

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Hanna Lampén
Maarit Saukkola

POHJOISKARJALAISTEN MATKAILUYRITYSTEN VALMIUDET
VASTAANOTTAA VENÄLÄISIÄ HARJOITTELIJOITA

Opinnäytetyö
Helmikuu 2013



OPINNÄYTETYÖ
Helmikuu 2013
Matkailun koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. 050 311 3610

Tekijät
Hanna Lampén, Maarit Saukkola

Nimeke
Pohjoiskarjalaisten matkailuyritysten valmiudet vastaanottaa venäläisiä harjoittelijoita

Toimeksiantaja
Karelia-ammattikorkeakoulu / ISAT Venäjä-osaaminen

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää pohjoiskarjalaisten matkailuyritysten valmiuksia ja halukkuutta tarjota harjoittelupaikkoja venäläisille matkailualan opiskelijoille. Työn toimeksiantajana toimi Karelia-ammattikorkeakoulu, joka on mahdollistanut harjoittelupaikkoja Petroskoin valtionyliopiston opiskelijoille syksystä 2011 alkaen. Tutkimuksen tulokset ovat apuna Karelialle harjoittelupaikkojen mahdollistamisessa Pohjois-Karjalaan.

Selvitys toteutettiin internetkyselynä loka-marraskuun 2012 aikana. Kysely lähetettiin 45 pohjoiskarjalaiselle sekä kahdelle maakunnan rajojen ulkopuolella olevalle matkailualan yritykselle. Yritykset valittiin tutkimukseen harkinnanvaraisesti tiettyjä kriteerejä käyttäen. Vastausprosenttia kasvatettiin puhelinhaastatteluilla ja vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 20 kappaletta.

Tutkimuksessa selvisi, että matkailuyritykset ovat halukkaita ottamaan venäläisen harjoittelijan. Venäläiset asiakkaat ovat yritykselle tärkeitä, ja harjoittelija voi olla avuksi erityisesti venäjän kielen taitonsa ja kulttuurin tuntemuksensa avulla. Kyselyyn vastanneet yritykset edellyttävät harjoittelijalta vähintäänkin hyvää englannin ja auttavaa suomen kielen taitoa. Suosituimmat ajankohdat venäläisharjoittelijoiden ottamiselle olivat joulutammikuu sekä touko–heinäkuu. Tutkimuksen yritykset eivät olleet erityisen halukkaita maksamaan harjoittelusta palkkaa mutta olivat kuitenkin valmiita tarjoamaan harjoittelijalle majoituksen ja maksuttomat ateriat.

Jatkossa voitaisiin selvittää Pohjois-Karjalassa olleiden venäläisopiskelijoiden ja harjoittelupaikkoja tarjonneiden yritysten kokemuksia harjoittelujaksoista. Tutkimus voitaisiin suorittaa teemahaastattelun avulla.

Kieli
suomi

Sivuja 63
Liitteet 3
Liitesivumäärä 10

Asiasanat
Pohjois-Karjala, venäläiset matkailijat, venäläinen harjoittelija, matkailuyritykset



THESIS
February 2013
Degree Programme in Tourism
Länsikatu 15
FI 80110 JOENSUU
FINLAND
Tel. 050 311 3610

Authors

Hanna Lampén, Maarit Saukkola

Title

Willingness to Have Russian Trainees in North Karelian Tourism Companies

Commissioned by

Karelia University of Applied Sciences / ISAT Expertise Pertaining to Russia

Abstract

The purpose of this thesis was to survey the interest and possibilities in North Karelian tourism companies to take Russian tourism students as trainees. The study was commissioned by the Karelia University of Applied Sciences which has been enabling training placements for students of the Petrozavodsk State University since the autumn 2011. The results of this research aim to create training placements in North Karelia.

The study was conducted by an online inquiry during October and November in 2012. A questionnaire was mailed to 45 North Karelian tourism firms and also to two firms located outside the province of North Karelia. The companies for this study were discretionarily selected by using certain criteria. The response rate was raised by telephone interviews and, consequently, there were 20 responses for the inquiry altogether.

This study shows that tourism companies are willing to take a Russian trainee. As expected, companies find Russian customers important for them. Thus, the trainee could be useful for companies particularly with their knowledge of the Russian language and culture. Furthermore, it was found that the trainee is required to have at least good English skills and tolerable Finnish skills. The most popular months to take a Russian trainee were from December to January and from May to July. Only a few respondents were willing to pay a salary to the trainee but many were ready to offer accommodation and free lunch.

In the future, it would be interesting to find out the experiences of the Russian trainees by using a theme interview. In addition, the experiences of the companies who have offered a training placement could be investigated.

Language
Finnish

Pages 63
Appendices 3
Pages of Appendices 10

Keywords

North Karelia, Russian tourists, Russian trainee, tourism companies

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Toimeksiantaja.....	6
2.1	Karelia-amk ja ISAT	6
2.2	Venäjä-osaamisen hanke	7
3	Venäläismatkailijat Suomessa	8
3.1	Matkailijatilastot	8
3.2	Taloudellinen merkitys	10
3.3	Matkailijakäyttäytyminen	12
4	Yritysten ja opiskelijoiden kansainvälistyminen.....	13
4.1	Kansainvälisyys pohjoiskarjalaisissa yrityksissä	13
4.2	Opiskelijoiden työharjoittelu	14
5	Tutkimuksen tarkoitus ja tehtävä	16
6	Tutkimukseen valitut yritykset	16
7	Menetelmälliset valinnat.....	18
7.1	Laadullinen tutkimus	18
7.2	Kyselytutkimus.....	19
7.3	Kyselylomakkeen laatiminen.....	20
7.4	Tutkimuksen toteutus.....	21
8	Luotettavuus ja eettisyys.....	24
9	Tulokset ja tulosten tarkastelu	25
9.1	Taustatiedot yrityksistä	25
9.2	Venäläisten asiakkaiden merkitys	28
9.3	Kokemukset venäläisharjoittelijoista	29
9.4	Halukkuus ottaa venäläisharjoittelija	31
9.5	Harjoittelun ajankohta ja kesto	32
9.6	Harjoittelijan kielitaito ja työtehtävät	34
9.7	Palkkaus, matkakulut, majoitus ja ateriat	37
9.8	Yritysten kokemat hyödyt venäläisharjoittelijoista	38
9.9	Yhteenvetotaulukot tuloksista	39
10	Yhteenveto ja johtopäätökset tuloksista	41
11	Pohdinta.....	48
	Lähteet.....	52

Liitteet

Liite 1	Kyselylomake
Liite 2	Saatekirje
Liite 3	Yhteenvetotaulukot

1 Johdanto

Venäläiset ovat merkittävä asiakasryhmä Pohjois-Karjalan matkailuyrityksissä. Selvitimme pohjoiskarjalaisten matkailuyritysten valmiuksia ja halukkuutta tarjota harjoittelupaikkoja venäläisille matkailualan opiskelijoille. Tämän lisäksi selvitimme muun muassa yritysten mahdollisia aikaisempia kokemuksia venäläisharjoittelijoista sekä yleisiä harjoitteluun liittyviä asioita. Toteutimme tutkimuksen internetkyselynä pohjoiskarjalaisille matkailuyrityksille. Toimeksiantajana toimii Karelia-ammattikorkeakoulu, ja aihe on osa ISAT:n Venäjä-osaamisen hanketta. Karelia-amk on järjestänyt harjoittelupaikkoja syksystä 2011 alkaen Petroskoin valtionyliopiston opiskelijoille pohjoiskarjalaisiin matkailualan yrityksiin. Tutkimus toimii taustatyönä Karelialle, ja tulosten pohjalta sen on helpompi lähestyä matkailuyrityksiä mahdollistaessaan harjoittelupaikkoja venäläisopiskelijoille.

Saimme aiheen opinnäytetyöhömmme keskustellessamme opettajamme kanssa kesäkuun 2012 alussa ja päätimme tarttua aiheeseen sen työelämälähtöisyyden ja ajankohtaisuuden takia. Meille oli myös tärkeää, että työ tulee toimeksiantona, jolloin sille on tarvetta. Olemme itsekin havainneet venäläismatkailijoiden nopeasti kasvaneen määrän Pohjois-Karjalassa ja tämän myötä venäjän kielen osaamisen ja venäläisen kulttuurin tuntemisen tärkeyden matkailuyrityksissä.

Opinnäytetyössä esittelemme aluksi työmme toimeksiantajan sekä aiheen tietoperustan. Kerromme tilastotietoa venäläismatkailijoiden määrästä ja taloudellisesta merkityksestä sekä tutkimustietoa yritysten kansainvälistymisen nykytilasta ja kehittämistarpeista Pohjois-Karjalassa. Lisäksi käsittelemme lyhyesti kansainväliseen harjoitteluun lähdön motiiveja opiskelijan näkökulmasta. Esittelemme työn tarkoituksen ja perustelemme, miksi ja miten olemme valinneet yritykset tutkimukseemme. Seuraavaksi kerromme tutkimuksemme menetelmällisistä valinnoista, minkä jälkeen pohdimme työn luotettavuutta ja eettisyyttä. Työn lopussa esittelemme tutkimuksemme yksityiskohtaiset tulokset ja niistä tehdyn yhteenvedon.

2 Toimeksiantaja

2.1 Karelia-amk ja ISAT

Karelia-ammattikorkeakoulu sijaitsee Joensuussa, ja sen toiminta on jakautunut viiteen eri keskukseseen. Ne sijoittuvat neljälle kampukselle, joita ovat Sirkkala, Wärtsilä, Tikkarinne ja Tiedepuisto. Kareliassa voi opiskella amk-tutkintoon seitsemällä eri alalla, joita ovat kulttuuriala, luonnonvara- ja ympäristöala, matkailu-, ravitsemis- ja talousala, sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala, tekniikan ja liikenteen ala, yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala sekä luonnontieteiden ala. Opiskelijoita Kareliassa on noin 4 000. Karelia tunnettiin aikaisemmin nimellä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, joka aloitti toimintansa vuonna 1992. Nimi vaihtui Karelia-ammattikorkeakouluksi vuoden 2013 alussa. Karelia-amk on Joensuun kaupungin omistama osakeyhtiö. (Karelia-ammattikorkeakoulu 2013.)

Toimeksiannon opinnäytetyöhön saimme Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoululta. Vuoden 2013 nimenvaihdoksen vuoksi puhumme työssä kuitenkin Karelia-amk:sta työmme toimeksiantajana. Työmme on osa ISAT:n eli Itä-Suomen ammattikorkeakoulujen Venäjä-osaamisen hanketta, jonka tärkeänä kehittämiskohteenä on edistää Itä-Suomen pk-yritysten Venäjä-osaamista. ISAT tarkoittaa Karelia ammattikorkeakoulun ja ammattikorkeakoulu Savonian voimavarojen yhdistämistä ja strategista kumppanuutta. ISAT-yhteistyön tehtävänä on luoda kansainvälisesti kilpailukykyinen ammattikorkeakoulutus Itä-Suomeen. Korkeakoulukokonaisuus muodostuu yhteensä 10 000 opiskelijasta ja 1 000 työntekijästä. (ISAT 2012.)

ISAT:n yhdistettyjä voimavaroja käytetään yhteistyöhön koulutuksessa sekä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnassa. Työelämälähtöisen TKI-toiminnan tavoitteena ovat innovatiivinen aluekehitys, kumppanuudet ja korkeakoulujen näkyminen Itä-Suomessa. ISAT palvelee erityisesti työ- ja elinkeinoelämää kehittämällä teknologista osaamista, liiketoiminta- ja työyhteisöosaamista. TKI-toiminnasta vastaa ammattikorkeakoulujen asiantuntijahenkilöstö, mutta myös

Savonian ja Karelian opiskelijat ovat mukana toteuttamassa TKI-työtä osana opintojaan. (ISAT 2012.)

ISAT:n päämääränä on luoda kilpailukykyä ja hyvinvointia Suomeen. ISAT on ottanut tehtäväkseen palvelurakenteiden kehittämisen, teknologisen osaamisen, ikääntymisen sekä elinikäisen oppimisen edistämisen. ISAT:ssa keskeisiä painoaloja ovat hajautetut energiaratkaisut, väljästi asutun alueen hyvinvointipalvelut ja -tuotteet sekä Venäjä-osaaminen. Yhteistyötä tehdään verkostoissa, yhdessä alueellisen, kansallisten ja kansainvälisten toimijoiden kanssa. Näitä ovat muun muassa Itä-Suomen yliopisto sekä alueen muut oppilaitokset sekä tutkimuslaitokset. (ISAT 2012.)

2.2 Venäjä-osaamisen hanke

Venäjä-osaaminen on laaja käsite, jonka keskeisimpiin osa-alueisiin kuuluvat venäjän kielen taito, venäläisen kulttuurin tuntemus sekä liike-elämän tuntemus. Se on myös ISAT:n tärkeimpiä painoaloja, ja sen tavoitteena on edistää Itä-Suomen pienten ja keskisuurten yritysten Venäjä-osaamista. Kehitystyö on aloitettu matkailualan yrityksistä, joista sitä laajennetaan muille aloille. Matkailun Venäjä-osaamista kehitetään seuraavilla osa-alueilla: koulutusorganisaatio- ja yritysyhteistyö, matkailukoulutuksen kehittäminen ja koulutuspalveluiden myynti, matkailun tuotteistamisosaaminen, matkailun palveluosaaminen ja matkailun liiketoimintaosaaminen. Myös ISAT-ammattikorkeakoulujen omaa Venäjä-osaamista tullaan vahvistamaan lisäämällä henkilöstön tietämystä venäläisestä yhteiskunnasta ja kulttuurista, venäjän kielessä ja Venäjä-hankeosaamisessa. (ISAT 2012.)

