörjningsplanen är att:

1. Ge en helhetsbild av dagsläget

2. Visa på några konkreta framtids-scenarier
3. Sammanfatta resultaten från Attract!-utredningen
4. Presentera en Swot-analys för kompetensförsörjningen
5. Genom åtgärdskort ge konkreta åtgärder och verktyg som olika aktörer kan vidta vid olika rekryteringsbehov
6. Visa på de nätverk som finns och bör bildas för att hitta samsyn
7. Skapa en reviderbar årsklocka för rekryteringsåtgärder

Planen är tänkt att fungera som en reviderbar vägkarta som hela regionen kan stå bakom och som får utvecklas över tid.

Framtidsscenarioer – Vem gör vad, när och om?

Analys av framtidsscenarioer är ett effektivt verktyg för att ta fram konkreta åtgärder, och detta sätt att arbeta kunde ge oss bättre verktyg för att även arbeta proaktivt med dessa frågor. Regionen borde framöver samla nätverken för att hitta konkreta sätt att förbättra planering, åtgärdsprogram och den gemensamma marknadsföringen av regionen. Tänkbara situationer vi står eller kan stå inför är exempelvis:

- Etableringar vill komma hit (privat sektor, utbildningar eller utbildningslinjer, kommunalt/statligt)
- Befolkningsstrukturen förändras (fler äldre, lägre nativitet, nyinflyttning upprätthåller prognoserna)
- Stor arbetsgivare läggs ner
- Konjunkturedgång
- Konjunkturuppgång
- Ökande migration, emigration
 - Får nya grupperingar (invandrare, arbetsinvandring, studielinjer)
 - Tappar grupperingar (finskspråkiga, hjärnflykt till Sverige och Europa)
- Kringregionerna suger arbetskraft bättre än oss, vi har stora investeringar på gång i hela Kvarken-området
- Vi förutser morgondagens branscher och yrken – transformering inom yrkeslivet (allt högre utbildningsnivåer, nya yrken, gamla försvinner)
- Vi förutser de kommande generationernas värderingar i arbetslivet – hur vill man arbeta och leva?
- Vi redan har stora grupper internationella talanger bland studerande, i företagen eller som säsongarbetskraft som redan har en fot i landet trots all immigrationsbyråkrati – hur tar vi hand om dem och utnyttjar dem konstruktivt för behoven vi har?
- Förändrad policy och/eller lagstiftning

Vända risker till möjligheter

Jakobstadsregionen har haft två stora inflyttningsperioder tidigare, dels med tobaksfabriken, senare kring pappersindustrin – så omöjligt är det inte. Hur kan vi skapa en sådan våg igen?

- Kanske genom att lyfta svansen, tala om och sprida berättelserna om vårt starka diversifierade näringsliv och vår exportindustri i miljardklassen.
- Genom att erbjuda ett tryggt och enkelt liv med korta pendlingsavstånd nära en aktiv fritid och en natur som ger lugn och upplevelser.
- Genom att visa på boendemöjligheter i olika kategorier – allt från startboendet på hyra till de boendelösningar som kommande generationer kommer att söka. Både i stad och på landsbygden.
- Genom att kommuner erbjuder de små sammanhangens möjlighet till flexibla, snabba planerings- och tillståndsprocesser, ett helhetstänk med win-win-potential i utvecklingsarbetet sinsemellan och utåt en gemensam front – vi är den bästa västkusten i världen.
- Se till att erbjuda en god basservice (småbarnsfostran, utbildning och social- och hälsovård)
- ”En lucka-principen” för smidig etablering och inflyttning

- Genom att fortsätta utveckla en två- och flerspråkighet på alla samhällsplan
- Genom att aktivt söka utvecklingstrenderna för näringsliv och regionutveckling och vara ute både på de nationella och internationella arenorna med två uppdrag; att sticka fram foten och synas, men också att ödmjukt lära av andra.

