

Lapsuuteni lauantai-iltojen Napakymppissä kilpailijat etsivät itselleen kumppania ja matkaseuraa. Tyypillisesti kilpailijat kuvailivat itseään huumorintajuisiksi, ja sellaista kumppania herra tai neiti X myös etsi. Kuten parisuhdemarkkinoilla, myös työmarkkinoilla persoonallisuudella on merkitystä. Työpaikkailmoituksissa tämä ilmenee siten, että hakemuksessa etsitään usein ”hyvää tyyppiä”. Se, millainen tämä hyvä tyyppi on, jää kuitenkin epäselväksi.

Taloustieteilijöiden mielenkiinto persoonallisuutta kohtaan on kasvanut viimeisten 10 vuoden aikana. Tutkimuksissa on havaittu, että persoonallisuus on yhteydessä useisiin elämän osa-alueisiin kuten koulutukseen, koulumenestykseen, terveyteen ja pärjäämiseen työmarkkinoilla (Almlund et al. 2011). Esimerkiksi hyvä itsetunto on yhteydessä korkeampiin tuloihin, kun taas ne, jotka uskovat ulkopuolisilla tekijöillä - kuten sattumalla, toisilla ihmisillä tai kohtalolla - olevan keskeinen rooli siinä, mitä heille tapahtuu, ansaitsevat vähemmän (esim. Fortin 2008).

Persoonallisuus on yhteydessä myös työttömyyden keston, kynnyspalkkoihin ja ahkeruuteen hakea töitä (ks. esim. Viinikainen ja Kokko 2012). Ne, jotka uskovat itse pystyvänsä vaikuttamaan elämäänsä, hakevat töitä ahkerammin, mutta korkeammalla kynnyspalkalla verrattuna niihin, jotka uskovat omien vaikutusmahdollisuuksiensa olevan vähäisiä. Lisäksi esimerkiksi tunnollisuuden on havaittu olevan positiivisessa yhteydessä työssä menestymiseen, ja esimerkiksi sovinnollisuuden, avoimuuden ja tunnollisuuden on havaittu liittyvän ammattiasemaan.

Persoonallisuuden ja työmarkkinoilla pärjäämisen välisille yhteyksil-



Kuva: Tarja Vänskä-Kauhanen

Kolumni

Jutta Viinikainen
Yliopiston opettaja
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu
jutta.viinikainen@jyu.fi

Jutta Viinikainen (s. Moisala) työskenteli projektitutkijana Palkansaajien tutkimuslaitoksessa vuosina 2003–2005.

Hyvää tyyppiä etsimässä

le on ainakin kolme mahdollista selitystä. Persoonallisuus on ominaisuus, joka voi vaikuttaa tuottavuuteen. Esimerkiksi tunnollisuus voi nostaa tuottavuutta ja myyntitehtävissä ulospäin suuntautuneisuus saattaa parantaa työsuoritusta.

Toisaalta persoonallisuus voi vaikuttaa siihen, millaisiin työtehtäviin henkilö hakeutuu ja miten hän ylipäättään suhtautuu työskentelyyn ja työuran merkitykseen. Tästä syystä tietyn tyyppiset ihmiset saattavat esimerkiksi hakeutua aloille, joilla on korkea ansiotaso. Persoonallisuus voi myös vaikuttaa siihen, kuinka tärkeänä ihminen pitää työmarkkinoilla menestymistä tai kuinka paljon hän arvostaa vapaa-aikaa. On myös mahdollista, että persoonallisuuden perusteella tapahtuu syrjintää työmarkkinoilla.

Näyttää siltä, että persoonallisuuden merkitys työmarkkinoilla on kasvanut ja kasvamassa teknologisen kehityksen ja uusien organisaatorakenteiden myötä. Esimerkiksi ryhmätyötaitojen merkitys

on kasvanut ja toisaalta tekninen kehitys on korvannut useita työtehtäviä. Ne työt, joita ei ole voitu automatisoida tietotekniikan avulla, vaativat usein sosiaalista kanssakäymistä. Monia taitoja voi opetella koulussa tai työssä, mutta persoonallisuuteen on vaikea vaikuttaa.

Tutkimusten perusteella persoonallisuuden piirteillä on merkitystä työmarkkinoilla. Niiden perustella ei voida kuitenkaan yksiselitteisesti sanoa, millainen on ”hyvä tyyppi”. On luontevaa ajatella, että persoonallisuuspiirteiden merkitys vaihtelee työtehtävittäin ja myös organisaatioiden välillä. Esimerkiksi IT-yrityksen ”hyvä tyyppi” voi olla erilainen kuin mainostoimiston ”hyvä tyyppi”. ”Hyväksi tyyppiksi” koetaan todennäköisesti myös sellainen, jonka henkilökemiat sopivat hyvin yhteen organisaation muiden työntekijöiden kanssa.

Napakympissä osallistujat tiesivät, että huumorintaju on tärkeä ominaisuus kumppanissa. Olisiko yrityksilläkin tässä itsetutkiskelun paikka? Pelkkä latteus

”hyvä tyyppi” ei kuvaa sitä, millaista henkilöä haetaan. Se tuskin onnistuu edes rajaamaan hakijoiden joukkoa, sillä harva meistä pitää itseään huonona tyyppinä. Yritysten, jotka haluavat onnistua rekrytoinneissaan, kannattaisi pohtia sitä, mitä ”hyvällä tyyppillä” tarkoitetaan. Ainakaan minulle – teemaan perehtyneelle tutkijalle – se ei vielä ole selvinyt. ■

KIRJALLISUUS

Almlund, M. & Duckworth, A.L. & Heckman, J. & Kautz, T. (2011), Personality Psychology and Economics, teoksessa Hanushek, E.A. & Machin, S. & Woessmann L., (Eds.): Handbook of the Economics of Education, Vol. 4, Amsterdam: North-Holland, 1–181.
Fortin, N. (2008), The Gender Wage Gap Among Young Adults in the United States: The Importance of Money vs. People, Journal of Human Resources, 43, 886–920.
Viinikainen, J. & Kokko, K. (2012), Personality Traits and Unemployment: Evidence from Longitudinal Data, Journal of Economic Psychology, 33, 1204–1222.