Jo olemassa oleva Venäjä-yhteistyö on pohja ISAT:n Venäjä-osaamisen hankkeelle. Kehitystyötä tehdään tiiviissä yhteistyössä työelämän ja opiskelijoiden kanssa. Opiskelijat pääsevät itse kehittämään Venäjä-osaamistaan osallistumalla Petroskoissa järjestettävään ”kesäkouluun” ja Pietarissa ”talvikouluun”, joissa he pääsevät tutustumaan intensiivisesti venäjän kieleen ja maan kulttuuriin. Hankkeen tiimoilta on myös tarkoitus perustaa uusia opintokokonaisuuksia.

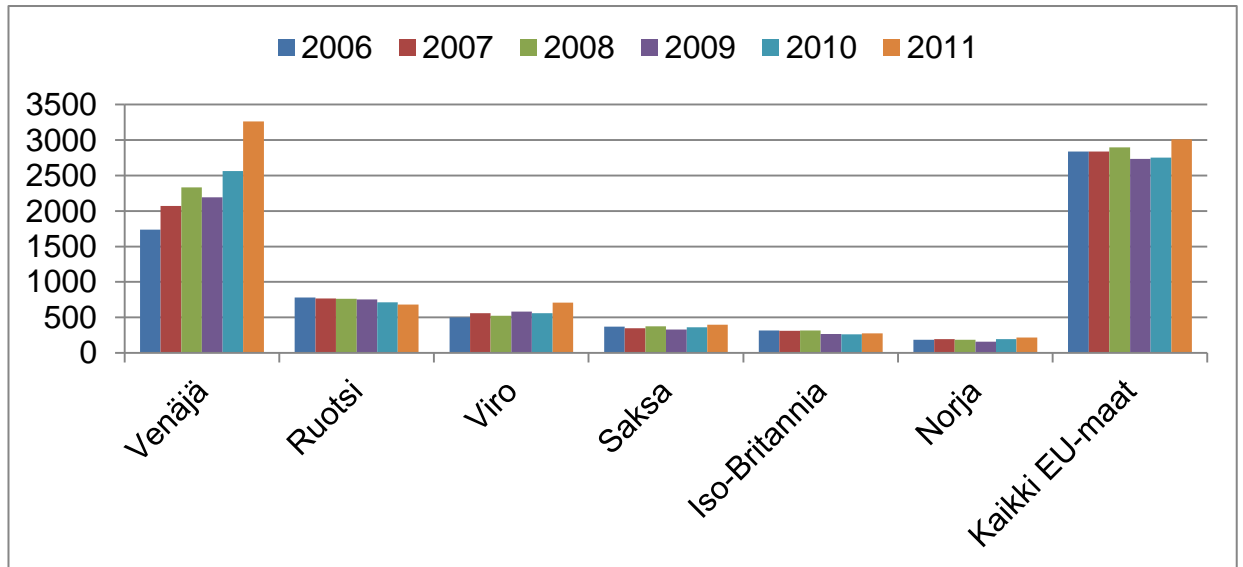
ISAT pyrkii yhteistyössä Venäjän kanssa parantamaan Venäjä-tuntemusta koulutuksien ja yhteistyöhankkeiden avulla. Karelia-ammattikorkeakoulun erityisosaaminen perustuu koulutustoimintaan, kun puolestaan Savonian vahvuus on Venäjälle suuntautuneissa yhteistyöprojekteissa. (ISAT 2012.)

3 Venäläismatkailijat Suomessa

3.1 Matkailijatilastot

Rajahaastattelututkimuksen mukaan vuonna 2011 Suomessa kävi 7,3 miljoonaa ulkomaista matkailijaa. Suurimman matkailijaryhmän muodostivat venäläiset, joiden osuus kaikista matkailijoista oli 45 prosenttia eli 3,3 miljoonaa matkailijaa. Venäläismatkailijavirta kasvoi edellisvuoteen nähden 27 prosenttia. Venäläisten määrä on huomattava, koska matkailijamäärissä toisella sijalla olevan Viron osuus oli 10 prosenttia kaikista matkailijoista. (Tilastokeskus 2012a, 6.)

Myös talvikaudella 2011–2012 eli marraskuun ja huhtikuun välisenä aikana matkustajamäärä kasvoi edellisestä talvikaudesta 13 prosenttia suurelta osin venäläismatkailijoiden ansiosta. Heidän osuutensa matkailijoista kasvoi 17 prosenttia. (Tilastokeskus 2012b, 1.) Venäläismatkailijoiden määrä on viimeisten vuosien aikana kasvanut huomattavasti, ja heidän osuutensa kokonaismatkailijamäärästä on kasvanut tasaisesti (kuvio 1). Venäläisten osuus ylittää jopa kaikkien EU:n maiden kansalaisten matkailijamäärän yhteensä Suomessa. (Tilastokeskus 2012a, 7.)



Kuvio 1. Ulkomaiset matkustajat Suomessa vuosina 2006–2011 (1 000 matkustajaa). (Tilastokeskus 2012a, 47.)

Venäläismatkailijoiden määrän kasvu näkyy etenkin Pohjois-Karjalassa, jossa venäläisten yöpymisvuorokaudet ovat olleet huimassa kasvussa 2000-luvun puolivälin jälkeen. Tammikuusta heinäkuuhun 2012 yöpymisiä kirjattiin 33 801, kun vuotta aikaisempaan ajankohtana se oli 22 317. Kasvua oli siis jopa 51,5 prosenttia vuodessa. Myös tarkasteltaessa marras-huhtikuuta 2012 yöpymisten määrä oli 28 110, mikä tarkoitti 40,1 prosentin kasvua edellisvuoteen. (Matkailun edistämiskeskus 2012a.) Venäläiset on ainoa kansallisuus Pohjois-Karjalassa, joiden yöpymisvuorokausissa on näkyvässä kasvua 2000-luvulla (Saukkonen 2011).

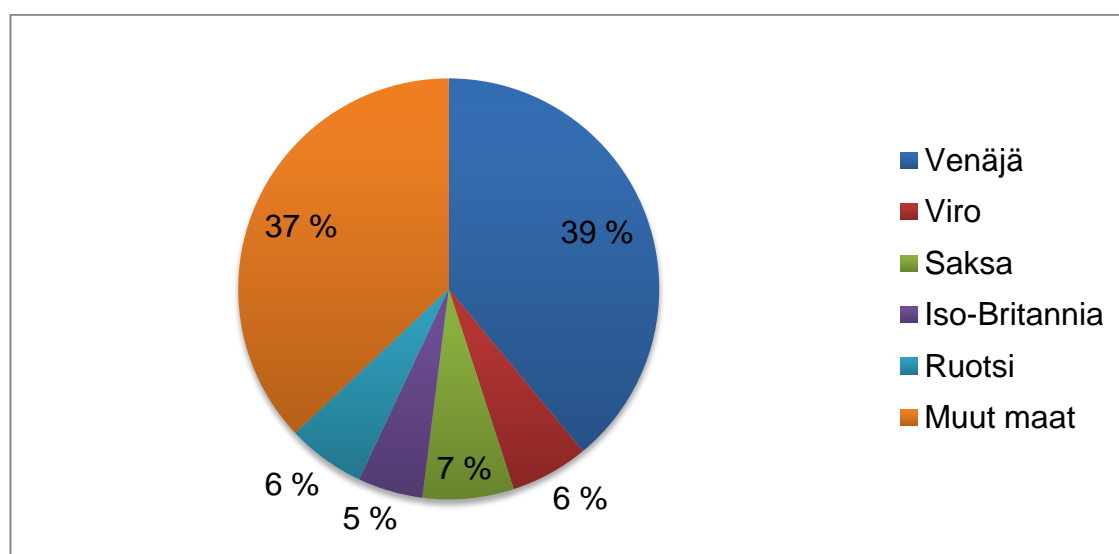
Vuonna 2011 venäläisten vilkkaimmat matkustusajankohdat Suomessa olivat tammikuu sekä heinä-elokuu. Vähiten matkoja tehtiin helmikuussa. Yleisin matkan pääsyy oli vapaa-ajanmatka. Venäläiset käyttivät pääasiassa (85 %) maaliikennettä Suomeen matkustaessaan. Tämä selittynee Suomen itärajan läheisyydellä ja matkustuksen helppoudella. Venäläiset tekevät muita matkailijoita huomattavasti harvemmin pakettimatkoja Suomeen. Pakettimatalla tarkoitetaan tässä yhteydessä valmista matkaa Suomeen ja/tai pois Suomesta ja lisäksi siihen kuuluu jokin muu matkailupalvelu kuten majoitus. Sen sijasta venäläiset tekevät usein yhden tai kahden päivän pituisia omatoimimatkoja Suomeen, jolloin he varaavat matkat ja majoituksen erikseen. Venäläiset käyvät myös Suo-

messa keskimääräistä useammin, sillä 29 prosenttia matkustajista oli käynyt Suomessa kerran kuukaudessa tai useammin. Vaikka venäläiset eivät vietä Suomessa usean päivän pituisia matkoja, ovat he silti yöpymisvuorokausissa mitattuna merkittävin matkailijaryhmä. (Tilastokeskus 2012a, 8, 14–17, 20, 22.)

3.2 Taloudellinen merkitys

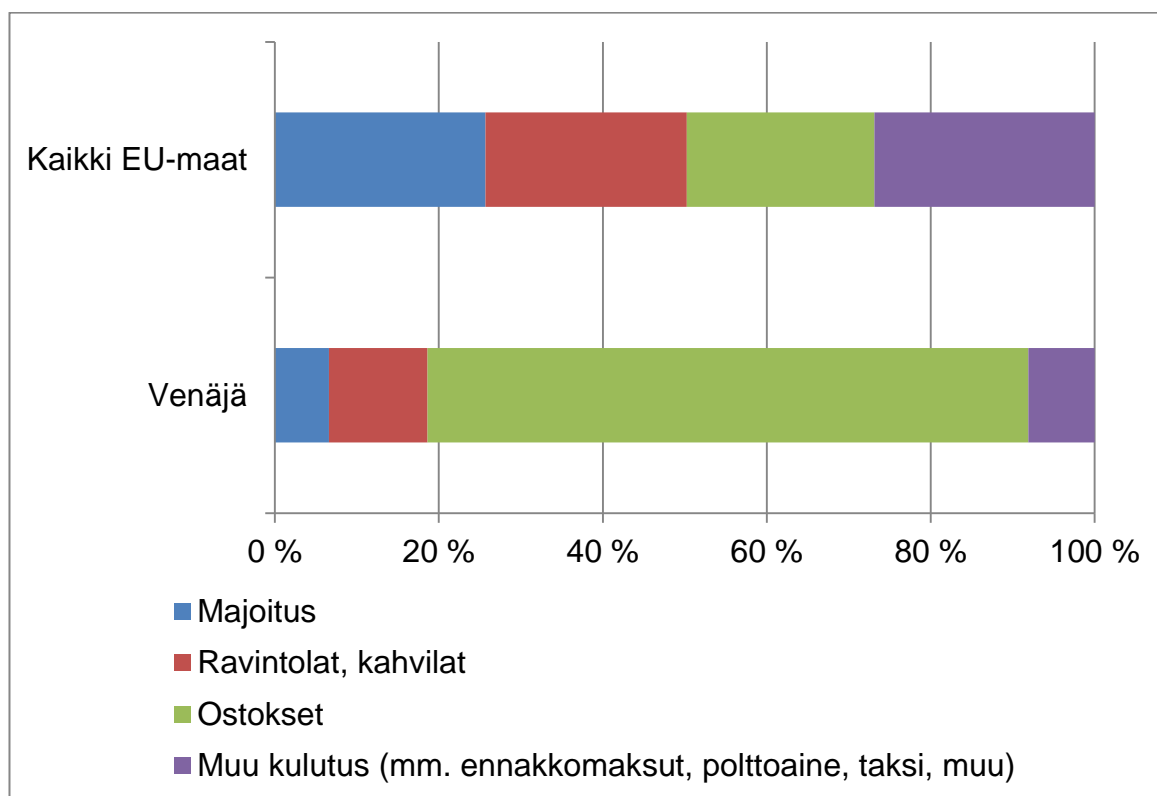
Rajahaastattelututkimuksessa on selvitetty ulkomaisten matkailijoiden rahankäyttöä asuinmaan ja kulutuksen kohteen mukaan Suomessa. Venäläiset tuovat Suomeen huomattavan osan vuosittaisesta matkailutulosta (Tilastokeskus 2012a, 38). Matkailutulolla tarkoitetaan ulkomaisten matkailijoiden kulutusta tarkastelun kohteena olevassa maassa eli heidän maahan tuomaansa rahamäärää (Tilastokeskus 2012c).

Kokonaisrahankulutusta tarkasteltaessa venäläiset erottuvat selvästi muista matkailijoista. Venäläiset toivat 39 prosenttia ulkomaisten matkustajien kokonaisrahankäytöstä (kuvio 2), ja määrä on kasvanut 31 prosenttia edellisvuodesta. Venäläisten matkailijoiden rahankulutus on kattanut viimeisten vuosien aikana suurimman osan ulkomaisten matkailijoiden kokonaiskulutuksesta. (Tilastokeskus 2012a, 38–39.)