Alla dessa punkter behöver Jakobstadsregionen ta ett starkare och aktivare grepp om, annars finns risken för stagnation med negativa spiraler. Platsmarknadsföring handlar lika mycket om intern insikt i regionen som extern marknadsföring och vi måste också våga välja ut målgrupperna, prioritera och sätta igång.

SWOT-Analys för kompetensförsörjningen

Styrkor, möjligheter, svagheter och hot

Styrkor:

- Trygghet och säkerhet
- Ren natur, rekreation och fritid
- Finlands starka bastrygghet (småbarnsfostran, utbildning, social- och hälsovård)
- Närhet till natur och skärgård, möjligheter till en aktiv fritid
- Diversifierat näringsliv med attraktiva globalt närvarande företag
- Stark exportindustri
- Förmånligt boende och levnadskostnader
- Aktivt föreningsliv och fritidsaktiviteter
- Rikt kulturliv, evenemang
- Korta pendlingsavstånd, inga bilköer
- Stark entreprenörsanda
- Låg arbetslöshet
- Två- och flerspråkighet
- Småstadsliv med internationellt perspektiv

Möjligheter:

- Bättre och mer fokuserad intern och extern marknadsföring
 - Sätta Jakobstadsregionen på Finlandskartan
 - Sätta Jakobstadsregionen på den europeiska och internationella kartan
 - Gemensam berättelse och gemensamt material
- Invandrare, arbetsinvandrare, säsongsarbetare, internationella studeranden
- Ökat samarbete med yrkeshögskolorna och universiteten både inom och utanför regionen
- Marknadsföra våra fördelar – många av våra styrkor är internationella trender
- Skapa medvetenhet om vårt breda närings- och kulturliv
- Turismen som potential inom olika aktuella trender (grön turism, upplevelse, natur, renhet, lugn)
- Etableringar
- Utveckla kollektivtrafik; regionbiljetter, applikationer, rutter via arbetsplatser för samåkning
- Växande näringsliv
- Utveckling och tillväxt inom SMF-Företagen
- Skapa verktyg för att motarbeta den strukturella arbetslöshetsproblematiken, hitta matchningen

Utmaningar:

- Samsynen kan bli bättre, hitta visioner för regionen
- Vi inser inte våra styrkor och förmår inte lyfta på svansen
- För mycket reaktion i stället för framförhållning och proaktivitet

- Dåligt utvecklade kollektiva trafiksystem, regionbiljetter, kollektivtrafik till arbetsplatser
- Att utveckling någonstans ses som ”bort från någon annan”
- Svårt att hitta det gemensamma för fem kommuner och ett diversifierat näringsliv
- Unga & studerande har svaga kunskaper om vårt näringsliv
- Försvagad tillgänglighet och infrastruktur (vägar, järnväg, flyg)
- Förbättrad arbetsgivarbranding
- Förbättrad regionbranding
- ”Full” sysselsättning -> svårplacerade grupper arbetslösa kvar -> vi försöker hitta ”människor som inte finns”

Hot:

- Olika aktörer drar åt olika håll – konkurrerar i stället för att hitta gemensamma utvecklingsstrategier och win-win-möjligheter
- Svag marknadsföring -> ingen ser oss -> vi finns inte på kartan
- Försämrade infrastruktur (vägar, järnväg, flyg, kollektivtrafik)
- Bristande planering, inget ”korridor-tänk”, inte redo för etableringar
- Företag läggs ner
- Hjärnflykt och utflyttning av kompetens
- Etableringar i grannregionerna suger arbetskraft
- Utbildningar försvinner
- Konjunkturedgång, osäkra globala marknader
- Lyckas varken locka till, eller ta emot etableringar

Åtgärdskort – Verktyg för rekryteringen

För konkreta åtgärder följer några ”Åtgärdskort” för olika behov och situationer, som kan hjälpa företag eller en organisation analysera och hitta åtgärder för att förbättra det egna kompetensförsörjningsläget.

