



Elämä on yhtä oppimista

Näkemyksiä
kansainvälistymisestä
Karelia-amk:n
avainkumppanirytyksissä

Anneli Airola

Elämä on yhtä oppimista

Näkemyksiä
kansainvälistymisestä
Karelia-amk:n
avainkumppaniyrityksissä

Anneli Airola

Julkaisusarja
Julkaisusarjan vastaava toimittaja
Toimittaja
Graafinen suunnittelu ja taitto
Kansikuva

B:17
Kari Tiainen
Anneli Airola
Salla Anttila
www.sxc.hu

© Tekijät ja Karelia-ammattikorkeakoulu

Tämän teoksen osittainenkin kopiointi on tekijänoikeuslain mukaisesti kielletty ilman nimenomaista lupaa.

ISBN 978-952-275-098-3 (painettu)
ISBN 978-952-275-099-0 (verkkojulkaisu)
ISSN-L 2323-6876
ISSN 2323-6876

Julkaisumyynti
Karelia-ammattikorkeakoulu
julkaisut@karelia.fi
<http://www.tahtijulkaisut.net>

Kopijyvä Oy, Joensuu 2014

Sisällysluettelo

TIIVISTELMÄ **8**
ABSTRACT **9**
ESIPUHE **10**

1 MIKSI AVAINKUMPPANIYRITYKSILLE SUUNNATTU KANSAINVÄLISTYMISKARTOITUS TEHTIIN? 12

- 1.1 KUMPPANUUSTOIMINTAAN LAADITTIIN TOIMINTAMALLI **14**
- 1.2 ALUEELLINEN KEHITTÄMINEN ON AMMATTIKORKEAKOULUN PERUSTEHTÄVÄ **15**
- 1.3 SUOMI KANSAINVÄLISTYY **15**
- 1.4 MYÖS KORKEAKOULUT KANSAINVÄLISTYVÄT **16**
- 1.5 KANSAINVÄLINEN TOIMINTA EDELLYTTÄÄ OSAAMISTA **17**

2 MILLAINEN ASEMA KANSAINVÄLISTYMISSÄ ON POHJOISKARJALAISSA YRITYKSISSÄ? 18

- 2.1 POHJOIS-KARJALASTA VIEDÄÄN JA POHJOIS-KARJALAAN TUODAAN **20**
 - 2.1.1 Pohjois-Karjalan vienti suuntautuu lähinnä EU-maihin **20**
 - 2.1.2 Tavaroita tuodaan pääasiassa EU-maista **21**
- 2.2 MAAHANMUUTTAJIEN MÄÄRÄ ON NOUSUSSA POHJOIS-KARJALASSA **22**
- 2.3 KANSAINVÄLISTYMINEN KOROSTUU MYÖS MAAKUNNAN STRATEGIOISSA **23**
- 2.4 POHJOISKARJALAISTEN YRITYSTEN KANSAINVÄLISTYMISTÄ ON TUTKITTU USEISSA KORKEAKOULUISSA **23**
 - 2.4.1 Itä-Suomen yliopistossa on tutkittu yritysten kasvuhalukkuutta ja viennin menestystekijöitä **23**
 - 2.4.2 Venäjän kaupassa tarvitaan osaamista **24**
 - 2.4.3 Ulkomaankauppa edellyttää koulutusta ja markkinointisuuntautuneisuutta **24**
 - 2.4.4 Kieli- ja kulttuuriosaaminen on tärkeää kansainvälisessä kaupassa **24**
 - 2.4.5 Kansainvälistyminen nähdään kasvumahdollisuutena **25**

3 MITEN KANSAINVÄLISTYMISKARTOITUS TOTEUTETTIIN? 26

- 3.1 KARTOITUKSESSA MUKANA ERITYYPPISIÄ YRITYKSIÄ **29**
 - 3.1.1 Sekä isoja että pieniä yrityksiä **29**
 - 3.1.2 Teollisuudesta julkishallintoon **30**

4 MITÄ KANSAINVÄLISTYMINEN MERKITSEE AVAINKUMPPANIYRITYKSISSÄ? 32

4.1 KANSAINVÄLISYYS MERKITSEE KANSAINVÄLISIÄ ASIAKKAITA JA VIENTITOIMINTAA 34

4.2. KANSAINVÄLISTYMINEN NÄKY YLIKEVAIHDOSSESSA 35

4.3 OSAAVAN HENKILÖSTÖN MERKITYS ON SUURI 36

5 MILLAINEN ROOLI KANSAINVÄLISTYMISSÄ ON YRITYSTEN TULEVAISUUDEN NÄKYMISSÄ? 38

5.1 KANSAINVÄLISTYMINEN NÄYTTÄYTY KESKITTÄMISKOHTEENA 39

5.2 KANSAINVÄLISISTÄ HARJOITTELIJOISTA TUKEA KANSAINVÄLISTYMINEN 41

6 TARVITAANKO LISÄÄ OSAAMISTA? 46

6.1 KANSAINVÄLISYYSOSAAMINEN ON KILPAILUETU 48

6.2 KIELITAITOA TARVITAAN 51

6.3 VENÄJÄN KAUPPA EDellyttää OSAAMISTA 53

6.4 KANSAINVÄLISTYMINEN LIITTYVÄÄ KOULUTUSTA KAIVATAAN 53

7 MILLAISTA YHTEISTYÖTÄ YRITYKSET ARVOSTAVAT? 58

8 MILLAISIA TULOKSIA KARTOITUKSESSA SAATIIN JA MITEN NIITÄ HYÖDYNNETÄÄN? 64

8.1 YRITYSTEN KANSAINVÄLISTYMINEN ON TAVOITTEELLISUUTTA 66

8.2 OPPILAITOSYHTEISTYÖ TOIMII KANAVANA TULEVAISUUDEN REKRYTOINTIIN 66

8.3 KANSAINVÄLISTÄ OSAAMISTA HALUTAAN KEHITTÄÄ 67

8.3.1 Kommunikointitaidot koetaan tärkeiksi 67

8.3.2 Venäjän kieli on englantiaakin tärkeämpi sosiaali- ja terveysalalla 68

8.3.3 Tutkintoon johtamaton koulutus kiinnostaa eniten 68

8.4 YRITYKSET TOIVOVA TULOKSIA TUOTTAVAA YHTEISTYÖTÄ KARELIA-AMK:IN KANSSA 69

8.5 KANSAINVÄLISTYMINEN ASETTAA ERILAISIA HAASTEITA ERI ALOILLA 69

8.5.1 ICT-ala kansainvälistyy vauhdilla 70

8.5.2 Sosiaali- ja terveyspalvelut ”pakkokansainvälistymisen” edessä 72

8.6 TULOKSIA HYÖDYNTÄMÄÄN 73

LÄHTEET 76

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake 80

KUVIOT

Kuvio 1. Vieraskielisten työllisten osuus työvoimasta

Pohjois-Karjalassa eräissä ammattiryhmissä [%] (Tilastokeskus 2009, 14)

Kuvio 2. Kartoituksen toteutus

Kuvio 3. Henkilöstömäärä kyselyyn vastanneissa yrityksissä [%]

Kuvio 4. Kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta toimialoittain [%]

Kuvio 5. Kansainvälistymiseen liittyvät merkittävät tekijät [%]

Kuvio 6. Yrityksen saama hyöty kansainvälisestä harjoittelijasta [%]

Kuvio 7. Kansainvälisyysosaamisen lisäämistarve [%]

Kuvio 8. Tärkeimmät kielet [%]

Kuvio 9. Sopivimmat koulutusmuodot eri toimialoilla

Kuvio 10. Yrityksille parhaiten sopivat koulutuksen toteutukset [%]

Kuvio 11. Yhteistyömuodot yritysten ja ammattikorkeakoulun välillä [%]

TAULUKOT

Taulukko 1. Vienti Pohjois-Karjalasta maaryhmittäin vuonna 2012

(Pohjois-Karjalan ELY-keskus 2013)

Taulukko 2. Avainkumppaniyritysten toimiala [%]

Taulukko 3. Kansainvälistymisen sisältö yrityksissä [%]

Taulukko 4. Yritysten tulevaisuuden kansainvälistyminen [%]

Taulukko 5. Kansainväliset harjoittelijat eri toimialoilla [N]

Taulukko 6. Kansainvälisestä harjoittelijasta kiinnostuneet yritykset [N]

Taulukko 7. Kansainvälisyysosaaminen eri toimialoilla

Taulukko 8. Yrityksille parhaiten sopivat koulutustavat [%]

Taulukko 9. Yhteistyömuodot toimialoittain [%]

Tiivistelmä

Kansainvälistyminen ei enää ole vain suurten yritysten mahdollisuus, myös pienet ja keskisuuret yritykset suuntaavat ulkomaille hakemaan uusia asiakkaita ja kasvumahdollisuuksia. Myös Pohjois-Karjalassa kansainvälistymisestä on tullut osa jokapäiväistä toimintaa yhä useammassa yrityksessä. Kansainvälistymisen merkitys painottuu myös korkeakoulujen toiminnassa.

Käsillä oleva julkaisu liittyy Karelia-ammattikorkeakoulun alueelliseen kehittämistyöhön keskittyen ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten kansainvälistymiseen. Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten lukumäärä oli 55 keväällä 2013. Tämän selvityksen tavoitteena oli kartoittaa avainkumppaniyritysten kansainvälistymistä: kansainvälistymisen tilaa, kansainvälisyysosaamista ja sen kehittämistarpeita sekä avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välistä kansainvälistymiseen liittyvää yhteistyötä. Kartoitus toteutettiin sähköisenä kyselynä maaliskuussa 2013. Vastaukset saatiin 48 yritykseltä. Yritykset edustivat monia toimialoja ja eri kokoluokkia. Lisäksi haastateltiin kymmentä yritystä touko-kesäkuussa 2013. Kartoituksen tuloksia raportoidaan määrällisestä aineistosta suorina jakaumina ja prosenttijakaumina sekä laadullisesta aineistosta sisällön analyysin avulla.

Liki 80 % vastaajista koki kansainvälisen toiminnan olevan kasvukeino yritykselle. Kansainvälisyyden kehittäminen näissä yrityksissä on tärkeä kehittämiskohde seuraavien kolmen vuoden aikana. Lähes 90 % vastaajista koki, että oppilaitokset ovat merkittäviä kumppaneita tulevaisuuden rekrytoinneissa. Yritysten kansainvälistymiseen liittyviä merkittävimpiä tekijöitä olivat osaava henkilöstö, kielitaito ja verkostoitumisosaaminen. Tärkeimmät kielet

vastaajayrityksissä olivat englanti, venäjä ja ruotsi. Sosiaali- ja terveysalalla venäjä nousi tärkeimmäksi kieleksi ja meni näin ollen englannin edelle. Kaupan alalla ja majoitus- ja ravitsemuspalvelujen yrityksissä venäjä nousi yhtä keskeiseen asemaan kuin englanti. Teollisuudessa, ICT-alalla ja muilla toimialoilla englanti oli tärkein kieli.

Yritykset olivat kiinnostuneita henkilöstön kansainvälisestä osaamisesta, ja ammattitaidon kehittämisen merkitys ymmärrettiin. Henkilöstön kansainvälisyysosaamista haluttiin kehittää yleisimmin tutkintoon johtamattomalla koulutuksella. Toivottiin koulutuksia, jotka voidaan räätälöidä yrityksen tilanteen ja työntekijän osaamistarpeen mukaan. Kaikilla toimialoilla eniten koulutustarvetta oli kommunikointitaidoissa: kielitaito, suullinen viestintä ja esiintymistaito, myyntitaidot sekä vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot. Muun osaamisen osalta osaamisen kehittämistarpeet vaihtelivat toimialoittain. Yrityksissä oli myönteinen suhtautuminen yritysten ja ammattikorkeakoulun väliseen yhteistyöhön. Tärkein yhteistyömuoto yritysten näkökulmasta oli opiskelijoiden harjoittelu. Yritykset olivat kiinnostuneita myös kansainvälisten opiskelijoiden harjoittelusta, henkilöstön koulutuksista sekä rekrytointimahdollisuuksista. Yritysten kansainvälistymistä hyödyttävät opiskelijoiden yrityksille tekemät opinnäytetyöt ja projektityöt.

Kartoitus antaa suuntaviivoja avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välisen yhteistyön kehittämiseksi. Julkaisun päätösluvussa pohditaan jatkotoimenpiteitä yhteistyön tiivistämiseksi. Avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun pitkäkestoisesta, luottamuksellisesta yhteistyöstä hyötyvät molemmat osapuolet.

Avainsanat:

kansainvälistyminen, avainkumppaniyritykset, ammattikorkeakoulu, yritysten kansainvälistyminen, Pohjois-Karjala

Abstract

Internationalisation plays an important role in many companies and work places. Not only big companies, but also small and medium-sized companies head for abroad to look for new business possibilities. In North Karelia internationalisation has also become part of daily activities in several companies. Similarly, internationalisation is emphasised in the activities of institutions of higher education.

The survey at hand is related to the regional development work of Karelia University of Applied Sciences focusing on internationalisation of key partners. The number of the key partners of Karelia University of Applied Sciences was 55 in spring 2013. The aim of this survey was to investigate viewpoints related to internationalisation in key partners: the role of internationalisation, international business know-how and its development needs as well as co-operation between the companies and the university of applied sciences in the field of internationalisation. The data for the survey were obtained with an online questionnaire in March in 2013. 48 companies replied to the questionnaire. The companies represented many fields of business as well as different-sized companies. Moreover, 10 companies were interviewed in May – June 2013. The results of the survey are reported as straight line distributions and percentage distributions. Content analysis is used in the report of qualitative data.

Almost 80 % of the companies felt that internationalisation plays an important role in growth of business. These companies had plans to develop their international activities during the next three years. Almost 90 % of the companies felt that educational institutions are significant partners in the recruitment process of the future. Various factors affect the internationalisation of the companies; the most important are skillful staff, language skills and ability to network. The most important languages in the key part-

ners were English, Russian and Swedish. In the organisations of social services and health care, Russian turned out to be the most important language, even more important than English. In the fields of retail trade as well as hotel and catering, Russian was as important as English, whereas in the fields of industry, information technology and other branches English was the most important language.

The companies were interested in the international know-how of the staff, and the importance of developing professional know-how was understood. Education not leading to a degree turned out to be the most popular way to develop international business know-how. Education should be tailored to the needs of the company as well as to the needs of the employee. All the companies participating in the survey emphasised the importance of communication skills. Therefore, there was need for training in language skills, oral communication, salesmanship as well as interaction and negotiation skills. Other educational needs varied in different fields of business. The companies were willing to collaborate with the university of applied sciences in the field of internationalisation. From the companies' point of view, the most important form of co-operation was students' practical training. Moreover, the companies were interested in international students' practical training, staff education and possibilities for recruitment. The companies' international activities are contributed by students' theses and project work.

The data of the survey give guidelines for developing co-operation between the key partners and Karelia University of Applied Sciences. A number of recommendations are outlined in the last chapter of the survey. The long-lasting and confidential collaboration between the key partners and Karelia University of Applied Sciences is a benefit for both parties.

Key words:

internationalisation, key partners, university of applied sciences, internationalisation of companies, North Karelia

Esipuhe

Kansainvälistymisestä on tullut keskeinen osa joka-päiväistä toimintaa yhä useammassa suomalaisessa yrityksessä, myös Pohjois-Karjalassa. Enää ei tarvitse perustella yrityksille, miksi kansainvälistyminen Suomen kaltaisessa pienessä valtiossa on tärkeää. Yrityksissä ymmärretään, että kansainvälistyminen on tänä päivänä välttämättömyys. Mutta kansainvälistyviä yrityksiä tarvitaan lisää, jotta maamme kilpailukyky säilyy. Yritysten kansainvälistymisedellytysten turvaaminen ja kehittäminen ovat keskeisiä tehtäviä myös Pohjois-Karjalassa, johon tehtävään toivotaan mahdollisimman monien toimijoiden osallistuvan.

Kansainvälistyminen edellyttää markkinamahdollisuuksien tunnistamista. Yrityksissä tarvitaan kilpailukykyisiä tuotteita, kansainvälistä kysyntää tuotteille ja palveluille, riittävää panostusta kansainvälistymiseen sekä kansainvälistä osaamista. Usein kansainvälistyminen edellyttää tuotteiden sopeuttamista kohdemarkkinoille sekä osaamisen kehittämistä. Yrityksen laajentaessa toimintansa yli kansallisten rajojen henkilöstöjohtaminen saa uusia ulottuvuuksia.

Alueellisen yhteistyön vahvistaminen ja kehittäminen on ollut ammattikorkeakoulujen tehtävä perustamisesta lähtien. Ammattikorkeakoulujen intressi ja samalla myös velvoite on olla aktiivinen alueellisessa kehittämistyössä alueen muiden organisaatioiden ja yritysten kanssa. Käsillä oleva julkaisu liittyy Karelia-ammattikorkeakoulun alueelliseen kehittämistyöhön keskittyen maakunnan yritysten kansainvälistymiseen. Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksiksi on valittu yrityksiä, joiden kanssa keskuskeskukset ja koulutusohjelmat ovat tehneet tiivistä yhteis-

työtä jo vuosien ajan. Ensimmäiset avainkumppaniyritykset valittiin vuonna 2011. Keväällä 2013 avainkumppaniyritysten lukumäärä oli 55, jotka kaikki sijaitsevat Pohjois-Karjalassa. Keväällä 2013 katsottiin hyödylliseksi ja tarpeelliseksi kartoittaa avainkumppaniyritysten kansainvälistymisen tilaa, kansainvälisen osaamisen kehittämistarpeita sekä avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välistä kansainvälistymiseen liittyvää yhteistyötä.

Avainkumppaniyritysten kansainvälistymiskartoitus toteutettiin sähköisenä kyselynä maaliskuussa 2013. Vastaukset saatiin 48 yritykseltä. Lisäksi haastateltiin kymmentä yritystä touko-kesäkuussa 2013. Tavoitteena oli selvittää, millaista osaamista avainkumppaniyrityksissä tarvitaan ja millaista koulutusta yritykset kokevat tarvitsevansa oman osaamisensa ja kansainvälisen kilpailukykyyn ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi. Tämä tieto palvelee sekä alueen yrityksiä että Karelia-ammattikorkeakoulua. Ammattikorkeakoululle tutkimustieto antaa mahdollisuuden parantaa tutkintojen ja koulutuksen työelämävastaavuutta; yritykset puolestaan saavat täydennyskoulutuksia oman osaamisensa kehittämiseen sekä osaavaa työvoimaa juuri työelämän tarpeita vastaavilta ammattialoilta. Tällainen yritysten kansainväliseen osaamiseen liittyvä kartoitus on puuttunut Pohjois-Karjalasta.

Tutkimustyön tekeminen on näyttäytynyt mielenkiintoisena ja haastavana prosessina. On ollut äärettömän mielenkiintoista analysoida sähköisen kyselyn tuloksia ja ennen kaikkea toteuttaa yrityshaastatteluja ja todeta, miten mahtavia yrityksiä Pohjois-Karjalassa on, myös kansainvälistymisen näkökulmasta. Kartoituksen tuloksista huokuu

osaamisen arvostaminen: yrityksissä ollaan kiinnostuneita henkilöstön kansainvälisestä osaamisesta, ammattitaidon kehittämiseen panostetaan ja kehittämisen muotoja monipuolistetaan. Toivonkin, että tutkimuksen tuloksista on hyötyä ammattikorkeakoulun ja avainkumppaniyritysten yhteistyön kehittämisessä. Karelia-ammattikorkeakoulu tulee käyttämään kartoituksen tuloksia hyväkseen kehittäessään yhteistyötä avainkumppaniyritysten kanssa ja suunnitellensa kansainvälistymiseen liittyviä koulutuspalveluita.

Kiitän kaikkia kartoitukseen osallistuneita yrityksiä. Oli ilo todeta, miten huolellisesti sähköisen kansainvälistymiseen liittyvän kyselyn täyttämiseen oli paneuduttu. Haastattelut täydensivät sähköisen kyselyn informaatiota tarjoten samalla mahdollisuuden tutustua tarkemmin kansainvälistymisen haasteisiin eri toimialojen yrityksissä. Kiitän myös ammattikorkeakoulussa työskennellyttä harjoittelijaa Riina Siikasta, joka avusti kyselyn tietojen analysoinnissa. Riina oli aina valmis auttamaan ja ideoimaan aineiston käsittelyssä. Lämpimät kiitokset osoitan myös Suomen Tietokirjailijat ry:lle. Heiltä saatu apuraha on vauhdittanut raportin syntymistä.

Omistan tämän julkaisun Etelä-Afrikan vapaustaistelija ja rauhannobelisti Nelson Mandelalle (1918-2013), joka nousi yhdeksi maailman arvostetuimmista valtionpäämiehistä rotusorron vastaisen taistelun ikonina.

Joensuussa 2.1.2014

Anneli Airola
Erikoissuunnittelija, FT

It always seems impossible
until it is done.

Nelson Mandela



1

Miksi avainkumppani- yrityksille suunnattu kansainvälistymis- kartoitus tehtiin?

Pohjois-Karjalan kauppakamari toteutti yhteistyössä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun kanssa yritysten kansainvälistymiskartoituksen vuonna 2010. Kartoituksessa oli mukana 309 Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenyritystä. Kartoituksen tulosten mukaan yritykset suhtautuivat kansainvälistymiseen myönteisesti; kansainvälistyminen nähtiin jopa välttämättömyytenä yritysten tulevaisuuden toiminnan kannalta. (Airola 2011.) Tämä kartoitus jatkaa pohjoiskarjalaisten yritysten kansainvälistymisnäkökulman tarkastelua. Nyt tarkastelun kohteina ovat kansainvälistymiseen liittyvän osaamisen tarve, sen kehittämismuodot Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksissä sekä avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välinen yhteistyö.

Tässä luvussa tarkastellaan kartoitukseen liittyviä taustatekijöitä. Kumppanit – Työelämä korkeakoulun kumppanina -hanke kannusti tämän kartoituksen toteuttamiseen. Tässä luvussa tarkastellaan myös ammattikorkeakoulujen roolia alueellisina kehittäjinä sekä luodaan lyhyt katsaus Suomen kansainvälistymiseen. Kansainvälistyminen ei liity ainoastaan yritysten toimintaan, vaan kansainvälistyminen on elintärkeää myös korkeakouluille. Kansainvälisen toiminnan edellyttämät osaamisen muodot ovat muuttuneet vuosien kuluessa.

Kartoituksen tulosten mukaan yritykset suhtautuivat kansainvälistymiseen myönteisesti; kansainvälistyminen nähtiin jopa välttämättömyytenä yritysten tulevaisuuden toiminnan kannalta.

1.1 KUMPPANUUSTOIMINTAAN LAADITTIIN TOIMINTAMALLI

Alueellinen yhteistyö ja sen kehittäminen ovat oleellinen osa Karelia-ammattikorkeakoulun perustoimintaa. Ammattikorkeakoulu on perinteisesti tehnyt yhteistyötä paikallisen yrityselämän kanssa. Alueelliset kumppanuudet on koettu tärkeiksi alueellisen yhteistyön kehittämisessä. Karelia-ammattikorkeakoulu onkin aluekehitysvaiikutukseltaan yksi Suomen parhaista ammattikorkeakouluista. Kumppanitoiminnan kehittämiseen ja systematisointiin tarjoutui mahdollisuus Kumppanit - Työelämä korkeakoulun kumppanina -hankkeessa (2010-2013). Hankkeessa vahvistettiin kumppanuutta ammattikorkeakoulun sekä paikallisen työ- ja elinkeinoelämän välillä. Keinoina olivat avainkumppanuustoiminnan ja alumnitoiminnan käynnistäminen sekä korkeakoulun palvelutoiminnan tunnetuksi tekeminen. Hankkeessa laadittiin kumppanuusso- pimus- ja toimintamallin tavoitteena on lisätä ammattikorkeakoulun omaa osaamis- ja tuotantopääomaa sekä tuottaa kumppanuustoiminnalla lisäarvoa kumppaneille.

Karelia-ammattikorkeakoulun kumppanuus- ja toimintamallin perustuu ammattikorkeakoulun strategian ja vision toteuttamiseen. Strategian mukaan ammattikorkeakoulu on aluetta palveleva, laadukas ja työelämäläheinen. Ammattikorkeakoulun toiminta perustuu alueellisen työ- ja elinkeinoelämän kehittämiseen sekä yrittäjyyden edistämiseen. (Karelia-ammattikorkeakoulun strategia 2013-2017.)

Karelia-ammattikorkeakoulun kumppanuus määritellään organisaatioiden väliseksi liittoumaksi, jonka avulla vahvistetaan molemmille kumppanuusorganisaatioille tärkeitä haasteita. Kumppaneina toimivat yritykset ja organisaatiot, joiden kanssa ammattikorkeakoululla on yhteistyötä. Kumppanuustoiminta jakautuu kolmeen eri kumppanuusluokkaan: strategisiin, avain- ja toiminnallisiin kumppanuuksiin. Karelia-ammattikorkeakoulun strategisia kumppaneita ovat Joensuun kaupunki, opiskelijakunta POKA, Savonia-ammattikorkeakoulu, Itä-Suomen yliopisto ja Pohjois-Karjalan koulutus- ja tutkimuskeskus.

Tässä julkaisussa tarkastellaan Karelia-ammattikorkeakoulun yhteistyötä avainkumppaniyrittäjien kanssa. Avainkumppaniyrittäjiksi valittiin pääsääntöisesti yri-

Alueelliset kumppanuudet on koettu tärkeiksi alueellisen yhteistyön kehittämisessä. Karelia-ammattikorkeakoulu onkin aluekehitysvaiikutukseltaan yksi Suomen parhaista ammattikorkeakouluista.

tyksiä, joiden kanssa keskus- ja koulutusohjelmat olivat tehneet tiivistä yhteistyötä jo vuosien ajan. Karelia-ammattikorkeakoulussa valittiin ensimmäiset avainkumppaniyrittäjät vuonna 2011. Keväällä 2013 avainkumppaniyrittäjien lukumäärä oli 55, jotka kaikki sijaittivat Pohjois-Karjalassa. Keväällä 2013 ammattikorkeakoulussa koettiin hyödylliseksi ja tarpeelliseksi kartoittaa avainkumppaniyrittäjien kansainvälistymisen tilaa, kansainvälisen osaamisen kehittämistarpeita sekä avainkumppaniyrittäjien ja ammattikorkeakoulun välistä kansainvälistymiseen liittyvää yhteistyötä. Tämän julkaisun tavoitteena on kuvata, millaista kansainvälistä osaamista avainkumppaniyrittäjissä on, millaista kansainvälistä osaamista tulee olla enemmän ja miten kansainvälistä osaamista voidaan kehittää. Julkaisussa käsitellään myös kansainvälistymiseen liittyvän yhteistyön kehittämistä avainkumppaniyrittäjien ja Karelia-ammattikorkeakoulun välillä.

1.2 ALUEELLINEN KEHITTÄMINEN ON AMMATTIKORKEAKOULUN PERUSTEHTÄVÄ

Alueellisen yhteistyön vahvistaminen ja kehittäminen on ollut ammattikorkeakoulujen tehtävä perustamisesta lähtien. Ammattikorkeakoulujen intressi ja samalla myös velvoite on olla aktiivinen alueellisessa kehittämistyössä alueen muiden organisaatioiden, yritysten ja kolmannen sektorin kanssa (Jongbloed, Enders & Salerno 2008). Työelämäyhteistyön tulee olla tavoitteellista toimintaa ammattikorkeakouluissa. Työelämäläheiselle koulutukselle asetetaan korkeita tavoitteita: ammattikorkeakoulutuksessa koulutuksen järjestäjien oletetaan tunnistavan ja ennakoivan työelämätarpeita ja toisaalta myös koulutuksen odotetaan arvioivan ja kyseenalaistavan työelämän toimintamalleja ja kehittävän niitä (Tynjälä, Kekäle & Heikkilä 2004, 6 – 15). Myös Salonen (2010) korostaa, että työelämäläheisyydessä on tärkeää ennakoita työelämän kehitystarpeita ja huomioida ne korkeakoulun opetuksessa. Työelämäläheisyydellä viitataan molemminpuoliseen osaamisen ja tiedon siirtoon. Onnistuakseen se edellyttää jatkuvaa vuorovaikutusta ja aktiivista dialogia työelämän ja korkeakoulun välillä. (Salonen 2010, 16.) Kangastie on todennut, että kumppanuus- ja toimintamallien tekeminen, on erinomainen keino tiivistää yhteistyötä työelämän kanssa (Kangastie 2013).

Avainkumppaniyrittäjiksi keväällä 2013 tehdyssä kansainvälistymiskartoituksessa kartoitettiin osittain samoja asioita kuin vuonna 2010 Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenyrittäjien suunnatussa kansainvälistymiskartoituksessa (Airola 2011). Mielenkiintoista oli nähdä, oliko syntynyt eroja työelämän kansainvälistymisessä Pohjois-Karjalassa kolmen vuoden aikana. On kuitenkin huomattava, että näissä kahdessa kartoituksessa näkökulma oli erilainen: avainkumppaniyrittäjien suunnatussa kartoituksessa painotettiin kansainvälisyysosaamisen kompetenssia, kun taas kauppakamarin jäsenyrittäjien kartoituksessa liikuttii yleisissä kansainvälistymiseen liittyvissä teemoissa.

1.3 SUOMI KANSAINVÄLISTYÄ

Talouden globalisoitumisen myötä kansainvälistymisestä on tullut osa lähes kaikkien toimialojen toimintaa. Koko Suomen mittakaavassa kansainvälistymisen kehitys on ollut nopeaa. 1950-luvulla Suomi oli vielä melko yksinäinen ja melko köyhä kansa, kun tänä päivänä Suomi on yksi parhaiten koulutetuista kansakunnista. Isoja muutoksia on tapahtunut 1950-luvulta lähtien. Viennistä iso osa oli sotakorvauksien maksamista pitkän aikaa. Kun sotakorvaukset saatiin maksetuksi, Neuvostoliiton vienti turvattiin pitkäaikaisilla bilateraalilla eli kahden maan välisillä kauppasopimuksilla ja clearing-kaupalla.