Kuvio 2. Ulkomaisten matkailijoiden kokonaiskulutuksen jakaantuminen Suomessa vuonna 2011. (Tilastokeskus 2012a, 39.)

Venäläismatkailijat käyttävät tyypillisesti eniten rahaa päivää kohden, mikä on keskimäärin 111 euroa, kun kaikkien matkailijoiden keskiarvo on 60 euroa. Tämä selittyy osittain sillä, että venäläiset harvoin yöpyvät Suomessa ja käyttävät matkaan varaamansa rahat päiväkäyntinsä aikana. Venäläiset ovat profiililtaan ostosmatkailijoita, sillä he käyttävät huomattavan määrän rahoistaan ostoksiin (kuvio 3). Vuonna 2011 matkailijat käyttivät päivässä ostoksiin keskimäärin 26 euroa mutta venäläisillä vastaava summa oli noin 82 euroa päivää kohden. (Tilastokeskus 2012a, 33, 37.) Pohjois-Karjalassa tax free eli verovapaamyynti on ollut viime vuosina vahvassa kasvussa ja venäläisten osuus siitä oli vuonna 2010 noin 99 prosenttia. Tästä myynnistä 90 prosenttia on tapahtunut Joensuuissa. (Saukkonen 2011, 18.)



Kuvio 3. Ulkomaalaisten matkustajien suhteellinen kokonaiskulutus käyttökohteen mukaan vuonna 2011. (Tilastokeskus 2012a, 37.)

Kaikkien EU-maiden kansalaisten kokonaiskulutusta tarkasteltaessa voi huomata kulutuksen jakaantuvan tasaisesti eri kulutuskohteiden välillä. Majoitus- ja ravintolapalvelut ovat yhtä tärkeitä kulutuskohteita ostosmatkailun ohessa. Venäläisillä majoitukselle ei päivämatkailun suosion takia ole tarvetta ja ostosmat-

kailu kattaa valtaosan matkabudjetista. Suomen suosio venäläisten ostosmaana perustuu laadukkaisiin ja aitoihin tuotteisiin, sekä niiden edullisuuteen Venäjän tarjontaan verrattuna (Saarinen 2010). Venäläiset ostavat Suomesta pääasias-
sa elintarvikkeita, vaatteita, kosmetiikkaa, jalkineita sekä taloustavaroita. Palve-
lujen puolella he käyttävät eniten ravintola- sekä kylpylä- ja muita huvittelupal-
veluita. (Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy 2010, 23–24.)

3.3 Matkailijakäyttäytyminen

Suurin osa Venäjältä Suomeen saapuvista matkailijoista on kotoisin Pietarin ja Moskovan alueelta, sillä varallisuus Venäjällä on keskittynyt suuriin kaupunkei-
hin. Näiden alueiden keskiluokalla tulot ovat niin suuret, että heillä ylipäättään
on mahdollisuus matkustaa ulkomaille. Suomeen on helppo tulla muun muassa
suoran junayhteyden ansiosta ja erityisesti pietarilaiset suosivat Suomea päi-
vämatkakohteena. (Matkailun edistämiskeskus 2012b.) Venäläisten matkailu
kohdistuu Suomessa erityisesti Itä-Suomeen, jonka osuus matkoista vuonna
2011 oli 42 prosenttia. Muita tärkeitä kohteita ovat Helsinki ja muu Etelä-Suomi.
Nämä kolme aluetta houkuttelivat yhteensä 76 prosenttia venäläismatkailijoista.
(Tilastokeskus 2012a, 27.)

Venäläismatkailijat ovat erityisen spontaaneja, eivätkä näin ollen suunnittele
matkojaan tarkkaan etukäteen. He tekevät nopeita päätöksiä, jos palvelut ovat
helposti ostettavissa ja hinta ja saatavuus ovat kohdillaan. (Rantapallo Oy
2012.) Matkabudjettia pyritään säästämään varsinaiselle lomalle, jossa se käy-
tetään kokonaisuudessaan. Matkakohteen valinnassa tärkein kriteeri venäläisil-
le ovat hyvät kulkuyhteydet. Hyvät ja edulliset ostosmahdollisuudet ovat myös
heille tärkeitä. Aikaisemmat kokemukset ja tuttavien suosittelut vaikuttavat suu-
resti kohteen valinnassa kun taas venäjänkielisen palvelun saannilla ei ole koh-
teen valinnan suhteen suurempaa merkitystä. (Tutkimus- ja analysointikeskus
TAK Oy 2010, 25.) Kuitenkin vain 29 prosenttia venäläisistä puhuu englantia
edes alkeistasolla, joten venäjänkielisen palvelun tarjoaminen Suomessa on
merkittävä asiakastyytyväisyyttä lisäävä tekijä. Venäläiset kertovat helposti
matkakokemuksistaan laajalle ystävä- ja sukulaisjoukolle ja tuttavien suosittelul-

la on huomattava merkitys tulevaisuuden matkakohdevalintoihin. (Matkailun edistämiskeskus 2012b.) Venäläiset tulevat Suomeen nauttimaan erityisesti puhtaasta luonnosta, sillä mökkeily, risteilyt ja kalastus ovat heitä Suomessa kiinnostavia lomaviettotapoja. Myös kylpylä- ja laskettelumat ovat suosittuja venäläisten keskuudessa. (Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy 2010, 29.) Pohjois-Karjalaan venäläismatkailijoita houkuttelevat erityisesti hyvät ostosmahdollisuudet.

4 Yritysten ja opiskelijoiden kansainvälistyminen

4.1 Kansainvälisyys pohjoiskarjalaisissa yrityksissä

Kansainvälisyys tarkoittaa matkailualan yrityksissä lähinnä yrityksen omia suoria kontakteja ulkomaisiin matkanjärjestäjiin tai asiakaskohderyhmiin. Kun kotimaan markkinat ovat hallussa ja yritystoimintaa halutaan laajentaa, yritys voi keskittyä kehittämään matkailupalveluja ulkomaisille asiakkailleen. Opinnäyteytemme matkailuyritysten valmiuksista vastaanottaa venäläisiä opiskelijoita harjoitteluun linkittyy omalta osaltaan yritysten kansainvälistymiseen. Yritysten kansainvälistymisestä ja opiskelijoiden merkityksestä sen edistäjinä Pohjois-Karjalassa on tehty useita tutkimuksia.

Anneli Airola (2011) selvitti yhteistyössä Pohjois-Karjalan kauppakamarin kanssa kansainvälistymisen näkökulmia pohjoiskarjalaisissa yrityksissä. Tutkimuksessa selvisi, että kolmasosa yrityksistä näki puutteita kansainvälisessä liiketoimintaosaamisessaan ja tukea tarvittaisiin erityisesti kansainvälisen toiminnan suunnittelu- ja alkuvaiheessa. Yritysten mielestä henkilöstöressurit olivat riittämättömät kansainväliseen toimintaan. Puutteita nähtiin erityisesti kielitaidossa ja kulttuuriosaamisessa. Ennen kaikkea matkailualan yrityksissä tämä nähtiin ongelmana, sillä kyseisten taitojen voisi olettaa olevan olennainen osa ammatillista osaamista. Yritysten mukaan markkinoiden laajentaminen Venäjälle olisi houkutteleva, vaikkakin haastava mahdollisuus. Suuri osa yrityksistä oli sitä mieltä, ettei niiden Venäjä-osaaminen ole riittävää eikä venäjän kielen osaajia

löydy Pohjois-Karjalasta tarpeeksi. Yritysten ja oppilaitosten yhteistyö sekä kansainvälisten harjoittelijoiden hyödyntäminen myönnettiin olevan mahdollisuus alueen kansainvälistymisessä.

Vuonna 2010 Tenho Kohonen selvitti pohjoiskarjalaisten yritysjohtajien mielipiteitä ja kokemuksia kansainvälisistä harjoittelijoista yritystensä kansainvälistymisen edistäjinä. Tutkimuksessa selvisi, että kokemukset ovat olleet erittäin myönteisiä. Harjoittelijoille annetaan useimmiten työtehtäviä, jotka liittyvät heidän kotimaahansa ja äidinkiellensä käyttöön yrityksen hyväksi. Näitä työtehtäviä ovat olleet esimerkiksi erilaisten markkinointimateriaalien laatiminen, markkinatutkimusten tekeminen sekä tulkkina ja oppaana toimiminen. Yritysjohtajat totesivat kansainvälisten harjoittelijoiden toimivan usein sillanrakentajina yrityksen ja kohtamaan yhteistyössä. Harjoittelijoiden on huomattu myös edistävän yrityksen henkilöstön kielitaitoa ja kulttuurintuntemusta. (Kohonen 2010.)

Alue- ja kuntatutkimuskeskus Spatian tutkimuksessa selvitettiin Venäjä-yhteistyön kehitystä, sen työllistäviä vaikutuksia ja venäläistaustaisen työvoiman käyttöä vuonna 2010 Pohjois-Karjalassa. Venäläisten matkailijoiden voimakas kasvu ja sitä seurannut verovapaan myynnin ja matkailukysynnän kasvu on saanut aikaan muutoksia venäläistaustaisten kansalaisten työllisyyslukuihin. Tutkimuksen mukaan heitä työskentelee vähittäiskaupassa jo yleisesti. Myös matkailualalla venäläismatkailijoiden kasvava määrä ja palvelujen kysyntä lisää venäläistaustaisten rekryointitarvetta. Kyselyyn vastanneet matkailuyritykset ilmoittivat venäläisten keskimääräiseksi liikevaihto-osuudekseen 12 %. Osuus vaihteli 0,1 %:sta 25 %:iin. Venäläistaustaisia työntekijöitä oli reilulla kolmasosalla yrityksistä, joista puolet ilmoitti rekrytoivansa niitä kausiluonteisesti. Vuonna 2010 venäläistaustaisen työvoiman osuus oli keskimäärin 4 %. (Saukonen 2011.) Määrä lienee kasvanut viimeisen kahden vuoden aikana.

4.2 Opiskelijoiden työharjoittelu

Opiskeluun kuuluvan harjoittelun tarkoitus on perehdyttää opiskelija käytännön työelämään ja opettaa häntä soveltamaan opinnoissa hankittuja tietoja ja taitoja

käytäntöön. Opiskelijalle harjoittelu on tavoitteellista työtä, jossa hän saa kokemusta erityisesti oman alansa käytännön työtehtävistä. Harjoittelun avulla opiskelija tutustuu työelämän vaatimuksiin ja pystyy näin suunnittelemaan paremmin omaa tulevaisuuttaan ja kehittämään ammatti-identiteettiään. (Metropolia ammattikorkeakoulu 2012.) Harjoittelut ovat tärkeitä työelämään siirtymisen kannalta, sillä ne ovat usein opiskelijan ensimmäinen kosketus oman alansa käytännön työhön. Työharjoittelut tarjoavat loistavan tilaisuuden verkostoitumiseen alan ihmisten kanssa, mikä auttaa työnhaussa jo opintojen aikana ja jatkossa. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2012.)

Harjoittelun voi suorittaa myös ulkomailla kansainvälisenä harjoitteluna. Ulkomaille harjoitteluun lähdön syytä on monia. Lähdön motiivit voivat olla henkilökohtaisia, kulttuurisia ja opintoihin tai uraan liittyviä. Henkilökohtaisiin motiiveihin kuuluvat halu kokea uutta sekä mahdollisuus seikkailuun. Itsensä kehittäminen on myös tärkeää. Vieraaseen maahan ja kulttuurin tutustuminen sekä kielten oppiminen ovat kulttuurisia motiiveja. Opintojen tai uran takia ulkomaille lähteville on tärkeää, että ulkomailla oleskelu todella tuo lisäarvoa opiskeluun ja että siitä on hyötyä myöhemmin työelämässä. Yleensä ulkomaille lähtöön opiskelijoita motivoivat kaikki nämä syyt yhdessä. (CIMO 2009, 14.) Nämä ulkomaille harjoitteluun lähdön syyt motivoivat varmasti myös Petroskoin valtionyliopiston matkailualan opiskelijoita. Heidän opintoihinsa ei kuulu pakollisia harjoittelujaksoja, vaan he voivat suorittaa harjoittelun vapaavalintaisina opintoina.

Uskomme harjoittelujakson Pohjois-Karjalassa kiinnostavan venäläisiä matkailualan opiskelijoita, koska suomalaisiin tapoihin, yrityskulttuuriin ja matkailutarjontaan tutustuminen on heille hyödyllistä myöhemmin työelämässä. Pohjoiskarjalaisten matkailutuotteiden markkinointi venäläisille on helpompaa, koska he ovat itse niihin tutustuneet paikanpäällä. Venäläisopiskelijat kehittävät harjoittelujaksojen avulla niin sanottua Suomi-osaamistaan.

5 Tutkimuksen tarkoitus ja tehtävä

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää pohjoiskarjalaisten matkailuyritysten halukkuutta tarjota harjoittelupaikkoja venäläisille matkailualan opiskelijoille. Kyselylomakkeessa tiedustelimme, millaista kielitaitoa harjoittelijoilta edellytetään, mihin aikaan vuodesta harjoittelijoille olisi tarvetta ja millaisia työtehtäviä yritykset heille voisivat tarjota. Halusimme lisäksi selvittää, onko yrityksillä aikaisempia kokemuksia venäläisistä harjoittelijoista ja millaisia ne ovat olleet. Tutkimuksella selvitimme myös muun muassa matkailuyritysten valmiutta järjestää opiskelijoille majoitukset ja ruokailut harjoittelujaksojen aikana. Lisäksi kysyimme, millaista hyötyä yritykset uskovat saavansa venäläisharjoittelijoilta yritystoiminnalleen.