Vad kan man göra på kort sikt i rekryteringsarbetet:

- Delta i mässor (initialt för att lära sig, sedan för att bygga strategi och brand för eget företag/organisation)
- Utnyttja fler kanaler och portaler framförallt på sociala medier – börja berätta historien om företaget som en intressant och tilltalande arbetsgivare
- Söka och hitta målgrupperna man söker – var finns de nationellt och/eller internationellt
- Fråga de unga som vad som fungerar och vad de söker i arbetslivet
- Var kontinuerligt aktiva på sociala medier och använd personalen om ”butik är i skick”
- Samarbeta genom direktkontakt med utbildningsanordnare (mässor, Pop-Ups, studiebesök, praktik, läroavtal, slutarbeten)
- Samarbeta med varandra – en rekryteringskontakt som inte passar er kan passa konkurrenten och det är inte bort från någon
- Att hjälpa med ”hela paketet” kan vara positivt (partnerns arbetsmöjligheter, boende, info om orten, skolor, dagvård osv.)

Långsiktigt rekryteringsarbete:

- Hitta rekryteringsmässor som ger effekt – man blir effektivare för varje gång man deltar
- Bygg ett arbetsgivarbrand – försök bli en attraktiv arbetsplats som syns och uppskattas

- Var aktiv så att våra studerande på andra stadiet och även redan i grundskolan känner till vårt näringsliv och ditt företag (skolbesök, studiebesök på företaget/organisationen, mässor)
- Planera i tid för större behov som uppkommer genom investeringar, nya kunder, utbyggnad, nya produkter och pensioneringar – bygg t.ex. rekryteringsutbildningar med TE-Tjänster eller samarbeta med utbildningsanordnare

Nationell rekrytering:

- Stäng inte ut möjligheten till finskspråkiga regioner och städer när ni rekryterar (t.ex. stänger annons i enbart svenska tidningar ut kanske 70% av randområdets potentiella arbetssökande och kanske 90% nationellt)
- Tänk gärna utanför egna regionen – var finns utbildningslinjer och var finns målgrupperna?
- Utnyttja orter som samarbetsförhandlar i rätt yrkeskategorier
- Rekryteringsutbildningar med TE-Tjänster

Internationell rekrytering:

- Tänk över företagets/organisationens språkpolicy (Kan vi fungera på engelska? Hur sköts arbetarskydd och säkerhet? Har vi engelskspråkigt material?) Gör er redo först!
- Ha websidor och information på engelska
- Gör rekryteringsannonserna på engelska
- Förbered en ”integrationspolicy” med den egna personalen
- Benchmarka med företag som redan rekryterat internationellt – vi har ”Good Practice” i regionen
- Stor skillnad tidsmässigt och byråkratisk på rekrytering inom EU och utanför
- Inom EU gå med i EURES-Nätverket (som också samverkar med TE-Tjänster)
- Finns ekonomiskt stöd för språkutbildning eller rekryteringsutbildning också för internationell rekrytering

Samarbete med utbildningsanordnare:

- Tar reda på var det finns utbildningslinjer och utbildningar – åk dit och träffa studerande eller studerandeföreningar antingen på mässor eller egna PopUps
- Gör er aktiva för att få praktikanter och slutarbeten – det är ett merarbete men ger en möjlighet att ”testa” presumtiva rekryteringar utan kontrakt och stora kostnader förutom handledningstid
- Använd läroavtal som möjlighet till rekrytering
- Kontakta utbildningsanordnare och ordna och problemlösningssessioner för det egna företagets behov

Aktörer, roller och uppgifter

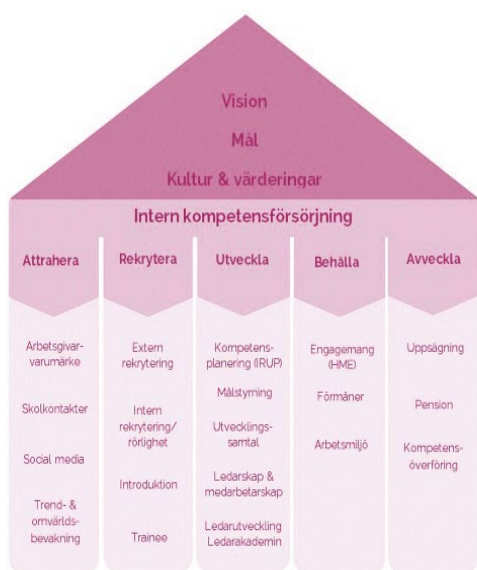
Målgruppsanalys är en central del av rekryteringsarbete. Speciellt i användningen av moderna rekryteringskanaler på web och sociala medier, måste man fokusera på målgrupper. Målgrupper ni kan försöka nå är t.ex:

- Studerande på specifik yrkesskola/yrkeshögskola/universitet eller linje med ett specifikt mål:
 - Praktik
 - Slutarbeten
 - Sommarjobb
 - Studiebesök
 - Problemlösningssessioner
- Studerande på specifik ort

- Grupper som uppkommer vid samarbetsförhandlingar på specifik ort
- Inflyttare (ev. från specifik målgrupp och/eller ort)
- Återflyttare (ev. från specifik målgrupp och/eller ort)
- Arbetsinvandrare
- Invandrare
- Internationella studerande på högskolor och universitet



Figur 1 – Modell för bättre matchning mellan utbud och efterfrågan
Källa: Kompetensförsörjning på arbetsmarknaden – Strategiska utvecklingstendenser Ds 2002:47



Ett sätt att strukturera och hitta lösningar är följande modell för matchning mellan utbud och efterfrågan. Modellen visar hur viktigt det är att samarbeta mellan utbildningar, näringsliv, arbetskraftsmyndigheter och arbetssökande.

Viktigt är också att se rekrytering inte bara som själva anställningsprocessen utan mer som en kontinuerlig process som består av flera delar. ^{i ii}

Olika roller i en helhet

Genom de rekryteringsåtgärder näringslivet och Concordia genomfört de senaste åren har vi insett att det brand som regionen signalerar utåt, men också inåt till de egna invånarna är nyckeln till lyckad rekrytering, tillväxt och ökande befolkningsprognoser – vilket bör bli det utvecklade och förbättrade innehållet i visionsarbetet och kvalitetstänket. En viktig nyckel är också personlig kontakt – sist och slutligen handlar varje rekrytering i slutändan om en rekryterad och en rekryterare. Varje rekryterad är en vinst och berättelserna om dessa bör spridas. Nationellt sett har vi tyvärr i Finland vikande nativitet, åldrande befolkningsstruktur, några få växande storstadsregioner och just nu en sviktande kommunekonomi samt ännu osäkerhet kring regeringsprogrammets konkreta utfall innehåll och SOTE-reformen att arbeta mot. Men om vi inte ens försöker, hamnar vi definitivt på efterkälken. Klart är också att lyfta en region kräver resurser, såväl personalmässiga som ekonomiska.

Det är alltså ingen lätt uppgift att bygga en stark och attraktiv region. Men Jakobstadsregionen har potential, det visar också regionstadsutredningarna, och vi måste bli bättre på att lyfta fram vårt starka diversifierade näringsliv, samarbeta starkt med utbildningsanordnarna i regionen och utanför, arbeta mer proaktivt för nyetableringar och tillväxt hos SMF-Företagen, skapa företagsnätverk för de större företagen, stärka besöksnäringarna och bygga en god bastygghet. Vi måste tillsammans skapa ett ”paket” vi kan stå för och som lockar människor just hit.

Några aktörer och potentiella åtgärder kan vara:

Städerna och kommunerna kan

- Skapa ”lågtröskel”-system och lättillgänglighet för inflyttare – en-lucka-principen
- Stärka ett varierat boende som stöder boende-trenderna hos olika åldersgrupper
- Samplanera sinsemellan och skapa smidiga vägar för etableringar och olika näringslivskorridorer
- Marknadsföra en fungerande bastrygghet, positiv två- och flerspråkighet, ett rikt kultur- och föreningsliv
- Skapa teasers och välkommen-paket, såväl digitalt som med trycksaker