Kansainvälisyys Suomessa 1960- ja 1970-luvuilla tarkoitti tuotteiden konkreettista myymistä ulkomaille. Suomi liittyi EFTA:an (European Free Trade Area) liitännäisjäseneksi vuonna 1961 Finn-EFTA-sopimuksella. Vuonna 1986 Suomesta tuli EFTA:n täysjäsen. Lähentyminen EEC:hen (European Economic Community) alkoi vuonna 1973 vapaakauppasopimuksella. Neuvostoliitto romahti vuonna 1991, jolloin myös clearing-kauppa päättyi. Suomessa rakennemuutos johti lamaan, jonka seurauksena Suomi kiinnostui enemmän yhteistyöstä länsimaiden kanssa. Suomi liittyikin Euroopan unioniin vuonna 1995 ja euroalueeseen vuonna 1999. Suomen EU-jäsenyys ja yhteisvaluuttaan siirtyminen ovat vapauttaneet ja helpottaneet EU:n sisämarkkinakauppaa. Suomen kauppapolitiikan painopiste on siirtynyt idänkaupasta länteen. (ks. mm. Demos 2013.)

Vaikkakin suuret puu- ja paperiteollisuuden yritykset hallitsivat vientiä yhä 1990-luvulla, syntyi aivan uusia ja melko pieniäkin yrityksiä, joiden tuotteet olivat alallaan maailman parhaita ja jotka palkkasivat alan ammattilaisia

ympäri maailmaa ja avasivat konttoreita maailman eri maihin. Samoihin aikoihin Nokian menestys sai aikaan vienniteollisuuden rakennemuutoksen. Metsäteollisuuden ja paperikoneiden perinteisesti hallitsemassa suomalaisessa viennissä käytiinkin yhtäkkiä kauppaa verkkojen, palveluiden ja kuluttajatuotteiden kanssa. Nokian osuus Suomen kokonaisviennistä oli peräti 20 prosenttia. Globaali markkinatalous vaikutti siihen, että yritykset muuttuivat, kasvoivat ja fuusioituivat. Kansainvälisille osaajille asetettiin suuria haasteita: pelkkä kielitaito ei enää riittänyt, vaan yrityksissä tuli kyetä huolellisesti tarkastelemaan kansainvälistymiseen liittyviä strategivaihtoehtoja, rekrytointia ja henkilöstön kansainvälisen osaamisen päivittämistä. (ks. mm. Demos 2013.)

Suuryritysten kansainvälistymisen myötä myös pk-yritysten ulkomaankauppa on lisääntynyt. Kansainvälistymisen keskeisimpiä tunnusmerkkejä ovat pienet kotimarkkinat tai tarve päästä lähelle asiakkaita. Demos toteutti yhdessä CIMOn kanssa laajan kansainvälisyystutkimuksen Piilotettu osaaminen (2013). Tutkimuksen mukaan Suomen työelämän kansainvälistymiseen on vaikuttanut neljä seikkaa: 1) koulutuksen taso on noussut, 2) internet on tullut työpaikoille, 3) raja koti- ja globaalien markkinoiden välillä on hämärtynyt ja 4) työperäinen maahanmuutto on auennut. Peruskoulu-uudistus toteutettiin 1970-luvun alussa ja peruskoulun myötä suomalaisten koulutustasossa on tapahtunut valtava hyppäys 1970- ja 1990-luvun välillä. Peruskoulun myötä kaikki suomalaiset oppivat vieraita kieliiä. Ammatti- ja korkeakoulutuksesta tuli vallitseva normi. Internet ja laajemmin tietoyhteiskuntakehitys on muuttanut ja muuttaa työelämää enemmän kuin mikään muu asia viimeisten vuosikymmenien aikana. Internetin vaikutus on toki ollut erilaista ja eri suuntaista erilaisilla työpaikoilla, mutta kaikilla työpaikoilla sen tulo on huomattu. (Demos 2013.)

Raja koti- ja globaalien markkinoiden välillä on hämärtynyt, koska kansainvälistymisessä alkoi olla kyse globaalista bisneksistä, ts. osaaminen ei enää keskittynyt vain yhteen maahan tai markkinaan. 2000-luvun alussa alettiin ymmärtää, että Suomi tarvitsee työperäistä maahanmuuttoa aivan kuten muutkin eurooppalaiset maat. Vaikkakin suomalaiset ovat koulutettua kansaa, Suomi ei saa riittävästi työvoimaa ja osaamista pelkästään omasta väestöstään. (Demos 2013.)

1.4 MYÖS KORKEAKOULUT KANSAINVÄLISTYVÄT

On oletettavaa, että lähitulevaisuudessa suomalaisten yritysten kansainvälistyminen syvenee. Se on tänä päivänä pienelle maalle elinehto. Kansainvälistyminen ei ole elintärkeää pelkästään suomalaiselle elinkeinoelämälle, vaan myös suomalaiselle korkeakoululaitokselle, mukaan lukien Karelia-ammattikorkeakoulu. Yleinen koulutuspoliittinen keskustelu tähdentää korkeakoulujen laadukkuutta ja kansainvälisyyttä. Sekä kansallinen että kansainvälinen korkeakoulupoliittinen keskustelu korostaa yhtäältä kansainvälistymistä, toisaalta laadunvarmistusta. Korkeakoulun tulisi olla laadukas, kansainvälinen, kansainvälisesti kilpailukykyinen ja siten houkutteleva. (Ahtiainen 2013.) Korkeakoulujen tulee lisätä vieraskielistä opetusta, jotta ne pystyvät tarjoamaan koulutusta ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille ja jotta myös vaihto-opiskelijoiden vastaanottaminen mahdollistuu. Kansainvälistymisen ei tule tapahtua vain korkeakoulun sisällä, vaan ammattikorkeakouluilla on vastuu olla aktiivinen alueen kansainvälistymisen edistäjinä.

1.5 KANSAINVÄLINEN TOIMINTA EDELLYTTÄÄ OSAAMISTA

Euroopan markkinoiden yhdistyminen 1990-luvulla loi kysyntää kansainväliselle osaamiselle ja kielitaitoisille liiketalouden osaajille. Sittemmin suomalainen työelämä on muuttunut aidosti kansainväliseksi, jolloin kansainvälisen osaamisen eri muodot korostuvat. Pk-yrityksissä henkilöstön kansainvälisen osaamisen ja vientiosaamisen kehittäminen koetaan entistä useammin kriittiseksi menestystekijäksi. Kansainvälisen liiketoiminnan osaamistason nostaminen näissä yrityksissä onkin keskeistä Suomen yritysten kansainvälisen kilpailukykyyn kannalta. Yritysten kilpailukykyyn ja liiketoiminnan kehittäminen perustuu paljon osaavaan henkilöstöön. Yritysten strategioissa määritellään, mitkä ovat yritysten strategiset tavoitteet kansainvälistymisen suhteen ja millä perusteilla henkilöstön osaamista kehitetään.

Aiemmin kansainvälinen osaaminen on nähty pääosin liikkuvuutena, kielitaitona ja kulttuuriymmärryksenä. Kun hallitsi nämä, oli ”kansainvälinen”. Nämä henkilöt voivat EU:ssa aloittanutta Suomea eteenpäin kansainvälisillä markkinoilla. Yhä edelleen 2010-luvulla kansainvälinen osaaminen on liikkuvuutta ja kielitaitoa, mutta tämän päivän kansainväliseen osaamiseen kuuluu myös paljon muuta. Tämän päivän työelämän näkemysten mukaan perinteinen kansainvälinen osaaminen, ts. kielitaito ja liikkuvuus, on liian kapeaa. Kansainvälinen osaaja hallitsee luontevan kanssakäymisen eri vertaisryhmien kanssa, usein verkon kautta riippumatta sijainnista tai kielestä. Kansainvälisiä taitoja voidaan siis oppia ja kehittää myös vapaa-ajalla. Henkilöstön osaamisen kehittämistä voidaan pitää jatkuvana prosessina, jonka tuloksia ei mitata vain suoritettuina kursseina, vaan ennen kaikkea tehokkaana yritystoimintana. Henkilöstön osaaminen merkitsee yrityksille kilpailuetua. (Demos 2013.)

Avainkumppani-yrityksille suunnattu kansainvälistymiskartoitus

Ammattikorkeakoulujen tehtävä on toimia alueellisen yhteistyön vahvistajana ja kehittäjänä. Toimiminen maakunnan kansainvälistymisen edistäjänä yhteistyössä muiden alueen toimijoiden kanssa on myös ammattikorkeakoulujen tehtäviä. Tällä kartoituksella haluttiin kartoittaa Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten kansainvälistymisen tilannetta: kansainvälistä osaamista, osaamisen kehittämistarpeita ja ammattikorkeakoulun ja avainkumppaniyritysten välistä yhteistyötä. Suomen kaltaiselle pienelle maalle kansainvälistymisen edistäminen on elinehto. Sama kansainvälistymisen velvoite on myös korkeakouluilla.

2

Millainen asema kansainvälistymisellä on pohjoiskarjalaisissa yrityksissä?

Yritysten kansainvälistyminen voidaan määritellä useammalla eri tavalla. Se voidaan määritellä ainoastaan kotimarkkinoilta ulospäin suuntautuvaksi toiminnaksi, jolloin esimerkiksi tuontitoiminta ei ole määritelmän mukaan kansainvälistymistä. Kansainvälistymisellä voidaan tarkoittaa myös laajemmin eri maiden välisiä liiketoimintoja niiden suuntautumisesta riippumatta. (Larjovuori, Laiho & Talonen 2004.) Laajemman määritelmän mukaan kansainvälistymisellä viitataan vienti- ja tuontitoiminnan lisäksi mm. palvelujen tuottamiseen, ulkomaiseen sijoitustoimintaan, opiskelijavaihtoon, ulkomaalaisten rekrytointiin ja harjoittelijavaihtoon.

Tässä luvussa tarkastellaan kansainvälistymistä Pohjois-Karjalassa: viennin ja tuonnin määrää, maahanmuuttajien määrää maakunnassa, kansainvälistymisen roolia maakunnan strategioissa sekä pohjoiskarjalaisiin yrityksiin 2000-luvulla kohdistunutta kansainvälistymiseen liittyvää tutkimusta.

Laajemman määritelmän mukaan kansainvälistymisellä viitataan vienti- ja tuontitoiminnan lisäksi mm. palvelujen tuottamiseen, ulkomaiseen sijoitustoimintaan, opiskelijavaihtoon, ulkomaalaisten rekrytointiin ja harjoittelijavaihtoon.

2.1 POHJOIS-KARJALASTA VIEDÄÄN JA POHJOIS-KARJALAAN TUODAAN

2.1.1 POHJOIS-KARJALAN VIENTI SUUNTAUTUU LÄHINNÄ EU-MAIHIN

Pohjois-Karjalan vienti on pysynyt melko tasaisena 2000-luvun puolesta välistä saakka lukuun ottamatta vuosien 2009 - 2010 notkahdusta. Pohjois-Karjalan kokonaisviennin arvo vuonna 2012 oli 1135,1 miljoonaa euroa, mikä oli hieman vähemmän edellisvuoteen nähden. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen vuonna 2013 tekemässä Pohjois-Karjalan vientiyrityskyselyssä 96 yritystä 108:sta ilmoitti heillä olevan ulkomaille suuntautuvaa kauppaa. Vientitoiminta on maakunnassa keskittynyt suuriin yrityksiin, joten heilahtelut muutaman yrityksen viennissä heijastuvat merkittävästi maakunnan kokonaisvientiin. (Työ- ja elinkeinoministeriö ja ELY-keskukset 2013, 143.)

Teollisuuden vienti kehittyi positiivisesti vuoteen 2011 asti, mutta vuonna 2012 vienti laski noin viisi prosenttia,

vaikka valtakunnallisella tasolla se säilyi ennallaan. Tähän laskuun vaikutti erityisesti maakunnalle tärkeän metalliteollisuuden viennin laskeminen lähes kymmenellä prosentilla. Laskun arvo oli 49,9 miljoonaa euroa. Lisäksi metsäteollisuuden vienti laski noin kaksi prosenttia. Metall- ja kemianteollisuuden osuus Pohjois-Karjalan kokonaisviennistä oli yhteensä noin 80 prosenttia. Myös muovi-, kumi- ja kemianteollisuuden viennin arvo laski vuonna 2012 noin kuusi prosenttia. Näiden alojen vienti kattoi sekä vuonna 2011 että 2012 noin 14 prosenttia kokonaisviennistä. (Pohjois-Karjalan ELY-keskus, 2013.)

Kivi- ja kaivannaisteollisuuden vienti kasvoi noin 28 prosenttia, mutta teollisuusalan osuus kokonaisviennistä oli vain vajaa neljä prosenttia. Maakunnan kaivostoiminta on kuitenkin kehittynyt jatkuvasti, ja energian säästötavoitteiden kasvaessa kyseisen teollisuusalan viennin voidaan odottaa kehittyvän yhä positiivisempaan suuntaan. Muun teollisuuden, joka kattaa elintarvike-, elektroniikka-, ICT- ja tekstiiliteollisuuden, osuus viennistä oli hieman yli kaksi

prosenttia ja kasvua oli edelliseen vuoteen verrattuna vähän yli kaksi prosenttia. Näiden teollisuusalojen kasvu on ollut viime vuosina jatkuvaa. (Pohjois-Karjalan ELY-keskus, 2013.)

Maakunnan yritysten vienti suuntautui edellisvuosien tapaan pääasiassa EU-maihin, vaikka niiden osuus laskikin edellisvuodesta yli yhdeksän prosenttia ollen nyt lähes 60 prosenttia (taulukko 1).

EU-maista merkittävimpiä vientimaita olivat Saksa lähes 14 prosentin ja Ruotsi 13 prosentin osuuksilla. Muita viennin kannalta merkittäviä EU-maita olivat Iso-Britannia (noin 6 %) ja Ranska (5,6 %). Maakunnan kolmanneksi tärkein vientimaa vuonna 2012 yli 10 prosentin osuudella oli Kiina, jonne suuntautuva vientitoiminta oli kasvanut lähes 67 % prosenttia vuodesta 2011. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen tutkimuksessa 28 yritystä ilmoittikin heillä olevan vientitoimintaa Kiinaan. Venäjä, jonka merkittävyys on vaihdellut viime vuosina huomattavasti, oli listalla neljäntenä vähän yli seitsemän prosentin osuudella. Venäjän viennin arvo oli vuonna 2012 runsaat 80 miljoonaa euroa, kun vuonna 2009 se oli lähes kaksinkertainen. (Pohjois-Karjalan ELY-keskus, 2013.) Toisaalta Venäjän liittyminen WTO:n (World Trade Organization) jäseneksi vuonna 2012 tulee todennäköisesti kasvattamaan ja helpottamaan Venäjän kauppaa maan sitouduttua kansainvälisen kaupan sääntöihin ja määräyksiin (Pohjois-Karjalan Trendit Talouskatsaus 2/2012, 8).

Muiden BRIC-maiden osalta (Brasilia, Venäjä, Intia, Kiina ja Etelä-Afrikka) Brasiliaan ja Intiaan suuntautunut vienti on pysynyt melko matalana ja tasaisena usean vuoden ajan. 12 pohjoiskarjalalaista yritystä ilmoitti vuonna 2012 vievänsä tuotteitaan Brasiliaan ja vastaavasti 14 yritystä Intiaan. Muista kaukomaista Yhdysvallat oli vielä vuonna 2009 kolmanneksi tärkein vientimaa 8,6 prosentilla, mutta vuonna 2012 sen osuus oli vain 4,5 prosenttia, mikä vastaa myös Japaniin suuntautuneen viennin osuutta. (Pohjois-Karjalan ELY-keskus, 2013.)

2.1.2 TAVAROITA TUODAAN PÄÄASIASSA EU-MAISTA

Vuoden 2012 osalta tavarantuonti koko Suomessa oli n. 59 miljardia euroa, joka oli noin kaksi prosenttia vähemmän edellisvuoteen nähden. Suomen tärkeimmät tuontimaat olivat Venäjä, Saksa ja Ruotsi. Palvelujen tuonnin arvo vuonna 2012 oli noin 13 miljardia euroa. Suurin osa palveluista tuotiin Saksasta, Yhdysvalloista, Ruotsista ja Iso-Britanniasta. (Tullihallitus 2012).

Maakunnan kolmanneksi tärkein vientimaa vuonna 2012 yli 10 prosentin osuudella oli Kiina, jonne suuntautuva vientitoiminta oli kasvanut lähes 67 % prosenttia vuodesta 2011.

Taulukko 1. Vienti Pohjois-Karjalasta maaryhmittäin vuonna 2012 (Pohjois-Karjalan ELY-keskus 2013)

VIENTI MAARYHMITTÄIN VUONNA 2012

	Arvo milj.€	Osuus %	Muutos %
EU, EFTA	668,5	58,9	-9,4
Aasia, Kauko-Itä	199,5	17,6	+17,0
Venäjä, IVY-maat	91,2	8,0	-11,9
Afrikka, Lähi-Itä	68,0	6,0	+13,4
Pohjois-Amerikka, Kanada	65,5	5,8	-4,5
Etelä-Amerikka	35,9	3,1	-16,3
Muut	6,5	0,6	-37,7
Yhteensä	1135,1 milj. €		

Pohjois-Karjalaan tuotiin vuonna 2011 tavaraa verrattain vähän: maakunnan tuonnin arvo oli 322 miljoonaa euroa, joka oli 0,5 % maan kokonaistuonnista (60,5 miljardia euroa). Teollisuuden osuus Pohjois-Karjalan tuonnista oli noin 75 % ja kaupan osuus noin 13,5 %. Yli 80 % tavaroista tuli Pohjois-Karjalaan Euroopan unionin alueelta. (Tilastokeskus 2013a.)

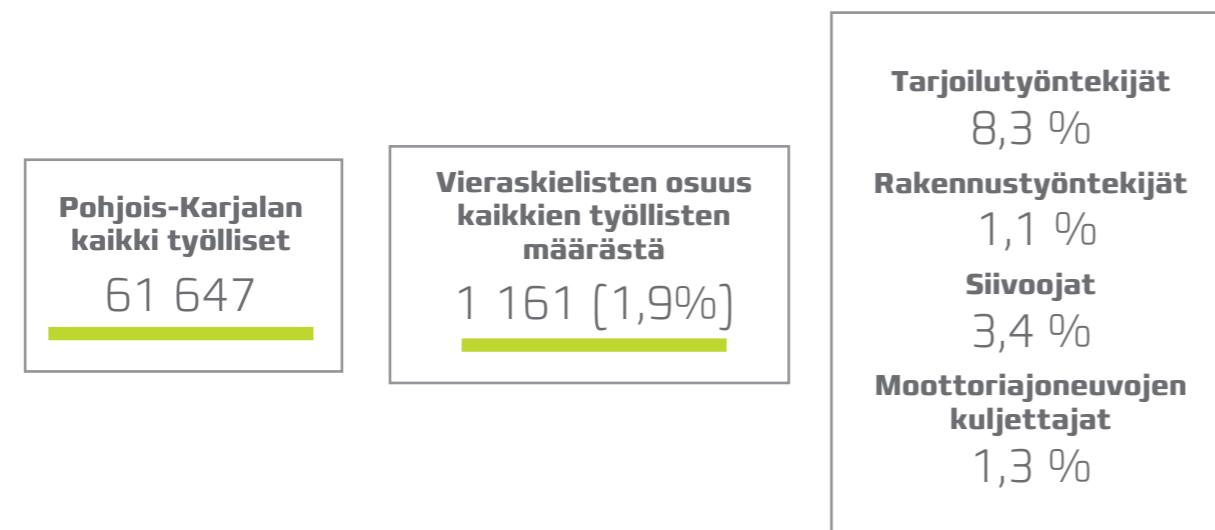
2.2 MAAHANMUUTTAJIEN MÄÄRÄ ON NOUSUSSA POHJOIS-KARJALASSA

Henkilöt, jotka ovat pysyvästi Suomessa mutta ovat ulkomaan kansalaisia, luetaan maahanmuuttajiksi. Heidän määränsä kasvaa jatkuvasti Suomessa. (Maahanmuuttajat kuntalaisina 2010). Tarkasteltaessa koko Suomea suurin osa maahanmuuttajista on virolaisia (n. 18,5 %) ja venäläisiä (n. 16 %). Heidän jälkeensä eniten on ruotsalaisia (n. 4,5 %) ja somaleja (n. 4 %). Vuonna 2012 maahanmuuttajia oli koko Suomessa 195 500, mikä on vajaa kuusi prosenttia väestöstä. Vielä vuonna 2009 Suomessa oli noin 40 000 maahanmuuttajaa vähemmän. (Tilastokeskus 2013b.)

Pohjois-Karjalassa maahanmuuttajien määrä on kasvanut tasaisesti. Vuonna 2009 Pohjois-Karjalassa oli noin

2800 maahanmuuttajaa ja vuonna 2012 maahanmuuttajia oli jo liki 4900, mikä on 2,9 prosenttia maakunnan väestöstä. Ulkomaalaisten osuus väestöstä kasvaa Pohjois-Karjalassa muuta maata hitaammin. Pohjois-Karjalassa on eniten venäjänkielisiä maahanmuuttajia. Seuraavaksi eniten on somaleja, virolaisia sekä thaimaalaisia. (Karjalainen 2014.) Kuviossa 1 näkyy vieraskielisten osuus työvoimasta eräissä ammattiryhmissä Pohjois-Karjalassa vuonna 2009. Tarjoilutyöntekijöiden osuus oli suurin (8,3 %) ja seuraavaksi suurin ryhmä oli siivoojat (3,4 %).

Kivilä on selvittänyt yritysten kiinnostusta rekrytoida ulkomaalaisia Itä-Suomessa. Yritykset osoittivat kiinnostuksensa ulkomaalaisten palkkaamiseen. Lisäksi noin 95 % niistä yrityksistä, joilla oli jo kokemusta ulkomaalaisten palkkaamisesta, oli jatkossakin halukas rekrytoimaan ulkomaalaisia. Itä-Suomen alueella Pohjois-Karjalassa oli eniten rekrytointihalukkuutta. Halukkuuteen palkata ulkomaalaisia vaikuttivat Kivilän mukaan yrityksen kansainvälisyys ja koko: mitä suurempi ja kansainvälisempi yritys, sitä valmiimpia ja halukkaampia oltiin palkkamaan ulkomaalainen työntekijä. Toimialoja tarkastellessa teollisuuden alalla oli eniten rekrytointihalukkuutta ja -kokemusta. (Kivilä 2012.)



Kuvio 1. Vieraskielisten työllisten osuus työvoimasta Pohjois-Karjalassa eräissä ammattiryhmissä (%) (Tilastokeskus 2009, 14)

2.3 KANSAINVÄLISTYMINEN KOROSTUU MYÖS MAAKUNNAN STRATEGIOISSA

Maakunnan kansainvälistymisen tärkeyttä korostetaan monissa strategioissa ja ohjelmissa. Pohjois-Karjalan maakuntaohjelman 2011-2014 (POKAT 2014) kansainvälisyysosiossa painotetaan yhteistyön tärkeyttä erityisesti Euroopan unionin alueelle. Myös Venäjä huomioidaan: maakuntamme sijainti Venäjän naapurina on sellainen erityispiirre, jonka hyödyntäminen on tärkeää Pohjois-Karjalalle. Ohjelmassa korostetaan myös koulutus- ja tutkimusorganisaatioiden merkitystä maakunnan kansainvälistymisen kannalta. Kansainvälisissä verkostoissa toimiessaan niillä on hyvä mahdollisuus integroida Pohjois-Karjalaa osaksi kansainvälistä yhteistoimintaa. (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2010a.) Pohjois-Karjalan strategiassa todetaan, että kansainvälisesti kilpailukykyiset yritykset ovat ehdoton edellytys maakunnan menestykselle. Yrityksille tulee taata kilpailukykyinen ja yritysten kehitystä tukeva toimintaympäristö. Myös tässä ohjelmassa korostetaan Pohjois-Karjalan strategista sijaintia Venäjän naapurina, mikä antaa maakunnalle ”ainutlaatuisen mahdollisuuden rakentaa Pohjois-Karjalaan maan johtava Venäjä-osaamisen keskittymä kokoamalla ja yhdistämällä verkostomaisesti nykyistä osaamista, vahvistamalla osaamisen avainalueita sekä hyödyntämällä tätä osaamista määrätietoisesti” (Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto 2010b, 40). Strategiassa korostetaan edelleen Venäjään liittyvän liiketoimintaosaamisen kehittämisen tärkeyttä. Yrityksillä tulisi olla enemmän rohkeutta lähteä mukaan Venäjän kauppaan. (Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto 2010b.)

Joensuun kaupungin strategiassa painotetaan Joensuun kaupungin sijainnin hyödyntämistä. Joensuulla on yhteistä rajaa Venäjän valtion kanssa noin 30 kilometriä. Joensuu tukee venäläisten matkailijoiden palveluedellytysten luomista. Venäläisten matkailijoiden arvioidaan käyttävän vuonna 2020. Strategiassa korostetaan yhteistyön lisäämistä Venäjän kanssa myös muilla osa-alueilla: elinkeinopolitiikassa, koulutuksessa ja muussa osaamisen vahvistamisessa. (Joensuun kaupunki 2013.)

2.4 POHJOISKARJALAISTEN YRITYSTEN KANSAINVÄLISTYMISTÄ ON TUTKITTU USEISSA KORKEAKOULUISSA

Yritysten kansainvälistymistä koko Suomen mittakaavassa on kartoitettu useissakin kyselyissä ja tutkimuksissa, mm. Jussila, Mäkinen, Mäkirinne ja Tomperi ovat tutkineet työntekijöiltä kansainvälistymisen edellyttämiä valmiuksia (1997), Larjovuori, Laiho ja Talonen ovat kartoittaneet kansainvälistyvien pk-yritysten liiketoimintaosaamisen kehittämistarpeita (2004), Rajaniemi on tutkinut yritysten koulutustarvetta ja koulutuksen työelämäyhteyksien kehittämistä Oulun seudulla (2007) ja Kananen on tarkastellut pk-yritysten kansainvälistymistä (2010). Myös Pohjois-Karjalasta löytyy aiempaa tutkimusta liittyen yritysten kansainvälistymiseen. Tässä luvussa luodaan lyhyt katsaus Pohjois-Karjalassa 2000-luvulla toteutettuihin kansainvälisyyskartoituksiin.

2.4.1 ITÄ-SUOMEN YLIOPISTOSSA ON TUTKITTU YRITYSTEN KASVUHALUKKUUTTA JA VIENNIN MENESTYSTEKIJÖITÄ

2000-luvun alkupuolella Joensuun yliopisto toteutti Alue- ja kuntatutkimuskeskus Spatian toimeksiannosta tutkimuksen, jossa kartoitettiin pk-yritysten kansainvälistymistä, kasvua ja menestystä Pohjois-Karjalassa. Toimialoiksi oli valittu matkailu, muovi- ja metalliteollisuus sekä ICT-ala. Tutkimukseen osallistui 215 yritystä. Tulokset osoittivat, että yritysten kasvutavoitteet olivat olleet niiden elinkaaren aikana verrattain stabiileja, ts. suurin osa yritysjohtajista oli tavoitellut hidasta kasvua yrityksen perustamisesta alkaen. Yritystoiminnan tavoitteena oli toimialasta riippumatta ensisijaisesti tuottaa omistajilleen hyvä toimeentulo ja hyvä elämänlaatu. Vain harvoissa yrityksissä painotettiin kasvua korostavia menestyksen mittareita, kuten tulos tai liikevaihdon kasvu. Keskeisimpiä menestystekijöitä olivat markkinointi/imago, asiakasosaaminen, strategia ja henkilöstön osaaminen. Tutkimuksen loppupäätelmänä oli, että pk-yritysten kansainvälistymisen suunnitelmallisuutta tulisi tukea julkisin varoin. (Kompplu, Lautanen & Löppönen 2004.)

Pohjoiskarjalaisten pk-yritysten viennin menestystekijät ja myös viennin esteet olivat Anne El-Khouryn Joensuuhun yliopistoon tekemän opinnäytetyön aiheena. Toimeksianto tutkimukseen tuli Pohjois-Karjalan TE-keskukselta. Tärkeimmiksi menestystekijöiksi osoittautuivat kansainvälisen viestinnän taidot, ts. kielitaito, kulttuurituntemus ja neuvottelutaidot. Merkittäviä menestystekijöitä olivat myös hintakilpailu ja yrityksen halukkuus toimia kansainvälisesti. Esteiksi yritykset olivat kokeneet riittämättömät henkilöstöresurssit, tuotteiden sopeuttamisen kohdemarkkinoille, oikeiden jakeluteiden löytymisen ja hintakilpailukyvyn. (El-Khoury 2004.)

2.4.2 VENÄJÄN KAUPASSA TARVITAAN OSAAMISTA

Erityispiirteensä Pohjois-Karjalan kansainvälistymisessä on Pohjois-Karjalan sijainti Venäjän rajanaapurina. On luonnollista, että Venäjän kanssa käytävä kauppa kiinnostaa. Vuosien mittaan Pohjois-Karjalassa on huomattu, että Venäjän markkinoiden läheisyyden hyödyntäminen ei ole itsestään selvyyttä, vaan se vaatii määrätietoista työtä. Vuonna 2008 Helsingin kauppakorkeakoulun Kansainvälisten markkinoiden tutkimuslaitos selvitti nykyisten toimien luonnetta, hyödyntämättömiä mahdollisuuksia ja tarvittavia tukimuotoja liittyen pohjoiskarjalaisten yritysten Venäjä-toimintoihin. Tutkimustulokset osoittivat, että haasteita Venäjän kaupassa oli runsaasti. Jotta Venäjän kaupassa voi onnistua, tarvitaan Venäjä-osaamista, koska markkinat ovat kovin erilaiset EU-markkinoihin verrattuna. Venäjä-osaamiseen luettiin kuuluvaksi kielitaito, kulttuurituntemus ja maan tuntemus. Ilman tällaista osaamista asiakkaiden löytäminen ja liikesuhteiden luominen on vaikeaa. Kauppaa hankaloittavina tekijöinä mainittiin myös monimutkainen lainsäädäntö, rajanylitys, asiakirjat, sertifikaatit ja byrokratia yleensäkin. (Korhonen, Kosonen, Sivonen & Saukkonen 2008.)