Opinnäytetyön aihe perustuu ISAT:n Venäjä-osaamisen toimeksiantoon. Karelia-ammattikorkeakoulu on mahdollistanut harjoittelupaikkoja venäläisopiskelijoille syksystä 2011 lähtien. Nämä Petroskoin valtionyliopiston opiskelijat ovat työskennelleet pohjoiskarjalaisissa matkailualan yrityksissä. Yliopiston yhteydessä toimii ammatti-instituutti, jonka opiskelijoita aiotaan myös saada harjoittelujaksoille Pohjois-Karjalaan.

6 Tutkimukseen valitut yritykset

Aloitimme tutkimukseen valittavien yritysten etsinnän jakamalla Pohjois-Karjala pienempiin alueisiin, joita olivat Joensuun seutu, Lieksa, Koli, Juuka, Nurmes, Ilomantsi, Tohmajärvi ja Kitee. Näiltä alueilta etsimme internetiä hyödyntäen paikallisia matkailuyrityksiä. Lopulta kokosimme löytämämme yritykset yhteen ja valitsimme tiettyjen kriteerien mukaan niistä tutkimukseemme soveltuvat. Valitsimme kyselytutkimukseen 45 pohjoiskarjalaista matkailualan yritystä. Lisäksi halusimme ottaa tutkimukseen mukaan kaksi yritystä maakunnan rajojen läheisyydestä.

Ensimmäinen kriteeri valituille yrityksille oli se, että niissä harjoitetaan matkailullista toimintaa, jolloin ne sopivat tutkimuksemme tarkoitukseen. Tutkimus toimii apuna Karelialle harjoittelupaikkojen kartoittamisessa Pohjois-Karjalassa. Siksi halusimme valita tutkimukseemme yrityksiä, jotka olisivat potentiaalisia harjoittelupaikkoja venäläisopiskelijoille. Valintaperusteena olivat yrityksen riittävä koko ja mahdollisten työtehtävien monipuolisuus, jotta opiskelija kokisi harjoittelun mielekkäänä. Tämän arvioimisessa käytimme apuna omia kokemuksiamme harjoittelupaikoista matkailualan opiskelijoina. Kotisivujen perusteella arvioimme yritysten kokoa, resursseja ja kansainvälisten asiakkaiden määrää. Venäjän kielelle käännetyt kotisivut kertovat siitä, että venäläiset matkailijat ovat yritykselle tärkeitä. Tällaisten yritysten ajattelimme olevan kiinnostuneita venäläisopiskelijoista harjoittelijoina. Valitsimme tutkimukseen pääasiassa alueellisesti tunnettuja matkailuyrityksiä.

Pohjois-Karjalassa on paljon pieniä matkailuyrityksiä, minkä vuoksi emme voineet ottaa tutkimukseen vain kaikkein suurimpia. Erityisesti mökki- ja ohjelmapalveluyritysten määrä on maakunnassamme suuri, mutta ne ovat kooltaan hyvin pieniä mikroyrityksiä. Keskisuurten matkailuyritysten määrä Pohjois-Karjalassa on vastaavasti pieni. Jos olisimme ottaneet tutkimukseen vain suurimmat matkailuyritykset, olisi otos jäänyt suppeaksi. Jouduimme silti jättämään tutkimuksen ulkopuolelle paljon pieniä matkailuyrityksiä. Tutkimusjoukon yrityskoko vaihtelee yksinyrittäjistä isoihin lomakeskuksiin.

Valitsemamme yritykset sijoittuvat suurelta osin Joensuuhun sekä Kolin ympäristöön, eli Lieksa-, Juuka- ja Nurmes-akselille. Koli on Pohjois-Karjalan tärkein matkailullinen kohde, minkä takia alueen yritykset olivat itsestään selvästi mukana kyselyssämme. Joensuun alueelta taas löytyy paljon potentiaalisia harjoittelupaikkoja venäläisopiskelijoille, ja siksi halusimme ottaa niitä runsaasti mukaan kyselyymme. Valitsemamme yritykset koostuivat pääasiassa hotelleista, ohjelmapalvelu- ja luontomatkailuyrityksistä sekä leirintä- ja campingalueista. Monien näiden yritysten tarjontaan kuuluvat myös ravintola- ja juhlapalvelut. Lisäksi kyselyssämme mukana oli muun muassa mökkiyrityksiä ja matkatoimistoja.

Kaksi tutkimukseen valituista yrityksistä eivät kuulu maantieteellisesti Pohjois-Karjalaan. Toisen valitsimme sillä perusteella, että kyseinen yritys oli jo valmiiksi osoittanut kiinnostusta tarjoamaan harjoittelupaikkoja venäläisharjoittelijoille. Yritys on matkailutoiminnaltaan monipuolinen, sillä se tarjoaa mökkimajoitus-, caravan- ja ravintolapalveluita, sekä myös erilaisia aktiviteetteja. Toinen valitsemamme yritys sijaitsee Vuokatin lomakeskuksen yhteydessä. Vuokatti on matkailullisesti tärkeä kohde Kainuussa lähellä Pohjois-Karjalan rajaa ja venäläismatkailijat ovat merkittävä matkailijaryhmä alueella. Siksi otimme tämän kyseisen yrityksen mukaan tutkimukseemme.

7 Menetelmälliset valinnat

7.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa tavoitteena on ymmärtää tutkimuskohdetta sekä selittää sen käyttäytymistä ja päätösten syitä. Tutkittava joukko on usein pieni, mutta se analysoidaan tarkasti. Määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa puolestaan halutaan selvittää lukumääriä ja prosentiosuuksia. Koska tuloksilla pyritään tilastollisiin yleistyksiin, tulee otoksen olla tarpeeksi suuri. Laadullisessa tutkimuksessa sen sijaan tilastollisia yleistyksiä ei yritetä tehdä. Tutkittavat kootaankin yleensä harkinnanvaraisesti. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruutavoissa ei ole erotettavissa selvää rajaa, mutta kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen on useimmiten vähemmän strukturoitua (Heikkilä 2008, 17). Laadullisessa tutkimuksessa aineisto kerätään yleensä käyttämällä kyselyä, haastattelua, havainnointia tai erilaisiin dokumentteihin perustuvaa tietoa. Samassa tutkimuksessa voidaan käyttää useampaakin menetelmää rinnakkain. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71.) Kvalitatiivinen tutkimus ei jakaudu yhtä selvästi erottuviin vaiheisiin kuin kvantitatiivinen tutkimus vaan tutkija saattaa esimerkiksi jo aineistoa kerätessään joutua tekemään siitä tulkintoja (Heikkilä 2008, 18).

Opinnäytetyömme suoritettiin kyselytutkimuksena, joka analysoitiin laadullisin menetelmin. Siinä oli kuitenkin myös määrällisen tutkimuksen elementtejä. Kyselylomakkeessamme oli enemmän strukturoituja kysymyksiä kuin avoimia kysymyksiä, mutta tutkimusjoukko oli melko pieni ja se oli valittu omaa harkintaamme käyttäen. Emme siis pyrkineet tilastollisiin yleistyksiin vaan enemmänkin saamaan tietoa, millaisia odotuksia, mielipiteitä ja kokemuksia tutkittavilla oli.

7.2 Kyselytutkimus

Kysely on aineistonkeruutapa, joka tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Kyselyssä käytetään yleensä standardoituja eli vakioituja kysymyksiä eli kaikilta vastaajilta kysytään asioita samalla tavalla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193.) Kyselyn avulla kerätään tietoa esimerkiksi kohdehenkilöiden mielipiteistä, asenteista, ominaisuuksista tai käyttäytymisestä (Vilkkä 2007, 28).

Kyselytutkimus mahdollistaa laajan tutkimusaineiston keräämisen. Sen avulla voidaan tavoittaa suuri joukko ihmisiä ja kysyä montaa asiaa. Kyselyä pidetään myös tehokkaana menetelmänä, sillä tarkkaan suunniteltu lomake mahdollistaa aineiston nopean käsittelyn ja analysoinnin. Onnistuneen lomakkeen suunnittelu on kuitenkin aina aikaa vievää ja vaatii taitoa. Ongelmaksi saattaa muodostua lisäksi kato eli vastaamattomuus. Ei ole myöskään varmuutta, ovatko vastaajat ymmärtäneet vastausvaihtoehdot oikein tai vastanneet totuudenmukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

Kysely voidaan suorittaa perinteisesti ainakin kirje- eli postikyselynä tai kontrolloituna kyselynä (Hirsjärvi ym. 2009, 196). Nykyään on kuitenkin yhä yleisempää suorittaa kysely internetkyselynä. Sillä voidaan tutkia vain sellaista perusjoukkoa, jolla on mahdollisuus käyttää Internetiä. (Heikkilä 2008, 18.) Yksi internetkyselyn merkittävimmistä eduista on sen nopeus: kysely tavoittaa vastaajan nopeasti ja tulokset nähdään heti vastaamisen jälkeen. Myöskään erillistä tallennusvaihetta ei ole, jolloin virheetkin vähenevät. Erilaiset käytettävyysongel-

mat, kuten palvelun ruuhkautuminen, voivat kuitenkin haitata kyselyyn vastaamista. (Berndtson & Lounasmaa 2004.)

7.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Hyvän kyselylomakkeen tulee herättää vastaajan mielenkiinto tutkimusta kohtaan, joten sen tulisi olla ulkoasultaan selkeä, siisti ja houkutteleva. Jotta vastaajan mielenkiinto saataisiin heräämään, tulisi lomakkeen alkuun sijoittaa helpoja kysymyksiä. Näitä ovat esimerkiksi tosiasioita mittaavat kysymykset, joissa on annettu vastausvaihtoehdot valmiiksi. Lomakkeessa tulee olla selkeät vastausohjeet ja se ei saa olla liian pitkä. Kysymykset on numeroitu ja ne etenevät loogisesti. Lisäksi on tärkeää kysyä kerrallaan vain yhtä asiaa. (Heikkilä 2008, 48–49.)

Kysymysten harkitulla suunnittelulla voidaan vaikuttaa olennaisesti tutkimuksen onnistumiseen ja vastausprosenttiin (Hirsjärvi ym. 2009, 198). Kysymyksiä muotoillessaan tutkijan tulisi muistaa tutkimusaihe, tutkimusongelma, tutkimuskysymykset, teoria, tutkimuksen kohderyhmä, tutkittava kohde ja aineiston keräämisen paikka ja tapa (Vilkka 2007, 70). Jokaisen kysymyksen kohdalla tutkijan olisi hyvä arvioida, saadaanko kysymyksen avulla selvitettyä haluttu asia, edesauttaako sillä saatava tieto tutkimusongelman ratkaisua ja voisiko kenties toisenlainen kysymys olla parempi tämän tiedon saamiseksi (Taanila 2011, 21).

Tärkeintä kyselylomakkeessa on selvyys. Kysymysten pitäisi merkitä samaa kaikille vastaajille. Kysymyksistä pitäisi tehdä myös mieluummin mahdollisimman rajattuja sen sijaan, että kysyy asioita yleisellä tasolla. Tärkeää on kysyä kerrallaan vain yhtä asiaa ja tehdä kysymyksistä tarpeeksi lyhyitä. (Hirsjärvi ym. 2009, 202.) Kaikilla ihmisillä ei välttämättä ole mielipidettä joka asiaan, joten kyselyssä pitäisi muistaa tarjota ”ei mielipidettä” -vaihtoehto. Sanavalintaan kysymyksissä on myös syytä kiinnittää huomioita. Ammattikieltä, erikoissanastoa tai johdattelevia kysymyksiä tulee välttää. (Hirsjärvi ym. 2009, 203.)

Kysymyksien muotoiluun käytetään yleisimmin kolmea tapaa. Lomakkeessa voi olla avoimia kysymyksiä, monivalintakysymyksiä eli suljettuja kysymyksiä sekä asteikkoihin eli skaaloihin perustuvia kysymyksiä. Lisäksi mahdollisia ovat sekamuotoiset kysymykset. (Hirsjärvi ym. 2009, 198–200.)

Avoimissa kysymyksissä vastaamista on rajattu mahdollisimman vähän, jotta saataisiin vastauksiksi spontaaneja mielipiteitä. Silloin, kun vastausvaihtoehtoja ei tiedetä tarkkaan etukäteen, on hyvä käyttää avoimia kysymyksiä. Avointen kysymysten avulla voidaan saada uusia näkökulmia, mutta vastausten luokittelu on usein hankalaa. Tutkittavat saattavat myös helposti jättää vastaamatta avoimiin kysymyksiin. (Heikkilä 2008, 49.)

Suljetuissa kysymyksissä eli monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Tällaisista kysymyksistä käytetään myös nimitystä strukturoitu kysymys. Suljettujen kysymysten etuina on, että niihin on nopeaa vastata ja tulokset on helppo käsitellä. Haittoina voi olla luokittelun epäonnistuminen, vastaajien johdattelu, jonkin vaihtoehdon puuttuminen tai vastausten antaminen harkitsematta. Mahdollista on myös käyttää suljettujen ja avoimien kysymysten välimuotoa, jossa on valmiiden vastausvaihtoehtojen jälkeen avoin kysymys. Tutkija voi lisätä ”Muu, mikä?” -vaihtoehdon, jos hän ei ole varma, onko keksinyt kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2008, 50–52.)

