

Opinnäytetyö (AMK)

Myyntityön johtamisen koulutusohjelma

MYYS12

2017

Joonas Paukkio & Patrik Piiparinen

PROJEKTIN SUUNNITTELU JA JOHTAMINEN

– Kesäduunaa2016

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Myyntityön johtamisen koulutusohjelma

2017

Joonas Paukkio & Patrik Piiparinen

PROJEKTIN SUUNNITTELU JA JOHTAMINEN

-kesäduunaa2016

Tämä opinnäytetyö toteutettiin osana kesäduunaa2016-projektia ja se liittyi Salossa jo toimineen nuorten työllistämiseen kohdistuvan toiminnan laajentamiseen sekä kehittämiseen. Opinnäytetyön aiheena oli luoda projekti sekä johtaa sen etenemistä ja se on toteutusmuodoltaan toiminnallinen opinnäytetyö. Yhteistyökumppaneina toimivat Salon Yrittäjät, Varsinais-Suomen Yrittäjät sekä Varsinais-Suomen liitto.

Projekti toteutetaan ensimmäistä kertaa ja se on toiminut 2015 joulukuusta lähtien, jolloin tapasimme ohjausryhmän ensimmäistä kertaa Varsinais-Suomen liiton tiloissa. Tapaamisen johdosta loimme alustavan projektisuunnitelman hanketta varten.

Projektisuunnitelman päätarkoituksena oli luoda keinot hankkia mahdollisimman suuri määrä yrityksiä, jotka pystyisivät tarjoamaan työtä 15–18-vuotiaille nuorille Varsinais-Suomen alueella vähintään kahdeksi viikoksi kesällä 2016. Projektisuunnitelman toissijaisena tarkoituksena oli kehittää keinot nuorten kesätyöntekijöiden löytämiseen sekä yrityksen ja nuoren yhteen saattamiselle.

Työpaikkojen tavoittamiseksi aktivoimme Varsinais-Suomessa toimivia erinäisiä tahoja, mm. yritysyhdistyksiä, ostoskeskuksia yms. Kävimme monissa tilaisuuksissa, mm. messuilla, yrittäjyyspäivillä yms.

ASIASANAT:

Nuorisotyöllisyys, työkokemus, parempi tulevaisuus, projekti, Varsinais-Suomi.

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Sales

2017

Joonas Paukkio and Patrik Piiparinen

PLANNING AND LEADING A PROJECT

Case: Kesäduunaa 2016

This thesis was a part of Kesäduunaa2016 project and the commission was Varsinais-Suomen liitto. The aim of this project was to find jobs for 15-18 year old people and increase and improve commissions' activity. Varsinais-Suomen liitto, Entrepreneurs of Salo and Varsinais-Suomen Yrittäjät were cooperation partners on this project.

This project was executed for the first time and it started at December 2015. The main task of the project plan was to create ways to find as many employers as possible, who could employ people between 15 to 18 years old at the summer of 2016. Other task of the project plan was to find summer workers and to connect them with the employers.

To find jobs we activated and contacted different companies, shopping centers, unions and visited in many fairs and events.

KEYWORDS:

Project, youth, jobs.

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	7
2.1 Toimintatutkimus	7
2.2 Toimintatutkimuksen määritelmä	8
3 HANKKEEN TAUSTA	13
3.1 Lähtökohta	13
3.2 Toteutus	14
4 HANKKEEN VAIHEET	16
4.1 Projektisuunnitelma	16
4.2 Yrittäjäjärjestöjen kontaktointi	16
4.3 Lyyti -sivusto	17
4.4 Työpaikkojen rekrytointi	18
4.5 Nuorten rekrytointi	19
5 TULOKSET	21
6 POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	23
LÄHTEET	25

LIITTEET

Liite 1. Projektisuunnitelma
Liite 2. Viestintäsuunnitelma
Liite 3. Blogiteksti

Taulukko 1: Toteutunut työtehtävän luonne	22
Taulukko 2: Toivottu työtehtävä	22

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia kesätyöllistämiseen liittyviä mahdollisuuksia toimintatutkimuksen muodossa. Viime vuosina Salossa on toiminut Kesäduunaa2016 -hankkeen pilotti, jota pyrittiin soveltamaan parannetusti koko Varsinais-Suomen alueelle. Erityisesti panostettiin piilotyöpaikkoihin, jotka eivät muuten olisi tarvinneet tai ottaneet kesätyöntekijää. Hankkeen suojelijana toimi Tasavallan presidentti, joka otti hankkeen puheeksi tiettävästi monessa yhteydessä.

Kesäduunaa2016 -projekti toteutettiin Varsinais-Suomen liiton toimeksiannosta. Yksi Varsinais-Suomen maakuntastrategiaan liittyvä toimenpide on se, että nuoret pyritään saamaan mahdollisimman aikaisin aktiivisesti mukaan työelämään. Erityisesti kohta TP V5. käsitteli tätä projektia. "Kehitetään nuorten maakunnallinen työ- ja harjoittelumalli: kaikki kesäduunaa - sovellettavaksi sekä perus- että toisella asteella hyödyntämällä mm. kummiyritystoimintaa sekä jo olemassa olevia työharjoittelumalleja". (Varsinais-Suomen maakuntastrategia 2015.)

Hankkeen toteutuksen aikana aikatauluja luotiin projektijohtamisen teorian mukaisesti. Aikataulujen suunnitteluun ja hallintaan käytettiin useita eri järjestelmiä. Näitä menetelmiä, joilla tarkoitetaan ajanhallinnan käytäntöjä, pyrittiin käyttämään projektiin osallistuvien tahojen auttamiseen, jotta kaikki osapuolet näkisivät työnsä kokonaisuuden osana.

Päivämäärien ja takarajojen sijaan Kesäduunaa2016 -projektissa keskityttiin päivittäisen työskentelyn jakamiseen järkevällä tavalla. Keskeistä oli työn jakaminen kolmeen osaan: tutkimukseen, kontaktointiin ja verkostoitumiseen. Käytännön tasolla esimerkiksi sisäinen viestintä pyrittiin toteuttamaan siten, että vaikkapa nuorten työelämän pelisääntöjä koskevaa infopakettia hiottiin ensin asiantuntijan ohjein, sitten alan muiden toimijoiden näkemyksiä keräten ja viimeksi koko projektiryhmän osalta infopaketin esitystapaa suunnitellen.

Tutkimusongelma ja projektin tarkoitus

Tutkimusongelma tässä opinnäytetyössä on se, miten voidaan tuottaa nuorille työpaikkoja, että he saavat työkokemusta. Tämän aihealueen yksi suurista merkityksistä on

nuorten syrjäytymiseen puuttuminen. Varsinkin miespuoliset henkilöt nuorissa ikäluokissa ovat suuressa vaarassa pudota yhteiskunnan ulkopuolelle. Uusien tutkimustulosten mukaan tähän vaikuttaa koulumenestys, mutta myös työkokemuksen puuttuminen.

Kesäduunaa2016 -projektin tarkoitus oli etsiä mahdollisimman monta kesätyöpaikkaa nuorille (15- 18-v.) Varsinais-Suomen alueella. Kesätyöllistäminen heikossa taloustilanteessa on monesti haastavaa ja siksi Kesäduunaa2016 -kampanja jousti hieman asetetuista määrällisistä tavoitteista. Teemaksi otettiin enemmänkin työpaikkojen laadulliset tavoitteet, joita nähtiin olevan työn mielekkyys sekä mahdollisuus pitkäkestoiseen työsuhteeseen.

Työllisyystilanteen ollessa heikko työpaikkojen etsiminen vaatii tehokasta myyntityötä eli henkilöstöpalvelujen tuotteistamista. Lähtökohtaisesti henkilökohtaista myyntityötä opiskelevat ovat vahvoilla tämän kaltaisessa projektissa. Hankkeessa onnistuminen vaatii lisäksi verkostoitumistaitoja ja alan muiden toimijoiden tuntemista. Digitaalisten kanavien ja palveluiden tunteminen on myös lähes välttämätöntä.

Viimekädessä motivoituneen työvoiman myyminen edellyttää lisäksi takeita siitä että nuoret todella ovat kiinnostuneita työskentelemään nykyaikaisten vaatimusten edellyttämällä tavalla. Kesäduunaa2016 -hankkeen tarkoituksena olikin luoda nuorille hyvät puitteet saapua työelämään. Nuoren saadessa työkokemusta ja hänen nähdessään mitä työelämä on, hän saa jatkoa varten hyvät valmiudet työelämään.

Projektin tarkoituksena oli verkostoitumalla ratkaista eräitä kesätyöllistämiseen ja -työllistymiseen liittyviä haasteita, kuten muiden kuin suomea puhuvien huomioiminen kesätyöhaussa. Tässä TE -toimisto auttoi kyseisen kohderyhmän markkinointiin liittyvissä asioissa ja myös tiloja haastatteluille tarjottiin. Nuorten infopakettin kääntäminen usealle kielelle sujuu alan ammattilaisilta luontevasti ilman kohtuutonta vaivannäköä.