2.4.3 ULKOMAANKAUPPA EDELLYTTÄÄ KOULUTUSTA JA MARKKINOINTISUUNTAUTUNEISUUTTA

Tarja Simosen opinnäytetyö käsitteli pohjoiskarjalaisten yritysten ulkomaankaupan koulutustarvetta ja siihen liittyen ulkomaankaupan ammattitutkinnon järjestämistä. Tulokset osoittivat, että yrityksillä oli osaamistarpeita viestinnässä, myyntityössä, hinnoittelussa ja kielitaidossa. Venäjän kaupan osaamista pidettiin alueen suurena haasteena. Johtopäätöksenä Simonen totesi, että yrityksissä koettiin olevan tarvetta päivittävistä ulkomaankaupan koulutuksesta ja myös laajasta erityisesti markkinointiosaamista edistävistä koulutuksesta. (Simonen 2009.)

Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus Tekes rahoitti Pohjois-Karjalan TE-keskuksen Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta -vastuualueen aloitteesta selvityksen, jonka tavoitteena oli selvittää pohjoiskarjalaisten yritysten kasvuorientaatiota, kasvun haasteita ja kasvukeinoja. Selvityksen toteutti Tampereen yliopisto. Selvityksen mukaan vain pienehkö joukko pohjoiskarjalaisia yrityksiä oli aidosti markkinointisuuntautunut tai vahvasti kasvuhakuinen. Johtopäätöksenä oli, että Pohjois-Karjalassa tarvittaisiin julkisrahoitteisia toimintamalleja ja toimenpiteitä tukemaan yritysten kasvua. (Tampereen yliopisto 2009.)

2.4.4 KIELI- JA KULTTUURIOSAAMINEN ON TÄRKEÄÄ KANSAINVÄLISESSÄ KAUPASSA

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa on kartoitettu pohjoiskarjalaisten yritysten ja organisaatioiden kielitaitotarpeita kahdessa kartoituksessa. Airola kartoitti vuosina 2001-2002 yritysten kielitaitotarpeita ja kielikoulutustarpeita. Ei ollut yllätys, että englantia koettiin tärkeimmäksi kieleksi. Venäjän kielen tarpeen lisääntyminen oli nähtävissä jo 2000-luvun alussa. Myös saksan kielessä oli kasvavaa tarvetta, kun taas ruotsin kielen tarpeen katsottiin pysyvän ennallaan. Vähäisempää tarvetta oli ranskan, espanjan ja

italian kielissä. Kartoituksessa selvitettiin myös tyypillisiä yritysten kielenkäyttötilanteita. Tyypillisiä työelämän suullisia tilanteita olivat sosiaaliset tilanteet, puhelinkeskustelut, asiakaspalvelu, yritysvierailut, messut ja erilaiset suulliset tilanteet. Näissä tilanteissa työntekijät kokivat omaavansa eniten kielitaidollisia puutteita. (Airola 2004.)

Airola ja Piironen jatkoivat alueellisen kielitaitotarpeen tarkastelua sosiaali- ja terveysalalla Pohjois-Karjalassa. Tulokset olivat hyvin samansuuntaisia kuin Airolan kartoituksessa: puutteita koettiin olevan eniten vieraan kielen suullisessa tuottamisessa. Myös kuullun ymmärtäminen tuotti runsaasti ongelmia. (Airola & Piironen 2005.)

2.4.5 KANSAINVÄLISTYMINEN NÄHDÄÄN KASVUMAHDOLLISUUTENA

Tuorein pohjoiskarjalaisten yritysten kansainvälistymis selvitys toteutettiin vuonna 2010. Selvityksen toteuttivat yhteistyössä Pohjois-Karjalan kauppakamari ja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Sähköinen kysely lähetettiin Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenyrityksille. Selvitykseen osallistui 309 yritystä. Lisäksi haastateltiin 12 yritystä. Tulosten mukaan yritykset näkivät kansainvälisen toiminnan kasvumahdollisuutena. Osalla yrityksiä oli aikomus kehittää tuotteitaan / palveluitaan kohtaamaan kansainvälisten asiakkaiden tarpeita ja laajentaa kansainvälistä markkina-alueen. Venäjä koettiin kiinnostavana, mutta haastavana markkina-alueena. Kansainvälisiin tehtäviin rekrytoitavilta edellytettiin ennen kaikkea kommunikointivalmiuksia, mm. neuvottelu- ja yhteistyötaitoja sekä kielitaitoa. (Airola 2011.)

Kansainvälistyminen osa arkipäivää Pohjois-Karjalassa

Pohjois-Karjalan viennistä suurin osa suuntautuu EU-maihin, samoin suurin osa tuonnista Pohjois-Karjalaan tulee EU-maista. Maahanmuuttajien määrä Pohjois-Karjalassa on kasvanut tasaisesti. Kansainvälistymistä korostetaan maakunnassa laadituissa strategioissa ja ohjelmissa, joissa korostuu erityisesti Venäjän rooli. Pohjoiskarjalaisten yritysten kansainvälistymistä on tutkittu laajasti eri korkeakouluissa 2000-luvulla. Tutkimuksen kohteina ovat olleet pk-yritysten kansainvälistyminen, viennin menestystekijät, Venäjän kauppa, ulkomaankaupan koulutustarve, yritysten kasvuorientaatio, kieli- ja kulttuuriosaaminen sekä Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenyritysten kansainvälistyminen.

3

Miten kansainvälistymiskartoitus toteutettiin?

Käsillä olevan melko pienimuotoisen tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten kansainvälistymistä. Kartoituksen tutkimuskysymykset olivat seuraavat:

- » Mitä kansainvälisyys merkitsee avainkumppaniyrityksille?
- » Miten kansainvälistyminen liittyy avainkumppaniyritysten tulevaisuuden suunnitelmiin?
- » Millaista kansainvälistä osaamista ja osaamisen kehittämistarpeita avainkumppaniyrityksissä on ja millaiset koulutusmuodot sopivat parhaiten avainkumppaniyritysten koulutustarpeisiin?
- » Millaiset yhteistyömuodot ovat keskeisiä avainkumppaniyritysten ja Karelia-ammattikorkeakoulun välillä?

Avainkumppaniyrityksille suunnatun kansainvälistymiskartoituksen kyselylomakkeen kysymykset valmistettiin ammattikorkeakoulussa. Kartoitus jakaantui neljään osioon: 1) yritysten / organisaatioiden taustatiedot, 2) yritysten / organisaatioiden kansainvälistymisen nykytilanne, 3) yritysten kansainvälistymisen tulevaisuus, 4) henkilöstön kansainvälisyysosaaminen, sen kehittäminen ja sopivat koulutusmuodot sekä 5) kansainvälistymiseen liittyvä yhteistyö avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välillä. Kyselylomakkeen lopussa tiedusteltiin vastaajayrityksiltä haastatteluhalukkuutta.

Miten kansainvälistyminen liittyy avainkumppaniyritysten tulevaisuuden suunnitelmiin?

Avainkumppaniyritysten (N=55) kansainvälistymiseen liittyvä kartoitus toteutettiin sähköisenä kyselynä maaliskuussa 2013. Vastaukset saatiin 48 yritykseltä. Vastausprosentti oli korkea: 87%. Avainkumppaniyrityksistä 38 vastasi sähköiseen kyselyyn ja 10 yritystä vastasi sähköpostitse / puhelimella, että he eivät täytä sähköistä lomaketta, koska heidän yrityksensä toiminta oli puhtaasti kotimaisella pohjalla. Haastattelulomakkeen lopussa kysyttiin yrityksiltä haastatteluhaluutta. Haastatteluhalukkaita yrityksiä oli 11, joista 10 yrityksen kanssa saatiin haastatteluajat sovituiksi. Anneli Airola toteutti haastattelut touko-kesäkuussa 2013. Haastattelut olivat teemahaastatteluja, joissa pyrittiin hahmottamaan yritysten / organisaatioiden kansainvälistymisen eri näkökulmia. Haastatteluteemat olivat seuraavat:

- » Mitä kansainvälisyys merkitsee haastateltavalle yritykselle?
- » Onko kansainvälisyys osa arkea haastateltavassa yrityksessä?
- » Onko henkilöstöllä riittävästi kansainvälisiä valmiuksia ja osaamista?
- » Millaista yhteistyötä yrityksellä on oppilaitosten kanssa ja miten yhteistyötä ammattikorkeakoulun kanssa tulisi kehittää?
- » Millaisena yritys näkee oman yrityksensä ja maakunnan kansainvälistymisen kehityksen?

Sähköisestä aineistosta on laskettu frekvenssi- ja prosenttijakaumat sekä haastatteluaineistosta on poimittu keskeisimmät teemat. Haastattelujen kautta haluttiin tuoda esille osaamisen kehittämisen hyviä käytäntöjä ja uusia oivalluksia. Haastattelujen aineistot analysoitiin vastaajien pienen lukumäärän vuoksi laadullisesti. Yritysten edustajien haastatteluista on poimittu tekstin joukkoon joitakin lainauksia, jotka on kursivoitu ja jotka on valittu kuvaamaan esille tulleita avainkysymyksiä yksittäisen yrityksen edustajan näkökulmasta. Haastattelut yritykset ja henkilöt olivat:

Arcusys Oy on vuonna 2003 perustettu tietotekniikan innovatiivinen palveluyritys. Arcusys on erikoistunut avoimen lähdekoodin asiantuntijapalveluihin sekä tietojärjestelmäratkaisuihin.

Toimitusjohtaja Jussi Hurskainen

Blancco Oy on tiedonhävityksen ja tietokoneiden uusiokäytön globaali markkinajohtaja. Blanccon ohjelmistot ovat markkinoiden sertifioituimmat ja ne ovat saaneet toistakymmentä kansallista ja kansainvälistä kolmannen osapuolen hyväksyntää, sertifiointia ja suositusta. Yritys on myynyt miljoonia lisenssejä ympäri maailman.

Director of Business Operations Ari Korpelainen

FastROI Oy on sähköisen ja langattoman liiketoiminnan ohjelmistopalveluyritys. Yrityksellä on lähes kymmenen vuoden kokemus menestyksekkäistä järjestelmätoimituksista niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

Toimitusjohtaja Risto Jalovaara

Itä-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus ISO on neljän maakunnan yhteinen sosiaalialan kehittämisen verkosto-organisaatio.

Itä-Suomen sosiaalialan osaamiskeskuksen yksikön johtaja Arja Jämsen

Kontiowood Oy on vuonna 1973 perustettu yhtiö, joka valmistaa ja markkinoi kodin kiintokalusteita ja erikoiskalusteita päiväkoteihin, palvelutaloihin ja kouluihin.

Toimitusjohtaja Kari Käyhkö

Lieksan kaupungin sosiaalivirasto edistää kuntalaisten hyvinvointia, ehkäisee ongelmia ja järjestää kuntalaisten tarvitsemia palveluita.

Vt. sosiaalijohtaja Soile Syrjäläinen

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK (MTK-Joensuu) on maanviljelijöiden, metsänomistajien ja maaseutuyrittäjien paikallinen etujärjestö ja vaikuttaja.

Ympäristövastaava Vilho Pasanen

OlapCon Oy suunnittelee, toteuttaa ja ylläpitää liiketoimintaa tukevia tietovarastointi-, analysointi-, raportointi- ja suunnitteluratkaisuja maailman johtavien Business Intelligence (BI) ja Corporate Performance Management (CPM) -ohjelmistotoimittajien tuotteilla.

Hallituksen puheenjohtaja Mika Hurskainen

Pohjois-Karjalan Osuuskauppa, PKO, harjoittaa päivittäistavara-, majoitus-, ravitsemis-, polttoneste- ja käytötavara- ja kunnan alueella yli 80 toimipaikassa.

Viestintäjohtaja Petri Vähä

Solenovo Oy on vuonna 1996 perustettu Joensuussa toimiva selainpohjaisia toiminnanohjauksen ja resurssienhallinnan ratkaisuja tarjoava ohjelmistoyritys. Keskeisimmät asiakkuudet ovat koulutussektorilla sekä julkishallinnossa.

Toimitusjohtaja Kimmo Tanskanen

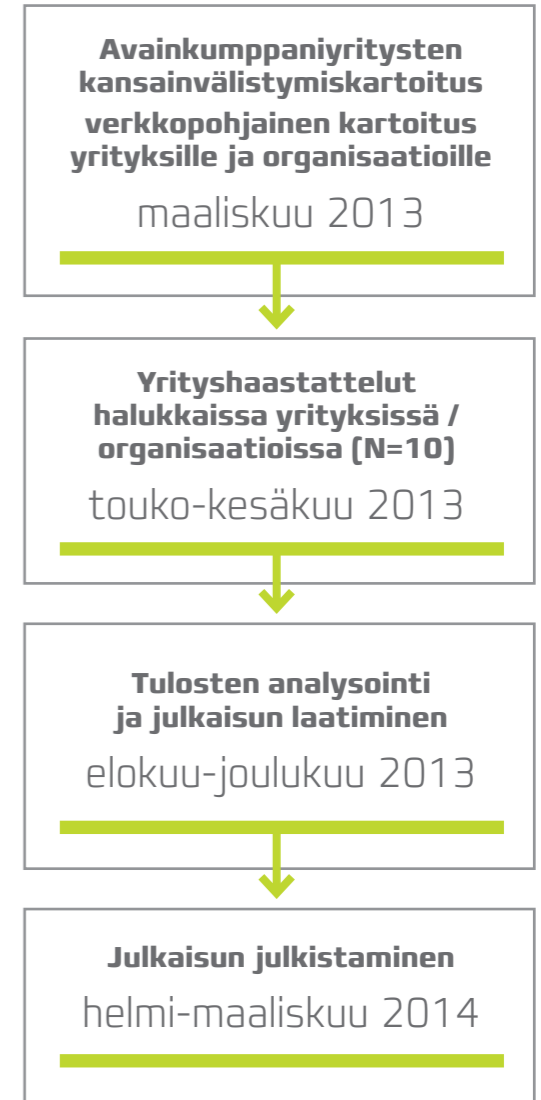
Kuviossa 2 esitetään kartoituksen toteutus.

3.1 KARTOITUKSESSA MUKANA ERITYYPPISIÄ YRITYKSIÄ

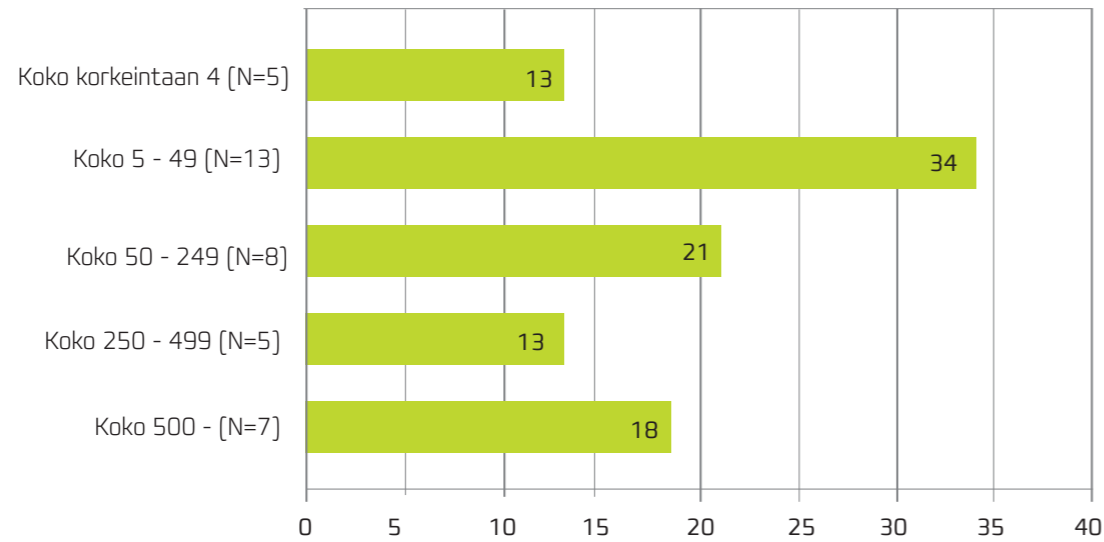
Kyselylomakkeen alussa avainkumppaniyrityksiltä kysyttiin taustatietoja: yrityksen / organisaation nimi, henkilöstömäärä ja toimiala. Mukana kartoituksessa oli laaja kirjo pohjoiskarjalaisia yrityksiä ja organisaatioita. Mukana oli henkilöstömäärältään ja toimialaltaan hyvinkin erityyppisiä yrityksiä.

3.1.1 SEKÄ ISOJA ETTÄ PIENIÄ YRITYKSIÄ

Suurin ryhmä oli yritykset, jotka työllistivät 5 – 49 työntekijää (34 %, N=13). Seuraavaksi suurimmat ryhmät olivat yritykset, jotka työllistivät 50 – 249 työntekijää (21 %, N=8) ja yli 500 työntekijää työllistävät yritykset (18 %, N=7). Pienimmät ryhmät olivat yritykset, jotka työllistivät korkeintaan neljä työntekijää (13 %, N=5) sekä yritykset, jotka työllistivät 250 – 499 työntekijää (13 %, N=5) (kuvio 3). Pk-yrityksellä tarkoitetaan yritystä, joka työllistää alle 250 henkilöä (Tilastokeskus 2013c). Tämän määritelmän mukaan kartoituksen vastanneista yrityksistä 68 % edusti pk-sektoria.



Kuvio 2. Kartoituksen toteutus



Kuvio 3. Henkilöstömäärä kyselyyn vastanneissa yrityksissä (%)

3.1.2 TEOLLISUUDESTA JULKISHALLINTOON

Kyselylomakkeessa oli annettuina toimialoina teollisuus, kauppa, majoitus- ja ravitsemuspalvelut, koulutusala, ICT (Information and Communication Technology), terveys- ja sosiaalipalvelut, julkinen hallinto (pl. terveys- ja sosiaalipalvelut) tai muu. Suurimmat vastaajaryhmät olivat ICT (10 yritystä), muu ala (10 yritystä) sekä teollisuus (7 yritystä). Kaupan alaa edusti neljä yritystä, terveys- ja sosiaalipalveluita neljä organisaatiota, julkista hallintoa yksi organisaatio sekä majoitus- ja ravitsemuspalveluita kaksi yritystä (taulukko 2).

Pankki-, vakuutus-, elokuva- ja viestintäala, etujärjestösektori sekä yhdistystoiminta olivat edustettuina muun toimialan yrityksissä.

Taulukko 2. Avainkumppaniyritysten toimiala (%)

Toimiala	Lukumäärä	%
Teollisuus	7	18
Kauppa	4	11
Majoitus- ja ravitsemuspalvelut	2	5
Koulutusala	0	0
ICT	10	26
Terveys- ja sosiaalipalvelut	4	11
Julkinen hallinto (pl. terveys- ja sosiaalipalvelut)	1	3
Muu	10	26
Yhteensä	38	100

Tulosten käsittelyssä terveys- ja sosiaalipalvelut sekä julkinen hallinto on yhdistetty, koska julkisen hallinnon ryhmä oli niin pieni (N=1). Yhdistetyistä terveys- ja sosiaalipalveluista sekä julkisesta hallinnosta käytetään tulosten analysoinnissa lyhennettä Sote ja julkinen hallinto. Oli mielenkiintoista saada terveys- ja sosiaalipalvelut sekä julkinen hallinto mukaan kansainvälistymiskartoitukseen, koska näiden alojen kansainvälistymistilanteita eikä -tarpeita ole juuri kartoitettu maakunnallisesti eikä valtakunnallisesti. Koulutusalan tuloksia ei ole raportoitu, koska yksikään avainkumppaniyrityksistä ei edustanut koulutusalaa. Tulosten käsittelyssä käytetään yritys-termiä viittaamaan kaikkiin vastanneisiin yrityksiin ja organisaatioihin.

Information and Communication Technology (ICT) haluttiin ottaa mukaan kartoitukseen omana ryhmänään, koska se on yksi Pohjois-Karjalan painopistealueiksi määritelty klusteri (Pohjois-Karjalan Eurooppa-strategia 2004, 20). Lisäksi Karelia-ammattikorkeakouluun on vuonna 2012 perustettu ohjelmistoalan neuvottelukunta, johon kuuluu 10 ICT-alan edustajaa ja kolme ammattikorkeakoulun edustajaa. Neuvottelukunta toimii alan työmarkkinoiden ja opetuksen yhteisenä käytännönläheisenä foorumina. Neuvottelukuntaan kuuluvat seuraavat pohjoiskarjalaiset ICT-alan yritykset: Arbonaut Oy Ltd, Arcusys Oy, Blancco Oy Ltd, Computer Program Unit Oy, FastROI Oy, Logica Oy (CGI), OlapCON Oy, Sensire Oy, Solenovo Oy ja Tulos-taito Oy. Myöhemmin toimintaan on tullut mukaan myös Keypro Oy. Neuvottelukunnan puheenjohtajana toimii Karelia-ammattikorkeakoulun liiketalouden ja tekniikan keskuksen johtaja Jyrki Kankkunen. Itä-Suomessa ICT-alan sektori kasvaa tasaisesti, vaikkakin valtakunnallisesti ohjelmistoala ei ole enää niin vetovoimainen kuin aiemmin.

Avainkumppaniyritykset edustivat hyvin erilaisia yrityskokoja. ICT-alalla viisi yritystä työllisti 5 - 49 henkilöä, kolme yritystä työllisti 50 - 249 henkilöä ja kaksi yritystä työllisti yli 500 henkilöä. Samalla tavalla teollisuuden yritykset olivat erisuuruisia: kaksi yritystä työllisti 5 - 49 henkilöä, kaksi yritystä 50 - 249 henkilöä, kaksi yritystä 250 - 499 henkilöä ja yksi yritys yli 500 henkilöä.

Kansainvälistymis-kartoitukseen osallistui monentyyppisiä yrityksiä

Suuri osa Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksistä osallistui kansainvälistymiskartoitukseen. Kartoitus koostui sähköisestä kyselystä ja mahdollisesta haastattelusta. Kartoituksen vastanneet yritykset edustivat monia kokoluokkia. Suurin osa vastanneista yrityksistä työllisti 5 - 49 työntekijää (N=13), mutta mukana oli myös pieniä, alle neljä henkilöä työllistäviä yrityksiä, samoin kuin yli 500 työntekijää työllistäviä yrityksiä. Myös hyvin monet toimialat olivat edustettuina aina teollisuudesta julkiseen hallintoon. Eniten oli mukana ICT:n, muiden alojen ja teollisuuden yrityksiä.

4 Mitä kansainvälistyminen merkitsee avainkumppaniyrityksissä?

Yrityksiltä tiedusteltiin kansainvälistymisen nykytilaa: kansainvälistymisen sisältöä sekä kansainvälisen toiminnan osuutta yrityksen liikevaihdosta. Lisäksi yrityksiä pyydettiin täsmentämään, millaisia tekijöitä yritykset pitivät merkityksellisinä yrityksen kansainvälistymisessä.

Lähes puolet vastanneista (42 %, N=16) ilmoitti, että heidän yrityksensä kansainvälinen toiminta oli jo vakiintunutta ja 18 % (N=7) ilmoitti, että kansainvälistymisessä oli meneillään kasvuvaihe. Kansainvälistymisen aloittamista harkitsi 29 % vastanneista (N=11), kun sen sijaan 11 % vastanneista (N=4) ei aikonutkaan kansainvälistyä.

Kansainvälinen kehitys on ajankohtainen ja jatkuva prosessi.

4.1 KANSAINVÄLISYYS MERKITSEE KANSAINVÄLISIÄ ASIAKKAITA JA VIENTITOIMINTAA

Kansainvälisyys viittaa vientitoiminnan ohella moneen muuhunkin toimintaan, kuten hankintojen ostamiseen, palvelujen tuottamiseen, ulkomaiseen sijoitustoimintaan, hanketoimintaan ulkomailla, opiskelijavaihtoon, ulkomaalaisten rekrytointiin ja harjoittelijavaihtoon. Kansainvälistymisen laaja sisältö kuvastui myös tämän kartoituksen vastauksissa (taulukko 3). Yli puolelle vastanneista yrityksistä (55 %) kansainväliset asiakkaat olivat merkittävien kansainvälistymisen muoto. Myös vientiä harjoitti lähes puolet vastanneista yrityksistä (45 %). Kahdeksalla yrityksellä (21 %) oli toimipiste ulkomailla ja henkilöstöä ulkomailla.

Lähes kaikkien toimialojen yrityksissä kansainvälisyys merkitsi kansainvälisiä asiakkaita, ICT-alan yrityksissä peräti 90 % yrityksistä ilmoitti, että heillä oli kansainvälisiä

asiakkaita. Majoitus- ja ravitsemuspalveluissa molemmilla kartoituksessa mukana olleilla yrityksillä oli kansainvälisiä asiakkaita ja myös kaupan alalla puolella yrityksistä (50 %) oli kansainvälisiä asiakkaita. Kaikki teollisuusyritykset harjoittivat vientitoimintaa. Myös ICT-alan yrityksistä merkittävä osa (70 %) harjoitti vientiä. Taulukosta 3 käy myös ilmi, että ulkomaalaisia työntekijöitä oli eniten kaupan alalla (50 %), ICT-alan yrityksissä (50 %) sekä teollisuudessa (43 %). Sosiaali- ja terveysalan palveluissa sekä julkisessa hallinnossa kansainvälistyminen merkitsi jonkin verran kansainvälisiä asiakkaita (20 %), mutta enemmän kansainvälistymisellä viitattiin osaamisen vaihtoon, koulutusyhteistyöhön, pakolaistaustaisiin maahanmuuttajiin ja yhteistoimintaan kansainvälisten sairaaloiden kanssa (80 %). Muiden alojen yritysten kansainvälistymisellä viitattiin (70 % vastanneista) asiantuntijuuden vahvistamiseen, kansainvälisiin hankkeisiin, videokuvaukseen Venäjällä ja kansainvälisiin sidosryhmiin.

Taulukko 3. Kansainvälistymisen sisältö yrityksissä (%)

Aihealue	Teollisuus (N=7)	Kauppa (N=4)	Majoitus- ja ravitsemuspalvelut (N=2)	ICT (N=10)	Sote ja julkinen hallinto (N=5)	Muu (N=10)	Keskiarvo
Kansainvälisiä asiakkaita	43 % (N=3)	50 % (N=2)	100 % (N=2)	90 % (N=9)	20 % (N=1)	0	55 %
Vientitoiminta	100 % (N=7)	0	50 % (N=1)	70 % (N=7)	0	0	45 %
Ulkomaalaisia työntekijöitä	43 % (N=3)	50 % (N=2)	0	50 % (N=5)	20 % (N=1)	10 % (N=1)	32 %
Muuta	0	0	0	10 % (N=1)	80 % (N=4)	70 % (N=7)	32 %
Tuontitoiminta	57 % (N=4)	25 % (N=1)	0	30 % (N=3)	0	0	21 %
Toimipiste ulkomailla	57 % (N=4)	25 % (N=1)	0	30 % (N=3)	0	0	21 %
Henkilöstöä ulkomailla	57 % (N=4)	25 % (N=1)	0	30 % (N=3)	0	0	21 %

Viisitoista yritystä vastanneista avainkumppaniyrityksistä (45 %) ilmoitti harjoittavansa vientitoimintaa. Tärkeimmiksi vientimaiksi mainittiin Euroopan maat, Skandinavia, Venäjä, Baltian maat sekä Aasian maat. Vientikohteet olivat hyvin samansuuntaisia kuin yleensäkin Pohjois-Karjalassa (ks taulukko 1): Vuonna 2012 tärkeimmät vientimaat Pohjois-Karjalan viennin kannalta olivat Saksa, Ruotsi, Kiina ja Venäjä. Tuontia harjoitti vastanneista yrityksistä kahdeksan (21 %). Tärkeimmät tuontimaat olivat Keski-Eurooppa, Ruotsi, Baltian maat ja Kiina.

Kotimaa on nyt katettu, eli viennille olisi tilaa.

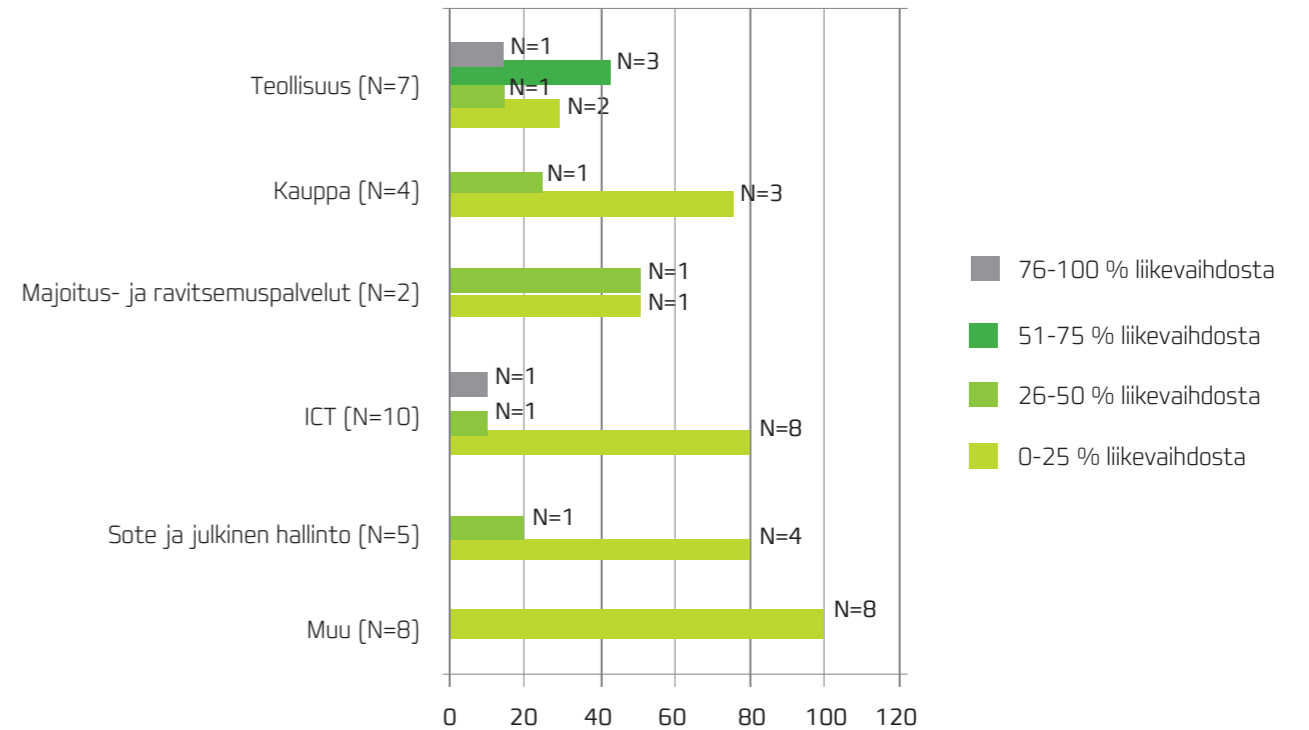
Vienti on suurin mahdollisuus kasvaa yritykselle. Viennillä saadaan stabiiliteettia yritystoiminnalle, koska viennissä huonot ja hyvät ajat sijoittuvat eri aikoihin kuin kotimaan kaupassa.