Concordia kan

- Införa Välkommen-Hit-paket
- Bygga vidare på en stark web-baserad, trespråkig inflyttningsportal på nätet och marknadsföra den nationellt och internationellt
- Utveckla och stärka tillväxtstödet för SMF-företagen som är en stor och viktig gruppering som visar tillväxtvilja
- Skapa och koordinera nätverken mellan kommuner, näringsliv och utbildningsanordnare så att vi möter behoven och hittar människorna till det vi erbjuder – facilitera rekryteringsarbetet
- Samarbeta med näringsliv så alla ungdomar, vare sig de studerar externt eller här i regionen har bättre kunskap om vårt näringsliv

Utbildningsanordnare på alla stadier kan

- Skapa en bättre medvetenhet om näringslivet i regionen för elever och studerande
- Öka kontaktytan mot företag och näringsliv
- Kontinuerligt använda sig av programmen för entreprenörskap och företagsamhetsfostran – Ung Företagsamhetⁱⁱⁱ

Företagen kan

- Bygga ett positivt arbetsgivar-brand
- Arbeta aktivt och långsiktigt med rekrytering och ha utsedd ansvarig för detta
- Arbeta proaktivt med rekrytering genom samarbete med utbildningar, praktik, slutarbeten, läroavtal m.m.
- Ta reda på var det finns utbildningslinjer som stöder företagets rekryteringsbehov – skapa direktkontakt
- Se över flexibiliteten i arbetsklimatet – möta dagens generationers behov och värderingar (t.ex. flexibilitet, förmåner och distansarbetsmöjligheter)
- Se över språkpolicy och pröva på internationell rekrytering
- Planera långsiktigt för synlighet på sociala medier kring företagsbrandet – visst vill man arbeta hos er?

Invånarna kan

- Visa en stolthet med regionen, dess näringsliv och för att leva här
- Få en bättre kunskap om vårt näringsliv
- Sprida positiva berättelser om regionen i sina egna kanaler

Gemensamt kan regionen:

- Skapa en liten aktionsgrupp som arbetar proaktivt med etableringar

- Skapa 3-5 fokus som **alla** marknadsför i **alla** sammanhang (Vision 2040-arbetet)
- Ta hit nyckelpersoner kring FoU, investerare, politiker utifrån – skapa medvetenhet om möjligheterna och väcka nya tankegångar

Attract!-utredningen^{iv}

Genom ERM-projektet Attract! utformades under 2018-2019 en digital kartläggning till företagen för att fånga upp arbetskraftsbehoven mer konkret än de allmänna barometrarna och statistiken gör. Utredningen gav en direktkontakt mellan behov, företag och ansvarspersoner så att vi mer ändamålsenligt kunnat planera och aktivera oss tillsammans med näringslivet.

Concordia fortsätter att årligen genomföra Attract!-utredningen för att bättre kunna förutse näringslivets behov och kompletterar denna med situationen inom social och hälsovård, utbildning och det kommunala fältet.

Utredningsresultatet visade våren 2019 behovs-volymer på över 600 arbetstagare just nu och ökande till över 800 de närmaste två åren. Tillverkande industrin har de största kommande behoven, men överlag behövs arbetskraft i alla kommuner, alla branscher och sektorer och på alla utbildningsnivåer framöver. Vi ser i utredningsmaterialet en vilja att växa bland SMF-företagen. Rekryteringsproblem ses som ett hinder för tillväxt t.ex. i Handelskammarens Business-panel och PK-Yritysbarometri^{vi}. I kombination med tillväxtvilja och behov är detta ett signifikant problem vi borde hitta fler lösningsmodeller för.

Viktigt är att inse att det långsiktiga rekryteringsarbetet måste fortgå även om och när konjunkturerna svänger och läget på arbetsmarknaden blir ett annat.

Sammandrag – Vad gör vi närmaste framtiden?