2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Luimme projektin aikana kirjallisuutta tekemisemme tueksi. Keskeistä oli projektijohtamisen teoria sekä toimintatutkimuksen teoria, joita sovellettiin käytäntöön hankkeen edetessä. Projektin suunnitteluun ja tapahtuman markkinointiin liittyvää teoriaa käsiteltiin myös, osana kampanjan valmistelua. Toimintatutkimus sopi projektin luonteeseen ja mahdollisti kehitysehdotukset.

Tavoitteenamme oli tavoittaa toimintatutkimuksen syvin olemus. Siitä on aikaisemmin kirjoitettu jonkin verran. "Stringerin (2007, 11) mukaan toimintatutkimus on demokraattista, koska se mahdollistaa jokaisen mukaantulon, oikeudenmukaista, koska se hyväksyy ihmiset samanarvoisina, vapauttavaa, koska se tarjoaa mahdollisuuden vapautua "tyrannimaisista" olosuhteista, elämän laatua parantava, koska se vapauttaa ihmisten piilevät kyvyt ja potentiaalin. Kieltämättä toteutuessaan tavoitteet tuntuvat vallankumouksellisilta, mutta tuskinpa työpaikoilla voidaan näin pitkälle mennä." (Kananen 2014, 19)

2.1 Toimintatutkimus

Toimintatutkimukselle ominaista on se, että se ei ole pelkästään tutkijoiden työtä, siinä on aina mukana ihmisiä oikeasta työelämästä. Tutkimuksessa voi olla mukana työntekijöitä niin johtoportaasta kuin alemmaltakin tasolta, kuten tässäkin toimintatutkimuksessa oli mukana johtajia ja opiskelijoita. Toimintatutkimuksen tarkoituksena on luoda prosessi, joka opettaa ja kehittää ammatillisesti. Oleellisesti se liittyy käytännön ongelmiin sekä niiden poistamiseen. Toimintatutkimusta voidaan harjoittaa myös täysin tieteellisenä toimena tiedeyhteisön kehittämisen tarkoituksena. (Kananen 2009.)

Toimintatutkimuksessa ohjeet tai käskyt eivät tule ulkoa päin, vaan ne pyritään ratkaisemaan yhdessä mukana olevien toimijoiden avulla. Tämä onkin selkeä voimavara, sillä henkilöt joita ongelma koskee, sitoutuvat yhdessä ratkaisemaan sen ja toteuttamaan muutokset. (Kananen 2012.)

Toimintatutkimuksella pyritään ratkaisemaan käytännön ongelmia, kuten "miten löytää työpaikkoja nuorille". Tarkoitus on parantaa toimintaa jatkuvasti, minkä takia prosessista tulee oppimis- sekä kasvuprosessi. Oleellinen osa on yhteistyö, joka ei aina ole ongel-

matonta, sillä yleensä prosessin aikana erilaiset ihmiset törmäävät ja heidän eri näkemykset ja tavoitteet voivat olla eriäviä. Yhteistyön edellytyksenä onkin yhteinen tavoite, joka on tärkeä toimintatutkimuksen onnistumisen kannalta.

Toimintatutkimuksen tarkoitus on saada aikaan muutos. Tutkimus, joka tuottaa vain raporteja ja kirjoja ei riitä, sillä muutoksen aikaansaamiseksi on oltava mukana toimintaa. Muutosta ei voi saada havainnoimalla tai haastatteluilla, sillä vain toiminnan kautta voidaan nähdä siitä aikaansaatua muutos. Samaan periaatteeseen toimii oppiminen ja kasvu aiheen ympärillä. Tätä ei opi lukemalla tai kuuntelemalla, oppi tulee tekemällä ja olemalla keskeisenä osana prosessia.

2.2 Toimintatutkimuksen määritelmä

Yksiselitteistä määritelmää on vaikea antaa toimintatutkimukselle. Siinä sovelletaan erilaisia tutkimusmenetelmiä - kvalitatiivista ja kvantitatiivista. Seuraavassa muutama esimerkki miten sitä on kuvattu.

"Käytäntöihin suuntautuminen, muutokseen pyrkiminen ja tutkittavien osallistuminen tutkimusprosessiin ovat ne piirteet, jotka yhdistävät eri toimintatutkimuksia". (Kuula 1990, 10.)

"Liikkeelle lähdetään tilanteen analyysistä ja tosiasioiden havainnoinnista. Sitä seuraa ongelman käsitteellinen ja teoreettinen muotoilu sekä toimenpiteiden suunnittelu. Seuraavaksi suoritetaan nuo toimenpiteet ja arvioidaan niiden vaikutukset. Tämä ehkä aiheuttaa muutoksia teoriaan ja korjauksia toimenpiteisiin, eli spiraali alkaa toisen kierroksensa". (Eskola 1973, 184.)

"Toimintatutkimuksella tarkoitetaan käytännössä toimivien henkilöiden, esimerkiksi opettajien, suorittamaa oman työnsä tutkimista ja kehittämistä. Lähtökohtana on jokin työhön liittyvä ristiriita tai käytännön ongelma, jota pyritään ratkaisemaan." (Syrjälä ja muut 1994, 17)

Jos muutoksia tehdään ilman tutkimusta, on ne vain arkipäivän parannuksia. Toimintatutkimus on paljolti syklejä, jotka koostuvat kolmesta osasta: suunnittelu, toiminta, seuranta. Meidänkin hankkeessa tämä oli erittäin oleellinen osa toimintaa: kokoonnuimme ohjausryhmän kanssa, suunnittelimme seuraavat toimet, toteutimme ne ja katsoimme mihin ne johtivat. Tämä prosessi toistui monia kertoja.

2.3 Projektin johtamisen teoria

Projektityötä voi kuvailla seuraavasti: ”Projektityötä tehdään lähes kaikissa yrityksissä, julkishallinnon organisaatioissa, perheissä, yhdistyksissä ja yhteenliittymissä. Nyky-yhteiskuntaa on kuvattu myös projektityhteiskunnaksi projektien yleisyyden vuoksi. Osa ihmisistä osallistuu projektiin vain harvoin, osa taas tekee niitä työkseen. Projektityön tarkoituksena on saavuttaa jokin ennalta määritelty tavoite. Projekteja perustetaan, koska tavoitteet eivät täyty ilman erillisen projektiryhmän perustamista. Näin ollen projektissa tehtävä työ poikkeaa yleensä työntekijöiden jokapäiväisistä työtehtävistä.” (Berkun 2006, 15.)

Projektitoiminnassa voidaan erottaa toisistaan ainakin tavanomainen projektityöskentely, kehitystoiminta, tuotekehitystyö sekä toiminnankehitystyö. Erilaisia projektityyppejä on kuitenkin lukematon määrä ja monesti projektityö voi kohdistua sekä organisaation ulkoiseen että sisäiseen toimintaan. Terminä projektia voidaan käyttää joustavasti kuvaamaan monenlaista toimintaa, mutta hankkeesta puhuttaessa merkitys on hieman suppeampi. Yleisesti hankkeen mielletään olevan esimerkiksi monen projektin muodostama kokonaisuus, mutta muitakin tulkintoja esiintyy. (Anttila 2001, 11-17.)

Kesäduunaa2016 -projektissa oli paljon tutkimusprojektille ominaisia piirteitä. Sen onnistumista pyrittiin mittaamaan muun muassa seuraavilla mittareilla:

- aikataulun ja budjetin pitävyys
- tulosten määrä ja laatu
- säännöllinen ja täsmällinen raportointi
- onko projekti lisännyt ymmärrystä tutkitusta aiheesta
- onko projekti lisännyt tutkitun alueen toimijoiden verkostoitumista
- onko projekti herättänyt uutta ajattelua tai uutta kompetenssia tutkijoiden ja tutkimuskohteen sisällä.

Projektijohtamisesta on paitsi kirjoitettu paljon, myös keskusteltu jonakin myyttisenä opin alana jota ulkopuolisten on vaikea omaksua. Kuitenkin olennaista on huomata menestyksekkään projektijohtamisen käytännön hyödyt henkilökohtaisen johtajuuden sekä organisaatiotason mittakaavassa. Organisaatiotasolla puhutaan paljon tietointensiivisyydestä, jonka merkitys projektityössä näkyy pyrkimyksessä hyödyntää uutta tietoa hank-

keen ohjauksessa. Organisatorisen tiedon arvo näkyy siinä miten organisaation kyvykkyys kasvaa ja sen tehokkuus määräytyy siten, miten se pystyy hyödyntämään omaa uudistumistaan. (Jalava ym. 2000, 131.)

Projekteille tyypillisiä vaiheita ovat käynnistys, suunnittelu, suoritus, valvonta sekä lopetus. Alkupään vaiheissa korostuvat päämäärä, ihmiset ja keskittyminen kun taas loppupään vaiheissa korostuvat vuorovaikutus, muutokset ja ongelmiin reagoiminen sekä jatkuva toiminnan parantaminen ja tehostaminen. (Anttonen 2003, 25.)