Toiminnan laajentaminen vientikauppaan edellyttää mm. markkinaselvitysten tekemistä. Jos tällainen alustava, mutta välttämätön työ teetetään yrityksen nykyisellä henkilöstöllä, se on aina pois muusta työstä.

Iso asia, jonka olen oppinut, on se, että kansainvälistyminen vaatii pitkäjänteistä työtä.

4.2. KANSAINVÄLISTYMINEN NÄKYVÄ LIIKEVAIHDOSTA

Kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta oli 0 - 25 % yli puolessa vastanneissa yrityksissä (N=26). Näitä yrityksiä oli edustettuina kaikilla toimialoilla; muut toimialat -ryhmässä kaikki yritykset edustivat tätä ryhmää. Vain viidellä yrityksellä kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta oli yli 50 %. Näistä neljä yritystä edusti teollisuusyrityksiä ja yksi ICT-toimialaa (kuvio 4).

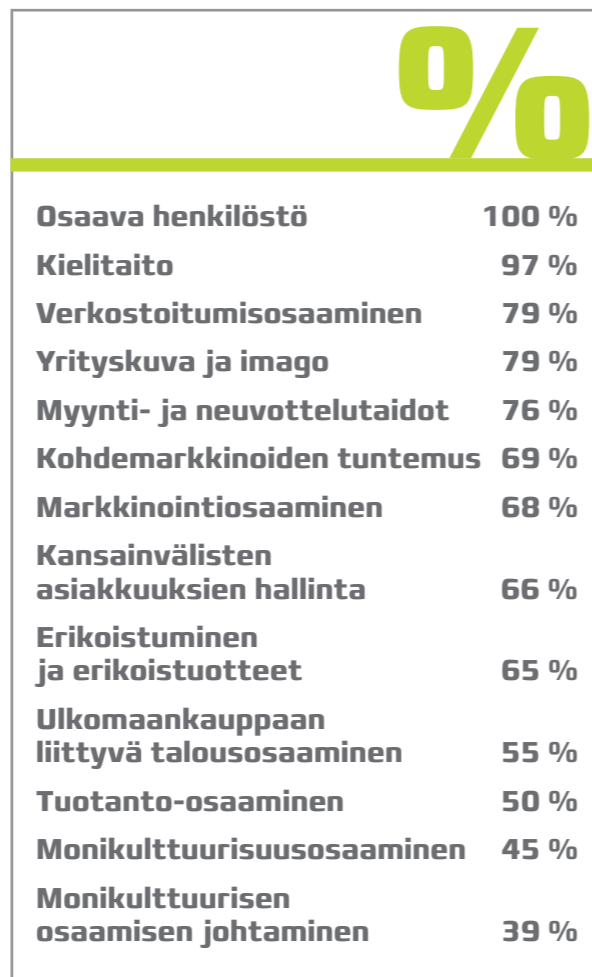


Kuvio 4. Kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta toimialoittain (%)

Yritykset, joissa kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta oli suurin, edustivat melko suuria yrityksiä. Jos kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta oli 76 – 100 %, yrityksessä työskentelevien lukumäärä oli 50 – 249 työntekijää (N=2), kun taas yritykset, joissa kansainvälisen toiminnan osuus oli 51 – 75 % liikevaihdosta, työllistivät 250 – 499 työntekijää (N=2) tai yli 500 työntekijää (N=1).

4.3 OSAAVAN HENKILÖSTÖN MERKITYS ON SUURI

Tässä osiossa tarkastellaan avainkumppaniyritysten kansainvälistymisen eri piirteitä. Yrityksiä pyydettiin arvioimaan eri tekijöiden merkitystä yritysten kansainvälisen toiminnan kannalta. Annetut kansainvälistymiseen liittyvät tekijät olivat: osaava henkilöstö, kielitaito, monikulttuurisuusosaaminen, monikulttuurisen osaamisen johtaminen, ulkomaankauppaan liittyvä talousosaaminen, tuotanto-osaaminen, myynti- ja neuvottelutilanteiden hallinta, kohdemarkkinoiden tuntemus, kansainvälisten asiakkuuksien hallinta, erikoistuminen ja erikoistuotteet, markkinointiosaaminen, yrityskuva ja imago sekä verkostoitumisosaaminen. Vastaajat arvioivat eri tekijöiden merkitystä yrityksenä kansainvälisen toiminnan näkökulmasta (kuvio 5).



Kuvio 5. Kansainvälistymiseen liittyvät merkittävät tekijät (%)

Kansainvälistymiseen liittyvistä tekijöistä keskeisimmiksi nousivat osaava henkilöstö, kielitaito ja verkostoitumisosaaminen. Osaavaa henkilöstöä pidettiin erittäin merkittävänä tai merkittävänä tekijänä kaikissa vastanneissa yrityksissä. Myös kielitaito osoittautui tärkeäksi kansainvälistymiseen liittyväksi tekijäksi. Useat merkittävistä kansainvälistymiseen liittyvistä tekijöistä olivat sidoksissa kommunikointiin: kommunikointitaidot liittyvät läheisesti kielitaitoon, verkostoitumisosaamiseen, myynti- ja neuvottelutilanteisiin sekä kansainvälisten asiakkuuksien hallintaan. Tulosten perusteella voidaan olettaa, että pohjoiskarjalaisissa yrityksissä ei vielä ole kovin runsaasti kansainvälisiä työntekijöitä tai monikulttuurisuusosaamisen tarvetta ei tunnisteta, koska monikulttuurisuuteen liittyvät tekijät, ts. monikulttuurisuusosaaminen ja monikulttuurisen osaamisen johtaminen, sijoittuivat keskiarvoltaan viimeisten kansainvälistymiseen liittyvien merkittävien tekijöiden joukkoon.

Osaava henkilöstö ja kielitaito olivat keskeisimpiä tekijöitä kansainvälistymisen kannalta kaikilla toimialoilla. ICT-alan yrityksissä painottuivat lisäksi myynti- ja neuvottelutilanteet, kohdemarkkinoiden tuntemus ja kansainvälisten asiakkuuksien hallinta. Sosiaali- ja terveystieteiden sekä julkisen hallinnon organisaatiot painottivat myös osaavan henkilöstön ja kielitaidon merkitystä. Lisäksi näillä aloilla nousivat merkittäviksi monikulttuurisuusosaaminen ja monikulttuurisen osaamisen johtaminen. Monikulttuurisuusosaamisen tarve näillä aloilla liittyy kyseisten organisaatioiden tarpeeseen kommunikoida maahanmuuttajien kanssa.

Ei kannata lähteä kansainvälisille markkinoille, jos yrityksessä ei ole kv-kaupan edellyttämää osaamista.

Maahanmuuttajien johtamisessa pitäisi hallita monikulttuurisuuteen liittyviä asioita. Eivät kaikki ole niin kuin suomalaiset.

Ei riitä, että johto on kiinnostunut kansainvälistymisestä. Pitää saada myös työntekijät innostumaan ja motivoitumaan. Silloin syntyy tulosta.

Kansainvälisellä toiminnalla viitattiin lähinnä kansainvälisiin asiakkaisiin ja vientitoimintaan

Kansainvälinen toiminta merkitsi hyvin erilaisia aktiviteetteja Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksissä. Yli puolelle vastanneista yrityksistä kansainväliset asiakkaat olivat merkittävien kansainvälistymisen muoto. Lähes puolet vastanneista harjoitti vientitoimintaa. Kahdeksalla yrityksellä oli toimipiste ulkomailla ja henkilöstöä ulkomailla. Lähes puolet yrityksistä ilmoitti, että kansainvälinen toiminta oli jo vakiintunutta. Suurimmassa osassa yrityksiä kansainvälisen toiminnan osuus oli suhteellisen pientä: 0 - 25 % liikevaihdosta. Viidellä yrityksellä kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta oli yli 50 %. Kansainvälistymiseen liittyviä merkittävimpiä tekijöitä olivat: 1) osaava henkilöstö, 2) kielitaito ja 3) verkostoitumisosaaminen. Vähiten merkityksellisiä tekijöitä olivat: 1) monikulttuurisen osaamisen johtaminen, 2) monikulttuurisuusosaaminen ja 3) tuotanto-osaaminen.

5

Millainen rooli kansainvälistymisellä on yritysten tulevaisuuden näkymissä?

Kansainvälistymisen tulevaisuus -osiossa kartoitettiin yritysten tulevaisuuden kansainvälistymistä. Vastajat arvioivat yrityksensä tulevaisuuden kansainvälistymistä tulevaisuutta käsittelevien väittämien pohjalta. Lisäksi yrityksiltä tiedusteltiin, oliko niillä aikomusta laajentaa kansainvälistä markkina-alueitaan ja halukkuutta rekrytoida kansainvälinen harjoittelija.

5.1 KANSAINVÄLISTYMINEN NÄYTTÄYTY KEHITTÄMISKOHTENA

Tarkasteltaessa yritysten tulevaisuuden kansainvälistymistä kävi ilmi, että yli kaksi kolmasosaa vastaajista näki kansainvälistymisen tärkeänä yrityksen kehittämiskohtena seuraavan kolmen vuoden aikana (76 %) sekä myös kasvukeinona (79 %) (taulukko 4). Erityisen tärkeäksi kansainvälistymisen kehittäminen koettiin teollisuuden alan ja ICT-alan yrityksissä (100 %). Näissä yrityksissä kansainvälinen toiminta merkitsi merkittävää kasvumahdollisuutta. Myös sosiaali- ja terveysalalla kansainvälistymisen kehittäminen koettiin tärkeäksi tulevaisuudessa.

Tulevaisuuden rekrytoinnit näyttäytyivät tärkeänä osa-alueena sekä kartoituksen sähköisessä osiossa että haastatteluissa. Lähes 90 % kaikista vastaajista koki, että oppilaitokset ovat merkittäviä kumppaneita tulevaisuuden rekrytoinneissa. Vastaukset olivat samansuuntaisia kaikilla aloilla. Noin puolet kaikista vastanneista koki, että kyseistä toimialaa uhkaa työvoimapula tai että henkilöstön ikääntyminen / eläköityminen on haaste yritykselle. Sosiaali- ja terveysalan palveluissa sekä julkisessa hallinnossa kaikki vastaajat totesivat, että toimialaa uhkaa työvoimapula ja että henkilöstön ikääntyminen / eläköityminen on haaste. Vaikka patkätöiden yleisyydestä puhutaan paljon, se ei näyttäytynyt suurena ongelmana tässä kartoituksessa: noin 30 % kaikista vastaajista oli sitä mieltä, että tulevaisuuden työsuhteet ovat useimmiten patkätöitä.

Olemme selvittelemässä alustavasti markkinapotentiaalia tuotteillemme Skandinaviassa, saksankielisillä alueilla Euroopassa ja Kiinassa.

Taulukko 4. Yritysten tulevaisuuden kansainvälistyminen (%)

Tulevaisuuden kansainvälistymiseen liittyvät väittämät	Samaa tai hieman samaa mieltä	Ei merkitystä	Hieman eri mieltä tai eri mieltä
Alan oppilaitokset ovat tärkeitä kumppaneita tulevaisuuden rekrytoinnissa. [N=38]	87 % (N=33)	11 % (N=4)	3 % (N=1)
Kansainvälinen toiminta on kasvukeino yrityksellemme. [N=38]	79 % (N=30)	13 % (N=5)	8 % (N=3)
Kansainvälistymisen kehittäminen on tärkeä kehittämiskohde seuraavan kolmen vuoden ajan. [N=38]	76 % (N=29)	13 % (N=5)	11 % (N=4)
Maahanmuuttajien rekrytointi ja kotouttaminen on tärkeä osa kotikansainvälistymistä. [N=38]	63 % (N=24)	26 % (N=10)	11 % (N=4)
Suurin este maahanmuuttajien rekrytoinnille on puutteellinen kielitaito. [N=38]	66 % (N=25)	11 % (N=4)	24 % (N=9)
Olemme halukkaita rekrytoimaan maahanmuuttajia. [N=38]	58 % (N=22)	32 % (N=12)	11 % (N=4)
Henkilöstöresurssimme ovat riittävät kansainväliseen toimintaan. [N=38]	55 % (N=21)	5 % (N=2)	40 % (N=15)
Toimialaamme uhkaa työvoimapula. [N=38]	47 % (N=18)	18 % (N=7)	34 % (N=13)
Henkilöstön ikääntyminen / eläköityminen on haaste yrityksessämme. [N=38]	47 % (N=18)	5 % (N=2)	47 % (N=18)
Työsuhteet alallamme ovat useimmiten tulevaisuudessa pätkätyösuhteita. [N=38]	29 % (N=11)	13 % (N=5)	58 % (N=22)
Vuokratyövoiman käyttö kansainvälisissä tehtävissä lisääntyy tulevaisuudessa. [N=38]	24 % (N=9)	40 % (N=15)	37 % (N=14)

Runsas puolet kaikista vastaajista (63 %) ilmoitti olevansa halukkaita palkkaamaan maahanmuuttajia. He kokivat, että maahanmuuttajien rekrytointi ja kotouttaminen on tärkeä osa kotikansainvälistymistä. Samoin runsas puolet kaikista vastaajista (66 %) ilmoitti, että suurin este maahanmuuttajien rekrytoinnille on puutteellinen kielitaito. ICT-alan, teollisuuden ja muiden alojen yrityksissä ei juuri ollut eroja suhtautumisessa maahanmuuttajien rekrytointiin, kun sen sijaan kaikki sosiaali- ja terveysalan ja julkisen hallinnon organisaatiot ilmoittivat olevansa halukkaita rekrytoimaan maahanmuuttajia ja että maahanmuuttajien rekrytointi ja kotouttaminen ovat tärkeä osa kotikansainvälistymistä. Suurin este maahanmuuttajien rekrytoinnille on puutteellinen kielitaito. Myös kaupan alalla korostui maahanmuuttajien puutteellinen kielitaito rekrytoinnin suurimpana esteenä.

Yli puolet vastanneista (55 %) oli sitä mieltä, että henkilöstöresurssit olivat riittävät kansainväliseen toimintaan. Erityisen tyytyväisiä henkilöstöresurssien riittävyyteen olivat teollisuuden ja ICT-alan yritykset, kun taas majoitus- ja matkailualan yrityksissä henkilöstöresurssit koettiin riittämättöminä.

Kysymykseen, aikoiko yritys laajentaa kansainvälistä markkina-alueitaan, yli puolet vastanneista (58 %, N=22) vastasi, että eivät aio, kun sen sijaan 42 % (N=16) vastasi tähän myönteisesti. Toimialoista kaupan alan yritykset, majoitus- ja ravitsemusalan yritykset ja sosiaali- ja terveysalan ja julkisen hallinnon organisaatiot eivät aikoneet laajentaa kansainvälistä markkina-alueitaan, kun sen sijaan markkina-alueen laajentamissuunnitelmia oli peräti 90 %:lla ICT-alan yrityksistä, 58 %:lla teollisuusyrityksistä ja 40 %:lla muiden alojen yrityksistä. Tulevaisuuden kohdemarkkina-alueiksi mainittiin Venäjä, Pohjoismaat, Eurooppa, USA, Aasia, Afrikka ja latinalaisen Amerikan maat. ICT-alan yritysten tulevaisuuden kohdemarkkina-alueet suuntautuivat ympäri maailmaa.

Pyrkimys olisi kansainvälistyä seuraavan neljän vuoden aikana, ainakin jonkin verran.

Työvoimaa on pakko tulla ulkomailta työntekijöiksi. Myös lomittajiksi ja yrittäjinä.

Olemme kiinnostuneita rekrytoimaan maahanmuuttajia, mutta sosiaali- ja terveydenhuollossa hyvä suomen kielen taito on tärkeää, että pystyy kommunikoimaan asiakkaiden kanssa ja ymmärtää heitä.

Pohjois-Karjalan tulisi ottaa ulkomaalaiset mukaan työelämään.

Oma harrastuneisuuteni vaikuttaa siihen, että pyrimme olemaan mukana kansainvälisissä hankkeissa. Näin saamme lisää osaamista. Myös kieli- ja kulttuuriosaaminen lisääntyy.

5.2 KANSAINVÄLISISTÄ HARJOITTELIJOISTA TUKEA KANSAINVÄLISTYMISEEN

Yksi tapa edistää yrityksen kansainvälistymistä on rekrytoida yritykseen kansainvälinen harjoittelija. Kansainvälisillä harjoittelijoilla viitataan sekä ammattikorkeakoulun että yliopiston kansainvälisiin harjoittelijoihin. Joensuussa on tarjolla kansainvälisiä harjoittelijoita johtuen lisääntyneestä korkeakoulujen englanninkielisestä koulutuksesta ja kansainvälisestä opiskelijavaihdosta sekä yliopistossa että ammattikorkeakoulussa. Pohjois-Karjalaan saapuu vuosittain noin 1300 ulkomaalaista tutkinto- ja vaihto-opiskelijaa opiskelemaan Itä-Suomen yliopistoon tai Karelia-ammattikorkeakouluun. Moni näistä nuorista haluaisi suorittaa opintoihinsa kuuluvan työharjoittelun paikallisissa yrityksissä. Karelia-ammattikorkeakoulu on järjestänyt harjoittelupaikan noin 270 ulkomaalaiselle harjoittelijalle pohjoiskarjalaisiin yrityksiin ja organisaatioihin vuodesta 1993 lähtien. Harjoittelupaikkoina on toiminut noin 80 yritystä ja organisaatiota. Eniten harjoittelijoita on ollut Belgiasta, Saksasta, Ranskasta ja Puolasta. Samassa yrityksessä on saattanut olla samanaikaisesti peräti kolme harjoittelijaa. (Kohonen 2010.)

Kansainväliset harjoittelijat ovat valikoitunutta joukkoa, jolla on takanaan riittävästi opintoja tai jo suoritettu tutkinto. Harjoittelupaikan saamisen edellytyksenä on myös riittävä kielitaito. Ulkomaille hakeutuu yleensä avoimia ja sopeutuvaisia nuoria, eikä maailmalle lähtö onnistu ilman oma-aloitteisuutta. Tällaisen harjoittelijan kanssa henkilöstö pystyy luomaan ja kehittämään omia kansainvälistymisessä tarvittavia valmiuksiaan: kielitaito kohenee kun vierasta kieltä käytetään päivittäin oikeissa työelämän tilanteissa ja harjoittelijan kautta syntyy aito kontakti toiseen kulttuuriin. Hyviä kokemuksia syntyy myös puhtaasti työn kannalta: harjoittelijat ovat motivoituneita tekemään tuottavaa työtä ja innokkaita oppimaan uutta. Parhaita tuloksia saavutetaan kun harjoittelija sijoitetaan koulutustaan vastaaviin tehtäviin. Hyöty on tällöin molemminpuolista. Harjoittelijat tuntevat oman maansa kulttuurin ja toimintatavat. Kun työnantaja osaa käyttää

tätä hyödykseen, päästään pitkälle: harjoittelijat voivat olla osaltaan avaamassa väyliä kotimaansa markkinoille.

Ulkomailta tullut harjoittelija tuo kansainvälistymisen yrityksessä käytännön tasolle; yksi harjoittelun keskeisistä arvoista onkin learning by doing, tekemällä oppiminen. Suomeen tulevat harjoittelijat oppivat, miten suomalainen elinkeinoelämä toimii. Suomalaiset puolestaan oppivat ulkomaisia toimintatapoja ja sellaista muutosvalmiutta, mitä nykypäivän työelämä vaatii.

Yrityksiltä tiedusteltiin, oliko heillä ollut viimeisen viiden vuoden aikana kansainvälisiä harjoittelijoita. Taulukosta 5 käy ilmi, että kansainvälinen harjoittelija oli työskennellyt viimeisen viiden vuoden aikana yhteensä 14 yrityksessä. Kansainvälisiä harjoittelijoita oli rekrytoitu ympäri maailmaa. Eniten rekrytointeja olivat tehneet teollisuuden ja ICT-alan yritykset.

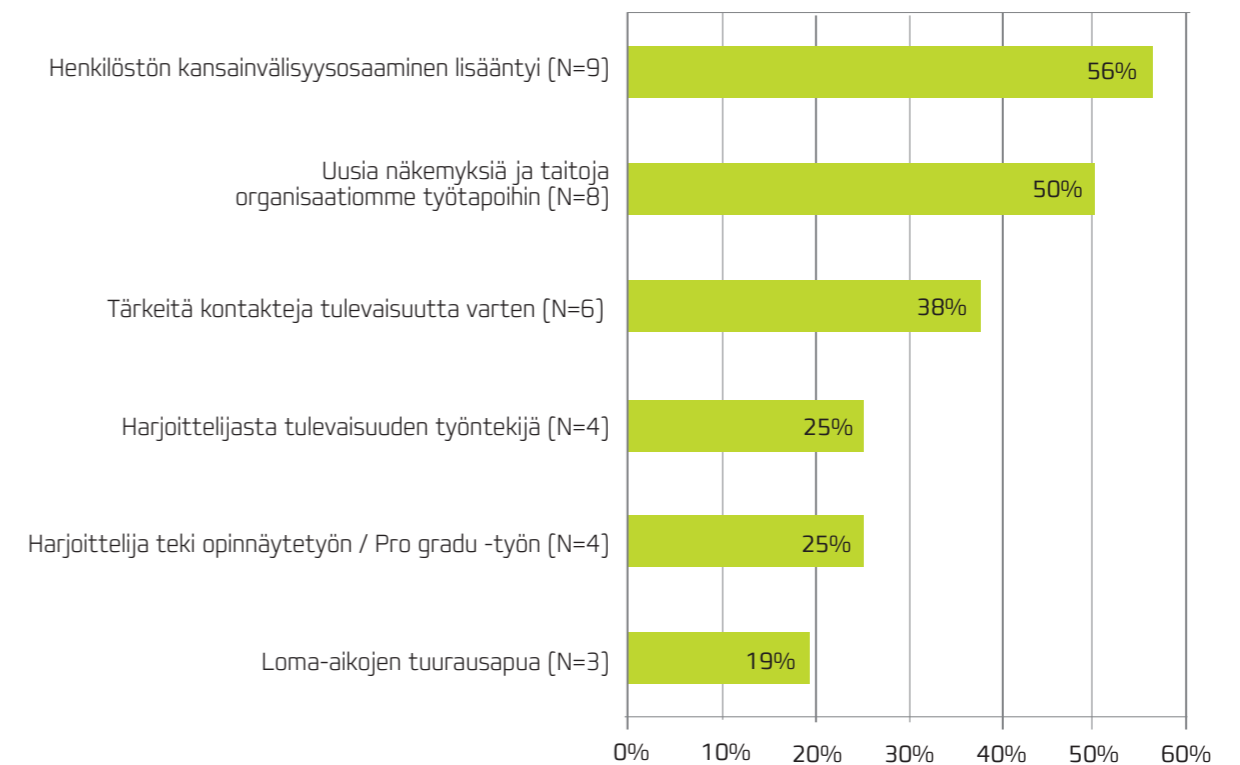
Taulukko 5. Kansainväliset harjoittelijat eri toimialoilla (N)

Toimiala	Kansainvälinen harjoittelija viimeisen viiden vuoden aikana	Maa
Teollisuus	4 yrityksessä useita harjoittelijoita	Kiina, Korea, Puola, Espanja, Hollanti, Saksa, Tanska, Ranska
Kauppa	1 yrityksessä yksi harjoittelija	Venäjä
Majoitus- ja ravitsemuspalvelut	0	
ICT	6 yrityksessä useita harjoittelijoita	Belgia, Puola, Kiina, Venäjä, Iran, Saksa, Tsekki, Unkari, Nepal, Marokko, Peru, Intia
Sote + julkinen hallinto	2 organisaatiossa useita harjoittelijoita	Irak, Somalia, Venäjä, Viro
Muu	1 yrityksessä useita harjoittelijoita	Venäjä, Viro, Ukraina

Kun yrityksiltä kysyttiin, mitä hyötyä kansainvälinen harjoittelija oli tuonut työyhteisöön, tärkeimmäksi hyödyksi osoittautui henkilöstön kansainvälisyysosaamisen lisääntyminen, mm. kielitaidon kehittyminen (kuvio 6). Harjoittelija oli myös tuonut uusia näkemyksiä ja taitoja työyhteisön työtapoihin. Lisäksi yritys oli pystynyt luomaan tärkeitä kontakteja tulevaisuutta varten. Vain neljässä yri-

tyksessä kansainvälisen harjoittelijan harjoittelusuhde oli johtanut opinnäytetyön / Pro gradu -työn tekemiseen harjoittelupaikan tarpeisiin. Tämä on harmillista, koska harjoittelija on harjoittelun aikana jo päässyt tutustumaan yrityksen toimintaan, joten opinnäytetyön / Pro gradu -työn tekeminen olisi luontevaa jatkoa harjoittelulle.

Hyöty kansainvälisestä harjoittelijasta (%)



Kuvio 6. Yrityksen saama hyöty kansainvälisestä harjoittelijasta

Kiinnostusta ottaa kansainvälinen harjoittelija ilmeni peräti 26 yrityksessä (taulukko 6). Vain 12 yritystä totesi, että niillä ei ollut tarvetta kansainväliselle harjoittelijalle, ainakaan tällä hetkellä. Eniten kiinnostusta oli EU-maista tai Venäjältä saapuviin harjoittelijoihin. Erityisesti kaupan alan ja majoitus- ja ravitsemuspalvelujen yrityksissä oltiin kiinnostuneita nimenomaisesti venäläisistä harjoittelijoista. ICT-alan yrityksissä todettiin, että maalla ei ollut merkitystä. Sosiaali- ja terveydenalan organisaatioiden vastauksissa tuotiin esille, että harjoittelijan tulee hallita suomen kieli.

Taulukko 6. Kansainvälisestä harjoittelijasta kiinnostuneet yritykset (N)

Toimiala	Kansainvälisestä harjoittelijasta kiinnostuneet yritykset (N)	Kiinnostavat maat
Teollisuus	5	Venäjä, Viro, Ranska, Belgia, Englanti
Kauppa	3	Venäjä
Majoitus- ja ravitsemuspalvelut	2	Venäjä
ICT	8	mistä vaan
Sote + julkinen hallinto	3	Japani Huom. osattava suomea
Muu	5	Venäjä, Viro, Saksa

Pystymme hyödyntämään harjoittelijan osaamista tulipa hän mistä maasta tahansa.

Olemme kiinnostuneita International Business – koulutusohjelman opiskelijoista, kansainvälisistä opiskelijoista ja opinnäytetöistä.

Haluaisimme saada etukäteen kansainvälisten harjoittelijoiden CV:t, jotta voimme valita tarpeisiimme sopivat harjoittelijat.

Suosittelen kansainvälistä harjoittelua suomalaisille opiskelijoille kolmesta syystä: 1) Suomi-kuva nousee, 2) kielitaito kehittyy ja 3) kommunikointi kehittyy.

Kansainvälistyminen kasvukeinona

Kartoituksen tulosten mukaan tärkeimpiä näkökulmia tulevaisuuden kansainvälistymisessä olivat: 1) alan oppilaitokset ovat tärkeitä kumppaneita tulevaisuuden rekrytoinneissa, 2) kansainvälinen toiminta on kasvukeino yritykselle ja 3) kansainvälistymisen kehittäminen on tärkeä kehittämiskohde seuraavien kolmen vuoden aikana. Vähiten merkityksellisiä seikkoja olivat sen sijaan: 1) työsuhteet ovat useimmiten tulevaisuudessa päätöksuhteita ja 2) vuokratyövoiman käyttö kansainvälisissä tehtävissä lisääntyy tulevaisuudessa. Kansainvälinen harjoittelija oli ollut 14 yrityksessä ja 26 yritystä oli kiinnostunut rekrytoimaan kansainvälisen harjoittelijan tulevaisuudessa. Merkittäviä harjoittelijoiden tuomia hyötyjä olivat yrityksen henkilöstön kansainvälisyysosaamisen lisääntyminen ja uusien näkemysten ja taitojen saaminen yrityksen käyttöön.

6 Tarvitaanko lisää osaamista?

Kansainvälisyysosaaminen on kiinteä osa yrityksen liiketoimintaa, eikä sen vaatimia osaamistarpeita voida kovinkaan selvästi erotella yrityksen muun toiminnan osaamistarpeista. Kansainvälisen liiketoimintaosaamisen erityispiirteenä on esimerkiksi eri markkina-alueiden vaihtelevien toimintaympäristöjen ymmärtäminen, erilaisten maakohtaisten määräysten tunteminen sekä palveluiden tai tavaroiden vientiin liittyvien teknisten asioiden, kuten tullauskäytäntöjen, tuntemus. Millaista kansainvälistä liiketoimintaosaamista kussakin yrityksessä tarvitaan, riippuu suurelta osin valituista toimintamalleista sekä kansainvälistymiselle asetetuista tavoitteista. Uuteen maahan etabloituminen esimerkiksi tytäryhtiön muodossa vaatii enemmän ja erityyppistä osaamista kuin edustajan kautta tapahtuva vientikauppa. (ks. esim. Larjovuori, Laiho & Talonen 2004.)