Kyselylomake tulee aina testata etukäteen kohderyhmän edustajilla, minkä jälkeen havaitut virheet korjataan. Lomakkeen testaamisella pyritään selvittämään vastausohjeiden ja kysymysten selkeyttä ja yksiselitteisyyttä, vastausvaihtoehtojen toimivuutta, vastaamiseen kuluvaa aikaa ja lomakkeen raskautta. Lisäksi voidaan saada selville, onko lomakkeessa turhia kysymyksiä tai puuttuuko siitä kenties jokin olennainen kysymys. (Heikkilä 2008, 61.)

7.4 Tutkimuksen toteutus

Kysely toteutettiin Internetissä Typala-ohjelman avulla. Suunnittelemamme kyselylomake (liite 1) linkitettiin yrityksille lähetettyyn sähköpostiviestiin. Lomak-

keessa oli enimmäkseen strukturoituja eli suljettuja kysymyksiä, sillä niihin tutkittavien on nopeampi ja helpompi vastata. Lomake sisälsi myös kaksi avointa kysymystä, koska joitain asioita emme kokeneet järkeväksi kysyä suljetuilla kysymyksillä. Näihin kysymyksiin olisi ollut hankala määritellä vastausvaihtoehdot, emmekä halunneet johdatella vastaajaa. Halusimme saada selville nimenomaan vastaajan omat mielipiteet asiaan.

Valitsimme kyselyn tutkimuksemme menetelmäksi, koska se oli mielestämme sopivin tutkimuksen tavoitteen saavuttamiseksi. Sähköpostilla lähetettävällä kyselylomakkeella mahdollistuisi suurempi tutkimusjoukko ja saisimme näin enemmän vastauksia. Harkitsimme myös lomakehaastattelua, joka olisi suoritettu puhelimitse. Hylkäsimme kuitenkin tämän vaihtoehdon, koska halusimme yritysten vastaavan kyselyyn kaikessa rauhassa. Emme myöskään nähneet sen paremmuutta verrattuna internetkyselyyn, koska soitteluun olisi pitänyt varata niin paljon aikaa. Otimme kuitenkin puhelinhaastattelun tutkimukseemme täydentäväksi menetelmäksi, jotta vastausprosentti ei jäisi liian pieneksi.

Testasimme kyselylomakettamme Maaritin työpaikalla, joka on kyselymme kohderyhmää vastaava majoitus- ja ravitsemisalan yritys. Koska kysely oli tarkoitus toteuttaa lähettämällä siihen linkki sähköpostitse, halusimme selvittää erityisesti sen erottuvuutta yrityksiin saapuneiden sähköpostien joukosta. Tässä tärkeässä osassa oli viestissä oleva saatekirje (liite 2). Halusimme myös tietää, kuluiisiko vastaamiseen arvioimamme noin 5 minuuttia ja onko kyselylomake yleisesti selkeä ja helposti vastattava.

Kyselyämme testasi kaksi yrityksessä vastaavissa tehtävissä toimivaa henkilöä, joilta saimme molemmilta samankaltaista rakentavaa palautetta. Heidän mielestään saatekirjeen alku vaikutti liikaa mainokselta, mikä saattaa saada lukijan poistamaan viestin sitä loppuun asti lukematta. Olimme itsekkin tästä samaa mieltä ja muokkasimme tekstiä vähemmän markkinoivaksi. Muuten saimme saatteesta hyvää palautetta. Itse kyselylomake oli testaajista helposti täytettävä ja erityisesti suljettujen kysymysten suuri määrä oli heidän mielestään vastausprosenttia ehdottomasti kasvattava tekijä. Palautetta saimme yrityksen kokoaikaisen henkilöstön määrää koskevassa kysymyksessä. Tässä kysymyksessä

epäselvyyttä aiheutti nimenomaan käsite kokoaikainen, sillä yrityksessä on osaikaisia ympärivuotisia työntekijöitä. Kyselyn testaajat eivät siis olleet varmoja, keitä näihin kokoaikaisiin työntekijöihin tulee laskea. Päätimme kuitenkin olla muokkaamatta kysymystä Typalaan, koska uskoimme tulevien vastausten olevan muutenkin lähinnä vain arvioita henkilöstömäärästä. Saatteessa oleva arvioimme viiden minuutin vastausajasta oli testihenkilöidemme mielestä myös erittäin totuudenmukainen.

Kysely suoritettiin lokakuussa 2012 viikon 44 aikana. Lähetimme kyselyn 45 matkailualan yritykselle Pohjois-Karjalassa sekä kahdelle alan yritykselle maakunnan ulkopuolella. Huonon vastausprosentin vuoksi päätimme lähettää kyselyn vielä toistamiseen viikon lopussa. Viikolla 46 soitimme yrityksiin, jotka eivät olleet vastanneet, jotta saisimme paremman vastausprosentin. Kyselyyn vastasi loppujen lopuksi 20 yritystä, jolloin vastausprosentti kohosi 43 prosenttiin. Tavoittelemamme vastausprosentti oli 40, joten saavutimme tavoitteemme.

Analysoimme aineiston laadullisin menetelmin. Kyselylomakkeemme sisälsi pääasiassa suljettuja kysymyksiä, joten niiden analysointiin oli järkevintä käyttää kvantifiointia eli vastausten lukumäärien laskemista. Koska tutkimusaineistomme oli melko pieni, sen käsittelyyn ja analysoimiseen ei tarvittu erikseen tilastollisia ohjelmia, kuten SPSS:ää. Typala-ohjelman avulla saimme automaattisesti yhteenvedot kyselyn tuloksista ja pystyimme siirtämään ne sieltä suoraan Microsoft Excel -ohjelmaan. Käytimme tätä hyväksi, kun teimme tuloksia havainnollistavia kaavioita ja frekvenssitaulukoita. Analysointi perustui lähinnä lukumäärien laskemiseen. Prosenttiosuuksia emme pitäneet järkevänä laskea, sillä aineisto oli niin pieni. Ristiintaulukointia emme myöskään tehneet, mutta sen sijaan kokosimme eräänlaiset yhteenvetotaulukot kyselyn keskeisistä tuloksista, jotta toimeksiantajan olisi helpompi välittää harjoittelijoita tutkimukseen osallistuneisiin yrityksiin.

Kyselyn avointen kysymysten analysoinnissa käytimme teemoittelua. Tässä analysointimenetelmässä vastaukset teemoitellaan eli jäsennetään teemojen mukaisesti: jokaisen teeman alle kerätään kaikkien tutkimushenkilöiden vastaukset kyseiseen teemaan (Eskola & Vastamäki 2007, 42). Kyselyssä oli ainoas-

taan kaksi avointa kysymystä, joista toiseen tuli vastata vain, jos ei ollut kiinnostunut ottamaan harjoittelijaa. Siksi tähän kysymykseen emme saaneet kuin kaksi vastausta. Toiseen avoimeen kysymykseen vastasi useampi yritys, mutta vastausten määrä oli silti pieni, eivätkä vastaukset olleet pitkiä. Vastausten analysointi ei siis ollut työlästä. Pystyimme jakamaan vastaukset neljään eri teemaan, joiden pohjalta kirjoitimme yhteenvedon kysymyksen tuloksista.

8 Luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus muodostuu mittauksen validiteetista ja reliabiliteetista. Tutkimuksen validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä pitikin mitata. Kyselytutkimuksessa validiteettiin vaikuttaa olennaisesti se, onko kyselylomakkeen laatimisessa onnistuttu. Tutkimuksen reliabiliteetti puolestaan tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa tuloksia, jotka eivät ole sattumanvaraisia. Mittaustulosten täytyy siis olla toistettavissa. Reliabiliteettia voidaan arvioida tutkimuksen jälkeen esimerkiksi laskemalla korrelaatiokerroin kahden samaa asiaa mittaavan kysymyksen välillä. Aineiston hankintavaiheessa voi kuitenkin sattua erilaisia virheitä, jotka alentavat tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen kokonaisluotettavuus on yleisesti ottaen hyvä, jos otos on edustava, vastausprosentti korkea, kysymykset mittaavat oikeita asioita ja virheitä on mahdollisimman vähän. (Heikkilä 2008, 185–188.)

Kyselytutkimuksemme vastausprosentti jäi melko alhaiseksi, mutta se ei alenna tutkimuksen luotettavuutta. Emme pyrkineet tilastollisiin yleistyksiin vaan selvittämään lähinnä yrityskohtaisia mielipiteitä. Kyselytutkimuksissa mittauksen reliabiliteettia voivat heikentää esimerkiksi kysymysten väärinymmärtäminen, vastaajan huono motivaatio, vastausilanne- ja paikka sekä kysyjän mahdollinen vaikutus vastauksiin (Taanila 2011, 27). Vaikka suunnittelimme kyselylomakkeen hyvin ja mittasimme sillä oikeita asioita tutkimuksen tarkoitusta ajatellen, vastaajan huono motivaatio ja kiire vastaushetkellä ovat voineet heikentää tutkimuksen reliabiliteettia. Kyselylomakkeemme oli mielestämme selkeä, eikä väärinymmärryksiä pitäisi olla syntynyt. On tietenkin mahdollista, että joidenkin

kysymysten kohdalla vastaaja on voinut tulkita kysymyksen eri tavalla kuin tarkoitimme. Erityisesti kysymyksessä koskien yrityksen henkilöstömäärää, käsite kokoaikainen on voinut olla monitulkintainen.

Tutkimuksemme eettisenä kysymyksenä oli yksittäisten yritysten tunnistaminen vastausten joukosta. Kyselyssä saattoi tulla ilmi sellaisia näkemyksiä, joita yritys ei halua tuoda julkisuuteen. Tämän takia informoimme yrityksiä tietojen käytöstä ja niiden hyödyntämisestä jo kyselyn saatekirjeessä. Tutkimuksemme tarkoituksen kannalta oli kuitenkin tärkeää, että pystyimme yhdistämään vastaukset yrityksiin. Lupasimme yrityksille, että opinnäytetyöraportissamme ei näy yksittäisten yritysten vastauksia, vaan niistä kootut yhteenvedot ja analyysit. Mielestämme yksittäisiä yrityksiä ei pysty tunnistamaan opinnäytetyöstämme. Kyselyn tarkat, yrityskohtaiset vastaukset tulivat vain Karelia-ammattikorkeakoulun käyttöön harjoittelupaikkojen mahdollistamisen avuksi.

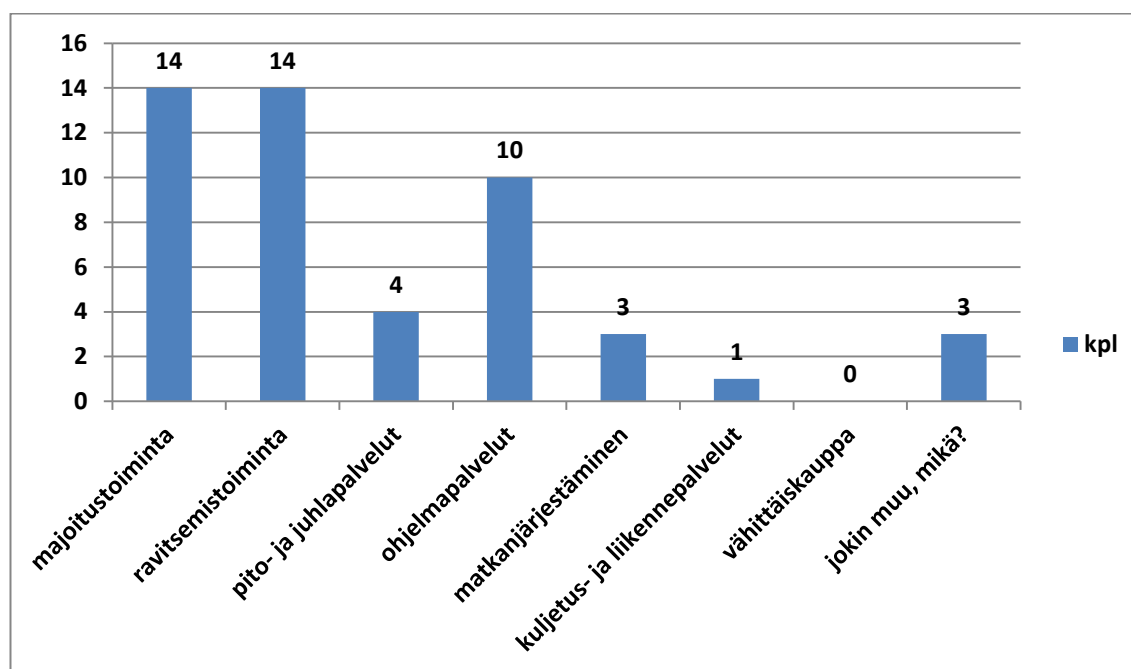
9 Tulokset ja tulosten tarkastelu

9.1 Taustatiedot yrityksistä

Kyselylomakkeen alussa vastaajan tuli kertoa oma nimensä ja yrityksen nimi sekä hänen asemansa kyseisessä yrityksessä. Noin puolet vastaajista (11 kappaletta) olivat asemaltaan toimitusjohtajia tai yrittäjiä. Näiden lisäksi kyselyyn oli vastannut muita yrityksiensä johtotehtävissä toimivia henkilöitä. Vastauksissa esiintyi muun muassa tittleitä hotelli- ja ravintolapäällikkö, vastaanottopäällikkö sekä kongressipäällikkö.