Projektit ovat luonteeltaan hyvin erilaisia riippuen niiden tavoitteesta. Tavoite määrittää sen, kuinka monta ihmistä projektin toteuttamiseen tarvitaan, mitä osaamista tarvitaan, minkälaisissa olosuhteissa työt tehdään, kuinka kauan se kestää ja minkälaisia väli- ja lopputuloksia projektilta odotetaan. Seuraavassa kappaleessa käydään läpi tutkimusprojektin erityispiirteitä. Muita projektityyppejä ovat:

- Yritysten sisäiset kehitysprojektit
- Toimitusprojektit
- Tutkimusprojektit
- Toteutusprojektit
- Rakennusprojektit
- Tuotekehitysprojektit (Berkun 2006, 20.)

Alla on teoriaa meidän projektissamme mukana olleista projektityypeistä, projektimme ei ollut suoranaisesti vain yhden projektityypin soveltamista. Otimme monista eri projektityypeistä malleja ja sovelsimme niitä kuten parhaaksi näimme.

Toimitusprojektille ominaista on erinäisten toimenpiteiden toistuminen. Ne ovat yksittäisiä toteutuksia, esimerkiksi erinäiset asennusprojektit. Käytännön esimerkki voisi olla yrityksen ostaman ohjelmiston käyttöönotto asennus. Eli asiakkaalle asennetaan ohjelmisto sen myyjän toimesta, sekä kouluttaa asiakkaan työntekijät sen käyttöön. (Kettunen 2009. 20.)

Toimitusprojektit voivat olla lyhyitä tai pitkiä, yllä oleva asennus projekti veisi noin muutamasta päivästä muutamaan viikkoon, mutta pitemmät projektit voivat kestää jopa vuosia. (Kettunen 2009. 20.)

Ominaisia piirteitä toimitusprojektille on, että ne tehdään aina ulkopuoliselle asiakkaalle, ne ovat itseään toistavia toimintoja, mutta vaihtelevat asiakkaan ja heidän ympäristönsä mukaan. (Kettunen 2009. 20.)

”Tutkimusprojektit käynnistyvät nykyisin useimmiten vasta, kun hankkeiden rahoitus on turvattu. Tämä tuo oman erityispiirteensä tutkimusprojektien läpiviemiselle: ideointi ja suunnittelu tehdään etupainotteisesti, ja vasta tämän jälkeen voidaan varmistaa projektin toteuttaminen rahoituksen muodossa. Tutkimustyötä tehdään paljon yrityksissä, joiden sisällä tutkimushankkeet tähtäävät konkreettisiin tuoteideoihin tai – aihioihin.” (Berkun 2006, 25.)

”Eri tieteenalojen tutkimustuloksia joudutaan mittaamaan erilaisilla mittareilla. Esimerkiksi biologian ja insinööritieteiden osalta voidaan olettaa saavutettavan hyvinkin konkreettisiä tuloksia, joita on helppo tarkastella ja mitata. Yhteiskunta- ja humanististen tieteiden piirissä tulokset voivat puolestaan olla hyvinkin abstrakteja kokonaisuuksia, joiden mittaaminen on ongelmallista. Tutkimusprojektin erityispiirteitä:

- Projektilla on usein ulkopuolinen rahoittaja
- Tieteellinen tutkimus tehdään rahoittajalle noudattaen kuitenkin akateemisen maailman tutkimusoppeja. Ristiriita kahden erilaisen maailman kesken
- Projektin suunnittelu ja valmistelu tulee viedä varsin pitkälle ennen kuin varsinainen toteutus päätös (rahoitus) saadaan.
- Projektien aikataulut ovat usein lyhytjänteisiä suhteessa tutkimustyön traditioon
- Lopputulosta ei voida täsmällisesti määritellä
- Käskytyssuhteet eivät välttämättä toimi projektiorganisaation sisällä
- Projektin onnistumisen mittaaminen on haastavaa. (Berkun 2006, 25 - 28.)

Toteutusprojekti perustuu idean toteuttamiseen. Se voi olla esimerkiksi konsertti, juhlien järjestäminen, näytelmä tai mikä tahansa tilaisuus, joka on suunniteltava etukäteen. Jokainen tapaus on omaprojekti, noudattaen kuitenkin tiettyjä toteutusprojektille ominaisia toimintatapoja. (Kettunen 2009, 24.)

Toteutusprojekteilla on aina deadline, joten aikataulut onnistumiseen on aina haasteena, se on tekijä, jonka mukaan kaikkien projektinjäsenten on toimittava. Projekteissa

on yleensä mukana ulkopuolisia tekijöitä, kuten: tarjoilu, tekniikka, henkilökunta ja nämä ovat aina riskitekijöitä onnistumisen kannalta. (Kettunen 2009, 24.)

Toteutusprojekteille ominaista on, että se voidaan arvioida vasta kun se on saatu päätökseen, koska sen onnistuminen vaikuttaa miten ihmiset sen ottivat vastaan. Projekti on aina toteutettava määritettyyn aikaan mennessä, joten kun loppu on lähellä paineet ja työmäärä kasvaa. Vapaaehtoistoiminta on erittäin yleistä toteutusprojektien kannalta, osallistujat ovat usein mukana ilman korvausta. (Kettunen 2009, 24-25.)

3 HANKKEEN TAUSTA

3.1 Lähtökohta

Kesäduunaa2016 -projekti perustuu Varsinais-Suomen maakuntastrategiaan. Myös Turun Ammattikorkeakoulun strategia tuo esiin kouluorganisaation ja työelämähankkeiden yhteen saattamisen sekä innopeda- käsitteen. Projektityöskentely lisääntyy työelämässä jatkuvasti ja siksi on tärkeää, että rajat ylittäviä ja organisaatioiden sisäisiä sekä ulkoisia projekteja tuodaan lähemmäs opiskelijoita. Nuorten kasvavan syrjäytymisprosentin tiedostaminen loi viimekädessä tarpeen projektin toteuttamiselle.

Kesäduunaa2016 -projekti toteutettiin suuremmalla henkilöstömäärällä kuin pilottihankkeena toiminut Salon kesätyökampanja. Kesäduunaa2016 -hankkeessa projektiryhmän kokouksissa istui kahdeksan henkilöä. Osaamista löytyi niin julkishallinnon piiristä, edunvalvonnasta, pedagogiikasta kuin myyntityöstäkin.

Ohjausryhmä käytti kokemusta aiemmilta vuosilta hyödyksi, ottaen kuitenkin huomioon mittakaavan muutoksen siirryttäessä koko maakunnan kattavaan kampanjaan. Opinnäytetyön tekijät olivat yhtä lailla vastuussa päätöksistä ohjausryhmän antaessa kaikille puheenvuoroille tasa-arvoisen mahdollisuuden tulla huomioiduiksi.

Projekti suunniteltiin kestämään joulukuusta 2015 kesäkuuhun 2016. Aikataulu todettiin melko niukaksi, joten tarkoituksena on aloittaa projekti jatkossa aiemmin syksyllä. Työpaikkojen määrälliset tavoitteet eivät toteutuneet väli- ja lopputulosten osalta mutta ne oli tarkoituksella asetettu yläkanttiin, joten projektiin osallistuvat olivat tyytyväisiä. Projektin suunnittelu etukäteen ei varsinaisesti ollut haastavaa, mutta ongelmat suunnitelmien toteutettavuudessa tulivat esille projektin edetessä.

Toimintatutkimuksessa tutkimuksen tekijät tarkkailevat toimintaa, myöskin omaansa projektin aikana. Raskaimmat työvaiheet, kuten matching – prosessi, pyrittiin jakamaan niin, ettei työtaakka kasva kellekään kohtuuttomaksi. Onneksi työvaiheita oli monia erilaisia, eikä uupumusta siten päässyt tapahtumaan. Toisaalta opinnäytetyön kirjallisen osuuden tekeminen ja projektin toteuttaminen oli haastavaa aikataulullisista syistä. Tärkeimpänä tavoitteena pidettiin työpaikkojen haalimista, tutkimuksellisten seikkojen kustannuksellakin.

Kyseessä olevan hankkeen tapaisissa projekteissa näkyvyys on erittäin tärkeää, joten tavoitteena oli olla aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Myös kaikki pyynnöt vierailta esimerkiksi yrittäjäjärjestöjen ja kuntien luona otettiin vastaan ja verkostoitumista harrastettiin myös alan messuilla sekä erilaisissa tapahtumissa. Vastaanotto oli aina positiivista ja saimme myös hyviä vinkkejä käyttöömmee. Huomiota esimerkiksi sanomalehdissä suotiin projektille pääosin tuloksista kerrottaessa.

3.2 Toteutus

Opinnäytetyön tekijät lähtivät mukaan V-S liiton toimeksiantoon, jonka tarkoituksena oli nuorten Varsinais-Suomalaisten työllistäminen. Tiedossa oli, että tämä olisi haasteellinen tehtävä, jossa pääsisi oikeasti tekemään töitä asian eteen. Ensimmäinen kokous oli 24.11.2015. Opinnäytetyön tekijät saivat tiedon toimeksiannosta sähköpostiin tulleesta mainoksesta, jonka lähetti Turun Ammattikorkeakoulun edustaja.