Kansainvälistymisen toteutumiseen tarvitaan kilpailukykyinen tuote tai palvelu sekä myös kasvuhalu, kasvukyky ja kansainvälistä kysyntää tuotteille ja palveluille. Pk-yrityksiltä vaaditaan rohkeutta lähteä harjoittamaan vientiä. Vientimarkkinoille pääsyyn vaikuttavat vientituote ja markkinointikyky. Viennin perustana oleva tuote tai palvelu poikkeaa useimmiten kotimaassa myytävästä tuotteesta. Tuote saattaa olla varta vasten vientimarkkinoille suunniteltu. Kaikki yrityksen tuotevalikoimaan kuuluvat tuotteet eivät todennäköisesti sovellu vientimarkkinoille, koska erilaiset kulttuurit ja erilaiset kulutustottumukset saattavat vaikuttaa vientituotteen suunnitteluun. Tämän vuoksi tuotekehitys on tärkeällä sijalla vientitoiminnassa. Vientiin suunnitellussa tuotteessa saattaa olla eroja myös teknisissä määräyksissä sekä mitta- ja painojärjestelmissä. (Vahvaselkä 2009.)

On haasteellista löytää osaavia työntekijöitä.

Sattuma on yleinen alkusysäys kansainvälistymiselle. Se voi olla satunnainen yhteydenotto, impulssi tai vaikkapa messutapaaminen. Pitkällä tähtäimellä varmempi tapa kansainvälistyä on systemaattinen markkinoiden vertailu, jossa yritys vertaa omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan kohdemarkkinoiden tarjoamiin tilaisuuksiin ja uhkiin. (Pirnes & Kukkola 2002, 92 - 94.) 1990-luvun puolivälistä alkaen businesskirjallisuudessa on tuotu esille uusia kansainvälistymistrendejä, joille on ominaista nopeampi kansainvälistyminen. Tämä koskee myös pk-yrityksiä, joiden resurssit ovat rajalliset. Uuden kansainvälistymisen ryhmän muodostavat mm. nk. born global -yritykset, jotka syntyvät suoraan kansainvälisiksi. Born global -yritykset ovat useimmiten pieniä yrityksiä, joissa on yrittäjä ja muutama työntekijä, rajoittuneet resurssit ja kokemus kansainvälisistä markkinoista, pienet kotimaan markkinat sekä kansainvälisille markkinoille suunnattu/suunnatut niche-tuote/niche-tuotteet. Born global -yritykset aloittavat kansainvälisen toimintansa jopa ennen tai samanaikaisesti kotimaisen toiminnan kanssa ja perustavat toimintansa alusta lähtien pääasiassa kansainvälisille markkinoille. Yleensä yli puolet niiden myynnistä tulee ulkomaankaupasta. (Gabrielson & Al-Obaidi 2004.)

Jotta yritys menestyy vientitoiminnassa, tulee vientituotteiden ja henkilöstön osaamisen olla korkeatasoista. Henkilöstön osaaminen on merkittävässä asemassa vientitoiminnan toteutuksessa. Erityisesti avainhenkilöstön ammattitaito, kielitaito ja kansainvälistymisvalmiudet ovat keskeisiä tekijöitä vientitoiminnan onnistumisen kannalta. Myös vientihenkilöstön riittävyys on keskeinen tekijä. (Vahvaselkä 2009.)

Yritysten ja organisaatioiden henkilöstön kansainvälisyysosaamista ja sen kehittämistä kartoitettiin tässä kartoituksessa seuraavista näkökulmista: henkilöstön kansainvälisyysosaamisen riittävyys, kielitaidon tarve sekä kansainvälisyyskoulutuksen toteutustavat.

6.1 KANSAINVÄLISYYSOSAAMINEN ON KILPAILUETU

Ensimmäiseksi kartoitettiin, millaista kansainvälistä osaamista henkilöstöllä oli riittävästi ja millä alueilla kansainvälistä osaamista tulisi lisätä. Kaikkien vastaajien osalta tuotanto-osaaminen (32 %), verkosto- ja projektiosaaminen (29 %) sekä tuotteen / palvelun hinnoittelu (26 %) osoittautuivat osaamisalueiksi, joilla oli riittävästi kansainvälistä osaamista. Sitten tulivat erilaisten kulttuurien ja toimintaympäristöjen tuntemus (24 %) ja vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot (24 %). On kuitenkin huomattava, että vain noin kolmasosa vastaajista tunnisti osa-alueita, joilla yrityksen henkilöstöllä oli riittävä osaamista. Suurempi osa vastaajista koki, että yritysten henkilöstölle oli tärkeämpää saada lisätyksi kansainvälistä osaamista.

Lisää osaamista kaivattiin kaikkien vastanneiden yritysten osalta kommunikointitaitoihin. Yli puolet vastaajista koki, että lisää osaamista tarvittiin yrityksen henkilöstön kielitaidossa (66 %), suullisessa viestinnässä ja esiintymistaidoissa (53 %), myyntitaidoissa (53 %) ja kansainvälisessä markkinoinnissa (53 %) (kuvio 7). Muissakin vastaavissa selvityksissä kielitaito on noussut tärkeäksi kansainvälistymisen edellyttämäksi kriteeriksi (ks. esim. El-Khoury 2004; Jussila, Mäkinen, Mäkirinne & Tomperi 1997; Kone- ja metallituoteteollisuus 2020; Airola 2011). Henkilökohtainen kanssakäyminen koetaan erittäin keskeiseksi kansainvälisessä kaupankäynnissä. Mm. asiakassuhteen rakentamisen kannalta monipuolinen kielitaito on merkityksellistä. Lisäksi puolet vastaajista arvioi, että lisää osaamista kaivattiin Venäjän kanssa käytävässä yhteistyössä (50 %) sekä kirjallisessa viestinnässä ja verkkoviestinnässä (50 %).



Kuvio 7. Kansainvälisyysosaamisen lisäämistarve (%)

Born global -yritykset aloittavat kansainvälisen toimintansa jopa ennen tai samanaikaisesti kotimaisen toiminnan kanssa ja perustavat toimintansa alusta lähtien pääasiassa kansainvälisille markkinoille. Yleensä yli puolet niiden myynnistä tulee ulkomaankaupasta.

Taulukossa 7 tarkastellaan kansainvälistä osaamista toimialoittain. Taulukkoon on otettu jokaiselta toimialalta kolme merkittävintä riittävän osaamisen osa-aluetta ja vastaavasti kolme merkittävintä osa-aluetta, joilla kaivattiin lisäosaamista. Sosiaali- ja terveysalan palveluissa sekä julkisessa hallinnossa on mainittuna ainoastaan yksi osaamisen alue riittävän osaamisen kohdalla, koska se oli ainoa riittävän osaamisen osa-alue tällä toimialalla. Kansainvälisen osaamisen lisäämistä kaivattiin lähes kaikilla aloilla erityisesti suullisen kommunikoinnin osa-alueilla: kielitaito, suullinen viestintä ja esiintymistaito, myyntitaidot ja vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot. Muun osaamisen osalta osaaminen vaihteli suuresti toimialoittain. Se osaaminen, jota toisella toimialalla oli riittävästi, saat-

toikin näyttäytyä osaamistarpeena jollakin toisella alalla. Esimerkiksi myyntitaitoja oli riittävästi majoitus- ja ravitsemuspalveluissa, kun taas lisäosaamista myyntitaitoihin kaivattiin ICT-alan, teollisuuden, kaupan ja muiden alojen yrityksissä. Vuorovaikutus- ja neuvottelutaidoissa oli riittävää osaamista sosiaali- ja terveyspalvelujen sekä julkisen hallinnon organisaatioissa ja muiden alojen yrityksissä, kun taas majoitus- ja ravitsemuspalvelujen yrityksissä ja teollisuusyrityksissä tällä osa-alueella kaivattiin lisää osaamista.

Hinnoittelussa oli riittävästi osaamista teollisuuden ja kaupan yrityksissä, kun taas tuotanto-osaamista oli riittävästi kaupan alan ja ICT-alan yrityksissä. Nämä olivat osa-alueita, joilla ei tarvittu lisäosaamista millään toimialalla.

Taulukko 7. Kansainvälisyysosaaminen eri toimialoilla

Toimiala	Osaamista on riittävästi (%)	Osaamisen lisääminen tärkeää (%)
Teollisuus (N=7)	Hinnoittelu [43 %] Markkinatutkimukset [29 %] Kansainvälinen markkinointi [29 %]	Kielitaito [86 %] Vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot [71 %] Myyntitaidot [71 %]
Kauppa (N=4)	Tuotanto-osaaminen [50 %] Hinnoittelu [50 %] Verkosto- ja projektiosaaminen [50 %]	Kielitaito [75 %] Kirjallinen viestintä ja verkkoviestintä [75 %] Myyntitaidot [50 %]
Majoitus- ja ravitsemuspalvelut (N=2)	Kansainvälinen markkinointi [50 %] Myyntitaidot [50 %] Tuotanto-osaaminen [50 %]	Toimiminen monikulttuurisessa ympäristössä [100 %] Markkinatutkimukset [100 %] Vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot [100 %]
ICT (N=10)	Tuotanto-osaaminen [50 %] Sosiaalisen median osaaminen [50 %] Verkosto- ja projektiosaaminen [50 %]	Myyntitaidot [70 %] Suullinen viestintä ja esiintymistaito [60 %] Kielitaito [60 %]
Sote + julkinen hallinto (N=5)	Vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot [20 %]	Kielitaito [80 %] Sosiaalisen median osaaminen [80 %] Verkosto- ja projektiosaaminen [80 %]
Muut (N=10)	Vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot [40 %] Erialaisten kulttuurien tuntemus [30 %] Kirjallinen viestintä ja verkkoviestintä [30 %]	Kielitaito [50 %] Kansainvälinen markkinointi [50 %] Myyntitaidot [50 %]

Yrityksillä oli vielä mahdollisuus vapaamuotoisesti listata kansainvälistymiseen liittyvän osaamisen koulutustarpeita. Vapaissa kommentteissa tuotiin esille koulutustarve liittyen eri kulttuuritaustasta tulevien kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen sekä tarve luoda kontakteja eurooppalaisiin eläkeläisjärjestöihin. Maatilojen osalta työntekijöiden rekrytoinnissa koettiin olevan kouluttautumistarvetta.

Asiakaskommunikointi on erittäin tärkeää. Asiakkaan kanssa pitää osata olla luonteva ja osata keskustella ja tuoda oma asiansa esille. Hyvältä konsultilta edellytetään hyviä kommunikointitaitoja; pelkkä teknologia ei riitä.

Markkinaselvityksiä pitäisi tehdä eri maihin.

Kansainvälinen myyntityö on vaativaa.

Face-to-face neuvottelut ovat välttämättömiä liiketoiminnan alkuvaiheissa, kun asiakassuhteita rakennetaan.

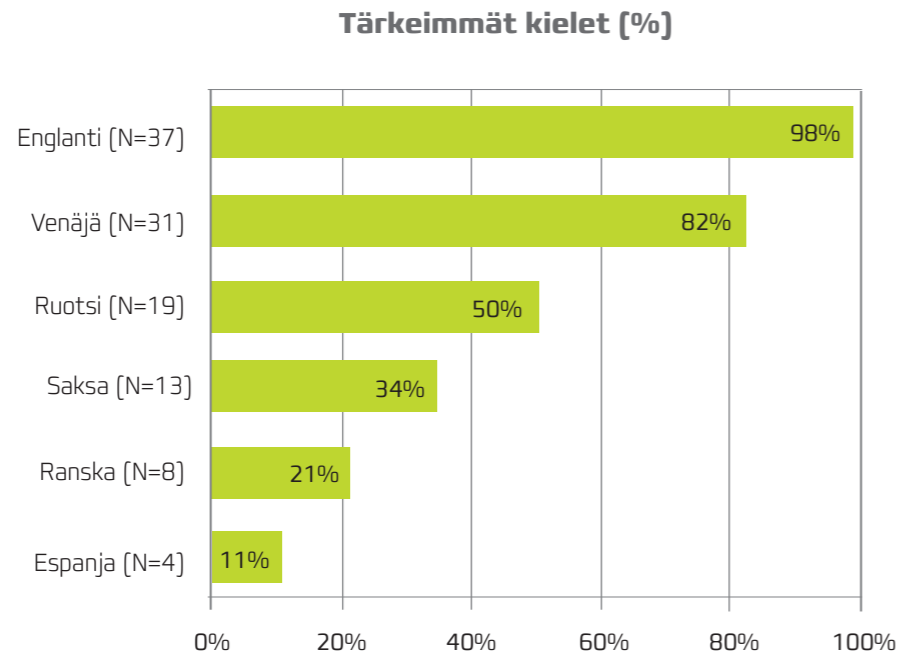
Elämä on yhtä oppimista.

Yrityksiltä tiedusteltiin myös henkilöstön oppimishalukkuutta ja oppimiskykyä. Vastaus oli selkeä: 95 % vastaajista totesi, että yrityksen henkilöstöllä oli oppimishalukkuutta ja oppimiskykyä. Oppimishalukkuus ja oppimiskyky ilmenivät työpaikoilla monilla eri tavoilla: positiivisena innostuksena, koulutuksiin osallistumisena, positiivisena asenteena sekä haluna kehittyä ammatillisesti.

6.2 KIELITAITOA TARVITAAN

Kielitaito nousi erääksi keskeisimmäksi tekijäksi kansainvälisyysosaamisessa. Tärkeimmät kielet Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksissä olivat englanti (98 %), venäjä (82 %) ja ruotsi (50 %). Sitten tulivat saksa (34 %), ranska (21 %) ja espanja (11 %) (kuvio 8). Yksittäisen maininnan sai myös kiinan, viron ja puolan kieli. Pieniä eroavaisuuksia tärkeimpien kielten suhteen tuli esille toimialoittain. Teollisuusyritysten tärkeimpien kielten järjestys oli sama kuin kuviossa 8, kun sen sijaan kaupan alalla ja majoitus- ja ravitsemusalan yrityksissä venäjä nousi yhtä keskeiseen asemaan kuin englanti. ICT-alan yrityksissä englanti oli tärkein kieli, mutta ruotsin merkitys meni venäjän kielen edelle. Sosiaali- ja terveyspalvelujen organisaatioissa venäjä nousi tärkeimmäksi kieleksi ja meni näin ollen englannin edelle.

95 % vastaajista totesi, että yrityksen henkilöstöllä oli oppimishalukkuutta ja oppimiskykyä.



Kuvio 8. Tärkeimmät kielet (%)

Talouselämän kansainvälistyminen on muuttanut työelämää, minkä vuoksi yhä suurempia haasteita kansainvälisessä kaupassa ovat kieli, kulttuuri ja kommunikointi. Kansainvälistymisellä on suora vaikutus yritysten kielitaito- ja kommunikointitarpeisiin: kieli- ja kommunikointitaitoja tarvitaan, kun liikutaan ja viestitään yli kieli- ja kulttuurirajojen. Yritysten kansainvälistymisen seurauksena kielitaitotarpeet ovat monipuolistuneet ja useiden kielten osaajia tarvitaan. Englannin kielestä on tullut maailmanlaajuinen lingua franca, ei ainoastaan diplomatian, turismin ja pop-kulttuurin kieli, vaan myös tieteen, teknologian ja liike-elämän kieli. Yli 1000 miljoonaa ihmistä maailmassa puhuu englantia; yli puolet puhujista puhuu englantia ei-äidinkielenään. Euroopan unionissa englanti on yleisin vieras kieli: joka kolmas kansalainen kertoo osaavansa englantia riittävästi osallistuakseen englanninkieliseen keskusteluun. Kansainvälisessä kaupassa suurin osa englanninkielisestä kommunikaatiosta tapahtuu englantia ei-äidinkielenään puhuvien kesken. Heidän käyttämästään englannista käytetään mm. termejä 'kansainvälinen englanti', 'euroenglanti' tai 'offshore englanti' (Dudley-Evans

& St John 1998). Englannin kielellä on suuri rooli kansainvälisessä kommunikoinnissa sekä työssä että vapaa-aikana. Englannin osaamista ei nähdä vain tärkeänä osana kaikkea koulutusta, vaan pikemminkin luonnollisena osana kaikkea ammattitaitoa.

Elinkeinoelämän keskusliitto (EK) teetti vuonna 2009 laajan valtakunnallisen henkilöstö- ja koulutustiedustelun, johon vastanneet yritykset työllistivät yhteensä lähes 370 000 henkilöä. Englanti, ruotsi ja venäjä olivat suomalaisen elinkeinoelämän tärkeimmät kielet. Neljänneksi tärkein kieli oli saksa. Englannin vahva asema säilyy ja korostuu entistään kansainvälisessä kaupassa, mutta myös esimerkiksi portugalil, kiinan ja espanjan osaajia tarvitaan työelämässä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010.) Suomessa nuoret osaavat englantia hyvin, mutta muita kieliä opiskellaan liian vähän, vaikka työelämässä tarvitaan yhä useampia kieliä.

Kielitaito nousi esille tässä kartoituksessa hyvin voimakkaasti. Valtakunnalliseen tilanteeseen verrattuna Pohjois-Karjalassa tarvitaan huomattavasti enemmän venäjän kieltä. Erityisesti yrityshaastatteluissa kielitaidon merkitystä käsiteltiin monipuolisesti. On selvää, että kielitaito on

keskeinen osaamisalue ulkomaankaupassa. Kauppaa yksinkertaisesti ei voi käydä, ellei ole kielitaitoa. Kun kaupan kohteina ovat eksoottisemmat maat, tarvitaan kielitaidon ohella myös kulttuuritietoutta. Onkin tärkeää, että vierasta kieltä ammatissaan käyttävä perehtyy myös kulttuuriin kielen takana.

Markkinointipuolella pitäisi olla sujuva suomi ja venäjä ja sen lisäksi hyvä kulttuurituntemus, jotta tiedetään, miten Venäjälle markkinoidaan. Mm. visuaalisuus on kulttuurisidonnaista.

On tarkoitus, että käänämme nettisivumme myös venäjäksi. Jotta niistä tulee toimivat, se edellyttää tätä tehtävää tekevältä henkilöltä suomen ja venäjän kielen taitoa sekä markkinointiosaamista.

Kielitaito on ehdoton edellytys. Jos on kielitaitoa, voi lähteä ulkomaille, oppii mm. kulttuuritietoutta. Kulttuuritietous on tärkeää mm. messuesiintymisissä, eli on mietittävä tarkkaan, millaiset jutut käyvät missäkin maassa ja missäkin kulttuurissa.

Englantia tarvitaan erityisesti näissä tilanteissa: myyntikeskustelutilanteet kansainvälisten asiakkaiden kanssa, esiintymistilanteet ja kulttuurinen tietämys.

Kielitaitoa tarvitaan, myös ruotsia tarvittaisiin. Kaikki kielitaito tervetullutta, mitä tahansa kielitaitoa voidaan hyödyntää.

Venäjän kieli on tärkeä kieli. Olen käynyt alkeiskurssin neljä kertaa. Alkeidenkin avulla kieli toimii ice breaking -elementtinä.

6.3 VENÄJÄN KAUPPA EDELLYTTÄÄ OSAAMISTA

Eräs erityispiirre Pohjois-Karjalan globalisoitumisessa on maakunnan sijainti Venäjän rajanaapurina. Venäjän kasvavien markkinoiden läheisyys on kilpailuetu Suomelle. Tämä etulyöntiasema ei kuitenkaan ole itsestäänselvyys, vaan vaatii määrätietoista työtä. Jotta Venäjän kaupassa voi onnistua, tarvitaan Venäjä-osaamista, koska markkinat ovat kovin erilaiset EU-markkinoihin verrattuna. Kieliongelmat nousevat usein esille, koska Venäjän kaupassa tulisi osata venäjää. Myös Venäjän lainsäädäntö on koettu haasteelliseksi. Tässä kartoituksessa Venäjän kanssa käytävä kauppa ei noussut päällimmäiseksi asiaksi Pohjois-Karjalan kansainvälistymisessä, mutta sen sijaan haastatteluissa joiden-

kin yritysten kanssa Venäjän kaupan merkitystä käsiteltiin laajastikin. Kyselylomakkeessa Venäjän kauppa nousi esille yhdessä kysymyksessä: puolet vastaajista ilmoitti, että heillä oli kansainvälisyysosaamisen lisäämistarvetta Venäjän kaupassa.

Strategiamme mukaisesti Venäjä-siivua pyritään saamaan suuremmaksi vuoteen 2017 mennessä.

Osallistumme säännöllisesti matkamessuille Venäjällä.

Venäjä-teema on ollut esille esimieskoulutuksissa.

Tulevaisuuden mahdollisuudet ovat Venäjällä, koska Venäjällä keskiluokka vaurastuu.

Venäjän markkinoilla on kasvupotentiaalia. Tarvitaan osaamista.

Matkailualan tulisi houkuttaa matkailijoita kaikista maista, mukaan lukien venäläiset matkailijat. Venäläisten kohdalla erityistä painotusta toivotaan ostosmatkailuun. Venäläisten matkailijoiden määrä vuonna 2012 oli Pohjois-Karjalassa lähes 1,4 miljoonaa. Jos viisumivapaus toteutuu, on arvioitu, että venäläismatkailijoiden yöpymiset Pohjois-Karjalassa nelinkertaistuisivat vuoteen 2025 mennessä. Matkailussa ja palveluissa tarvittaisiin noin 850 työpaikkaa enemmän kuin tilanteessa, ettei viisumivapaus toteudu. (Karjalainen 7.11.2013.)

6.4 KANSAINVÄLISTYMISEEN LIITTYVÄÄ KOULUTUSTA KAIVATAAN

Ammattitaidon ylläpitämiseen ja kehittämiseen on olemassa hyvin monenlaisia tapoja. Vuosikymmenten kuluessa yrityskoulutuksessa on kokeiltu monia eri koulutusmuotoja. Koulutus voidaan toteuttaa joko yrityksen omin voimin tai ulkopuolisen kouluttajan avulla. 1980- ja 1990-luvuilla yrityskoulutusten pääpaino oli yrityksen ulkopuolisissa koulutuksissa, jotka järjestettiin mahdollisimman kaukana työpaikoilta. Koulutuksissa korostettiin yleisiä aihepiirejä, eikä tavoitteenakaan ollut oman yrityksen asioiden fokusointi. Sisäisesti järjestetyillä koulutuksilla on selkeitä ja konkreettisia tavoitteita: koulutus voidaan liittää osaksi yrityksen omia kehittämistoimia ja tavoitteita. Sisäisissä koulutuksissa saadaan melko hyvin selville yrityksen sisäiset kehittämistarpeet. Jos sisäinen koulutus on onnistunut, se parhaimmillaan kohdistuu juuri niihin taitoihin ja osaamiin, joita yritys toiminnassaan tarvitsee. (ks. mm. Heinonen & Järvinen 1997, 149-155.) Lyhyemmissä

koulutusjaksoissa (esim. luento tai päivän koulutus) päivitetään yrityksen tietoja tai saadaan opastusta tiettyjen konkreettisten tietojen käyttämiseen (esimerkiksi tietokoneohjelma), kun taas pitempikestoisissa koulutuksissa vahvistetaan ammattitaidon kehittymistä syvällisemmin (Viitala 2006, 727).

Nykyvaatimusten mukaan on tärkeää, että koulutus palvelee mahdollisimman hyvin yritystä ja sen tarpeita. Kouluttajalta edellytetäänkin todellista asiantuntemusta. Lisäksi asiakkaat ovat kustannustietoisia. Työntekijät eivät voi enää irtautua työpaikoiltaan yhtä helposti. (Heinonen & Järvinen 1997, 149.)

Henkilöstön ammattitaitoa voidaan kehittää myös yrityksen sisäisillä menetelmillä, esimerkiksi mentoroinnilla tai työkierrolla. Mentorointi on osaamisen siirtoa, jossa kokenut työntekijä tukee kehityshaluista työntekijää. Kyse voi olla myös hiljaisen tiedon siirron varmistamisesta eläkkeelle siirtyviltä ammattilaisilta yrityksen muille työntekijöille. Työkierrolla viitataan siihen, että henkilöstö työskentelee määräaikaaisesti toisissa tehtävissä oman organisaation sisällä.

Koulutusorganisaation kannalta oli tärkeää selvittää, millä tavalla toteutettu koulutus palvelee parhaiten avainkumppaniyritysten tarpeita. Taulukossa 8 esitetään tulokset.

Taulukko 8. Yrityksille parhaiten sopivat koulutustavat (%)

Koulutus	Sopii hyvin	Sopii huonosti	En osaa sanoa
1 – 2 päivän teemakohtaiset seminaarit	76 %	16 %	8 %
Lyhyet täydennyskoulutukset	71 %	13 %	16 %
Mentorointi, kokemuksen jakaminen	66 %	13 %	21 %
Kirjallinen oppimateriaali, tutkimukset ja julkaisut	53 %	24 %	24 %
Konsultointipalvelut	47 %	32 %	21 %
Oppisopimuskoulutus	45 %	29 %	26 %
Henkilöstön työkierto	42 %	32 %	26 %
Oppilaitoksessa suoritettava tutkinto [toinen aste, amk, yliopisto]	29 %	42 %	29 %
Pitkät täydennyskoulutukset [n. 30 op]	21 %	53 %	26 %
Muu koulutus	13 %	13 %	74 %

Vastaajayritykset kehittäisivät henkilöstönsä osaamista mieluiten tutkintoon johtamattomalla koulutuksella. Suurimmalle osalle kyselyyn vastanneista yrityksistä ja organisaatioista sopivat hyvin lyhyet, tiettyyn teemaan liittyvät seminaarit (76 %) tai lyhytkestoiset täydennyskoulutukset (71 %). Henkilöstöä on helppo irrottaa lyhyisiin koulutuksiin, jotka voi mahdollisesti sisällyttää työpäivään ja jotka keskittyvät johonkin tiettyyn teemaan tai ongelmaan. Yli puolelle vastanneista sopi hyvin myös oman talon sisäinen toiminta, ts. kokemuksen välittäminen mentorointitoiminnan avulla sekä myös kouluttautuminen tukeutuen kirjallisiin oppimateriaaleihin, tutkimuksiin ja julkaisuihin.

Yritykset kokivat, että heille heikoiten sopivia koulutusmuotoja olivat pitkät täydennyskoulutukset (53 %) ja oppilaitoksessa suoritettavat tutkinnot (42 %), eli toisin sanoen koulutukset, jotka vaativat työstä irrottautumista ja koulutukseen sitoutumista pitemmäksi aikaa.

Yrityksen ulkopuolelta hankittava konsultointi, oppisopimuskoulutukset ja henkilöstön työkierto jakoivat selkeimmin vastaajien mielipiteitä; joskin lähes puolet vastaajista koki ne sopivina koulutusmuotoina henkilöstölleen.

Alakohtaisesti sopivimmissa koulutusmuodoissa oli eroja, kuitenkin niin, että kaikilla toimialoilla kolmen suosituimman koulutusmuodon joukossa oli lyhytkestoisia koulutuksia, ts. joko lyhyitä täydennyskoulutuksia tai 1 – 2 päivän teemakohtaisia seminaareja. Lisäksi oppisopimuskoulutusta pidettiin hyvänä koulutusmuotona teollisuusyrityksissä, konsultointia ICT-alan yrityksissä ja kirjallista materiaalia, tutkimuksia ja julkaisuja ICT-alalla sekä sosiaali- ja terveysalan palveluissa sekä julkisessa hallinnossa. Mentorointi osoittautui suosituksi koulutusmuodoksi useammallakin alalla: teollisuus, kauppa, sosiaali- ja terveysalan palvelut sekä julkinen hallinto ja muut toimialat (kuvio 9).



Kuvio 9. Sopivimmat koulutusmuodot eri toimialoilla

%	
Yrityksen henkilöstölle räätälöity koulutus	84 %
Verkko-opintoina	79 %
Monimuoto-opintoina (luennot, verkko-opinnot, harjoitukset)	66 %
Sekaryhminä, joissa on myös muiden yritysten henkilöstöä	61 %
Työajalla	55 %
Iltaisin	50 %
Viikonloppuisin	32 %
Muu toteutus	11 %

Kuvio 10. Yrityksille parhaiten sopivat koulutuksen toteutukset (%)

Koulutusorganisaation kannalta on tärkeää tietää, millaiset koulutustavat sopivat parhaiten yrityksille. Peräti yli 80 % yrityksistä piti yrityksen henkilöstölle räätälöityä koulutusta sopivimpana koulutustapana. Myös verkko-opintoina (79 %) ja monimuoto-opintoina (66 %) toteutetut koulutukset koettiin vastaajayrityksille sopiviksi koulutustavoiksi (kuvio 10). Noin puolet vastaajayrityksistä katsoi, että työajalla ja iltaisin toteutettu koulutus soveltuu heidän henkilöstölleen. Vähiten suosiota saavutti viikonloppuisin toteutettu koulutus.

Verkko-oppimisella viitataan tieto- ja viestintäteknologian hyödyntämiseen oppimisen menetelmänä, toimintatapana tai välineenä. Verkko-opetus on yleensä ajasta ja paikasta riippumatonta. Verkko-opintoja voi tehdä joustavasti työpaikalla, kotona tai vaikkapa työmatkalla. Etuina ovat kustannusten edullisuus ja isojen henkilöstömäärien saavuttaminen. Verkko antaa kaikille yhtäläisen mahdollisuuden osallistua koulutukseen ilman välimatkojen tai muiden esteiden rajoitteita. Lisäksi verkko-oppimisen yhteydessä henkilöstölle voidaan välittää yrityksen arvoja ja strategiaa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2013.)