Seuraavaksi tiedustelimme, mitä toimintaa yritys harjoittaa. Vastaaja sai valita enintään kolme tärkeintä toiminta-aluetta valmiista vaihtoehtoista. Tarjolla oli myös vaihtoehto *jokin muu, mikä*. Kuviosta 4 voi havaita, että suurin osa yrityksistä ilmoitti tarjoavansa majoitustoimintaa (14 vastausta) sekä yhtä suuri osa ravitsemustoimintaa (14 vastausta). Kolmanneksi eniten vastanneet yritykset tarjoavat ohjelmapalveluita, joita ilmoitti tarjoavansa 10 yritystä. Pito- ja juhla-

palvelut kuuluvat neljän sekä matkanjärjestäminen kolmen yrityksen palveluihin. Vain yksi yritys kertoi järjestävänsä kuljetus- ja liikennepalveluita, ja kolme yritystä valitsi vaihtoehdon *jokin muu, mikä*. Näissä vastauksissa ilmoitettiin matkailupalvelut, anniskelutoiminta sekä kuvaus- ja katselutoiminta, jolla yrittäjä tarkoittanee eläinten luontokuvausta ja katselua. Vähittäiskauppa ei kuulunut yhdenkään yrityksen kolmen tärkeimmän toiminta-alueen joukkoon.

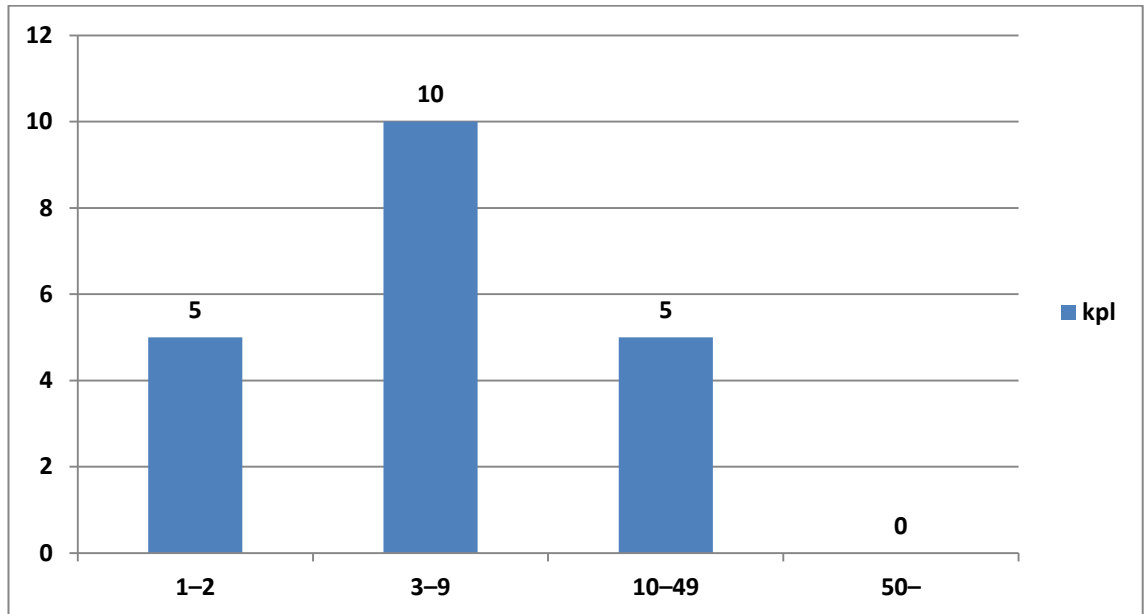


Kuvio 4. Yritysten (n = 20) vastaukset kysymykseen ”Mitä toimintaa yrityksenne harjoittaa? Valitse max. 3 tärkeintä.”

Selvitimme kyselyn taustatiedoissa myös yrityksen henkilöstömäärää, ja tämän tulokset näkyvät kuviossa 5. Luokitteluvälien perusteena käytimme virallisia yrityskokomääritelmiä. Ensimmäisellä luokitteluvälillä (1–2) halusimme selvittää, miten moni matkailuyritys on vain yksinyrittäjän voimin toimiva tai yrittäjäjohtoinen perheyrittäjä. Virallisen yrityskokomääritelmän mukaan mikroyrityksellä tarkoitetaan yritystä, jonka palveluksessa on vähemmän kuin 10 työntekijää ja pienellä yrityksellä vähemmän kuin 50 työntekijää. Tätä suuremmat ovat pk-yrityksiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

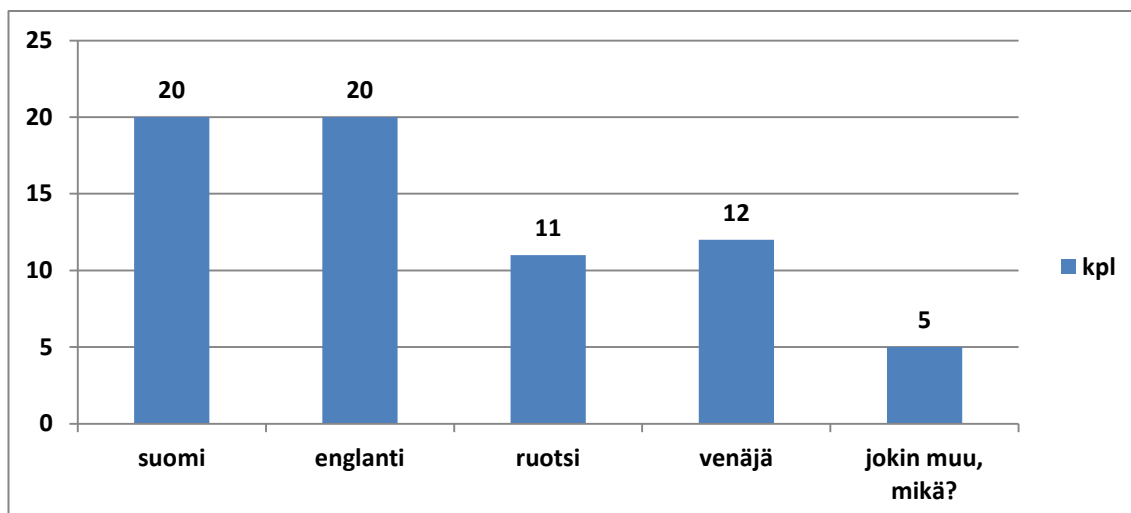
Kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä yli puolet eli 15 ovat henkilöstömääränsä perusteella mikroyrityksiä (kuvio 5). Tähän määrään on laskettu kahteen ensimmäiseen henkilöstökokoluokkaan kuuluvat yritykset. Näiden joukosta viisi

yritystä ovat 1–2 hengen yrityksiä. Pieniä, eli 10–49 työntekijän yrityksiä oli 5 kappaletta. Yhtään yli 50 työntekijän yritystä ei osallistunut tutkimukseemme.



Kuvio 5. Yritysten (n = 20) vastaukset kysymykseen ”Kuinka monta henkilöä yrityksenne työllistää kokoaikaisesti?”

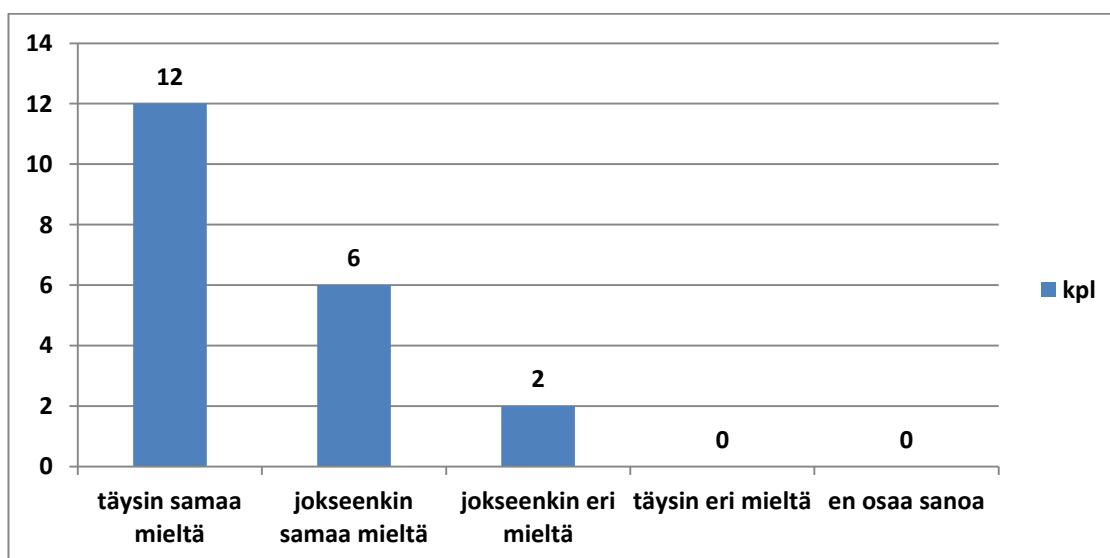
Seuraavaksi selvitimme, millä kielillä matkailuyritykset voivat palvella asiakkaitaan. Kaikkien yritysten palvelukieliin kuuluvat tavallisesti suomi ja englanti (kuvio 6). Venäjänkielisiä asiakkaita pystyi heidän äidinkielellään palvelemaan 12 yritystä, kun taas ruotsin kielen taitajia löytyy 11 yrityksestä. Näiden kielten lisäksi viisi yritystä vastasi voivansa palvella asiakkaitaan myös saksan ja yksi ranskan kielellä.



Kuvio 6. Yritysten (n = 20) vastaukset kysymykseen ”Millä kielillä voitte palvella asiakkaitanne?”

9.2 Venäläisten asiakkaiden merkitys

Seuraavassa kohdassa halusimme selvittää venäläisten asiakkaiden merkitystä vastanneelle yritykselle. Tätä selvitimme väittämällä *Venäläiset ovat yrityksellemme tärkeä asiakasryhmä*. Vastaaja pystyi valitsemaan väittämään sopivimman vastauksen vaihtoehdoista *täysin samaa mieltä*, *jokseenkin samaa mieltä*, *jokseenkin eri mieltä*, *täysin eri mieltä* sekä *en osaa sanoa*.



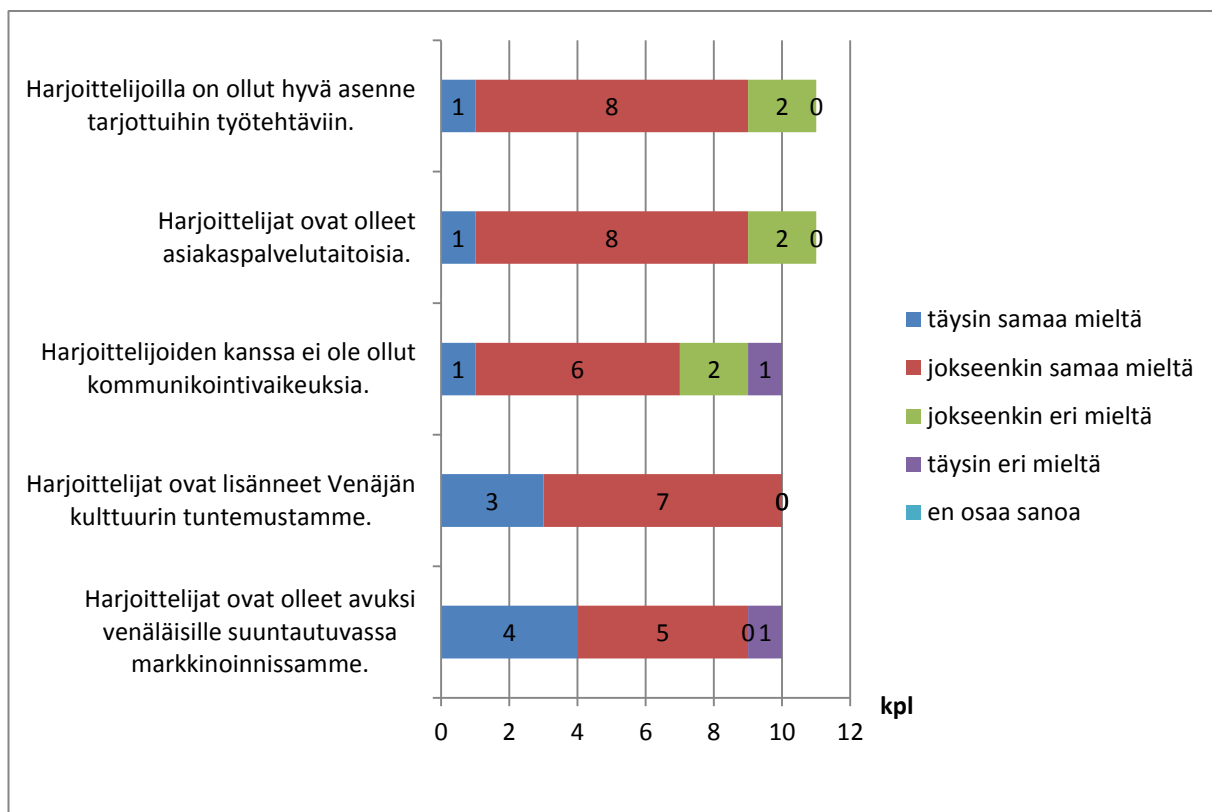
Kuvio 7. Yritysten (n = 20) vastaukset väittämään ”Venäläiset ovat yrityksellemme tärkeä asiakasryhmä.”