Kokoonnuimme aluksi ohjausryhmän kanssa V-S -liiton kokoustilaan. Ohjausryhmä koostui Salon yrittäjistä (Jukka Alanko sekä Sari Örling), V-S yrittäjistä (Henri Wibom), V-S liitosta (Veli-Matti Kauppinen ja Esa Höglbläm), sekä Turun AMK sepänkadusta (Liisa Kairisto-Mertanen, Joonas Paukkio, Patrik Piiparinen). Pääsimme siis ensimmäistä kertaa tapamaan projektin ohjausryhmää eli jäseniä ja tutustumaan aiheeseen. Työskentely aiheen parissa alkoi välittömästi kokouksen myötä.

Kokouksen tarkoituksena oli perehdyttää kaikki lähtötilanteeseen sekä sopia jatkotoimista. Kokouksen vetäjinä toimivat Veli-Matti Kauppinen ja Esa Höglbläm olivat luoneet PowerPoint -esityksen, joka antoi kaikille käsityksen tulevasta hankkeesta. Kaikilta projektiin osallistuvilta odotettiin konkreettisia ehdotuksia hankkeen läpiviemiseksi, ja yhteinen päämäärä sekä konsensus siitä alkoi hahmottua.

Keskustelimme yksityiskohdista ja siitä, miten lähdemme toteuttamaan ideaa. Nuorten ja työnantajien yhteen saattamisessa keskeisimmäksi asiaksi todettiin suora kontaktointi, eli idea pitäisi myydä mahdollisimman tehokkaasti. Tässä nuoret ihmiset joilla kesätyökokemukset ovat tuoreessa muistissa, ovat vahvoilla. Siksi opiskelijoiden mukanaolo kontaktointiprosessissa todettiin hyväksi lähtökohdaksi. Kahden henkilön todettiin kuitenkin olevan liian vähäinen määrä tässä vaiheessa, koska kontaktien määrä jäisi silloin liian suppeaksi.

Opiskelijoita kontaktointiprosessiin olisi voitu rekrytoida koulun osuuskunnasta, mutta resursseja tähän ei ollut käytettävissä. Myöskään sosiaalisen median markkinointiin ei ollut saatavissa ulkoista apua. Sosiaalisen median kanavat ovat monipuolinen mahdollisuus, mutta pelkkä tilin avaaminen ei riitä, joten jäimme siinä puolitehen.

4 HANKKEEN VAIHEET

4.1 Projektisuunnitelma

Ensimmäinen toimeksianto oli luoda projektisuunnitelma, sekä aikataulu jota alamme noudattamaan. Kyseiset asiakirjat ovat mukana liitteenä. Tutustuimme projektinhallintaan, projektinjohtamiseen, projektinsuunnitteluun sekä yleiseen projektitoimintaan liittyvään kirjallisuuteen saadaksemme vahvemman käsityksen projektien yleisluonteesta, niiden hallinnasta, suunnittelusta sekä juuri kyseessä olevan projektin kaltaisista hankkeista. Näitä aineistoja hyödynnettiin myös kirjallisessa opinnäytetyössä.

Tutustuttuamme projekteihin tarkemmin saimme paremman käsityksen, kuinka luodaan projektisuunnitelma ja miten sitä parhaiten noudatetaan sekä hallitaan. Onnistuessaan hyvin, projektisuunnitelma antaa selkeän kuvan aikatauluista, ja siten auttaa projektiin osallistuvia näkemään työpanoksensa kokonaisuuden osana. Projektisuunnitelman pohjalta teimme esityksen PowerPointiin, mitä käytettäisiin esitelmöitäessä yrittäjäjärjestöissä ja muissa sidosryhmissä. Lisäksi teimme erillisen viestintäsuunnitelman joka on opinnäytetyön liitteenä (Liite 2.).

4.2 Yrittäjäjärjestöjen kontaktointi

Päätimme ottaa yhteyttä Varsinais-Suomen yrittäjäjärjestöihin yhteistyötoiveiden merkeissä. Ideana oli kasvattaa hankkeen näkyvyyttä sekä ihmisten tietoisuutta Varsinais-Suomen alueella. Pääpainona oli yrittäjien kiinnostuksen herättäminen ja toissijaisesti nuorten tavoittaminen. Moni taho lupasi palstatilaa alan lehdistä, mikä oli jo etukäteen nähty monipuolisena mahdollisuutena.

Sovimme ohjausryhmän kanssa yksityiskohtia kyseisestä toimesta, kuten miten otetaan yhteyttä? Mitä tahdomme heiltä? Miten ”myydään tämä idea heille”. Muutamana esimerkkinä voisi mainita esimerkkejä kysymyksistä joihin halusimme vastauksen: Voitteko edistää projektia joillain tavoilla? Oletteko kuullut projektista? Jos kyllä, niin mitä mieltä he siitä ovat? Miten pystytte edistämään tietoisuutta alueellanne? Suurin kysymys kuitenkin oli, että ”Oletteko mukana hankkeessa”?

Kontaktointi tapahtui opinnäytetyöntekijöiden toimesta soittamalla yrittäjäjärjestöjen puheenjohtajille. Varsinais-Suomen alueella on 36 eri yrittäjäjärjestöä. Monia puheenjohtajia tavoitettiin ja moni oli yhteistyöhaluinen. Tapaamisia sovittiin ja saimme tietoa alueiden tapahtumista, joihin voisimme osallistua promotoidaksemme kampanjaa. Osa puheenjohtajista tavoitettiin sähköpostitse.

Kaikki yrittäjäjärjestöt ottivat nuorten työllistämisen positiivisena asiana ja suurin osa oli valmis ottamaan hankkeeseen osaa. Kuitenkin vain osa järjestöistä oli valmis tekemään panostuksia hankkeen suhteen. Tämä on ymmärrettävää sillä kaikilla paikkakunnilla nuorten työllisyystilanne ei ole niin haastava kuin yleisellä tasolla. Nuoria saattaa esimerkiksi olla pienellä paikkakunnalla hyvin vähän.

Yrittäjäjärjestöjen yhteistyökuvio oli hyvä idea, mutta parannettavaa löytyy. Keskittymisen vain osaan järjestöistä saattaisi tuoda parempaa tulosta, koska yhteistyö olisi selkeästi tiiviimpää. Järjestöille pitää antaa selkeät ohjeet mitä heiltä halutaan hankkeen edistämiseksi, eli mitä heille annetaan tehtäväksi. Aiheen ottaminen esille yrittäjille suunnatuissa tilaisuuksissa herättäisi esimerkiksi varmasti kahvipöytäkeskusteluja ja sitä myötä työpaikkoja nuorille.

4.3 Lyyti -sivusto

Teimme yhteistyössä Turun AMK:n kanssa Lyyti -sivuston, hankkeeseen osallistuville yrityksille sekä nuorille. Tarkoituksena oli luoda työkalu, joka auttaa pysymään ajan tasalla jo mukaan tulleista yrityksistä. Lyyti on internetsivustolla oleva palvelu, jossa tilastojen tekeminen on helppoa.

Kyseessä oli käytännössä ilmoittautumiseen tarkoitettu lomake, joka koostui pääosin sidotuista kysymyksistä, joihin halusimme vastauksen. Vastauskenttiä joihin olisi vastattu omin sanoin, pyrittiin välttämään. Dataa, jota kerättiin suuri määrä, saatiin näin helpommin hallittavaan muotoon. Lyyti -sivuston käyttöönotossa auttoi Sepänkadun koulutalon viestintävastaava.

Yrityksille sekä nuorille luotiin omat lomakkeet. Ilmoittautumiseen tarkoitettu lomake, jolla yritys ilmoittautui osalliseksi hankkeeseen, oli auki koko projektin ajan. Päätimme ohjausryhmän kanssa nuorten rekisteröitymisen olevan auki sovittun ajanjakson ajan (11.4.-24.4) koska emme halunneet saada hakemuksia kohtuuttoman suuria määriä. Kynnystä

ilmoittautumiseen päätettiin siis nostaa sen verran että vain aidosti kiinnostuneet aktivoituivat.

Varsinais-Suomen liitto teki sivuston Kesaduunaa2016 projektille, missä hanke esiteltiin ja sen loppuun annettiin ohjeet mukaan ilmoittautumiseen. Suora linkki ilmoittautumislomakkeeseen oli parhaiten näkyvillä kyseiseltä sivustolta, joten sivustoa mainostettiin markkinoinnin yhteydessä. Varsinais-Suomen liiton toimesta ideoitiin myös aloite blogitekstille, joka julkaistiin myös V-S liiton sivuilla.

Ilmoittautumisjärjestelmä Lyyti -palvelun kautta toimi oivallisesti mutta myös parannettavaa jäi. Lomakepohjat tulisi kohdentaa erikseen työnantajille ja – hakijoille selkeällä tavalla ja hankkeen taustat tulisi tulla niissä paremmin esille. Ilmoittautumisen olisi voinut toki järjestää muutoinkin kuin sähköisesti, kuten esimerkiksi Salon alueella, jossa lomakkeita palautettiin erikseen järjestetyssä tilaisuudessa Salon torilla. Koko maakunnan mittakaavassa sähköisellä palvelulla on kuitenkin etunsa.