Toimialakohtaisia eroja koulutustavan suhteen ei juuri ollut. Ainoastaan matkailu- ja ravitsemusalan palveluyritykset poikkesivat muista toimialoista siinä, että niille sopivin koulutustapa oli viikonloppuihin sijoittuva koulutus (100 %). Kaikilla aloilla suosittiin koulutuksia, jotka ovat suunnattu omalle henkilöstölle, koska silloin koulutus saadaan kohdennetuksi juuri oikein. Kaikki vastaajat näkivät koulutuksen toteutettavan parhaiten työajalla, koska se motivoi henkilöstöä osallistumaan koulutuksiin. Myös verkossa tapahtuva kouluttautuminen koettiin tehokkaaksi nykyaikaiseksi kouluttautumistavaksi kaikilla toimialoilla.

Työntekijämme ovat olleet tyytyväisiä verkko-opintoihin. Ei olla sidottu aikaan eikä paikkaan.

Aiemmin koulutuksissa kuunneltiin luentoja. Osallistujien tarvitsi vain kuunnella.

Eniten meitä kiinnostaa omalle yrityksellemme suunnattu koulutus. Tietysti olisi mahdollisuus benchmarkkaukseen, jos koulutus olisi suunnattu eri yritysten työntekijöille.

Työntekijät ovat motivoituneita koulutukseen, jos osa koulutuksesta toteutetaan työaikana ja osa vapaa-aikana.

Yrityksiltä tiedusteltiin kokemuksia kansainvälistymiseen liittyvistä koulutuksista, eli millaisista koulutuksista yrityksillä oli myönteisiä kokemuksia. Suurin osa tähän kysymykseen vastanneista yrityksistä painotti täsmäkoulutusten merkitystä, koska ne palvelevat yritysten koulutustarvetta parhaiten. Täsmäkoulutukset oli järjestetty työaikana. Monessa yrityksessä oli hyviä kokemuksia räätälöidyistä kielikoulutuksista.

Sisäiset koulutukset tehokkaita, koska osaamista löytyy yrityksen sisäلتä.

Parasta koulutusta on työskentely kyseisessä maassa, koska kokemuksen kautta oppiminen on ehdottomasti paras tapa oppia.

Oman alan kansainväliset täsmäkongressit antavat uutta tietoa, virikkeitä sekä verkostoitumismahdollisuuksia.

Yrityksessämme suositaan koulutuksia, joihin kuuluu verkko-opintoja ja jokunen lähipäivä sekä myös oman alan seminaareja.

Maatilojen osalta yrittäjät ovat hakeneet tiedot ja taidot omatoimisesti.

Henkilöstön osaamista haluttiin kehittää tutkintoon johtamattomalla koulutuksella

Lisää osaamista kaivattiin kaikilla toimialoilla kommunikointitaitoihin: kielitaito, suullinen viestintä ja esiintymistaidot, myyntitaidot ja kansainvälinen markkinointi. Muuten osaamisen kehittämistarpeet vaihtelivat toimialoittain. Osaamisen kehittäminen monimuotoistuu. Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksissä henkilöstön kansainvälisyysosaamista haluttiin kehittää yleisimmin tutkintoon johtamattomalla koulutuksella. Yritykset tarvitsevat ketteriä osaamisen kehittämisen muotoja, jotka voidaan räätälöidä yrityksen tilanteen ja työntekijän osaamistarpeen mukaan. Parhaat oppimistulokset on saavutettu silloin, kun oppija muuttuu passiivisesta seuraajasta aktiiviseksi opiskelijaksi.

7

Millaista yhteistyötä yritykset arvostavat?

Viiimeisessä osiossa kartoitettiin yritysten yhteistyöhalukkuutta Karelia-ammattikorkeakoulun kanssa. Yhteistyöhalukkuutta tarkasteltiin nimenomaisesti kansainvälistymisen näkökulmasta. Yritysten ja oppilaitosten välinen yhteistyö määritellään tässä selvityksessä laajasti aina opiskelijoiden harjoittelujaksoista yhteisiin tutkimushankkeisiin tai liiketoiminnan kehittämishankkeisiin. Yhteistyön oletetaan tarjoavan etuja kaikille osapuolille: yrityksille, oppilaitoksille ja opiskelijoille. Yhteistyössä uudet osaamistarpeet siirtyvät joustavasti osaksi oppilaitosten ja yritysten arkea sekä opettajien ja yritysten henkilöstön osaamista. Yhteistyön kautta vaikutetaan siihen, minkälaisia kokemuksia opiskelijoille muodostuu työelämästä ja toimialoista. Opettajille työelämäyhteydet ovat suora kanava tunnistaa työpaikoilla tapahtuva muutos ja sitä seuraavat osaamistarpeet.

Molempien osapuolten tulisi olla aktiivisia.

Tarkasteltaessa kaikkia toimialoja suurin osa vastaajista koki tärkeimpinä yhteistyömuotoina harjoittelut (74 %) ja henkilöstön koulutuksen (71 %). Yli puolet koki tärkeänä opiskelijoiden yrityksille tekemät opinnäytetyöt (69 %) ja projektityöt (61 %), rekrytointiin liittyvän yhteistyön (66 %), kansainvälisten opiskelijoiden harjoittelut (66 %) ja yritysvierailujen järjestämisen opiskelijoille (63 %). Yli puolet vastaajista koki, että yhteistyö ammattikorkeakoulun kanssa on tärkeää myös seuraavilla osa-alueilla: yrityksen edustajan toimiminen ammattikorkeakoulun yhteistyöryhmissä, opetussuunnitelmayhteistyö ja opettajien työelämäpaikat. Koulutusvienti erottui muusta toiminnasta siinä, että sen koki tärkeäksi yhteistyömuodoksi vain noin viidesosa vastaajista ja yli puolet ei osannut arvioida sen tärkeyttä lainkaan. Tämä kertoo todennäköisesti siitä, ettei koulutusvientiä ja sen potentiaalia vielä tunneta. Koulutusviennin tärkeäksi kokevia yrityksiä löytyi lähinnä ICT-alalta (kuvio 11).

	%
Harjoittelu	74 %
Henkilöstön koulutus	71 %
Opinnäytetyöt	69 %
Rekrytointi	66 %
Kansainvälinen harjoittelu	66 %
Yritysvierailut	63 %
Opiskelijoiden projektityöt	61 %
Yhteistyöryhmät	58 %
Opetussuunnitelmatyöhön osallistuminen	53 %
Opettajien työelämäpaikat	53 %
Koulutusvienti	21 %

Kuvio 11. Yhteistyömuodot yritysten ja ammattikorkeakoulun välillä (%)

Harjoittelu koettiin tärkeimmäksi yhteistyömuodoksi. Yritys voi harjoittelun kautta perehdyttää opiskelijoita oman osaamisensa alaan ja mahdollisesti rekrytoida jo hyväksi työntekijöiksi tunnistettuja henkilöitä. Moni yritys nimesi juuri harjoittelun olleen pääasiallinen väylä uusien työntekijöiden rekrytoimiselle. Suurelle osalle yrityksiä yhteistyöstä on muodostunut merkittävä rekrytointikanava.

Ammattikorkeakoulun kannalta yritysten kanssa käytävä opetussuunnitelmayhteistyö on äärimmäisen tärkeää. Ammattikorkeakoulujen opetussuunnitelmissa määritellään koulutusohjelmien konkreettiset osaamistavoitteet. Niiden avulla kuvataan, mitä tietoa ja ymmärrystä sekä taitoja ja osaamista opiskelijalle toivotaan kehittyvän opiskelun aikana ja minkälaisia arvoja ja asenteita opiskelun halutaan vahvistavan. Tavoitteiden osuvuus työelämän muuttuviin osaamistarpeisiin edellyttää tiivistä keskusteluyhteyttä elinkeinoelämän ja korkeakoulun välillä.

Opettajaharjoittelun tavoitteena on opettajan oman ammattitaidon ylläpitäminen. Siten yrityksissä tarvittava tieto-taito välittyy opiskelijoille. Harjoittelu voi kestää muutamasta viikosta useampaan kuukauteen ja se sisältää monipuolisesti erilaisia työtehtäviä opettajan osaamisalasta riippuen. Harjoittelua pidetään erityisen tärkeänä aloilla, jotka hyödyntävät uusinta teknologiaa tai alalla nopeasti muuttuvia tuotantomenetelmiä.

Myös alakohtaisesti tarkasteltuna harjoittelu, kansainvälinen harjoittelu, opinnäytetyöt ja rekrytointi näyttävät tärkeimpinä yhteistyömuotoina. Taulukossa 9 kuvataan viisi tärkeintä yhteistyömuotoa jokaiselta toimialalta. Teollisuusalan, kaupan alan ja ICT-alan yritykset pitivät opinnäytetöitä kaikkein tärkeimpänä yhteistyömuotona. Sosiaali- ja terveysalan palveluissa sekä julkisessa hallinnossa rekrytointi näyttäytyi tärkeimpänä yhteistyömuotona, kun sen sijaan näillä aloilla opinnäytetyöt eivät harjoittelu kuuluneet viiden tärkeimmän yhteistyömuodon piiriin. Henkilöstökoulutus kuului tärkeimpien yhteistyömuotojen joukkoon kaikilla toimialoilla lukuun ottamatta sosiaali- ja terveysalan sekä julkisen hallinnon organisaatioita.

Harjoittelu koettiin tärkeimmäksi yhteistyömuodoksi. Yritys voi harjoittelun kautta perehdyttää opiskelijoita oman osaamisensa alaan ja mahdollisesti rekrytoida jo hyväksi työntekijöiksi tunnistettuja henkilöitä.

Taulukko 9. Yhteistyömuodot toimialoittain (%)

	Teollisuus (N=7)	Kauppa (N=4)	Majoitus- ja ravitsemuspalvelut (N=2)	ICT (N=10)	Sote + julkinen hallinto (N=5)	Muut (N=10)
Tärkein yhteistyömuoto	Opinnäyte-työt (86 %)	Opinnäyte-työt (75 %)	Harjoittelu (100 %)	Opinnäyte-työt (90 %)	Rekrytointi (100 %)	Henkilöstön koulutus (60 %)
Toiseksi tärkein yhteistyömuoto	Kansainvälinen harjoittelu (86 %)	Opiskelijoiden projektit (75 %)	Kansainvälinen harjoittelu (100 %)	Harjoittelu (90 %)	Yrityksen edustajien toimiminen amk:n yhteistyöryhmissä (100 %)	Harjoittelu (50 %)
Kolmanneksi tärkein yhteistyömuoto	Rekrytointi (86 %)	Harjoittelu (75 %)	Opinnäyte-työt (50 %)	Rekrytointi (80 %)	Yritysvierailujen järjestäminen opiskelijoille (100 %)	Kansainvälinen harjoittelu (50 %)
Neljänneksi tärkein yhteistyömuoto	Henkilöstön koulutus (86 %)	Rekrytointi (75 %)	Opiskelijoiden projektityöt (50 %)	Henkilöstön koulutus (80 %)	Työelämäpaikkojen tarjoaminen opettajille (100 %)	Yritysvierailujen järjestäminen opiskelijoille (50 %)
Viidenneksi tärkein yhteistyömuoto	Harjoittelu (72 %)	Henkilöstön koulutus (75 %)	Henkilöstön koulutus (50 %)	Yhteistyöryhmät (80 %)	Yrityksen edustajien osallistuminen opetussuunnitelmatyöhön (100 %)	Projektityöt (40 %)

Myönteinen suhtautuminen yritysten ja ammattikorkeakoulun väliseen yhteistyöhön

Suurin osa Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksistä suhtautui erittäin myönteisesti yhteistyöhön ammattikorkeakoulun kanssa. Tärkein yhteistyömuoto yritysten näkökulmasta oli opiskelijoiden harjoittelu. Yritykset olivat kiinnostuneita myös kansainvälisten opiskelijoiden harjoittelusta. Muita tärkeitä yhteistyömuotoja olivat henkilöstön koulutukset ja rekrytointimahdollisuudet. Yritysten kansainvälistymistä hyödyttää opiskelijoiden yrityksille tekemät opinnäyte-työt ja projektityöt.

Rekrytointi on ongelma Joensuussa.

Meidän näkökulmastamme yliopisto-opiskelijoilla on liian teoreettinen tietoperusta. Siksi otamme mieluummin ammattikorkeakoulun harjoittelijoita.

Opinnäytetöissä voisi enemmän pohtia kansainvälistymiseen liittyviä aiheita.

Meillä rekrytoidaan 1/3 omista yhteistyöverkostoista (esim. ulkomaan toimipisteet), 1/3 ulkoa (ilmoitukset lehdissä ja sosiaalisessa mediassa) ja 1/3 kansainvälisistä harjoittelijoista ja oma-aloitteisista hakemuksista.

Meillä rekrytointi tapahtuu verkossa: Facebook ja LinkedIn.

Vuosittain tulee noin 500 oma-aloitteista hakemusta.

8

Millaisia tuloksia kartoituksessa saatiin ja miten niitä hyödynnetään?

Kartoitus antoi hyvän ja kattavan kuvan ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten kansainvälistymisestä: tulevaisuuden kansainvälistymisen näkymistä, kansainvälisestä osaamisesta ja osaamisen kehittämistarpeista, yrityksille sopivista koulutusmuodoista sekä yhteistyömuodoista avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välillä. Kartoitukseen osallistui suurin osa Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksistä. Yrityksille lähetettiin sähköinen kysely ja lisäksi haastateltiin kymmentä yritystä. Haastattelut täydensivät sopivalla tavalla sähköistä kyselyä. Tässä luvussa esitetään yhteenveto tuloksista ja kiinnitetään huomioita vauhdilla kansainvälistyvään ICT-sektoriin sekä sosiaali- ja terveysalan kansainvälistymiseen. Lopuksi pohditaan kartoituksen tulosten hyödyntämistä sekä yritysten että ammattikorkeakoulun näkökulmasta.

Kartoitukseen vastanneet yritykset edustivat monia toimialoja ja kokoluokkia. Suurin osa vastanneista yrityksistä työllisti 5 – 49 työntekijää, mutta mukana oli myös pieniä, alle neljä henkilöä työllistäviä yrityksiä, samoin kuin yli 500 työntekijää työllistäviä yrityksiä. Useat toimialat olivat edustettuina aina teollisuudesta julkiseen hallintoon. Eniten kartoituksessa oli mukana ICT-alan yrityksiä, muiden toimialojen yrityksiä sekä teollisuusyrityksiä. Lisäksi kartoitukseen osallistui kaupan alan yrityksiä, majoitus- ja ravitsemuspalveluiden yrityksiä, terveys- ja sosiaalipalvelujen organisaatioita sekä julkisen hallinnon organisaatioita.

Kartoitukseen osallistui suurin osa Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksistä.

8.1 YRITYSTEN KANSAINVÄLISTYMISESSÄ ON TAVOITTEELLISUUTTA

Koska ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritykset edustavat monia toimialoja ja kokoluokkia, on luontevaa, että myös kansainvälistyminen merkitsee avainkumppaniyrityksille erilaisia aktiviteetteja, ei ainoastaan vientitoimintaa. Yli puolelle vastanneista yrityksistä kansainväliset asiakkaat olivat merkittävien kansainvälistymisen muoto. Vientiä harjoitti lähes puolet vastanneista yrityksistä. Mukana oli myös yrityksiä, joilla oli toimipiste ulkomailla ja henkilöstöä ulkomailla. Lähes puolet yrityksistä ilmoitti, että kansainvälinen toiminta oli jo vakiintunutta, vaikkakin kansainvälisen toiminnan osuus oli suhteellisen pientä suurimmassa osassa yrityksiä (0 - 25 % liikevaihdosta). Mukana oli myös yrityksiä, joissa kansainvälisellä toiminnalla oli suuri merkitys, ts. viidellä yrityksellä kansainvälisen toiminnan osuus liikevaihdosta oli yli 50 %.

Kansainvälistymiseen liittyvistä tekijöistä keskeisimmiksi nousivat osaava henkilöstö, kielitaito ja verkostoitumisosaaminen. Osaavaa henkilöstöä pidettiin erittäin merkittävänä tai merkittävänä tekijänä kaikissa vastanneissa yrityksissä. Tulevaisuuden kansainvälistymiseen liittyen peräti kaksi kolmasosaa vastanneista yrityksistä koki kansainvälistymisen kehittämisen olevan tärkeä kehittämiskohde seuraavien kolmen vuoden aikana ja koki kansainvälisen toiminnan olevan kasvukeino yritykselle. Vastaukset olivat samansuuntaisia myös vuonna 2010 Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenyrityksille suunnatussa kansainvälistymiskartoituksessa. Tässä käsillä olevassa kartoituksessa lähes puolella yrityksistä oli aikomus laajentaa kansainvälistä markkina-alueitaan, kun markkina-alueen laajentumissuunnitelmia oli vuoden 2010 kartoituksessa 30 %:lla vastanneista (Airola 2011.) Tulevaisuuden kohdemarkkina-alueiksi mainittiin tässä kartoituksessa Venäjä, Pohjoismaat, Eurooppa, USA, Aasia, Afrikka ja Latinalaisen Amerikan maat. ICT-alan yritysten tulevaisuuden kohdemarkkina-alueet suuntautuvat ympäri maailmaa. Onkin toivottavaa, että yritykset pystyvät toteuttamaan markkina-alueen laajentumissuunnitelmiaan ja kehittämään uusia, kilpailukykyisiä tuotteita ja palveluita. Uusilla, kilpailukykyisillä tuotteilla on merkittävä rooli kansantalouden kasvussa.

8.2 OPPILAITOSYHTEISTYÖ TOIMII KANAVANA TULEVAISUUDEN REKRYTOINTEIHIN

Yhteistyötä ja kumppanuustoimintaa toivottiin tiivistettävän eri alojen oppilaitosten kanssa rekrytointeihin liittyen. Rekrytointi on yritysten mukaan tärkein tekijä tulevaisuuden kansainvälistymisessä. Tämä osoittaa, että yrityksissä pohditaan tulevaisuuden rekrytointeihin liittyviä kysymyksiä, ts. ammattitaitoisen työvoiman saantia tulevaisuudessa. Noin puolet kaikista vastanneista koki, että kyseistä toimialaa uhkaa työvoimapula tai että henkilöstön ikääntyminen ja eläköityminen on haaste yritykselle. Vaikka pätkätöiden yleisyydestä puhutaan paljon, se ei näyttänyt suurena ongelmana tässä kartoituksessa. Rungas puolet kaikista vastaajista ilmoitti olevansa halukkaita palkkaamaan maahanmuuttajia. He kokivat, että maahanmuuttajien rekrytointi ja kotouttaminen on tärkeä osa kotikansainvälistymistä. Suurin este maahanmuuttajien rekrytoinnille on puutteellinen suomen kielen taito. Näin koettiin erityisesti sosiaali- ja terveyspalvelujen organisaatioissa sekä kaupan alan yrityksissä. Keskuskauppakamarin osaamisselvityksessä kaksi kolmasosaa vastaajista ilmoitti yrityksen olevan halukas rekrytoimaan maahanmuuttajataustaisia työntekijöitä. Yritykset uskoivat maahanmuuttajataustaisen työvoiman merkityksen kasvuun edustamallaan toimialoilla: lähes puolet vastanneista arvioi maahanmuuton merkityksen kasvavan seuraavan neljän vuoden aikana. (Keskuskauppakamari 2012.)

Yli puolet vastanneista yrityksistä oli kiinnostunut rekrytoimaan kansainvälisen harjoittelijan. Kiinnostusta oli Venäjältä, Virossa, Ranskasta, Belgiasta, Englannista, Saksasta ja Japanista tuleviin harjoittelijoihin. Yritysten yhteistyö kansainvälisten harjoittelijoiden kanssa on ollut varsin hedelmällistä Pohjois-Karjalassa. Harjoittelijoilla on ollut positiivinen vaikutus henkilökunnan kielitaitoon, on hankittu kulttuuritietoutta, on saattanut syntyä elinikäisiä ystävyyssuhteita ja ennen kaikkea yritys on hyötynyt harjoittelijan työstä. Joissakin tapauksissa harjoittelu on johtanut pitempiaikaiseen yhteistyöhön, mm. opinnäytetyön tekemiseen tai vakituiseen työsuhteeseen. On toivottavaa, että kansainvälisiin harjoittelijoihin liittyvää yhteistyötä voidaan jatkaa ja kehittää yritysten kanssa. Kansainvälistä harjoittelua on menestyksellisesti kehitetty Pohjois-Karjalan kauppakamarin koordinoimassa Kansainväliset nuoret

osaajiksi työyhteisöihin (KNOT) -hankkeessa. Hankkeessa ovat olleet mukana Karelia-ammattikorkeakoulu, Itä-Suomen yliopisto ja Joensuun Nuorkauppakamari.

8.3 KANSAINVÄLISTÄ OSAAMISTA HALUTAAN KEHITTÄÄ

8.3.1 KOMMUNIKOINTITAITOJEN KOETAAN TÄRKEIKSI

Kansainväliset markkinat tuovat yrityksille onnistumisen mahdollisuuksia, mutta vaativat yrityksiltä enemmän osaamista kuin kotimaankauppa. Jotta yritys menestyy vientitoiminnassa, tulee vientituotteiden ja myös henkilöstön osaamisen olla korkeatasoista. Henkilöstön osaaminen on merkittävässä asemassa vientitoiminnan toteutuksessa. Jotta kansainvälisillä markkinoilla pystytään taidokkaasti toimimaan, edellyttää se kansainvälisen osaamisen ajan tasalla pitämistä ja myös kehittämistä. Lisää osaamista kaivattiin kaikkien vastanneiden yritysten osalta erityisesti kommunikointitaitoihin, ts. kielitaitoon, suulliseen viestintään ja esiintymistaitoihin, myyntitaitoihin ja kansainväliseen markkinointiin. Kansainvälistymiseen liittyvä riittävä

osaaminen vaihteli suuresti toimialoittain. Se osaaminen, jota toisella toimialalla oli riittävästi, saattoikin näyttäytyä osaamistarpeena jollakin toisella alalla. Esimerkiksi myyntitaitoja oli riittävästi majoitus- ja ravitsemuspalveluissa, kun taas lisäosaamista myyntitaitoihin kaivattiin ICT-alan, teollisuuden, kaupan ja muiden alojen yrityksissä. Vuorovaikutus- ja neuvottelutaidoissa oli riittävästi osaamista sosiaali- ja terveyspalvelujen sekä julkisen hallinnon organisaatioissa ja muiden alojen yrityksissä, kun taas majoitus- ja ravitsemuspalvelujen yrityksissä ja teollisuusyrityksissä tällä osa-alueella kaivattiin lisää osaamista.

Henkilöstön kansainvälinen liiketoimintaosaaminen nousi keskeiseksi menestystekijäksi mm. Komppulan, Lautasen ja Löppösen tutkimuksessa vuonna 2004 (Komppula, Lautanen & Löppönen 2004). Myös Tampereen yliopiston raportissa vuonna 2009 todettiin puutteita pohjoiskarjalaisten yritysten liiketoimintaosaamisessa (Tampereen yliopisto 2009). Kieli- ja kommunikointitaidon merkitys kansainvälisessä kaupassa on korostunut useissa tutkimuksissa (ks. esim. El Khoury 2004; Jussila, Mäkinen, Mäkirinne & Tomperi 1997; Kone- ja metallituoteteollisuus 2020; Airola 2011).

Merkittävimmät tekijät kansainvälistymisessä
Osaava henkilöstö
Kielitaito
Verkostoituminen

Tulevaisuuden kansainvälistyminen
Rekrytoinnit oppilaitoksista
Kansainvälistyminen kehittämiskohde
Kansainvälistyminen kasvukeino

Kansainväliset harjoittelijat
Kansainvälisten harjoittelijoiden rekrytointi kiinnostaa
Venäjä, Viro, Ranska, Belgia, Englanti, Saksa, Japani

8.3.2 VENÄJÄN KIELI ON ENGLANTIakin TÄRKEÄMPI SOSIAALI- JA TERVEYSALALLA

Tärkeimmät kielet Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksissä olivat englanti, venäjä ja ruotsi. Sitten tulivat saksa, ranska ja espanja. Yksittäisen maininnan sai myös kiinan, viron ja puolan kieli. Mielenkiintoisia eroavaisuuksia tärkeimpien kielten suhteen tuli esille toimialoitain. Kaupan alalla ja majoitus- ja ravitsemusalan yrityksissä venäjä nousi yhtä keskeiseen asemaan kuin englanti. Sosiaali- ja terveyspalvelujen organisaatioissa venäjä nousi tärkeimmäksi kieleksi ja meni näin ollen englannin edelle. ICT-alan yrityksissä englanti oli tärkein kieli, mutta ruotsin merkitys oli venäjää tärkeämpi. Englanti oli tärkein kieli teollisuudessa ja muilla toimialoilla.

Kielitaidon ohella korostuivat myös kulttuurien välisen viestinnän taidot. Kulttuuriosaamista tulee olla erityisesti sellaisista maista, joissa kulttuurierot ovat suuria eurooppalaiseen kulttuuriin verrattuna. El-Khouryn tutkimuksessa vuodelta 2004 saatiin samansuuntaisia tuloksia kuin tässäkin kartoituksessa: kansainvälisen viestinnän taidot olivat tärkeitä yritysten menestystekijöitä (El-Khoury 2004). Myös Keskuskauppakamarin selvityksessä korostui kielitaidon tarve. Erityisesti venäjän kielen osaajien tarve nousi esille. Vieraisiin kulttuureihin liittyvää osaamista tarvitaan tulevaisuudessa yhä enemmän myös kotimaassa, koska ulkomaalaistaustaisten työntekijöiden määrä lisääntyy. (Keskuskauppakamari 2012.)

8.3.3 TUTKINTOON JOHTAMATON KOULUTUS KIINNOSTAA ENITEN

Henkilöstön kansainvälisyysosaamista haluttiin kehittää monin eri tavoin. Tutkintoon johtamaton koulutus osoittautui suosituimmaksi osaamisen kehittämistavaksi. Suurimmalle osalle kyselyyn vastanneista yrityksistä ja organisaatioista sopivat hyvin lyhyet, tiettyyn teemaan liittyvät seminaarit tai lyhytkestoiset täydennyskoulutukset. Henkilöstöä on helppo irrottaa lyhyisiin koulutuksiin, jotka voi mahdollisesti sisällyttää työpäivään ja jotka keskittyvät johonkin tiettyyn teemaan tai ongelmaan. Yli puolelle vastanneista sopi hyvin myös oman talon sisäinen toiminta, ts. kokemuksen välittäminen mentorointitoiminnan avulla sekä myös kouluttautuminen tukeutuen kirjallisiin oppi-

materiaaleihin, tutkimuksiin ja julkaisuihin. Yritykset kokivat, että heille heikoiten sopivia koulutusmuotoja olivat pitkät täydennyskoulutukset ja oppilaitoksessa suoritettavat tutkinnot, eli toisin sanoen koulutukset, jotka vaativat työstä irrottautumista ja koulutukseen sitoutumista pitemmäksi aikaa.

Koulutustavoista suosituimmaksi osoittautui yrityksen henkilöstölle räätälöity koulutus. Myös verkko-opintoina ja monimuoto-opintoina toteutetut koulutukset koettiin vastaajayrityksille sopiviksi koulutustavoiksi. Noin puolet vastaajayrityksistä katsoi, että työajalla ja iltaisin toteutettu koulutus soveltui heidän henkilöstölleen. Vähiten suosiota saavutti viikonloppuisin toteutettu koulutus. Rajaniemen tutkimuksen mukaan henkilöstökoulutuksen järjestämiseen pätee 80/20-sääntö, eli 80 % koulutuksesta tulisi järjestää työaikana ja loput 20 % työajan ulkopuolella (Rajaniemi 2007).

Näyttää siltä, että yritykset tarvitsevat ketteriä osaamisen kehittämisen muotoja. Ketteryydellä viitataan lyhyisiin, tiettyyn teemaan pureutuviin koulutuksiin tai lyhytkestoisiin täydennyskoulutuksiin, jotka toteutetaan monimuoto-opintoina tai verkko-opintoina ja jotka on räätälöity yrityksen tarpeiden ja työntekijän osaamistarpeen mukaan. Työntekijän kannalta on tärkeää, että koulutuksen sisältöä voidaan muokata koulutuksen aikana työntekijän ja yrityksen tarpeiden mukaisesti. Jäykät koulutussuunnitelmat eivät sovi henkilöstökoulutukseen. Verkko-opintoja hyödynnetään tänä päivänä melko runsaasti henkilöstökoulutuksessa, vaikkakin Elinkeinoelämän keskusliiton tutkimuksen mukaan verkko-oppimisen merkitystä työnantajien näkökulmasta on varsin vähän kartoitettu Suomessa (Elinkeinoelämän keskusliitto 2013).

Henkilöstökoulutuksessa tulee pohtia uusien oppimisympäristöjen käyttöön ottoa. Uudet oppimisympäristöt liitetään usein kehittyneen teknologian käyttämiseen, vaikkakin uutta teknologiaa voidaan käyttää myös perinteisessä oppimisympäristössä. Uudet oppimisympäristöt eivät välttämättä ole sidoksissa enempää uuteen kuin vanhaankaan teknologiaan, vaan tärkeintä on, että oppimisympäristö mahdollistaa monenlaisen toiminnan. Oli pa koulutusmuoto mikä tahansa, on tärkeää, että oppija muuttuu passiivisesta seuraajasta aktiiviseksi opiskelijaksi. (Verkko-tutor 2005.)