Yrityksistä yli puolet eli 12 olivat valinneet vaihtoehdon *täysin samaa mieltä*. Kuusi yritystä oli väittämistä *jokseenkin samaa mieltä* ja kaksi *jokseenkin eri mieltä*. Vaihtoehtoja *täysin eri mieltä* ja *en osaa sanoa* ei yksikään yritys ollut valinnut. Kokonaisuudessaan venäläisten asiakkaiden merkitys voidaan siis nähdä tärkeäksi tai ainakin melko tärkeäksi kyselyyn osallistuneille matkailuyrityksille.

9.3 Kokemukset venäläisharjoittelijoista

Halusimme tietää, onko yrityksessä ollut aikaisemmin venäläisiä harjoittelijoita. Tähän vastaaja pystyi valitsemaan yksinkertaisesti vaihtoehdoista *kyllä* tai *ei*. Vastaukset jakaantuivat melkein tasan, sillä 11 yritystä ilmoitti tarjonneensa aiemmin paikan venäläisharjoittelijalle. Yhdeksällä yrityksellä ei heistä ollut aikaisempaa kokemusta. Lisäksi tiedustelimme yritysten kokemuksia venäläisharjoittelijoista. Tätä selvitimme viiden väittämän avulla, joihin kaikkiin yritys pystyi vastaamaan *täysin samaa mieltä*, *jokseenkin samaa mieltä*, *jokseenkin eri mieltä*, *täysin eri mieltä* ja *en osaa sanoa*.

Kuviossa 8 näkyvät kysymyksen väittämät vastauksineen. Ensimmäinen väittämä oli *Harjoittelijoilla on ollut hyvä asenne tarjottuihin työtehtäviin*. Tähän vastasi 11 yritystä, joista suurin osa eli 8 oli väittämän kanssa *jokseenkin samaa mieltä*. Yksi yritys kertoi olevansa *täysin samaa mieltä*, ja kaksi yritystä oli väittämästä *jokseenkin eri mieltä*. *Harjoittelijat ovat olleet asiakaspalvelutaitoisia* -kohdassa vastaukset jakaantuivat täsmälleen samalla tavalla.



Kuvio 8. Yritysten vastaukset väittämiin ”Kokemuksemme venäläisharjoittelijoista.”

Seuraavassa väittämässä *Harjoittelijoiden kanssa ei ole ollut kommunikointivaikeuksia* vastaukset olivat jakaantuneemmat. Yksi yritys vastasi olevansa täysin samaa mieltä ja kuusi yritystä jokseenkin samaa mieltä. Kuitenkin kolme yritystä vastasi että heillä on ollut jonkinlaisia kommunikointivaikeuksia venäläisharjoittelijoiden kanssa; kaksi yritystä oli väittämästä jokseenkin eri mieltä ja yksi täysin eri mieltä.

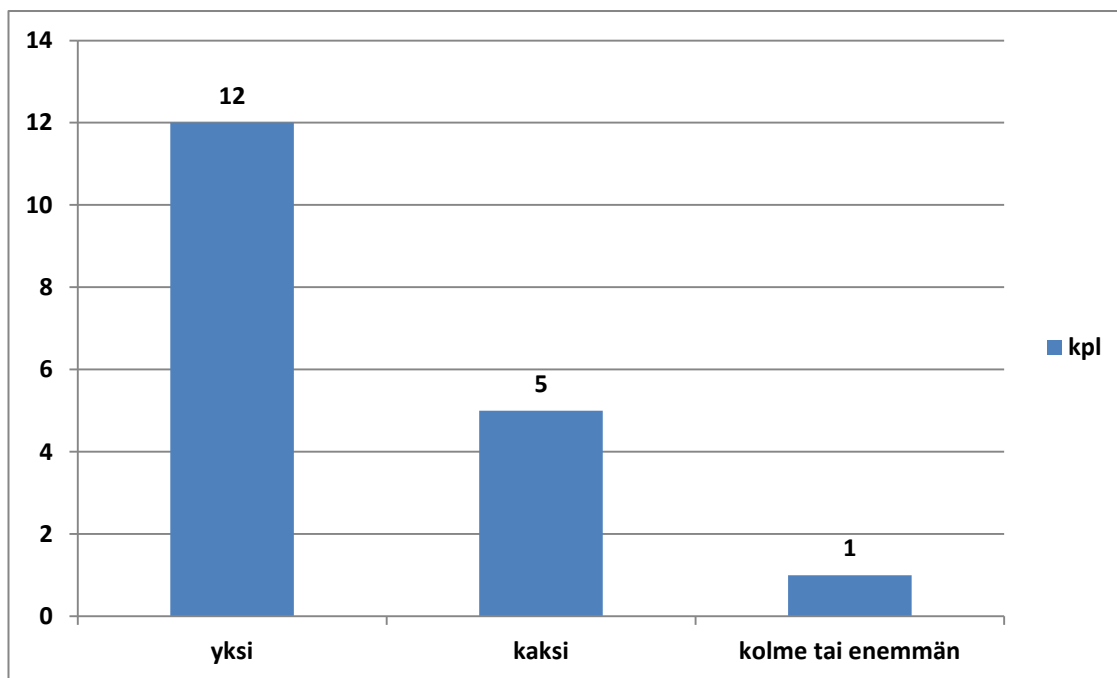
Väittämään *Harjoittelijat ovat lisänneet Venäjän kulttuurin tuntemustamme* saimme 10 vastausta. Harjoittelijat ovat olleet yrityksille tässä asiassa avuksi, sillä jopa kolme yritystä oli väittämästä täysin samaa mieltä ja seitsemän jokseenkin samaa mieltä. Yksikään yritys ei ollut asiasta eri mieltä. Yrityksiltä saimme myönteisiä vastauksia myös väittämään *Harjoittelijat ovat olleet avuksi venäläisille suuntautuvassa markkinoinnissamme*. Tähänkin saimme 10 vastausta, joista neljä oli täysin samaa mieltä ja viisi jokseenkin samaa mieltä. Yksi yritys oli kuitenkin sitä mieltä, ettei harjoittelijoista ole ollut mitään apua markkinoinnin suuntaamisessa venäläisille.

9.4 Halukkuus ottaa venäläisharjoittelija

Halusimme kyselyllä erityisesti selvittää, olisiko yritys kiinnostunut tarjoamaan harjoittelupaikan venäläiselle matkailualan opiskelijalle. Tähän yritys pystyi vastaamaan yksinkertaisesti *kyllä* tai *ei*. Yrityksistä 19 vastasi kysymykseen *kyllä* ja vain yksi vastasi *ei*. Tästä voisi päätellä, että kyselyyn vastasivat ne yritykset, jotka alun perinkin olivat kiinnostuneita ottamaan venäläisharjoittelijan.

Kielteisesti edelliseen kysymykseen vastanneilta yrityksiltä halusimme tiedustella mahdollisia esteitä venäläisharjoittelijan ottamiselle. Tähän oli vastannut kaksi yritystä, eli myös yksi sellainen yritys, joka kuitenkin olisi kiinnostunut ottamaan venäläisharjoittelijan. Toisessa vastauksessa kerrottiin esteenä harjoittelijan ottamiseksi olevan työtehtävien riittämättömyys, kun taas toinen yritys kertoi olevansa mahdollisesti kiinnostunut tarjoamaan harjoittelupaikkaa, jos heillä olisi venäläisiä asiakkaita.

Selvitimme, kuinka monta harjoittelijaa yritys pystyisi ottamaan samanaikaisesti yritykseensä. Kysymys oli monivalintakysymys, jossa oli kolme vastausvaihtoehtoa: *yksi*, *kaksi* ja *kolme tai enemmän*. Kysymykseen ei tarvinnut vastata, jos yritys ei ollut kiinnostunut ottamaan venäläistä harjoittelijaa, joten yksi yritys ei vastannut kysymykseen. Lisäksi yksi yritys oli jättänyt kohtaan vastaamatta. Näin ollen vastauksia saatiin yhteensä 18. Vastajista suurin osa eli 12 valitsi vaihtoehdon *yksi* (kuvio 9). Toiseksi eniten vastauksia (5 kappaletta) tuli vaihtoehtoon *kaksi* ja vaihtoehdon *kolme tai enemmän* valitsi vain yksi yrityksistä.

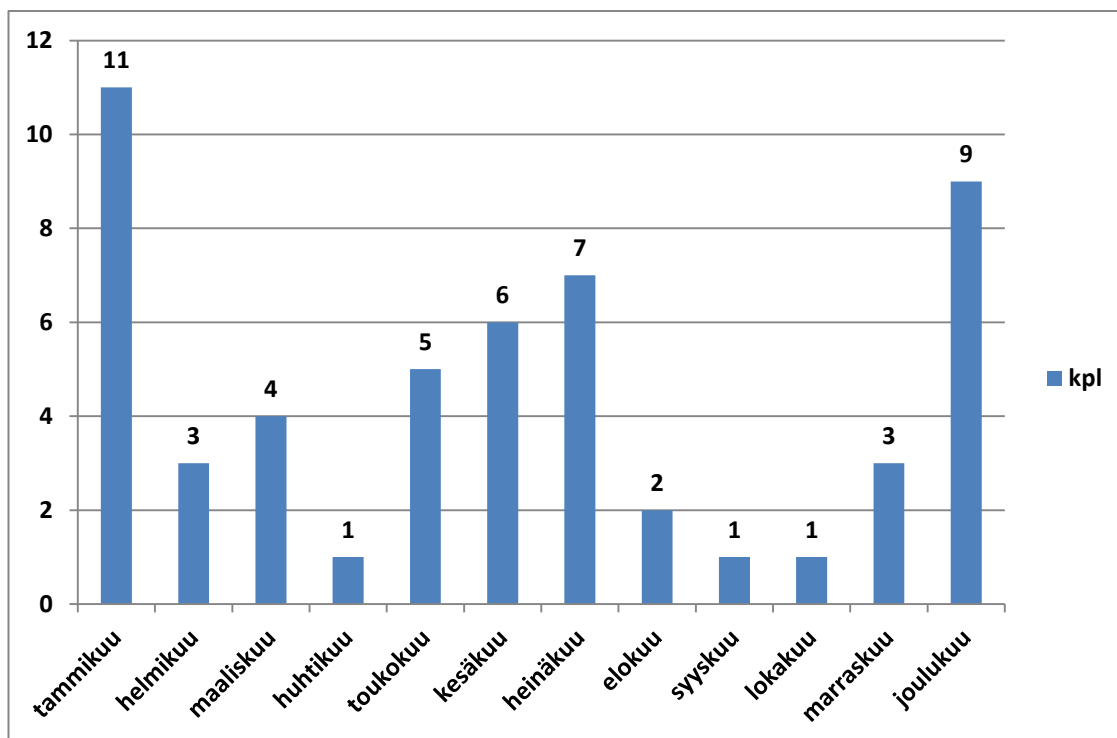


Kuvio 9. Yritysten (n = 18) vastaukset kysymykseen ”Kuinka monta harjoittelijaa pystyisitte ottamaan samanaikaisesti yritykseenne?”

Lomakkeen viimeisenä kysymyksenä tiedustelimme, haluavatko yritykset, että Karelia-amk ottaa heihin yhteyttä sopivan harjoittelijan löytyessä. Kysymykseen vastasi 19 yritystä. Vaihtoehtoina olivat *kyllä* ja *ei*. Melkein kaikki yritykset vastasivat *kyllä* (18 vastausta) ja vain yksi yritys *ei*. Kyselyyn vastanneista kaikki yhtä lukuun ottamatta olivat kiinnostuneita ottamaan venäläisharjoittelijan yritykseensä, joten itsestään selvästi melkein kaikki toivoivat myös yhteydenottoa.