4.4 Työpaikkojen rekrytointi

Etukäteen tiedossa oli se, että nuoria työnhakijoita löytyy, mutta työpaikkojen etsiminen ja löytäminen olisi haastavampaa. Yrityksiä pyrittiin tavoittamaan sähköpostitse sekä puhelimitse. Myös lehtimainonta ja sosiaalinen media tarjosivat väyliä yrittäjien huomion kiinnittämiseksi. Kilpailu kesätyöllistämismarkkinoilla on kovaa ja törmäsimme monesti vastaavien kampanjoiden edustajiin eri yhteyksissä. Omassa kampanjassamme koko maakunnan mittakaava oli etu juuri erottautumisen osalta.

Yksi keinoista oli suora soittaminen yritysten toimitusjohtajille. Saimme Turun yrittäjiltä suuren listan kaikista Varsinais-Suomen yrityksistä. Kyseessä oli siis yli 9000 yrityksen lista. Lähetimme yrityksiin massasähköposteja mutta tuloksia ei tällä lähestymistavalla edes etukäteen juuri kukaan odottanut, eikä niitä juurikaan saatu. Palautetta kuitenkin saimme muutamien yritysten edustajilta.

Päätimme luoda soittamista varten erillisen projektin, jotta saisimme soittoaikaa. Soittajia pyrittiin rekrytoimaan Turun AMK:sta erilaisilla menetelmillä, kuten esitteillä, sekä sähköpostitse. Tämä osoittautui erittäin haastavaksi tehtäväksi, koska viimekädessä kyseessä oli puhelinmyyntiprojekti, mikä ei ole yleisesti kovin houkutteleva toimeksianto.

Saimme kuitenkin lopulta muutaman osallistujan projektiin. Projektiin osallistujille pidettiin perehdytys hankkeesta, hankittiin puhelimet sekä annettiin vinkkejä puhelinmyyntiin. Projekti todettiin onnistuneeksi, koska saimme sen avulla useita uusia työpaikkoja. Soittoprojektin olisi kuitenkin voinut aloittaa aikaisemmin, sekä siihen olisi voinut ottaa tai jopa "määrätä" henkilöitä joiltain puhelinmyyntiin liittyviltä kursseilta tai projektijoilta. Tämän avulla soittovoimaa olisi saatu hyödynnettyä projektin läpikulun ajan.

Koko projektin ajan pyrimme pääsemään erillisiin tapahtumiin, kuten työllistämiseen liittyville messuille sekä yrittäjäjärjestöjen kokouksiin ja tapahtumiin. Kävimme esimerkiksi juomassa aamukahvit Kustavissa, missä kaikki paikkakunnan päättäjät olivat paikalla. Olimme myös kauppakeskus Skanssissa kesätyömessuilla. Kävimme myös Naantalissa, osa-yleiskaava tapahtumassa. Varsinais-Suomen Yrittäjien tilaisuus Nousiaisissa oli mielenkiintoinen verkostoitumistapahtuma, jossa keskusteltiin esimerkiksi 4H Yrittäjien kanssa. Liedon Yrittäjät kokoontuivat Turussa ja pääsimme käyttämään puheenvuoron.

Erilaiset messut tarjosivat verkostoitumismahdollisuuksia, sekä näkyvyyttä hankkeelle. Messujen kautta pääsimmekin paikallislehtiin haastatteluihin ja saimme äänemme jopa radiolähetykseen. Hankkeen näkyvyys on suuressa osassa onnistumisen kannalta, joten mitä enemmän pääsee näkyville erinäisiin tilaisuuksiin sitä parempi.

Parannusehdotuksena hankkeen promotointiin olisi se että kannattaisi yrittää saada suuret kauppakeskukset yhteistyökumppaneiksi. Esimerkiksi Turun alueella toimivat kauppakeskus Mylly sekä Skanssi. Nuorten työllistäminen on erittäin positiivinen asia ja heille tämä toisi positiivista näkyvyyttä. Heidän kauttaan saisi varmasti myös hyviä kontakteja sekä vinkkejä työllistämiseen liittyen.

4.5 Nuorten rekrytointi

Nuorten aktivoimiseen käytettiin erilaisia markkinointikanavia. V-S liitto toimitti brosyyrejä jaettavaksi, ja aiheesta laitettiin myös viesti toisen asteen opiskelijoille Wilma -sovelluksessa. Tämä ohjelma on luotu koulun sekä oppilaiden vanhempien väliseen viestintään. Tiedottamista oli vaikea kohdentaa juuri kohdeyleisöön, sillä nuoret seuraavat nykyään aktiivisesti lähinnä sosiaalista mediaa. Hankkeen Instagram -tilillä oli satakunta seuraajaa, joten emme käytännössä olleet aktiivisia nykyaikaisten vaatimusten edellyttämällä tavalla.

Lyyti -palveluun ilmoittautui nuoria koko maakunnan alueelta. Juuri maantieteellinen sijainti ratkaisi pitkälti sen, kuka nuorista pystyisi missäkin yrityksessä työskentelemään. Monet nuoret kirjoittivat sivutolkulla omasta osaamisestaan ja motivaatiostaan ja tämä nähtiin aina erittäin positiivisena asiana ja jopa tärkeimpänä kriteerinä työpaikan saajaksi valikoitumiselle.

Kun projekti oli loppumassa, aloitettiin työpaikkojen ja työnhakijoiden kohtaamisvaihe, jossa kaikki yritykset saavat nuoren kesätöihin, mikä oli projektin päätoimi. Teimme taulukon yrityksistä ja nuorista. Lyyti -sivusto oli suurena osana seurannan onnistumista. Ilmoittautumislomakkeissa kysytyt kysymykset auttoivat saattamaan oikean nuoren oikeaan työpaikkaan.

Kun nuori ja yritys oli yhdistetty, annettiin nuorelle työpaikan yhteyshenkilön puhelinnumero, johon tämän tuli soittaa. Annoimme sähköpostitse nuorelle vinkkejä siitä, kuinka yritystä kannattaa lähestyä. Ensin tulisi esitellä itsensä, sitten kertoa soittavansa kesätyöhankkeen tiimoilta ja viimeksi sopia tapaaminen. Kohteliaan työnhakijan ei tietenkään oleteta ottavan yhteyttä tekstiviestillä, mikä olisi pitänyt kertoa nuorille etukäteen.

Kohtaamisvaiheen prosessi onnistui tietojemme mukaan, mutta parannettavana osana olisi jälkiseuranta. Välitön tieto työpaikan ja nuoren sopimasta sopimuksesta, jotta saataisiin varmuus työpaikan käytöstä. Jälkitietojemme mukaan kaikki nuoret eivät olleet menneet töihin, joten nuorelle tarkoitettu työpaikka on mennyt hukkaan.

Nuorille voitaisiin myös antaa työelämään liittyviin asioihin tarkoitettu tietopaketti. Tämä voisi olla esimerkiksi internetissä oleva tietopaketti. Tehokasta olisi myös ollut, jos käytävissä olisi ollut jonkinlainen paikkatietosovellus, jotta työpaikan lähellä asuva nuori olisi löytynyt helposti. Koulussa sellaista ei vielä ollut mutta ensi vuoden kampanjaan se saattaa ehtiä. Nuoria olisi myös hyvä valistaa työntekijästä yritykselle aiheutuvista kustannuksista, jotta he ymmärtäisivät työpaikan arvon paremmin.

Kesäduunaa2016- projektin toteutuksessa pyrittiin ottamaan huomioon nuoren ja työpaikan maantieteellisen sijainnin välimatkojen asettamat haasteet. Kaupungeissa asetelma oli helpompi liikenneyhteyksien takia, taajama-asutuksen ulkopuolella välimatkat sekä myöskin työpaikkojen tarjoamat majoitusmahdollisuudet asettivat haasteita. Koska nuorten jäämistä pienelle paikkakunnalle pidetään tärkeänä, monet kunnat halusivat tehdä omaehtoisesti työtä kampanjan onnistumisen puolesta. Esimerkiksi Kustavissa yhteistyöstä oli merkittävä hyöty paikallisille nuorille.

5 TULOKSET

Kesäduunaa2016 -projektin kaltainen hanke voitaisiin toteuttaa missä tahansa maakunnassa. Se antaa hyvät lähtökohdat opinnäytetyön ja ammattiharjoittelun yhdistävälle tehtävänannolle, joka voidaan toteuttaa soveltaen eri koulutusasteiden opiskelijoiden osallistumista. Tämä opinnäytetyö voi toimia pohjana esimerkiksi vuonna 2018 toteutettaville hankkeille eri maakunnissa. Siihen mennessä on kirjattu ylös jo kahden vuosikerran kokemuksia sekä kerätty talteen palautetta Varsinais-Suomalaisilta nuorilta sekä työnantajilta hyvien toimintamallien tunnistamiseksi.