Lisää osaamista

Kommunikointitaidot kaikilla toimialoilla: kielitaito, suullinen viestintä ja esiintymistaito, myyntitaidot ja kansainvälinen markkinointi
Muut tarpeet toimialakohtaisia

Kielitaito

Tärkeimmät kielet englanti, venäjä, ruotsi
Kauppa sekä majoitus- ja ravitsemuspalvelut: englanti ja venäjä yhtä tärkeitä
Sote-ala: venäjä tärkein

Osaamisen kehittäminen
Lyhyet koulutukset Verkko-opintoina tai monimuoto-opintoina

8.4 YRITYKSET TOIVOVAT TULOKSIA TUOTTAVAA YHTEISTYÖTÄ KARELIA-AMK:N KANSSA

Suurin osa Karelia-amk:n avainkumppaniyrityksistä suhtautui erittäin myönteisesti yhteistyöhön ammattikorkeakoulun kanssa. Verkostoituminen eri tasoisten oppilaitosten ja elinkeinoelämän välillä on tärkeää. Vastatessaan kyselyyn yritykset olivat todennäköisesti tarkastelleet yhteistyötä laajemmin kuin vain kansainvälistymisen näkökulmasta. Kansainvälistyminen saatetaan yrityksissä kokea niin jokapäiväiseksi toiminnoksi, että se liittyy luontevasti yrityksen kaikkiin toimintoihin eikä sitä ole enää syytä pitää omana osaamisalueenaan. Tämä kävi ilmi mm. CIMOn ja Devesin laajassa kansainvälistymistä käsittelevässä kartoituksessa, jossa työnantajien tärkeinä pitämiä rekrytointikriteereitä olivat luotettavuus, kyky hakea ja käsitellä tietoa, ongelmaratkaisutaidot, kommunikointitaidot ja yhteistyökyky. Onkin oletettavaa, että kansainvälistä osaamista ei enää ajatella omana kokonaisuutena, vaan kansainvälisen osaamisen koetaan yhdistyvän kaikkeen yrityksen toimintaan. (Demos 2013.)

Tärkein yhteistyömuoto yritysten näkökulmasta oli opiskelijoiden harjoittelu. Yritykset olivat kiinnostuneita myös kansainvälisten opiskelijoiden harjoittelusta. Muita keskeisiä yhteistyömuotoja olivat henkilöstön koulutukset, opiskelijoiden yrityksille tekemät oppinnäytetyöt ja projektityöt sekä rekrytointimahdollisuus ammattikorkeakoulusta.

Keskuskauppakamarin teettämässä osaamiskartoituksessa korostui myös yritysten ja oppilaitosten välinen yh-

teistyö. Kolme keskeisintä yhteistyömuotoa olivat harjoittelupaikkojen tarjoaminen opiskelijoille, kesätyöpaikkojen tarjoaminen opiskelijoille ja oppinnäytetöiden aiheiden antaminen opiskelijoille. (Keskuskauppakamari 2012.) Elinkeinoelämän keskusliiton tutkimuksen mukaan yhteistyö yritysten ja oppilaitosten välillä on jo osa jokapäiväistä toimintaa isoissa, yli 250 henkilöllä työllistävissä yrityksissä. Yleisintä yhteistyö on palvelualojen yrityksissä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2012.)

8.5 KANSAINVÄLISTYMINEN ASETTAA ERILAISIA HAASTEITA ERI ALOILLA

On tärkeää, että ympäröivä alue tarjoaa yrityksille ja organisaatioille hyvät mahdollisuudet kansainvälistymiseen. Tässä kartoituksessa yritysduustajien näkemykset maakunnan kansainvälistymisestä vaihtelivat laidasta laitaan. Osa vastaajista suhtautui hyvin myönteisesti Pohjois-Karjalan tulevaisuuteen kansainvälisenä maakuntana, kun taas jotkut vastaajista näkivät tulevaisuuden hyvinkin synkkänä. Kansainvälistymisen näkökulmasta suurin osa vastaajista näki, että maakunta on hyvää vauhtia kansainvälistymässä, mutta lisää kansainvälistymistä kaivataan.

Pohjois-Karjalaan mahtuu lisää kansainvälistymistä.

Ei voi vielä sanoa, että maakunta on kansainvälinen, mutta kehittyy koko ajan.

IT-alalla on tapahtunut paljon kansainvälistymistä.

Pohjois-Karjala mennyt kansainvälistymisessä alaspäin; vain muutama iso toimija on pysynyt.

Tässä luvussa tarkastellaan kahden kartoituksessa mukana olleen toimialan kansainvälistymistä: ICT-ala sekä sosiaali- ja terveystalvet. ICT-ala Joensuussa kansainvälistyy jatkuvasti, minkä vuoksi alalla kaivataan lisää kansainväliset valmiudet omaavia osajia. Lisäksi huomiota kiinnitetään sosiaali- ja terveystalvetuiden kansainvälistymiseen, koska tämän alan kansainvälistymistä ei luultavasti ole kartoitettu maakunnallisesti eikä myöskään valtakunnallisesti.

8.5.1 ICT-ALA KANSAINVÄLISTYY VAUHDILLA

Tietotekniikkaklusteri Pohjois-Karjalassa kasvaa, kehittyy ja kansainvälistyy. Tietotekniikkayritykset kokevat paikalliset korkeakoulut, ts. Itä-Suomen yliopiston ja Karelia-ammattikorkeakoulun, merkittäviksi yhteistyökumppaneiksi monella eri alueella; ennen kaikkea korkeakoulut ovat merkittäviä rekrytointikanavia yrityksille. Lisäksi korkeakoulujen kautta on mahdollista saada kansainvälisiä harjoittelijoita, joista monen kanssa yhteistyö jatkuu harjoittelun päätyttyä esimerkiksi jatkuvan työsuhteen merkeissä. Joensuussa lasketaan, että ohjelmistoala työllistää tällä hetkellä noin 600 ammattilaista. Vuonna 2012 ala teki liikevaihtoa 68 miljoonaa euroa.

Joensuulaiset ICT-alan yritykset ovat pystyneet saavuttamaan useita markkinajohtajuuksia ja tunnustuksia korkealuokkaisesta osaamisestaan. Pohjoiskarjalaisten ICT-yritysten osaamiseen on kiinnitetty huomiota myös valtakunnallisesti, mistä on osoituksena useat palkinnot ja huomionosoitukset. Eniten tunnustuksia on saanut tiedonhävitysohjelmistoihin erikoistunut Blancco Oy. Viimeisin yrityksen saama tunnustus tuli syksyllä 2013: Suomen Asiakastieto valitsi Blanccon Suomen Vahvimaksi yritykseksi 2013. Blancco on valittu myös vuoden yritykseksi vuonna 2012 sekä se on saanut tasavallan presidentin kansainvälistymispalkinnon vuonna 2012. Avoimen lähdekoodin johtava järjestelmätoimittaja Arcusys Oy voitti vuonna 2012 Vuoden nuori yrittäjä -palkinnon. Vuonna 2013 Arcusys valittiin Suomen parhaiden työpaikkojen joukkoon. Yritys sijoittui sijalle 11 Great Place to Work -instituutin tutkimukseen pohjautuvassa listauksessa. Vuonna 2013 Deloitten Technology Fast 50 -ohjelmassa, jossa etsittiin Suomen nopeimmin kasvaneita teknologiayrityksiä, Arcusys sijoittui listauksessa 12:nneksi.

Blanccon ja Arcusysin lisäksi merkittäviä ICT-alan yrityksiä ovat toiminnanohjausratkaisuja tarjoava FastROI,

liiketoiminnan analytiikan ratkaisuja tarjoava OlapCON ja toiminnanohjauksen ja resurssienhallinnan ratkaisuja tekevä Solenovo. Arcusys, Blancco, FastROI ja OlapCON osallistuivat yhdessä Tiedepuiston kanssa kesällä 2013 Pohjois-Karjala Senaatintorilla -tapahtumaan teemalla Tule tutustumaan idän ICT menestyjiin Senaatintorille.

ICT-alan yritykset Joensuussa tekevät yhteistyötä monella tasolla; ne kaikki osallistuvat mm. Karelia-ammattikorkeakoulun ohjelmistoalan yhteistoimintaan. Neuvottelukuntaan, joka perustettiin vuonna 2012, kuuluvat seuraavat pohjoiskarjalaiset ICT-alan yritykset: Arbonaut Oy Ltd, Arcusys Oy, Blancco Oy Ltd, Computer Program Unit Oy, FastROI Oy, Logica Oy (CGI), OlapCON Oy, Sensire Oy, Solenovo Oy ja Tulostaito Oy. Myöhemmin toimintaan on tullut mukaan myös Keypro Oy. Ohjelmistoalan neuvottelukunnan toiminta on saanut jo monenlaisia muotoja, jotka palvelevat sekä mukana olevia yrityksiä että ammattikorkeakoulua. Ammattikorkeakoulu on saanut palautetta opetussuunnitelmista ja niihin liittyvistä painotuksista. Tämä on tärkeää, koska ammattikorkeakoulun tavoitteena on tarjota laadukasta, ajan tasalla olevaa ja yritysten tarpeet kohtaavaa ohjelmistoalan koulutusta. Yrityksille neuvottelukunnan kautta avautuva yhteistyö on tarjonnut mahdollisuuden mm. onnistuneisiin rekrytointeihin. Opiskelijat tekevät työharjoittelun yrityksessä, jolloin voidaan arvioida opiskelijan sopivuus yrityksen tarpeisiin. Virherekrytointien mahdollisuus vähenee ja näin pystytään varmistamaan, että osaajat voidaan osoittaa oikeisiin, juuri heille sopiviin tehtäviin. Neuvottelukunnan toiminnan myötä opiskelijoille on tarjoutunut mahdollisuus tehdä todellisia työelämään sitoutuvia opinnäytetöitä ja projektitöitä.

ICT-alan yrityksistä osallistui tähän kartoitukseen 10 yritystä. Yritykset edustivat useita eri kokoluokkia: viisi yritystä työllisti 5 – 49 henkilöä, kolme yritystä työllisti 50 – 249 henkilöä ja kaksi yritystä työllisti yli 500 henkilöä. Kansainvälisyys merkitsi ICT-alan yrityksille kansainvälisiä asiakkaita, vientitoimintaa sekä ulkomaalaisia työntekijöitä. Lisäksi kolmella yrityksellä oli toimipiste ulkomailla, henkilöstöä ulkomailla sekä myös tuontitoimintaa. Vientitoiminta suuntautui Pohjoismaihin, Ranskaan, Iso-Britanniaan, Yhdysvaltoihin, Afrikkaan, Aasiaan, Etelä-Amerikkaan ja Venäjälle.

Kansainvälisyys näkyy ja kuuluu. Joensuulaisissa ICT-alan yrityksissä kansainvälistyminen on hyvin läsnä, mikä myös ulkopuolisen on helppo aistia. Kansainvälistyminen

näky ensimmäisenä useitten kansallisuuksien ja eri kielten läsnäolona. Esimerkiksi Arcusys työllistää Joensuussa 50 työntekijää, jotka edustavat seitsemää eri kansallisuutta. Samoin Blancco työllistää Joensuussa noin 50 henkilöä, jotka tulevat yhdeksästä eri maasta.

Jos yritys työllistää eri kansallisuuksia edustavia henkilöitä, se asettaa luonnollisesti haasteita yrityksen sisäiselle kanssakäymiselle ja viestinnälle. Blanccolla ja Arcusysilla sisäinen tiedotus, dokumentaatio ja koulutukset tapahtuvat pelkästään englanniksi, samoin työpalaverien kieli on englanti. Sisäisen tiedotuksen englanninkieliset infot ja muistiot laaditaan itse, kun taas käännökset hoidetaan esimerkiksi käännöstoimistossa tai maakohtaisissa toimipisteissä. Onkin luontevaa, että englanti on tärkein ICT-yritysten tarvitsema kieli. Toiseksi tärkein kieli näissä yrityksissä on ruotsi, sitten tulevat venäjä, saksa, ranska ja espanja.

Joensuulaisissa ICT-alan yrityksissä uskotaan kansainvälistymiseen. Kaikki yritykset totesivat, että kansainvälistymisen kehittäminen on tärkeä kehittämiskohde seuraavien kolmen vuoden aikana sekä että kansainvälinen toiminta on kasvukeino yritykselle. Päinvastoin kuin monilla muilla aloilla, henkilöstöresurssien katsottiin olevan riittävät kansainväliseen toimintaan. Yritysten rekrytointi tapahtuu suurelta osin verkossa (Facebook, LinkedIn). Lisäksi rekrytointeja tehdään paikallisista korkeakouluista: Itä-Suomen yliopistosta ja Karelia-ammattikorkeakoulusta. Opiskelijat tulevat yleensä ensin harjoittelemaan tai tekemään projektitöitä tai opinnäytetyötä. Yritykset saavat myös runsaasti oma-aloitteisia hakemuksia vuosittain, esimerkiksi Arcusysille tulee noin 500 oma-aloitteista hakemusta vuosittain. Rekrytointimahdollisuuksia tarjoavat myös kansainväliset harjoittelijat. Kahdeksalla yrityksellä oli mielenkiintoa kansainvälisen harjoittelijan rekrytointiin. Harjoittelijan kotimaalla ei ole väliä.

Henkilöstön vaihtuvuus on vähäistä ja henkilöstö sitoutunutta. Koska henkilöstössä on myös ulkomaalaisia, yritykset järjestävät suomen kielen koulutusta ulkomaalaisille työntekijöille. Vaikka yrityksessä ei suomen kieltä tarvitakaan, koska yrityskieli on yleensä englanti, suomen kielen taitoa tarvitaan vapaa-ajalla. Tavoitteena on saada työntekijät viihtymään Joensuussa. Suomen kielen hallinta sitouttaa työntekijöitä Pohjois-Karjalaan ja Suomeen. Englanninkielen koulutusta ei juurikaan järjestetä. Oletusarvona on, että yritykseen rekrytoitavat osaavat englantia ainakin kohtalaisesti. Kielitaito kehittyy koko

Ammattikorkeakoulu on saanut palautetta opetussuunnitelmista ja niihin liittyvistä painotuksista. Tämä on tärkeää, koska ammattikorkeakoulun tavoitteena on tarjota laadukasta, ajan tasalla olevaa ja yritysten tarpeet kohtaavaa ohjelmistoalan koulutusta.

ajan työtä tehdessä ja kommunikoidessa kansainvälisten työkavereiden kanssa.

ICT-alan yrityksissä koettiin, että henkilöstön koulutustarvetta on myyntitaidoissa, suullisessa viestinnässä ja esiintymistaidossa sekä kielitaidossa. Yrityksille sopivat parhaiten lyhyet koulutukset, konsultointi sekä kirjallinen oppimateriaali, tutkimukset ja julkaisut. Yhteistyöstä ammattikorkeakoulun kanssa ICT-alan yritykset olivat kiinnostuneita seuraavilla osa-alueilla: opinnäytetyöt, harjoittelu, rekrytointi ja henkilöstön koulutus.

Jos on kielitaitoa, sillä on käyttöä. Eli etsitään projekti, jossa voi hyödyntää kyseistä kielitaitoa.

Yrityksemme kansainvälisyysaste on 95 %.

Vienti on suurin mahdollisuus kasvaa yrityksellemme.

Kotimaa on katettu, eli viennille olisi tilaa.

Haluaisimme lisää kansainvälisiä harjoittelijoita.

Rekrytoitavalla tulee olla hyvät viestintävalmiudet ja ongelmanratkaisutaidot. Englanti on itsestään selvyys.

Kielitaito on ehdoton edellytys.

Yliopisto ja ammattikorkeakoulu ovat hyviä yhteistyökumppaneita; antavat hyviä rekrytointimahdollisuuksia.

8.5.2 SOSIAALI- JA TERVEYSPALVELUT "PAKKOKANSAINVÄLISTYMISEN" EDESSÄ

Tämä kartoitusta valotti myös sosiaali- ja terveysalan kansainvälistymistä Pohjois-Karjalassa, vaikkakin kartoitukseen osallistuneiden sosiaali- ja terveysalan organisaatioiden määrä oli varsin pieni, ts. vain neljä organisaatiota. Tämän alan organisaatioita edustivat kaupunki, kunta, sairaala ja sosiaalialan osaamiskeskus.

Organisaatiot edustivat monia eri kokoluokkia: 1 organisaatio työllisti 5 – 49 työntekijää, 1 organisaatio 50 – 249 työntekijää, 1 organisaatio 250 – 499 työntekijää sekä 1 organisaatio yli 500 työntekijää. Kansainvälisyys merkitsi näille organisaatioille lähinnä kansainvälisiä asiakkaita ja ulkomaalaisia työntekijöitä, mutta myös osaamisen vaihtoa, koulutusyhteistyötä, pakolaistaustaisia maahanmuuttajia sekä yhteistoimintaa kansainvälisten sairaaloiden kanssa. Kansainvälistyminen ei sosiaali- ja terveysalan organisaatioille ole ollut vaihtoehto, vaan pikemmin voidaan käyttää termiä ”pakkokansainvälistyminen”, kuten eräs haastatel-

tavista totesi. Kunnat, kaupungit ja sosiaali- ja terveysalan organisaatiot eivät ole voineet valita, haluavatko ne kansainvälistyä, vaan kansainvälistymispalveluista maahanmuuttajien myötä on tullut uusi palvelumuoto, joka on synnyttänyt uusia toimintamalleja näissä organisaatioissa. Yrityspuolella kansainvälistyminen on aina yrityksen oma valinta, mutta sosiaali- ja terveysalan organisaatioissa on kyettävä luomaan kansainvälistymisen tueksi tehokas toimintaympäristö ja kansainvälistymisen edellytykset.

Kansainvälistymiseen liittyviä merkittäviä tekijöitä näillä aloilla olivat osaava henkilöstö ja kielitaito, mutta lisäksi alan organisaatiot korostivat monikulttuurisuusosaamista ja monikulttuurisen osaamisen johtamista. Monikulttuurisuusosaamisen tarve näillä aloilla liittyy kyseisten organisaatioiden tarpeeseen kommunikoida maahanmuuttajien kanssa. Pohjois-Karjalassa on muutama kunta ja kaupunki, jonne on saapunut poikkeuksellisen runsaasti maahanmuuttajia. Erityisesti erään pohjoiskarjalaisen kaupungin pakolaistilanne on ollut lehdistössäkin paljon käsitelty aihe. Kyseiseen kaupunkiin tuli jo 1990-luvulla Inkerin suomalaisia ja myös venäläisiä avioliittojen kautta sekä 30 Bosnian pakolaista vuonna 1995. Kaikki sujui tuolloin erinomaisesti; pakolaisten tuloon oli hyvin valmistauduttu mm. asuntojen suhteen. Vuonna 2009 kaupunkiin päätettiin ottaa 15 kurdia ja sen jälkeen humanitäärisin perustein 300 somalia. Pakolaiset ovat valtava haaste kaupungille; moni asia on epäonnistunut, mikä johtaa uusiin epäselvyyksiin ja uusiin lehtiartikkeleihin. Nyt – neljä vuotta somalien saapumisen jälkeen – näyttää siltä, että pahimmat ajat ja vaikeudet ovat ohitse ja voidaan keskittyä kehittämistoimiin. Toimijoilla on yhteinen ymmärrys siitä, että pakolaisten integrointitoimet alkupuolen kotouttamisessa ovat äärettömän merkityksellisiä, koska se on pitkällä aikavälillä palkitsevaa. Kielitaito on yksi keskeisistä tekijöistä – ehkä jopa keskeisin – maahanmuuttajien työllistymisessä. Tässä kyseisessä kaupungissa kaikki pakolaiset osallistuvat kielikoulutukseen. Kotouttamissuunnitelmat tehdään yhdessä TE-toimiston kanssa. Palkitsevaksi toimintatavaksi on osoittautunut kesäisin järjestettävä pakolaisille suunnattu kerhotoiminta.

Kaikki vastanneet organisaatiot korostivat venäjän kielen tärkeyttä ja venäjän tarve nousi englantiakin tärkeämmäksi. Kun sosiaali- ja terveysalan organisaatioissa pohdittiin kansainvälistymisen tulevaisuuden näkymiä, työvoimapula nousi tulevaisuuden keskeiseksi haasteeksi. Alan oppilaitokset nähdään tärkeinä kumppaneina

rekrytoinneissa, koska henkilöstön ikääntyminen ja eläköityminen on suuri haaste alalla. Koska toimialaa uhkaa työvoimapula, sosiaali- ja terveysalan organisaatiot ovat halukkaita rekrytoimaan myös maahanmuuttajia, mutta ehtona on, että maahanmuuttajat hallitsevat suomen kielen. Erityisesti terveysalan organisaatioissa korostettiin suomen kielen osaamisen merkitystä. Organisaatioissa nähdään, että kansainvälistymisen kehittäminen on tärkeä kehittämiskohde seuraavien kolmen vuoden aikana, mutta henkilöstöresurssit ovat niukat viemään kehitystä eteenpäin. Muutama organisaatio on kiinnostunut ottamaan kansainvälisen harjoittelijan.

Organisaatiot kokivat, että eniten kehittämistarvetta kansainvälisessä osaamisessa oli kielitaidossa, sosiaalisen median osaamisessa sekä verkosto- ja projektiosaamisessa. Koulutusmuodoista käyvät parhaiten lyhyet täsmäkoulutukset, mentorointi ja kirjallinen oppimateriaali, tutkimukset ja julkaisut. Keskeisimmiksi yhteistyömuodoiksi ammattikorkeakoulun kanssa osoittautuivat rekrytointi, yrityksen edustajien toimiminen ammattikorkeakoulun yhteistyöryhmissä sekä yritysvierailujen järjestäminen opiskelijoille.

Meillä kv-toiminta on perusteltua pitkällä aikavälillä työvoiman saatavuuden näkökulmasta. Terveystuoltoalalla kielitaito on todella iso este, sillä sen tulee olla kokemustemme mukaan parempi kuin nykyisillä maahanmuuttajilla on. Olemme jo joutuneet useita vuosiakin Suomessa asuneiden palkkaamista vähentämään, koska kielitaito potilastyössä on ollut puutteellista.

Henkilöstöä on lähinnä Virossa ja Venäjältä. Sosiaali- ja terveydenhuollossa hyvä suomen kielen taito on tärkeä, että pystyy kommunikoidaan asiakkaiden kanssa ja ymmärtää heitä.

Jos kuntaan tulee maahanmuuttajia, pitäisi virkamiehille järjestää monikulttuurisuuskoulutusta.

Maahanmuuttajille tulee turvata samat oikeudet kuin suomalaisille.

Tulevaisuuden työvoiman saanti on todellinen haaste alallamme. Rekrytoinnin kannalta oppilaitosyhteistyö on äärimmäisen tärkeää.

8.6 TULOKSIA HYÖDYNTÄMÄÄN

Kansainvälisyyden edistäminen Pohjois-Karjalassa on tärkeää maakunnan tulevaisuuden ja maakunnan kehittymisen kannalta. Maakunnan kansainvälistymisen kehittämistä ei saa jättää vain yritysten vastuulle, vaan siinä tulee olla osallisena mahdollisimman monet tahot, mukaan lukien koulutusorganisaatiot ja julkisorganisaatiot.

Kartoituksen tavoitteena oli kartoittaa ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten kansainvälistä osaamista, osaamisen lisäämistarpeita, kouluttautumismuotoja sekä yhteistyötä ammattikorkeakoulun ja avainkumppaniyritysten välillä. Kartoituksen tulokset osoittavat, että osaava henkilöstö on yrityksille äärimmäisen tärkeä voimavara, kun halutaan edistää kansainvälistä toimintaa. Myös avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välisellä yhteistyöllä voidaan kehittää kansainvälisiä toimintoja.

Avainkumppaniyritystoiminta on uutta Karelia-ammattikorkeakoulussa. Toiminta on alkanut hyvin, avainkumppanuussopimuksia on solmittu ja yhteistyötä on saatu aikaiseksi. Ammattikorkeakoulun ja avainkumppaniyritysten yhteistyön keskeinen haaste on kumppanuutta edistävien toimintatapojen kehittäminen: yhteistyön systemaattisuuden kehittäminen, ratkaisujen pohtiminen yritysten kansainvälistymisen tarpeisiin ja mahdollisesti aivan uusien toimintamuotojen rakentaminen. Kartoituksen tulosten perusteella Karelia-ammattikorkeakoulun tulisi kiinnittää huomiota erityisesti seuraaviin yhteistyön kehittämiskohteisiin: 1) aktiivinen yhteydenpito avainkumppaniyrityksiin, 2) yhteistyö yritysten kansainvälisyysosaamisen kehittämiseksi ja 3) opiskelijatöiden tehokas organisoiminen ja tiedottaminen.

Aktiivinen yhteistyö avainkumppaniyritysten kanssa. Ammattikorkeakoulut ovat tärkeitä alueellisia vaikuttajia. Myös Karelia-ammattikorkeakoulun toiminta perustuu alueellisen työ- ja elinkeinoelämän kehittämiseen sekä yrittäjyyden edistämiseen. Ammattikorkeakoulun tulee pitää yllä aktiivista yhteistyötä avainkumppaniyritysten kanssa. Yhteistyö, jonka tulee lähteä avainkumppaniyritysten tarpeista, edellyttää ammattikorkeakoululta aktiivista työtä: tapaamisia yritysten kanssa, dialogia ja yhteisen ymmärryksen ja kielen rakentamista yhteistyösopimusten ohella (ks. mm. Häggman-Laitila 2011). Toiminnan rakentaminen pelkästään yksittäisten opettajien luomien verkostojen varaan ei ole perusteltua, vaan suhteiden rakentamiseen ja kehittämiseen tulee myös ammattikorkeakoulun johdon

sitoutua. Ammattikorkeakoulussa on nimetty jokaiselle avainkumppaniyritykselle yhteyshenkilö. On tärkeää, että yhteyshenkilölle varataan riittävästi aikaresurssia yhteistyön ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Tulee myös varmistaa, että yrityksissä on tieto, miten yhteyshenkilö tavoitetaan. Avainkumppaniyritysten edustajille järjestetään mahdollisuuksia tutustua ammattikorkeakoulun opettajiin ja toimintaan, jolloin yritysten ja ammattikorkeakoulun eri ryhmillä ja henkilöillä on mahdollisuus tutustua toisiinsa.

Pienessä Pohjois-Karjalan kokoisessa maakunnassa on tärkeää, että koulutusorganisaatiot tekevät yhteistyötä myös kansainvälistymiseen liittyen. Yrityksille järjestettävät tilaisuudet on hyvä organisoida yhteistyössä eri oppilaitosten kanssa, koska yritysten edustajilla ei yksinkertaisesti ole mahdollisuutta kiertää useissa, samaan aihealueeseen liittyvissä seminaareissa, työelämäpäivissä ja työpajoissa.

Yhteistyö yritysten kansainvälisyysosaamisen kehittämiseksi. Kartoituksessa tuli esille, että yritysten kansainvälisessä liiketoimintaosaamisessa oli puutteita. Selvää tarvetta koulutukseen ja osaamisen lisäämiseen oli kommunikointitaidoissa toimialasta riippumatta: kielitaito, suulliset tilanteet ja esiintymistaito ja myyntitilanteet. Muu lisäosaamisen tarve vaihteli toimialoittain aina sosiaalisen median osaamisesta verkosto- ja projektiosaamiseen. Maakunnan kehittäjäorganisaatioiden ja oppilaitosten tulisikin kokoontua ja pohtia, minkä kansainvälistämisen edistämistehtävän mikäkin organisaatio ottaa vastuulleen. Kehittäjäorganisaatioilla (mm. maakuntaliitto, ELY-keskus, kauppakamari, JOSEK, PIKES) on jo nykyisin paljon kansainvälistä toimintaa tukevia toimintoja. Tulee varmistaa, että tieto saatavilla olevista palveluista tavoittaa tuen tarvitsijat. Oppilaitosten tulee pohtia yhdessä, mitkä kansainvälistymisen kehittämiskohteet kuuluvat millekin oppilaitokselle niin, että oppilaitosten tarjoama koulutus ei mene päällekkäin kehittäjäorganisaatioiden tai muiden oppilaitosten tarjoamien palvelujen kanssa.

Tämän kartoituksen tuloksiin perustuen ammattikorkeakoulu voi jo nyt tarjota kaikille kartoituksessa mukana olleille yrityksille kommunikointitaitoihin liittyvää koulutusta, erityisesti kielikoulutusta. Myös Venäjä-osaamisesta todettiin olevan puutteita. Tarjottavan koulutuksen tulee mieluiten olla lyhytkestoista ja mieluiten yrityksen tarpeisiin räätälöityä koulutusta; tutkintoon johtava koulutus koettiin tässä kartoituksessa liikaa sitoutumista vaativaksi

koulutusmuodoksi. Suuri osa vastanneista yrityksistä koki, että kansainvälinen toiminta on kasvukeino yrityksille ja kansainvälistymisen kehittäminen on tärkeä kehittämiskohde seuraavan kolmen vuoden aikana. Jotta näihin tavoitteisiin päästään, tarvitaan osaavaa henkilöstöä.

Jotta sopivaa ja yrityksen tarpeet täyttävää koulutusta voidaan tarjota, se edellyttää ammattikorkeakoululta yritysten toiminnan ja tarpeiden ymmärtämistä (Elinkeinoelämän keskusliitto 2013). Olisi hyvä, jos yritysten henkilöstön kansainvälisyysosaamisen koulutussuunnitelma tehdään yhdessä ammattikorkeakoulun kanssa, jolloin ammattikorkeakoulussa tiedetään, millaista henkilöstökoulutusta avainkumppaniyrityksissä tarvitaan. On tärkeää, että henkilöstö on mukana koulutuksen suunnittelussa, koska se nostaa koulutukseen osallistujien motivaatiota (Rajaniemi 2007). Yritysten kannalta on tärkeää, että koulutuksella on vaikuttavuutta. Vaikuttavuutta voidaan kuitenkin pitää tekijänä, jota on vaikea mitata tai jonka vaikutuksia ei aina edes mitata. Vaikuttavuutta voidaan mitata mm. tavoitteiden asettelun ja saavuttamisen kautta, tutkinnon tai pätevyyden avulla sekä myös tuotannollisten tekijöiden avulla: laadulla, valmistusajalla, asiakaspalautteella ja virheiden ja reklamaatioiden määrällä. Myös työntekijöiden omakohtaiset havainnoinnit tai työtyytyväisyyden mittaus voivat toimia koulutuksen vaikuttavuuden mittareina. (Vatanen 2007.)