- Utvecklar och förbättrar en årsklocka för rekrytering - erbjuder fler långsiktigt planerade rekryteringsevenemang, mässor och PopUp's såväl inom Österbotten, Finland och internationellt
- Genomför Attract!-datainsamlingen årligen
- Skapar resurser för rekryteringsfrågor och -koordinering hos Concordia – nu genom tvåårigt ELY-Projekt "Talent Coastline" inom nationella Talent Boost i samarbete med Sydösterbotten
- Ser över och utvecklar nätverken som konkret kan påverka och utveckla rekryteringsfrågorna
- Ordnar evenemang och seminarier som stärker företagens beredskap att rekrytera aktivt och modernt, hitta kanaler och målgrupper samt stärka sitt eget företagsbrand som arbetsgivare
- Verkar för en aktivare internationell rekrytering, både europeiskt och från övriga delar av världen
- Ser till att kompetensförsörjning blir en central del av Jakobstadsregionens "Vision 2040" och det uppräskade innehållet i "Gula-bollen-varumärket"
- Concordia fortsätter upprätthålla HR-Forum med de större företagens personaladministration som en referensgrupp i rekryteringsfrågor.

Kontaktuppgifter

Vill du, ditt företag eller din organisation diskutera kompetensförsörjning ställer vi gärna upp. Kontakta oss, så bygger vi visioner och ett starkt rekryteringsprogram tillsammans.

Fredrik Sandelin, regionutvecklare
044-324-3435
Fredrik.sandelin@concordia.jakobstad.fi

Heidi Matinlassi, Talent Scout
050-433 8458
heidi.matinlassi@concordia.jakobstad.fi

Länkar:

Infografik & statistik för Jakobstadregionen: <https://www.concordia.jakobstad.fi/informationstjanster> (suom. <https://www.concordia.jakobstad.fi/tietopalvelut/>)

Infografik och statistik för Österbotten: <http://www.pohjanmaalukuina.fi/ingangssida/> (suom. <http://www.pohjanmaalukuina.fi/home/>)

ELY-månatlig arbetslöshetsstatistik: http://www.ely-keskus.fi/web/ely/ely-pohjanmaatyollisyyskatsaukset;jsessionid=5BDDEFA734840292BB67384EE46DC205?p_p_id=122_INSTANCE_aluevalinta&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_r_p_564233524_resetCur=true&p_r_p_564233524_categoryId=14402

ELY-Talous ja elinkeinoelämä -Pohjanmaa ja Keski-Pohjanmaa: <http://www.ely-keskus.fi/web/ely/ely-pohjanmaa-talous-ja-elinkeinoelama>

Ammattibarometri: <https://www.ammattibarometri.fi/?kieli=sv> (suom. <https://www.ammattibarometri.fi/?kieli=fi>)

PK-Yritysbarometri 2/2019: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/pk-yritysbarometrit/pk-yritysbarometri-22019-609139>

Kommunförbundet, kommunprognoser för kostnadsutveckling: <https://www.kommunforbundet.fi/aktuellt/2019/hur-paverkar-befolkningsforandringen-kostnaderna-i-din-egen-kommun-forandringen-ar>

Slutnoter

ⁱ Kompetensförsörjning på arbetsmarknaden - Strategiska utvecklingstendenser Ds 2002:47 Sverige, Regeringskansliet, 2002 · Uppdaterad 2015

ⁱⁱ Sundsvalls kommun, Metodstöd för utformning av kompetensförsörjningsplan 2018, s. 5, <https://sundsvall.se/wp-content/uploads/2018/09/Metodst%C3%B6d-180302.pdf>

ⁱⁱⁱ <https://nuoriyrittajyys.fi/sv/> Kontakt: Inger Aaltonen, Sakkunnig / Senior Advisor, Ung Företagsamhet rf. /JA Finland, +358 41 451 4600

^{iv} Attract!-utredningens resultat 2019, Skapad genom ERM-projekt med Österbottens förbund och EU-medel,

^v Handelskammarens Business-panel 4/2019: https://www.ostro.chamber.fi/wp-content/uploads/2019/04/1904-BP_bilder.pdf

^{vi} PK-Yritysbarometri: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/pk-yritysbarometrit-539687>