Suhtautuminen projektiin oli yritysten taholta positiivista. Työpaikkoja saatiin yhteensä 200 kappaletta. Haasteen loi ennalta määrättyjen kontaktien suhteettoman suuri määrä. Jälkiviisaana voisi todeta että yhteydenotot puhelimitse kahden henkilön voimin ei ole kannattava metodi. Vaihtoehtoisia tapoja tavoittaa yrityksiä siis tarvittaisiin, kuten esimerkiksi sosiaalisen median käyttäminen.

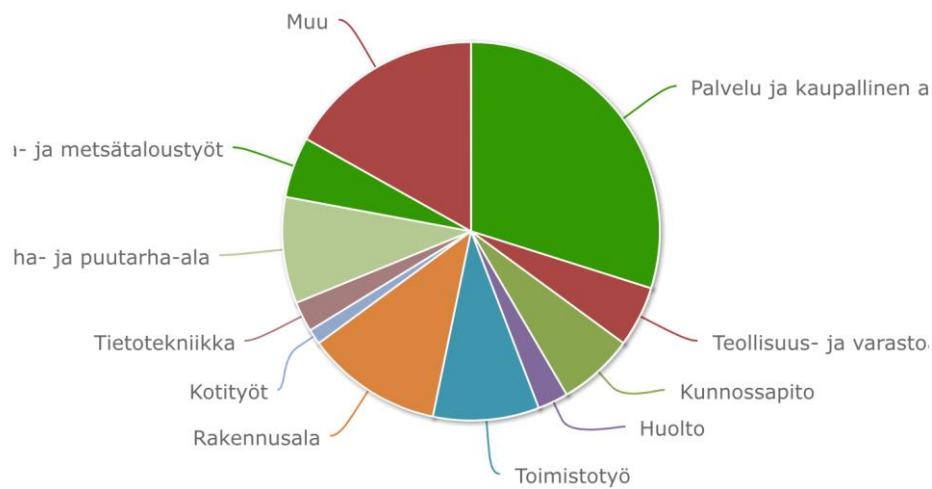
Somemarkkinointi oli kampanjassa esillä mutta resursseja ei riittänyt juuri alkuun pääsemistä pidemmälle. Lehtimainontaa pidettiin myös vartenotettavana vaihtoehtona. Kampanjan haasteena oli kuitenkin sen luonne ensimmäisenä laatuaan. Nollabudjetilla kuitenkin pääsimme kohtuulliseen tulokseen.

Instagram ja Facebook valjastettiin käyttöön mutta aikaa ja ammattimaista otetta jäi uupumaan. Kirjoitimme kuitenkin blogitekstin, joka tavoitti yli 600 lukijaa. Blogin tarkoituksena oli kerätä yhteen koko tiimin ajatuksia ja yhteisiä päämääriä. Blogiteksti on kokonaisuudessaan liitteenä (Liite 3.)

Vajaan vuoden kestäneen projektin aikana opittiin paljon. Oppimistuloksia on vaikea määritellä saati mitata, mutta varmaa on ainakin se että seuraavan vuoden kampanja on helpompi toteuttaa kun kokemuksia on jo kirjattu ylös. Positiivista on ollut huomata että vuoden 2017 kampanja on jo saanut paljon huomiota osakseen.

Työpaikkoja löytyi eniten palvelu- ja kaupalliselta alalta. Myös piha- ja puutarha-ala sekä rakennusala työllistivät nuoria kiitettävästi. Moni nuori pääsi myös toimistotyöhön, kuten alla oleva kaavio osoittaa.

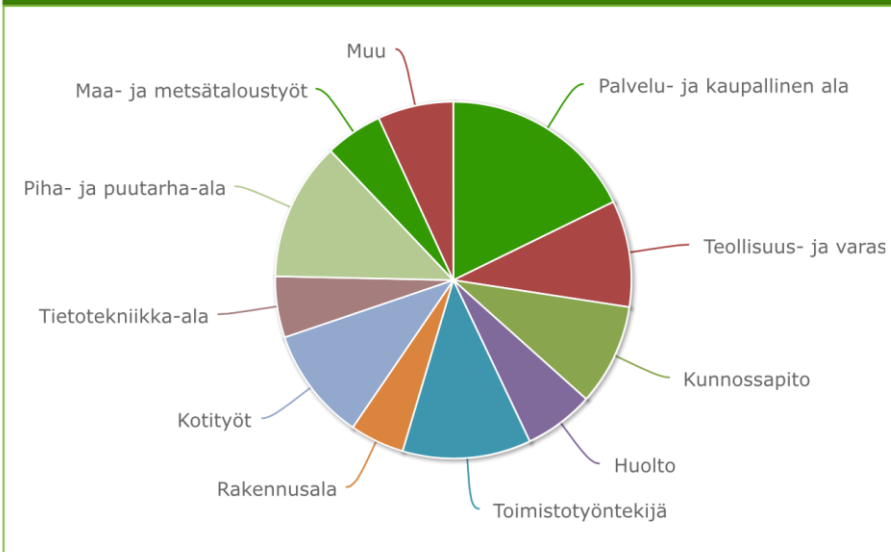
Työtehtävän luonne



Taulukko 1: Toteutunut työtehtävän luonne

Toisesta alla olevasta kaaviosta voidaan taas nähdä, että nuorten toiveet työtehtävien luonteesta osuivat hämmästyttävän hyvin yhteen toteutuneiden työpaikkojen kanssa. Juuri kysytyimmät alat pystyivät työllistämään eniten nuoria. Toki joillakin aloilla tarjontaa oli suhteessa vähemmän kuin kysyntää, kuten esimerkiksi toimistotyön kohdalla. Näin myös teollisuus- ja varastoalalla.

Toive työtehtävän luonteesta



Taulukko 2: Toivottu työtehtävä

6 POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tuloksista voidaan päätellä että nuorten ja työpaikkojen välille ei voi rakentaa siltaa ottamatta huomioon yleistä yrityskulttuurien muutosta. Ihminen työpaikan takana ja asemansa varjossa halutaan yhä useammin ja kasvavassa määrin tuoda esiin. Uusia sosiaalisen median sovelluksia, joista esimerkkinä Snapchat, voisi hyödyntää yritysten ja potentiaalisten uusien työntekijöiden kohtaamisessa.

Juuri näinä aikoina, kun suuret ikäluokat ovat eläköitymässä, tarjoutuu nuorelle kesätyöläiselle mahdollisuus nähdä itsensä yrittäjänä pienessä yrityksessä. Tämä pyrittiin huomioimaan pienyrittäjiä kontaktoitaessa. Eräs mielenkiinnon herättänyt seikka oli se, nähdäänkö omistajanvaihdokset pienissä yrityksissä uhkana vai mahdollisuutena, eli innostaako vai latistaako lähenevä eläköityminen kesätyöllistämisen näkökulmasta.

Yrittäjyyskasvatus on yksi keino vastata tähän haasteeseen, ja muutenkin lisätä nuorten työelämävalmiuksia. Pidempikestoisella projektiaikataululla myös edellä mainitun voisi huomioida paremmin projektin tuotteistamisen näkökulmasta, jolloin prosessin vaiheet noudattelevat asiantuntijapalveluiden vastaavanlaista kehittämistä.

Opinnäytetyön kirjallinen osuus tuo näkyvyyttä hankkeelle ja avaa keskustelua kesätyön merkityksestä. Varsinaista mullistavaa tutkimusaineistoa ei pyritä luomaan, vaan tarjoamaan ohjeita ja jakamaan kokemuksia puoli vuotta kestäneestä kesätyöhankkeesta. Toimintatutkimuksen näkökulmasta aineistoa saatiin kerättyä palautteen muodossa työntäjiltä. Keskeisimpänä kehittämisideana todettiin olevan nuorten perustietämyksen kasvattaminen työelämän yleisistä toimintatavoista.

Kesäduunaa2016 -hankkeen toteutus vastasi hyvin odotuksia eli kyseessä oli haastava organisointitehtävä johon kuului paljon konkreettista kantapään kautta oppimista. Tämä siksi, että projekti oli luonteeltaan uutta etsivä eikä vertailukohtia juuri löytynyt. Olenasta toteutuksessa oli tiivis yhteistyö projektiin osallistuvien tahojen kesken, sekä kaikkien osapuolten osallistuminen sisäiseen viestintään aktiivisesti. Projektisuunnitelma olisi voinut olla hyödyllisempi, jos sen laadintaan olisi osallistunut koko työryhmä, mutta sen noudattaminen oli joka tapauksessa koko työryhmän yhteinen tavoite.

Kesäduunaa2016 -hankkeen aikana ideoitiin keskitettyä kesätyöratkaisua, jossa monien kesätyöhankkeiden muodostamalla yhteishankkeilla saataisiin sateenvarjomallilla parempia tuloksia ja viimekädessä uusia työpaikkoja. Näitä rajat ylittäviä malleja voisi tutkia

laajemmaltikin opinnäytetyön ja ammattiharjoittelun integroivalla mallilla toteutettuna. Toiminnan voisi laajentaa myös tukemaan toisen asteen koulutuksen mahdollisuutta kummiyritystoimintaan, jolloin peruskoululaisten työelämään tutustumisjaksot olisivat ensimmäinen etappi varsinaisella polulla kohti työelämää.