Opiskelijatöiden tehokas organisoiminen ja tarjoaminen. Ammattikorkeakoulun tulee tiedottaa ja markkinoida opiskelijoiden palveluja, ts. harjoittelua, kansainvälistä harjoittelua, opinnäytetöitä ja projektitöitä, entistä tehokkaammin. Mm. kansainvälisistä harjoittelijoista on maakunnan yrityksillä myönteisiä kokemuksia, joten on toivottavaa, että kansainvälisiin harjoittelijoihin liittyvää yhteistyötä voidaan jatkaa ja kehittää yritysten kanssa. Yrityksille on tärkeää saada harjoittelija sellaisesta maasta, mistä yhtiö on kiinnostunut. Myös tutkimus-, kehitys- ja palvelutoiminnan monipuolistaminen erityisesti pienten ja keski suurien yritysten suuntaan on tärkeää.

Avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun pitkäkestoisesta, luottamuksellisesta yhteistyöstä hyötyvät molemmat osapuolet. Kartoituksen tulokset antavat mahdollisuuden tarkastella myös pitemmän tähtäimen tavoitteita liittyen ammattikorkeakoulun ja avainkumppaniyritysten väliseen yhteistyöhön kansainvälistymisen osa-alueella.

Pohjois-Karjalassa tarvitaan lisää kasvavia ja kansainvälistyviä yrityksiä. Laajentaminen ulkomaille vahvistaa usein myös kotimaan toimintoja. On tärkeää, että ammattikorkeakoulu tekee näkyväksi ne tavat, joilla kansainvälistymiseen liittyvää yhteistyötä voidaan rakentaa pitkäjänteisesti. Tämän kartoituksen tulosten pohjalta yhteistyömahdollisuuksia on paljon: osaamisen kehittämiseen liittyvä koulutus, osaavan henkilöstön saantiin liittyvä yhteistyö, opetus-suunnitelmien uudistamistyö ja tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta (TKI), jota toteutetaan osana opetusta, maksullista palvelutoimintaa sekä erityyppisten TKI-projektien muodossa.

Kansainvälisten valmiuksien kehittämiseksi yrityksille kumppanuusyhteistyöstä syntyviä hyötyjä ovat:

- » rekrytointi helpottuu: yritykset saavat koulutettua työvoimaa
- » mahdollisuus saada yritykselle kohdistettua räätälöityä kansainvälistymiseen liittyvää henkilöstökoulutusta -> työntekijöiden tyytyväisyys paranee ja yritysten kansainväliset valmiudet lisääntyvät
- » mahdollisuus osallistua opetussuunnitelmayhteistyöhön, jolloin varmistetaan se, että yritys pääsee vaikuttamaan tulevien työntekijöidensä osaamiseen
- » opiskelijatöiden, ts. harjoittelu, opinnäytetyöt, tutkimus-, kehitys- ja tutkimustoiminta, monipuolinen ja joustava hyödyntäminen

Karelia-ammattikorkeakoulu on strategiansa mukaisesti aluetta palveleva, laadukas ja työelämäläheinen. Ammattikorkeakoululle kumppanuusyhteistyöstä syntyviä hyötyjä ovat:

- » opiskelijat saavat mielekkäitä harjoittelupaikkoja ja työelämää palvelevia opinnäytetöiden ja projektitöiden aiheita
- » koulutuksen työelämäläheisyys ja kansainvälisyys lisääntyvät
- » työelämäedustajien osallistuminen mm. opetussuunnitelmatyöhön -> koulutuksen työelämäläheisyys lisääntyy
- » opettajille työharjoittelupaikkoja -> koulutuksen työelämäläheisyys lisääntyy
- » Karelia-ammattikorkeakoulussa kansainvälistymisen rooli vahvistuu.

Avainkumppaniyritysten kansainvälistymistä kartoittava pienimuotoinen tutkimus antoi kiintoisaa tietoa mm. yritysten kansainvälisyysosaamisesta, osaamisen kehittämistarpeista ja yhteistyömuodoista ammattikorkeakoulun kanssa. Kartoituksen tulokset eivät palvele ainoastaan yritysten kansainvälistymistä, vaan avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välisen yhteistyön kehittämistä yleensä. Kartoituksen tulokset kuvaavat tulevaisuuden täydennyskoulutuksen kehittymistä yhä enempi kohti tutkintoon johtamatonta koulutusta. Ammattikorkeakoulussa tuleekin pohtia oppimista uusissa oppimisympäristöissä sekä innovatiivisia, yrityksille sopivia opetusmenetelmiä. Henkilöstökoulutusten suunnittelu kannattaa tehdä yritysten ja ammattikorkeakoulun yhteistyönä.

Lähteet

Ahtiainen, E-L. 2013. Kansainvälistymisen ja laadunvarmistuksen yhteys ammattikorkeakoulun asiakirjateksteissä. Publications of the University of Eastern Finland. Dissertations in Education, Humanities, and Theology No 41. University of Eastern Finland.

Airola, A. 2004. Yritysten kielitaitotarpeet Pohjois-Karjalassa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisu C: Tiedotteita 17.

Airola, A. & Piironen, M. 2005. How Can I Help You? Kielitaitotarpeiden kartoitus sosiaali- ja terveysalalla Joensuussa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisu C: Tiedotteita 22.

Airola, A. 2011. Kansainvälistyvä Pohjois-Karjala. Näkökulmia kansainvälistymiseen pohjoiskarjalaisissa yrityksissä ja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisu C:45.

Arcusys. <https://www.facebook.com/arcusys/info> 15.9.2013.

Blanco. <http://www.blanco.com/fi/yritystiedot/blancoستا/> 15.9.2013.

Demos. 2013. Piilotettu osaaminen. http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwstructure/28224_Piilotettu_osaaminen_raportti_valmis_paivitetty092013.pdf 22.9.2014.

Dudley-Evans, T. & St John, M. J. 1998. Developments in English for Specific Purposes. A Multi-disciplinary Approach. Cambridge: Cambridge University Press.

El-Khoury, A. 2004. Pohjoiskarjalaisten pk-yritysten vientimenestystekijät ja viennin esteet. Joensuun yliopisto. Taloustieteiden laitos. Markkinointi. Pro-gradu -tutkielma.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2010. Työelämässä tarvitaan yhä useampia kieliä. EK:n henkilöstö- ja koulutustiedustelu 2009. http://www.ek.fi/ek/fi/yrityskyselyt/liitteet/Tyoelamassa_tarvitaan_yha_useampia_kielia.pdf. 15.11.2013.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2012. Sijoitus tulevaan. http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/2012/5_touko/Henko-Sijoitus-tulevaan.pdf. 20.11.2013.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2013. Työ, verkot ja verkostot. Osaamisen kehittäminen monimuotoistuu. EK:n

henkilöstö- ja koulutustiedustelu. http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/2013/4_huhti/henko_tiedustelu2013.pdf 16.11.2013.

FastROI. <http://www.fastroi.fi/fi/yritys/> 15.9.2013.

Gabrielson, M. & Al-Obaidi, Z. 2004. Pricing strategies of Born-Globals. Teoksessa McDonald, F., Mayer, M. & Buck, T. (ed.) 2004. The process of internationalization. USA: Palgrave macmillan, 232-252.

Heinonen, J. & Järvinen, A. 1997. Henkilöstöasiat yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Otava.

Häggman-Laitila, A. ja Rekola, L. 2011. Työelämän ja ammattikorkeakoulun kumppanuus: odotuksia ja kokemuksia hyödyistä. Hallinnon Tutkimus 4/2011. Hallinnon tutkimuksen seura r.y. s. 263-277.

Itä-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus. <http://www.isonetti.net/index.html> 15.9.2013.

Joensuun kaupunki. 2013. Joensuun kaupungin strategia 2013-2016. Rajaton tulevaisuus. <http://www.joensuu.fi/documents/11127/257171/Joensuun+kaupungin+strategia+2013+-+2016/b296feca-3677-404b-85ba-cadf42b42c8a>. 8.11.2013.

Jongbloed, B., Enders, J. & Salerno, C. 2008. Higher education and its communities: Interconnections, interdependencies and a research agenda. Higher Education, 56 (3). 2008. 303 - 324. <http://link.springer.com/article/10.1007/s10734-008-9128-2#page-1> 8.8.2013.

Jussila, K., Mäkinen, M., Mäkirinne, M. & Tomperi, T. 1997. Kansainvälistymisen edellyttämät työntekijän henkilövalmiudet. Helsingin yliopisto. Vantaan täydennyskoulutuslaitos. 1997.

Kananen, J. 2010. Pk-yritysten kansainvälistyminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisu 110. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Liiketoiminta ja palvelut -yksikkö.

Kangastie, H. 2013. Työelämäyhteisön areenat oppimis- ja kehittämissympäristöinä - esimerkkinä avainkumppanuus. AMK-lehti // Journal of Finnish Universities of Applied Sciences, No 2 (2013). <http://www.uasjournal.fi/index.php/uasj/article/view/1475/1400> 20.9.2013.

Karelia-ammattikorkeakoulun strategia 2013-2017. <http://issuu.com/karelia-amk/docs/karelia-amk-strategia-2013-2017>. 8.11.2013.

Karjalainen. 2013. Selvitys: Maakuntaan 1,4 miljoonaa venäläisturistia. 7.11.2013.

Karjalainen. 2014. Maahanmuutto on yhä hidasta. 2.1.2014.

Keskuskauppakamari. 2012. Kauppakamarin osaamisselvitys. Yritysten osaamistarpeet vuoteen 2016. http://kauppakamari.fi/wp-content/uploads/2012/01/Kauppakamarin+osaamisselvitys+2012_kirja.pdf 16.11.2013.

Kim, W. C. & Mauborgne, R. 2005. Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. USA: Harvard Business School Press.

Kivilä, N. 2012. ”Osaava tekijä alalle kuin alalle on varmasti tervetullut!” Kyselytutkimus ulkomaalaisesta työvoimasta itäsuomalaisille yrityksille. Pohjois-Savon Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. <http://www.yrittajat.fi/File/0718cb5a-519e-4bd4-84cf-45d398f8f7b5/raportti.pdf> 19.9.2013.

Kohonen, T. (toim.) 2010. Opiskelijat yritysten kansainvälistymisen edistäjinä. Kertomuksia Pohjois-Karjalan yritysjohtajilta ja ammattikorkeakoulun opiskelijoilta. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisu B:19.

Komppula, R., Lautanen, T. & Löppönen, J. 2004. Pk-yritysten kansainvälistyminen, kasvu ja menestys Pohjois-Karjalassa. Esitutkimus 2003 SPATIA Alue- ja kuntatutkimuskeskus. Raportteja 2/2004. Joensuun yliopisto. http://www.uef.fi/documents/1145887/1146339/rap2004_2.pdf/c97e92a6-bcd6-461b-b551-c3ba06870c93 22.9.2013.

Kone- ja metallituoteteollisuus 2020. 2008. <http://www.teknologiateollisuus.fi/file/1920/KOMEe2020loppuraportti.pdf.html> 12.10.2013.

Kontiowood. <http://www.kontioopuu.fi/19> 15.9.2013.

Korhonen, K., Kosonen, R., Sivonen, T. & Saukkonen, P. 2008. Pohjoiskarjalaisten pienten ja keski suurten yritysten Venäjä-yhteistyöpotentiaali ja tukitarpeet. Helsingin kauppakorkeakoulu. Kansainvälisten markkinoiden tutkimuslaitos.

Larjovuori R-L., Laiho, M. & Talonen, H. 2004. Kansainvälistyvän pk-yrityksen liiketoimintaosaamisen kehittämistarpeet. KTM Julkaisuja 27/2004. Elinkeino-osasto.

Lieksan kaupungin sosiaalivirasto. <http://www.lieksa.fi/Resource.phx/sivut/sivut-lieksa/soster/sosiaali/index.htm> 15.9.2013.

Maahanmuuttajat kuntalaisina. Selvitys maahanmuuttajien elämäntilanteesta ja palveluista Itä-Suomessa 2010. Etelä-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen julkaisu 8/2010. http://www.tem.fi/files/33662/Maahanmuuttajat_kuntalaisina_selvitys.pdf. 19.9.2013.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK. http://www.mtk.fi/liitot/pohjoiskarjala/_yhdistykset/joensuu/toiminta/fi_FI/toiminta/ 15.9.2013.

OlapCon. http://www.tekel.fi/menestystarinoita/vuoden_hautomoyritys-kilpailu/2008/olapcon_oy/ 15.9.2013.

Pirnes, H. & Kukkola, E. 2002. Kansainvälisen toiminnan käsikirja. Helsinki: WSOY.

Pohjois-Karjalan ELY-keskus. Tiedote. 2013. <http://www.ely-keskus.fi/web/ely/-/pohjois-karjalan-vienti-hyvalla-tasolla-vuonna-2012-pohjois-karjalan-ely-keskus-#>. UhyInH_he_B. 8.11.2013.

Pohjois-Karjalan Eurooppa-strategia. Pohjois-Karjalan liitto. 2004. Julkaisu 84. <http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=jn32707131933421&cmd=download> 30.7.2013.

Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. 2010a. Pohjois-Karjalan maakuntaohjelma 2011-2014. <http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=ski6910141252948&cmd=download> 8.10.2013.

Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. 2010b. Pohjois-Karjalan strategia 2030. Maakuntasuunnitelma. Julkaisuja 127. <http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=zp16610120334821&cmd=download> 8.10.2013.

Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. <https://www.s-kanava.fi/web/s/pko> 15.9.2013

Pohjois-Karjalan Trendit. Talouskatsaus. Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. 2/2012. <http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=lp3111213946053&cmd=download> 6.11.2013.

Rajaniemi, L. 2007. Yritysten koulutustarveselvitys ja koulutuksen työelämäyhteyksien kehittäminen. Oulun yliopisto. 12/2007. <http://www oulu.fi/oeinst/pdf/YRITYSTEN%20KOULUTUSTARVESELVITYS-RAPORTTI.pdf> 20.10.2013.

Salonen, P. 2010. Työelämäyhteistyö framille! Näkökulmia ammattikorkeakoulujen ja työelämän välisen yhteistyön rakentamiseen ja toiminnan arviointiin. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. B: Ajankohtaista-Aktuellt. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24484/Tyolamayhteisty_o_framille.pdf?sequence=1 5.11.2013

Simonen, T. 2009. Selvitys ulkomaankaupan koulutustarpeesta pohjoiskarjalaisissa yrityksissä. Ulkomaankaupan ammattitutkinnon järjestämisoikeuden hakeminen ja valmistavan koulutuksen aloitus. Saimaan ammattikorkeakoulu. Liiketalous Lappeenranta. Liiketalouden ylempi ammattikorkeakoulututkinto. International Business Management. Opinnäytetyö.

Solenovo. <http://www.solenovo.fi/fi/yritys/> 15.9.2013.

Tampereen yliopisto. 2009. Näkökulmia pohjoiskarjalaisten yritysten kasvuorientaatioon, kasvun haasteisiin sekä tutkimus- ja kehittämistoimintaan kasvukeinona. Loppuraportti. Tampereen yliopisto. Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos.

Tilastokeskus. 2009. Työssäkäynti 2009. Ammatti ja sosioekonominen asema. http://www.stat.fi/til/tyokay/2009/04/tyokay_2009_04_2011-11-28_fi.pdf. 11.11.2013.

Tilastokeskus. 2013a. Palvelujen ulkomaankauppa [verkkajulkaisu]. ISSN=1798-3509. Helsinki. <http://tilastokeskus.fictil/pul/>. 6.9.2013.

Tilastokeskus. 2013b. Väestörakenne [verkkajulkaisu]. ISSN=1797-5379. 2012. Helsinki: Tilastokeskus. 20.9.2013. http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/2012/vaerak_2012_2013-03-22_tie_001_fi.html 6.9.2013.

Tilastokeskus. 2013c. Pk-yritys. http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html 30.7.2013.

Tullihallitus 2012. Tavaroiden ulkomaankauppa maakunnittain vuonna 2012. http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/maakunnat/maakunnat1/liitteet/2012_M19.pdf 18.9.2013.

Tynjälä, P., Kekäle, T. & Heikkilä, J. 2004. Työelämälähtöisyys koulutuksessa. Teoksessa Okkonen,

E. Ammattikorkeakoulun jatkotutkinto-toteutuksia ja kokemuksia. Julkaisu 2. Hämeen ammattikorkeakoulu, Hämeenlinna. 6 - 15.

Työ- ja elinkeinoministeriö ja ELY-keskukset. 2013. Alueelliset kehitysnäkymät syksyllä 2013. http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/58313/alueelliset_kehitysnakymat_syksy2013_web.pdf/be97bf35-2e45-4040-a5aa-399eabb7cfbf. 11.11.2013.

Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Helsinki: Edita.

Vatanen, P. 2007. Vaikuttaako koulutus. Kolumni. Forum, Ammatillisen aikuiskoulutuksen yritysasiakaslehti 2/2007, s. 23.

Verkko-tutor 2005. Tampereen yliopisto. <http://www15.uta.fi/arkisto/verkkotutor/sisalto.htm> 20.12.2013.

Viitala, R. 2006. Johda osaamista! Osaamisen johtaminen teoriasta käytäntöön. Helsinki: Infor.

Liite 1.

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
KV-OSAAMISKARTOITUS KARELIA-AMK:N AVAINKUMPPANIYRITYKSILLE / -ORGANISAATIOILLE

I TAUSTATIEDOT

1. Yrityksenne / organisaationne nimi: _____

Vastaaja: _____

Vastaajan asema yrityksessä / organisaatiossa: _____

2. Yrityksenne / organisaationne henkilöstömäärä: _____

korkeintaan 4

5 - 49

50 - 249

250 - 499

yli 500

3. Yrityksenne / organisaationne toimiala:

a) teollisuus

b) kauppa

c) majoitus- ja ravitsemistoiminta

d) ICT

e) terveys- ja sosiaalipalvelut

f) koulutusala

g) julkinen hallinto (pl. terveys- ja sosiaalipalvelut)

h) muu, mikä _____

4. Yrityksenne / organisaationne kansainvälistymisen nykytilanne

a) kansainvälinen toiminta vakiintunutta

b) kansainvälistymisessä kasvuvaihe

c) kansainvälistyminen harkinnassa tai aloitusvaiheessa

d) kansainväliset toiminnot vähenemässä

e) ei aio kansainvälistyä

5. Kansainvälistyminen yrityksessänne / organisaatiossanne tarkoittaa (voitte valita useita vaihtoehtoja)

a) vientitoimintaa

Tärkeimmät vientimaat _____

b) tuontitoimintaa

c) kansainvälisiä asiakkaita

d) toimipistettä ulkomailla

e) henkilöstöä ulkomailla

f) ulkomaalaisia työntekijöinä

g) muuta, mitä? _____

6. Millaisen osuuden kansainvälinen toiminta kattaa yrityksenne / organisaationne toiminnasta (%)?

0 - 25 %

26 - 50 %

51 - 75 %

76 - 100%

II KANSAINVÄLISTYMINEN YRITYKSESSÄNNE / ORGANISAATIOSSANNE

7. Arvioikaa, miten merkittäviä seuraavat tekijät ovat yrityksenne / organisaationne kansainvälistymisessä.

Vastausvaihtoehdot:

Erittäin merkittävä - Merkittävä - Jokseenkin merkittävä - Vähän merkittävä - Ei merkittävä

a) Osaava henkilöstö

b) Kielitaito:

• englanti

• ruotsi

• saksa

• venäjä

• espanja

• kiina

• muu: mikä?

c) Monikulttuurisuusosaaminen

d) Monikulttuurisen osaamisen johtaminen

e) Ulkomaankauppaan liittyvä talousosaaminen

f) Tuotanto-osaaminen

g) Myynti- ja neuvottelutilanteiden hallinta

h) Kohdemarkkinoiden tuntemus

i) Kansainvälisten asiakkuuksien hallinta

j) Erikoistuminen ja erikoistuotteet

k) Markkinointiosaaminen

l) Yrityskuva ja imago

m) Verkostoitumisaosaaminen

8. Onko jokin muu osaaminen tai seikka merkittävä yrityksenne / organisaationne kansainvälistymisessä, mikä?

9. Mikäli arvioit kielitaidon olevan erittäin merkittävä / merkittävä tekijä kansainvälistymisessä, niin minkä kielten osamista tarvitaan yrityksessänne / organisaatiossanne?

englanti
ruotsi
saksa
ranska
espanja
venäjä
kiina
muu, mikä?

10. Yrityksenne / organisaationne aikoo laajentaa kansainvälistä markkina-aluettaan.

a) ei
b) kyllä, mihin maihin? _____

11. Tulevaisuuden kansainvälistyminen

Vastausvaihtoehdot:

Täysin samaa mieltä - Jonkin verran samaa mieltä - Jotain siltä väliltä - Jonkin verran eri mieltä - Täysin eri mieltä

- a) Kansainvälistymisen kehittäminen on meille tärkeä kehittämiskohde seuraavien kolmen vuoden aikana.
- b) Kansainvälinen toiminta on kasvukeino yrityksellemme / organisaatiollemme.
- c) Henkilöstöresurssimme ovat riittävät kansainväliseen toimintaan.
- d) Toimialamme uhkaa työvoimapula.
- e) Henkilöstön ikääntyminen / eläköityminen on haaste yrityksessämme.
- f) Työsuhteet alallamme ovat useimmiten tulevaisuudessa pätkätyösuhteita.
- g) Alan oppilaitokset ovat tärkeitä kumppaneita tulevaisuuden rekrytoinnissa.
- h) Vuokratyövoiman käyttö kansainvälisissä tehtävissä lisääntyy tulevaisuudessa.
- i) Olemme halukkaita rekrytoimaan maahanmuuttajia.
- j) Maahanmuuttajien rekrytointi ja kotouttaminen on tärkeä osa kotikansainvälistymistä.
- k) Suurin este maahanmuuttajien rekrytoinnille on puutteellinen kielitaito.

12. Onko yrityksessänne / organisaatiossanne ollut viimeisen viiden vuoden aikana kansainvälisiä harjoittelijoita?

a) Kyllä
Mistä maista? _____
b) Ei

13. Jos vastasitte kyllä, mitä hyötyä kansainvälisestä harjoittelijasta oli yrityksellenne / organisaatiolenne? (Voitte valita useita vaihtoehtoja.)

- a) Saimme harjoittelijasta hyvän tulevaisuuden työntekijän.
- b) Loimme tärkeitä kontakteja tulevaisuutta varten.
- c) Harjoittelija toi uusia näkemyksiä ja taitoja organisaatiomme työtapoihin.
- d) Henkilöstön kansainvälisyysosaaminen lisääntyi (mm. kielitaito).
- e) Loma-aikojen tuurausapua
- f) Harjoittelija teki organisaatiollemme opinnäytetyön / Pro gradutyön.
- g) Muuta, mitä?

14. Onko teillä kiinnostusta jatkossa ottaa kansainvälinen harjoittelija?

a) Kyllä, mistä maista? _____
b) Ei

15. Mitä muuta haluatte sanoa yrityksenne / organisaationne kansainvälistymisen tilasta? Vastatkaa vapaamuotoisesti.

III HENKILÖSTÖN KV-OSAAMINEN JA SEN KEHITTÄMINEN

16. Henkilöstönne kansainvälisyysosaaminen on hyvällä tasolla yrityksenne / organisaationne tarpeisiin.

- a) täysin samaa mieltä
- b) jokseenkin samaa mieltä
- c) ei kosketa yritystämme
- d) jokseenkin eri mieltä
- e) täysin eri mieltä

17. Mitä kansainvälistymiseen liittyvää osaamista henkilöstöllänne on ja millä alueilla koette tarpeellisenä henkilöstönne kansainvälisen osaamisen kehittämisen?

Vastausvaihtoehdot:

Osaamista on riittävästi - Kehittäminen on tärkeää - Kehittäminen on jonkun verran tärkeää - Kehittäminen ei ole tärkeää

- a) kansainvälinen rahoitus
- b) kv-markkinointi
- c) myyntitaidot
- d) kansainväliset oikeudelliset kysymykset (esim. sopimukset)
- e) ulkomaankuljetukset, vakuutukset, toimitusehdot
- f) Venäjän kanssa käytävä yhteistyö
- g) markkinatutkimukset
- h) tuotanto-osaaminen
- i) erilaisten kulttuurien ja toimintaympäristöjen tuntemus

- j) toimiminen monikulttuurisessa työympäristössä
- k) monikulttuurinen johtaminen
- l) verkosto- ja projektiosaaminen
- m) vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot
- n) kirjallinen viestintä ja verkkoviestintä
- o) suullinen viestintä ja esiintymistaito
- p) tuotteen / palvelun hinnoittelu
- q) kansainvälinen hankeosaaminen
- r) sosiaalisen median osaaminen / www-sivujen laatiminen
- s) kielitaito

18. Mitä muuta kansainvälisen osaamisen kehittämistä yrityksenne / organisaationne henkilöstö tarvitsee?

19. Mikäli henkilöstönne kielitaitoa tulisi kehittää, niin minkä kielten osalta

- englanti
- ruotsi
- saksa
- ranska
- espanja
- venäjä
- kiina
- muu, mikä?

20. Koetteko, että yrityksessänne / organisaatiossanne on oppimishalukkuutta ja oppimiskykyä?

- a) kyllä, miten se ilmenee?
- b) ei, miten se ilmenee?

21. Millainen koulutus sopii henkilöstölle?

Hyvin - Huonosti - En osaa sanoa

- a) pitkät täydennyskoulutukset (n. 30 op)
- b) lyhyet täydennyskoulutukset (n. 3 - 5 op)
- c) 1-2 päivän teemakohtaiset seminaarit
- d) oppilaitoksessa suoritettava tutkinto (toinen aste, amk, yliopisto)
- e) konsultointipalvelut
- f) kirjallinen oppimateriaali, tutkimukset ja julkaisut
- g) henkilöstön työkierto
- h) oppisopimuskoulutus
- i) mentorointi, kokemuksen välittäminen
- j) muu koulutus, mikä

22. Millä tavalla toteutettuna koulutus sopii yrityksellenne / organisaatiollenne?

Vastausvaihtoehdot

Hyvin - Huonosti - En osaa sanoa

- a) työajalla
- b) iltaisin
- c) viikonloppuisin
- d) yrityksen henkilöstölle räätälöity koulutus
- e) sekaryhminä, joissa on myös muiden yritysten henkilöstöä
- f) monimuoto-opintoina (luennot, verkko-opinnot, harjoitukset)
- g) verkko-opintoina
- h) muu toteutus

23. Jos yrityksenne / organisaationne henkilöstöä on koulutettu kansainvälistymisen osa-alueilla, millaiset koulutukset ovat olleet tuloksellisimpia? Vastatkaa vapaamuotoisesti.

24. Millaisena koette yhteistyön kv-osaamisen kehittämisen näkökulmasta seuraavilla osa-alueilla Karelia-amk:n kanssa?

Vastausvaihtoehdot

Erittäin tärkeä - Jonkin verran tärkeä - En osaa sanoa - Vain vähän tärkeä - Ei lainkaan tärkeä

- a) opinnäytetyöt
- b) opiskelijatyönä tehtävät projektityöt
- c) harjoittelu
- d) kv-harjoittelu
- e) rekrytointi
- f) henkilöstönne koulutus
- g) koulutusvienti
- h) yrityksenne / organisaationne edustajien toimiminen amk:n yhteistyöryhmissä
- i) yritysvierailujen järjestäminen opiskelijoille
- j) työelämäpaikkojen tarjoaminen opettajille
- k) yrityksenne / organisaationne edustajien osallistuminen opetussuunnitelmatyöhön

25. Mitä muuta haluatte kertoa tai kommentoida kv-osaamiskartoitukseen liittyen?

Karelia-ammattikorkeakoulu on lisäksi halukas haastattelemaan kyselyyn osallistuneita yrityksiä / organisaatioita saadakseen tarkempaa tietoa kansainvälistymisen kehittämistarpeista. Oletteko halukas osallistumaan haastatteluun?

Ei

Kyllä. Yhteystiedot

Pohjois-Karjalassa kansainvälistymisestä on tullut osa jokapäiväistä toimintaa yhä useammassa yrityksessä. Kansainvälistymisen merkitys painottuu myös korkeakoulujen toiminnassa. Tämä julkaisu liittyy Karelia-ammattikorkeakoulun alueelliseen kehittämistyöhön keskittyen ammattikorkeakoulun avainkumppaniyritysten ja -organisaatioiden kansainvälistymiseen. Selvityksessä kartoitetaan avainkumppaniyritysten kansainvälistymisen tilaa, kansainvälisyysosaamista ja sen kehittämistarpeita sekä avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun välistä kansainvälistymiseen liittyvää yhteistyötä. Kartoitus toteutettiin keväällä 2013.

Kansainvälistyminen on tärkeä kehittämiskohde ja kasvukeino Karelia-ammattikorkeakoulun avainkumppaniyrityksissä ja -organisaatioissa. Osaava henkilöstö on avainasemassa, kun halutaan kehittää yrityksen kansainvälistymistä. Tavoitteena on rekrytoida osaavaa henkilöstöä ja kehittää henkilöstön kansainvälisiä valmiuksia. Oppilaitokset ovat merkittäviä kumppaneita yrityksille tulevaisuuden rekrytoinneissa sekä myös henkilöstön kansainvälisyysosaamisen edistäjinä. Henkilöstön osaamista halutaan kehittää lähinnä tutkintoon johtamattomalla koulutuksella, erityisesti muuttaman päivän täsmäkoulutuksilla, joissa hyödynnetään verkko-oppimista. Koulutustarvetta toimialasta riippumatta on eniten kommunikointitaidoissa. Yritysten kansainvälistymistä edistävät tehokkaalla tavalla myös kansainväliset harjoittelijat.

Yrityksissä on myönteinen suhtautuminen yritysten ja ammattikorkeakoulun väliseen yhteistyöhön. Avainkumppaniyritysten ja ammattikorkeakoulun pitkäkestoisesta ja luottamuksellisesta yhteistyöstä hyötyvät molemmat osapuolet.

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUJA B:17

ISBN 978-952-275-098-3 [painettu]
ISBN 978-952-275-099-0 [verkojulkaisu]
ISSN-L 2323-6876 | ISSN 2323-6876