Kesätyöhanketta olisi mahdollista kehittää enemmän nuoria osallistavaan suuntaan, jos kampanjan muotoilisi uudelleen. Kyseessä voisi olla työelämävalistuskampanja, josta palkintona olisi kesätyöpaikka. Tällöin pelillistäminen voisi olla vaihtoehtona toteutuksessa, jolloin Turun Ammattikorkeakoulun opiskelijat voisivat yhdessä pelialan kummiyrityksen kanssa olla suunnittelussa ja toteutuksessa mukana. Aiempien vuosien kampanjoista saadusta kokemuksesta ja palautteesta saisi tietoa siitä, mitä ominaisuuksia hyvältä kesätyöntekijältä käytännössä vaaditaan, ja näitä ominaisuuksia pelissä menestyminen vaatisi.

Pelissä voitaisiin esimerkiksi käsitellä työntekijästä työnantajalle koituvia kustannuksia, jolloin nuoret oppisivat pitämään työpaikkaa asiana joka ei ole itsestäänselvyys. Palkan lisäksi on lukuisia muita kuluja, joista nuoret eivät välttämättä ole tietoisia.

LÄHTEET

Berkun, S. 2006. *Projektinhallinnan taito*. Helsinki, *Readme.fi*.

Hirsjärvi, S.; Sinivuori, E.; Sajavaara, P. & Remes, P. 2000. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki, Tammi.

Kananen, J. 2009. *Toimintatutkimus yritysten kehittämisessä*. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, : Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto.

Kananen, J. 2014. *Toimintatutkimus kehittämistutkimuksen muotona: miten kirjoitan toimintatutkimuksen opinnäytetyönä?* Jyväskylän ammattikorkeakoulu. *Liiketoimintayksikkö*.

Kananen, J. 2012. *Kehittämistutkimus opinnäytetyönä: kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas*. Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Kettunen, S. 2009. *Onnistu projektissa*. WSOYpro.

Turun AMK julkaisut <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf> viitattu 9.2.2017.

Varsinais-Suomen liitto. Blogi. www.varsinais-suomi.fi/kesaduunaa2016 Viitattu 12.2.2017

Vuorio, E. 2011. "KUHA VAA SAIS TÖITÄ!" – asiakasryhmän näkökulma NUOTTI-hankkeen ohjauksen ja neuvonnan pilotteihin. Turun ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö.

Korhonen, V.; Puukari, S. 2013. *Monikulttuurinen ohjaus- ja neuvontatyö*. PS-Kustannus.

Nyyssölä, K. 1994. *Nuoret ja työmarkkinoiden joustavuus : nuorten joustava työllistyminen työvoima- ja koulutuspoliittisena ongelmana*. Turun yliopisto, väitöskirja.

Haanpää, L.; Tuppurainen, S. 2012. *Nuoret yrittävät : vastuullisuus, joustavuus ja mahdollisuudet yrittäjyydessä*. Nuorisotutkimusverkosto : Nuorisotutkimusseura.

Forsberg, K; Mooz, H; Cotterman, H. 2003. *Projektin hallinta: Malli kaupalliseen ja tekniseen menestykseen*. Edita.

Anttonen, K. 2003. *Tehosta projektityötä*. Talentum.

Jalava, U; Virtanen P. 2000. *Innovatiiviseen projektijohtamiseen*. Tammi.

Anttila, P. 2001. *Se on projekti - vai onko?*. AKATIIMI.

Lehtonen, A. 2006. *Yrittäjyyskasvatusta Kupittaaan koululle*. Turun ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö.

Liite 1.

Turun ammattikorkeakoulu Oy, TKI-toiminta PROJEKTISUUNNITELMA
Varsinais-Suomen liiton kesätyöhanke 2016 pvm 10.12.2015 1/ 4

PROJEKTISUUNNITELMA

Sisällysluettelo

JOHDANTO 3

1. LÄHTÖKOHTA 3
2. TOIMINTAYMPÄRISTÖ 3
3. PÄÄMÄÄRIEN JA TULOSTAVOITTEIDEN MÄÄRITTELY 3
4. KOHDERYHMÄT JA KESKEISET TOIMENPITEET 3
5. HALLINNOINTI, HENKILÖSTÖ, OHJAUSRYHMÄ JA ORGANISOINTI 4
6. AIKATAULU JA TYÖSUUNNITELMA 4
7. VIESTINTÄSUUNNITELMA (LIITTEENÄ) 4
8. TULOKSIEN HYÖDYNTÄMINEN PYSYVÄKSI TOIMINNAKSI 4

JOHDANTO

Projektin idea on työllistää mahdollisimman paljon 15–18 –vuotiaita nuoria Varsinais-Suomen alueella. Projektin tavoitteena on löytää n.1000 työpaikkaa huhtikuuhun mennessä, hyödyntäen yrittäjäyhdistyksiä sekä kuntia prosessin toteuttamisessa. Projektin toteutus tapahtuu tammikuu-toukokuu välisenä aikana.

1. LÄHTÖKOHTA

- Tarpeen taustalla vaikuttaa Varsinais-Suomen liiton strategia vuodelle 2016 ja erityisesti kohdat TP V4-TP V6, jotka sisältävät teemoja nuorten osallistamisesta maakunnan kehittämiseen ja päätöksen tekoon. Koska kyseessä on nuorten työllistäminen, projektipäällikkö vastuu on ammattikorkeakoulun opiskelijoilla. Esimerkkinä toimii Salon seudulla tapahtunut viimevuotinen pilottiliikennehanke, jossa toteutuneita käytäntöjä lähdetään sovittamaan suuremmissa

mittakaavassa. Ongelmana voi olla yrittäjän uskon puute motivoituneen työvoiman löytymiseen. Projektin tarkoituksena on pyrkiä välittämään yrityksille nuorten halukkuudesta työskennellä tavoitteellisesti ja tarpeen vaatimalla tasolla. Projekti hakee ratkaisua nuorten työelämäympäristöön osallistamista ja tämän kautta heidän työvalmiuksien kehittämistä koskien

- V-S liitto on amk:n strateginen kumppani. Turun amk on tehnyt runsaasti yhteistyötä ja monimuotoisia projekteja V-S liiton kanssa. Tämä projekti jatkaa aikaisemmin hyväksi havaitulla linjalla.
- Aihealuetta koskevia verrokkiprojekteja löytyy ainakin yksi kappale. Sitra aloittaa kokeilun kolmessa kaupungissa, Tampereella, Turussa ja pääkaupunkiseudulla. Heidän tavoitteensa vaikuttaa olevan sama kuin meidän. Erolla, että heidän pyrkimys on työllistää kaikenikäisiä
- Toiminta on projektiluontoista, koska kyseessä on kesätyöhanke

2. TOIMINTAYMPÄRISTÖ

- Projekti toteutetaan yrittäjäjärjestöjen sekä oppilaitosten kanssa
- Ongelmana tämänhetkisessä tilanteessa on, että alle 18 vuotiaiden on haasteellista löytää työpaikkoja ilman suhteita. Työelämä valmiuksia pitää saada parannettua ja tässä kesätyöt ovat olennainen tekijä.

3. PÄÄMÄÄRIEN JA TULOSTAVOITTEIDEN MÄÄRITTELY

- Projektin määrällinen tavoite on luoda itseohjautuvia, helposti konfiguroituvia sekä autonomisia yksiköitä, jotka toimivat eri näkökulmista yhteisen tavoitteen puolesta. Laadullisesti tavoitteena on työllistää 1000 nuorta; ”Tonni täyteen”. Lisäarvoa tuottaisivat yritysten ja yritysliittojen omista näkökulmista esitetyt kehitystavoitteet ja toissijaisesti työntekijöiden kasvatuksellisten puutteiden täydentyminen. Näissä siis edellytyksenä on ollut onnistunut ”matching” yritysten ja työntekijöiden kesken X:n toimesta. Epäonnistumisen riskit sijaitsee akselilla työntekijöiden motivoituneisuus/yrityksiin kohdistuva viestintä. Mikäli motivoituneen työvoiman olemassa olosta ei voida antaa takeita, ei ole edellytyksiä saada työnantajien resursseja käyttöön.

- V-S liitossa määritellään projektin tuloksellisuuden arvioinnissa käytettävät mitarit.

4. KOHDERYHMÄT JA KESKEISET TOIMENPITEET

- Kohderyhmänä ovat: yrittäjä järjestöt, yritykset, kunnat, nuoret
- Yrittäjäjärjestöt priorisoidaan seuraavasti: Turun Yrittäjät, Kaarinan Yrittäjät ry, Kosken TI Yrittäjät, Liedon Yrittäjät ry, Länsi-Turunmaan Yrittäjät ry, Naantalin Yrittäjät, Raision Yrittäjät, Uudenkaupungin Yrittäjät
- Yrittäjäjärjestöt lähettävät jäsenille tiedotteen sähköpostilla/soittamalla, missä kerrotaan projektista sekä ohjeet siihen ilmoittautumiseen
- Kunnat laittavat paikallislehtiin tiedotteet projektista sekä ohjeet siihen ilmoittautumiseen
- Mukaan tulevat yritykset kirjataan ylös tietojärjestelmään, heidät matchataan työntekijöiden kanssa maaliskuun vaihteessa ja he sopivat työajan pituudesta (min. 2vko) työntekijän kanssa
- Nuoret ilmoittautuvat työnhakijaksi projektiin sähköisesti meidän tekemän perusteella. Heidät kirjataan tietojärjestelmään sitä mukaan, kun ne saapuvat.
- Matching prosessi alkaa maaliskuun vaihteessa
- Matching prosessi yritysten ja työntekijöiden välillä tapahtuu TuAMKin toimesta.

5. HALLINNOINTI, HENKILÖSTÖ, OHJAUSRYHMÄ JA ORGANISOINTI

- Projektissa ovat mukana VSL, V-S yrittäjät, (yrittäjäsalon), TuAMK.
- Markkinoinnista ja viestinnästä vastaa V-S yrittäjät.
- Yleiskoordinaatio VSL
- TuAMK opiskelijoiden lähiohjaus
- Operatiivinen johto opinnäytetyön tekijöiden taholla
- Yhteistyökumppaneina ovat: kunnat, yrittäjäjärjestöt sekä koulut.

6. AIKATAULU JA TYÖSUUNNITELMA

- Projekti alkaa tammikuun ensimmäisellä viikolla, jolloin markkinoinnin ja viestinnän vastuuhenkilöt ottavat yhteyden yhteiskumppaneihin sähköpostilla/soittamalla sekä tarvittaessa henkilökohtaisella käynnillä. Yhteistyökumppanien rekrytointi on valmis tammikuun lopussa ja tämän johdosta yhteistyö työpaikkojen löytämiseen alkaa
- Työpaikkojen etsimiseen luodut opiskelijaprojektit alkavat sen jälkeen kun yrittäjäjärjestöjen kautta saatujen yritysten määrä on selvillä, helmikuun alussa.
- Työnhakijoiden rekryointiprosessi alkaa maaliskuun ensimmäisellä viikolla
- Saatujen työpaikkojen ja työntekijöiden matchingprosessi alkaa maaliskuun vaihteessa
- Kesätyörekrytointi päättyy toukokuussa
- Liitteenä Excel-taulukko aikataulusta

7. VIESTINTÄSUUNNITELMA (liitteenä)

8. TULOKSIEN HYÖDYNTÄMINEN PYSYVÄKSI TOIMINNAKSI

- Projektin onnistuessa se voidaan sellaisenaan kopioida kansalliseen mittakaavaan

Liite 2.

Viestintäsuunnitelma

Johdanto

Viestintä alkaa tammikuun ensimmäisellä viikolla, jolloin markkinoinnin ja viestinnän vastuuhenkilöt ottavat yhteyden yhteiskumppaneihin sähköpostilla. Sähköpostin tarkoitus on tuoda esille projektin hyödyt ja mahdollisuudet sekä tuoda esille minkälaisia työpaikkoja lähtökohtaisesti etsitään.

Sähköpostien ja viestinnän agenda

Somemarkkinointia pidetään suurena osana ja tuodaan esille kaikessa viestinnässä eli linkkejä some kanaviin jo alkuvaiheen viestinnässä. Viestinnässä mainitaan myös referenssinä salon seudun alueella tapahtunut hanke ja kunta tason kautta tapahtuva markkinointiviestintä.

Yrityksiä kontaktoitaessa pyritään opiskelijaprojekteihin saamaan erialojen opiskelijoita, jolloin soittaminen kohdistuu jo entuudestaan tutun alan yrityksiin. Soittamisprojekteissa hyödynnetään TuAMKin palveluliiketoiminta yksikön CRM järjestelmän yrityksiä ja tässäkin viestinnässä tuodaan esille yrittäjän mahdollisuus määrittää tarkasti mahdollinen työnkuva sekä yrittäjän mahdollisuus tuoda esille tarve vain tietyn tyyppiselle osaamiselle.

Viestinnässä tuodaan esille myös se, että missä työvoimalle viestitään kampanjasta; esimerkkinä koulut ja messut. Viestinnässä otetaan huomioon myös eri alojen tarpeet sesonkiluontoiselle työvoimalle ja korostetaan työntekijän ja työnantajan aikaisessa vaiheessa tapahtuvan verkostoitumisen merkitystä.

”Nuoriin panostetaan antamalla heille mahdollisuus hankkia nykyaikaista osaamista ja luomalla uskoa ja todellisia tulevaisuudennäkymiä”

Operatiivinen asiakkuuksien hallinta

Soittaminen yhteistyökumppaneille aloitetaan viikolla 2, silloin aktivoidaan sähköpostilla tavoittamatta jääneet yritysjärjestöt. Soittamisissa hyödynnetään TuAMKin resursseja; me soitamme koulun välineillä.

Yrittäjäjärjestöt pyritään sitouttamaan omien verkostojen hyödyntämiseen antamalla näkyvyyttä kesätyöhankkeessa. Kuntien taholta lähtevä markkinointiviestintä ottaa huomioon paikallisten yrittäjäjärjestöjen toiveet.

Kuntien taholta viestintä painottuu markkinointiorganisaation osallistamiseen eli käytännössä varsinkin niiltä kunnilta joissa yrittäjäjärjestöt ovat mukana, saadaan todennäköisemmin kumppanuus.

Liite 3.

Blogiteksti Varsinais-Suomen liiton sivuille.

ONK KESÄTÖITÄ

Kirjoittanut [Patrik Piiparinen, Joonas Paukkio](#) maanantai, 25 tammikuu 2016 09:49

Ensimmäinen työni oli ikimuistoinen. Ilman sitä en varmasti olisi tässä. Työ ei ollut sellainen josta olisin aina haaveillut, mutta opin paljon. Organisaatioiden hierarkia, auktoriteetit, deadlinet ja ryhmädynamiikka, the list goes on.

Nykypäivänä on vaikea saada jalka työpaikan oven väliin. Tykkään kuitenkin haastaa itseäni, joten Varsinais-Suomen liiton ja yhteistyötahojen Kaikki kesäduunaa2016 -hanke kuulosti monipuoliselta mahdollisuudelta.

I have a dream... että 2000 nuorta löytäisi tämän kampanjan myötä tänä kesänä töitä.

Viime viikolla on pohdiskeltu kesätöiden luonnetta ikään kuin instituutiona ja vähän konkreettisemminkin Contact & Career -messuilla Turun ICT -talolla. Mahtavan monipuolinen verkostoitumistilaisuus ja hyvää pohinää kesätyövinkkelistä.

Lyyti -järjestelmän ilmoittautumislomake -pohjien viimeistely on pitänyt meidät kiireisenä. Maanantaina 18.1. puhuttiin hankkeen lanseeraamisesta isommassa mittakaavassa Salon Yrittäjien, Varsinais-Suomen Yrittäjien, Varsinais-Suomen liiton sekä Turun Ammattikorkeakoulun kanssa.

On ollut mahtava huomata miten innostuneesti kesätyöhankkeeseen suhtaudutaan. Hi-hasta nykäisy ja "Mikki Hiiri, moi. Meillä olis tällanen hanke." ei kuitenkaan vielä riitä, vaan tarkoituksenamme on luoda ihan aikuisten oikea myyntiorganisaatio.

Voi kuinka tärkeää se verkostoituminen onkaan, siksi lähdemme vaikkapa messuille turisemaan enemmän kuin mielellämme.

Myyntityössä tärkeää on muistaa että yritys ei vastaa puhelimeen tai sähköpostiin, vaan kyseessä on aina henkilö, persoona. No, missä ihmiset ovat nykyään – tietenkin somessa. Onneksi saamme apua some -viestintään ja kampanjointiin Varsinais-Suomenliitosta, idea blogitekstiinkin lähti sieltä.

Yrittäjäjärjestöihin tapahtuva viestintä on jo aloitettu ja jopa Tasavallan presidentti **Sauli Niinistö**, hankkeen suojelija, on lausunut vuosikokouksen tervehdyksessään mainintansa Kesäduunaa -kampanjasta.

Kuntia pyritään tavoittamaan, toiveena näkyvyys paikallislehdistä. Myös suurempia medioita ollaan kosiskeltu. Tässä vaiheessa kampanjaa näkyvyys on tärkeää eli valtamediat pyritään valloittamaan. Kaikki näkyvyys on positiivista näkyvyyttä.

Asiakaslähtöisyys ja interaktiivisuus ovat tärkeitä, joten olemme tiivistäneet arvomme sloganiin seuraavasti: ”Yrityslähtöisten henkilöstöpalveluiden puolesta - koti kunnianhimoisten ja uteliaiden yhteisölle.”

Nuoriin panostetaan antamalla heille mahdollisuus hankkia nykyaikaista osaamista ja luomalla uskoa ja todellisia tulevaisuudennäkymiä.

Miten kivaa olisi ollut, jos tällainen juttu olisi ollut olemassa, kun itse olimme nuoria. (Siis nuorempia...)

Somesta meidät tavoittaa hashtagilla **#kesäduunaa2016**.