9.5 Harjoittelun ajankohta ja kesto

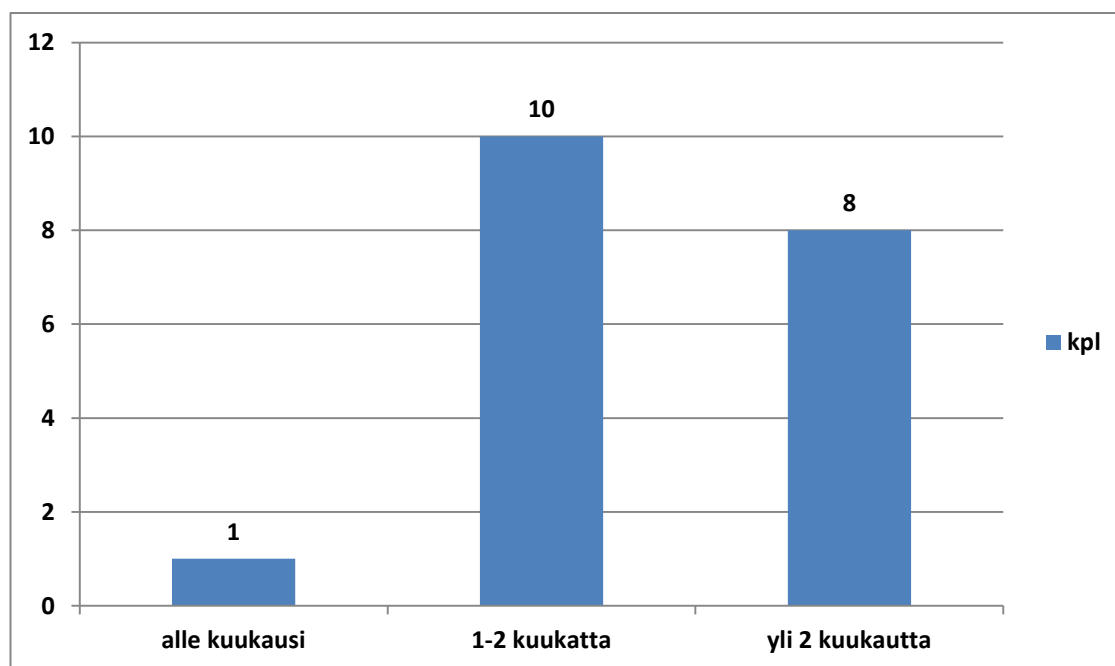
Kysyimme yrityksiltä, mihin aikaan vuodesta niillä olisi eniten tarvetta harjoittelijoille. Vastausvaihtoehdoiksi listasimme kaikki kuukaudet, joista sai valita enintään kolme kappaletta, minkä suurin osa vastaajista tekikin. Neljä yritystä oli valinnut vain kaksi tärkeintä kuukautta.



Kuvio 10. Yritysten (n = 20) vastaukset kysymykseen ”Mihin aikaan vuodesta teillä olisi eniten tarvetta harjoittelijoille?”

Kuviosta 10 näkee, että selvästi useimmin oli valittu tammikuu (11 vastausta) sekä joulukuu (9 vastausta). Seuraavaksi eniten vastauksia tuli heinäkuulle (7 kappaletta), kesäkuulle (6 kappaletta) ja toukokuulle (5 kappaletta). Maaliskuu valittiin 4 kertaa, helmikuu ja marraskuu 3 kertaa, elokuu 2 kertaa ja huhti-, syys- ja lokakuu kerran.

Halusimme seuraavaksi selvittää, miten pitkiä harjoittelujaksoja yritykset pystyivät tarjoamaan venäläisopiskelijoille. Monivalintakysymyksen vastausvaihtoehtoina olivat *alle kuukausi*, *1–2 kuukautta* ja *yli 2 kuukautta*. Kysymykseen vastasi 19 yrityksistä. Suurin osa vastauksista jakautui aika tasan kahden viimeisen vaihtoehdon välillä: 10 yrityksistä vastasi *1–2 kuukautta* ja 8 *yli 2 kuukautta* (kuvio 11). Vain yksi yritys valitsi vaihtoehdon *alle kuukausi*.

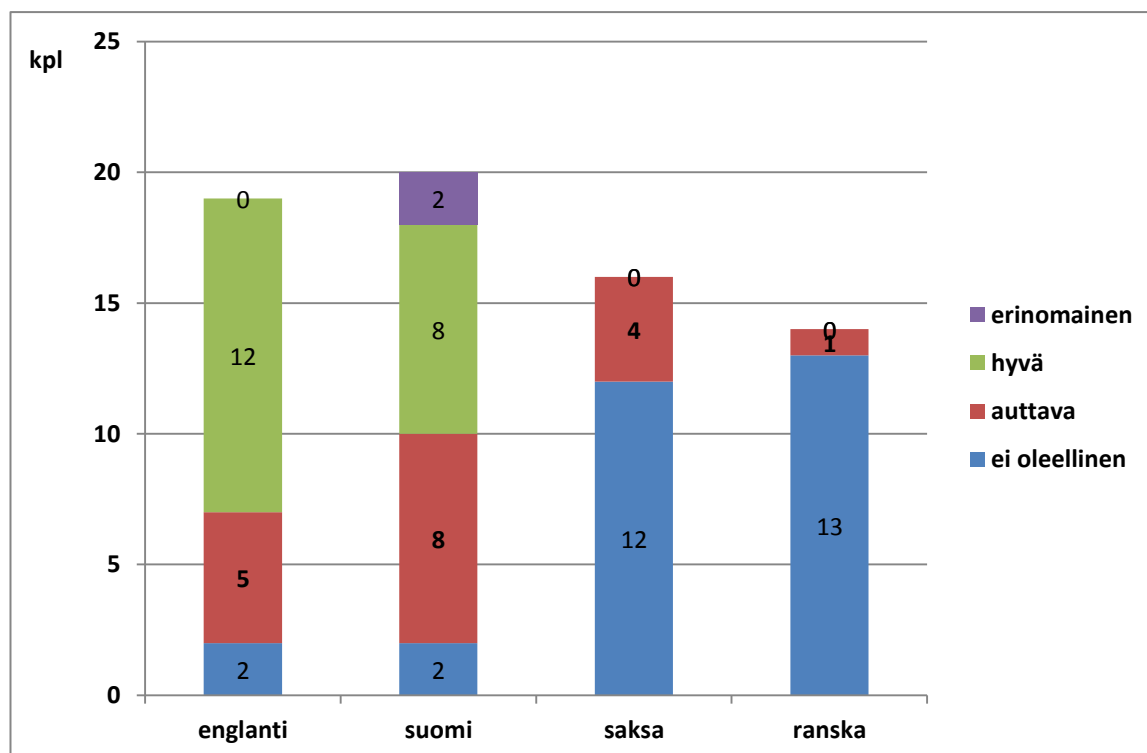


Kuvio 11. Yritysten (n = 19) vastaukset kysymykseen ”Miten pitkiä harjoittelujaksoja pystyisitte tarjoamaan opiskelijoille?”

9.6 Harjoittelijan kielitaito ja työtehtävät

Tiedustelimme, millaista kielitaitoa yritykset edellyttävät venäläisharjoittelijoilta. Kysymyksessä oli neljä kielivaihtoehtoa: englanti, suomi, saksa ja ranska. Yritysten tuli valita jokaisen kielen kohdalla vaihtoehtoista *erinomainen*, *hyvä*, *auttava* tai *ei oleellinen*. Kaikki yritykset eivät vastanneet jokaiseen kielivaihtoehtoon.

Ensimmäisenä kohtana kysymyksessä oli englanti. Tähän kohtaan vastasi 19 yritystä. Suurin osa yrityksistä eli 12 ilmoitti edellyttävänsä hyvää englannin kielen taitoa (kuvio 12). Toiseksi eniten vastauksia (5 kappaletta) sai vaihtoehto *auttava*. Vain kaksi yritystä vastasi *ei oleellinen* ja yksikään yrityksistä ei edellyttänyt erinomaista englannin kielen taitoa.



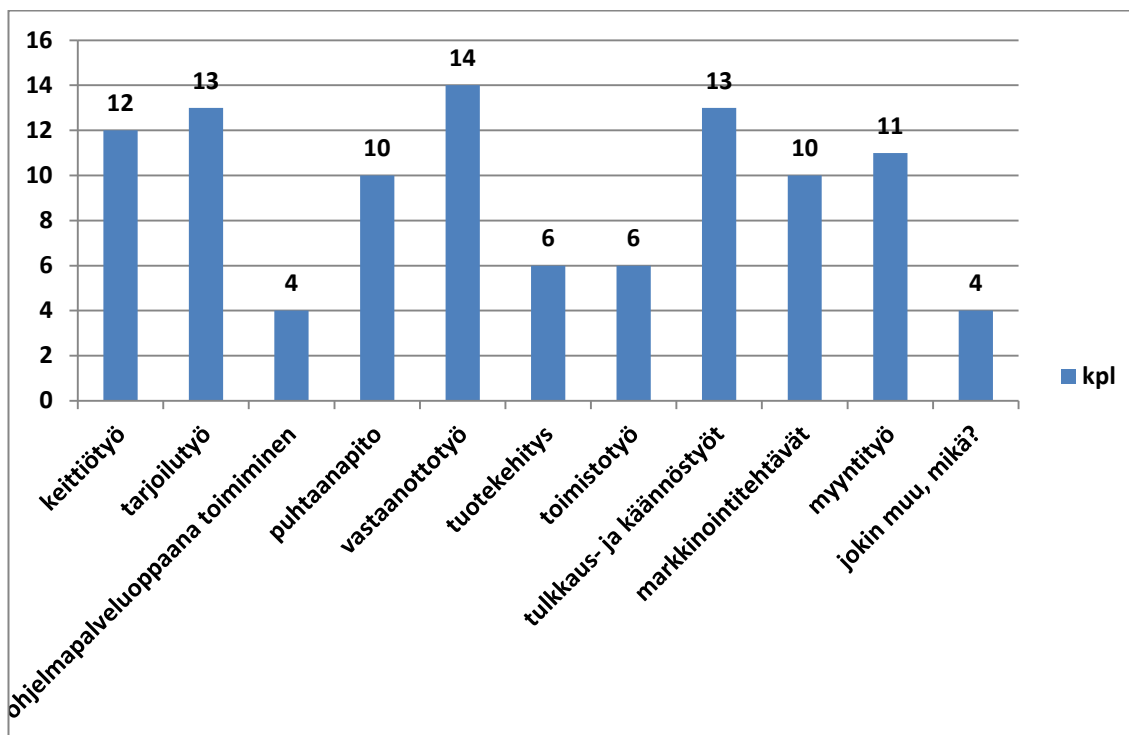
Kuvio 12. Yritysten vastaukset kysymykseen ”Millaista kielitaitoa edellytätte venäläisharjoittelijoilta?”.

Toinen kohta kielitaitokysymyksessä oli suomi. Yrityksistä 19 vastasi tähän kohtaan. Kuvioista 12 voidaan nähdä, että vaihtoehdot *hyvä* ja *auttava* saivat eniten vastauksia, molemmat 8 kappaletta. Selvästi vähemmän vastauksia tuli vaihtoehtoihin *erinomainen* ja *ei oleellinen*: molempiin vaihtoehtoihin vastasi kaksi yritystä.

Kolmantena kohtana kysymyksessä oli saksa. Tähän kohtaan kaikki yritykset eivät vastanneet ollenkaan. Vastauksia saatiin 16. Kuvioista 12 voi nähdä, että selvästi enemmistö vastaajista ilmoitti, ettei saksan kielen taito ole oleellinen (12 vastausta). Auttavaa saksan kielen taitoa edellytti neljä yrityksestä. Kukaan yrityksistä ei vastannut tähän kohtaan *erinomainen* tai *hyvä*.

Neljäs kohta koski ranskan kielen taitoa. Tähän kohtaan vastasi vain 14 yritystä. Melkein kaikki vastaajista eli 13 ilmoittivat, ettei ranskan kielen taito ole oleellinen (kuvio 12). Vain yksi yritys vastasi *auttava*. Erinomaista tai hyvää taitoa ei edellyttänyt yksikään yrityksistä.

Kysyimme yrityksiltä, millaisia työtehtäviä niillä olisi tarjota venäläisharjoittelijalle. Kysymyksessä oli 11 vaihtoehtoa, joista yritykset saivat valita niin monta vaihtoehtoa kuin halusivat. Vaihtoehtoina olivat *keittiötyö*, *tarjoilutyö*, *ohjelmapalveluoppaana toimiminen*, *puhtaanapito*, *vastaanotto*, *tuotekehitys*, *toimistotyö*, *tulkkaus- ja käännöstyöt*, *markkinointitehtävät* (esim. *kotisivut*, *Facebook*, *esitteet*), *myyntityö* (*tarjouskirjeet*, *sähköposti*, *puhelut*) ja *jokin muu, mikä?*



Kuvio 13. Yritysten (n = 19) vastaukset kysymykseen ”Millaisia työtehtäviä teillä olisi tarjota venäläisharjoittelijalle?”

Kuviosta 13 nähdään, että vastaukset jakaantuivat kaikille vaihtoehdoille. Eniten vastauksia eli 14 keräsi vaihtoehto *vastaanotto*. 13 kertaa vastattiin vaihtoehdot *tarjoilutyö* ja *tulkkaus- ja käännöstyöt* ja 12 kertaa vaihtoehto *keittiötyö*. Seuraavaksi eniten vastauksia tuli vaihtoehdolle *myyntityö* (11 vastausta) sekä vaihtoehdoille *puhtaanapito* ja *markkinointitehtävät* (molemmille 10 vastausta). Vähiten vastauksia keräsivät vaihtoehdot *tuotekehitys* ja *toimistotyö* (molemmat 6 vastausta) sekä vaihtoehdot *ohjelmapalveluoppaana toimiminen* ja *jokin muu, mikä?* (molemmat 4 vastausta). Vaihtoehtoon *jokin muu, mikä?* vastattiin kahvi-vastaanottoapulainen, matkailuneuvonta, rinnetyö sekä apuopas/ohjaaja. Kysymykseen vastasi yhteensä 19 yritystä.

9.7 Palkkaus, matkakulut, majoitus ja ateriat

Seuraavilla kysymyksillä selvitimme yrityksen halukkuutta maksaa palkkaa, korvata matkakuluja sekä tarjota harjoittelijalle majoitus ja maksuttomat ateriat. Kysymykseen *Olisiko yrityksenne halukas maksamaan harjoittelusta palkkaa?* vastasi 18 yritystä. Kysymyksessä oli yksinkertaisesti vaihtoehdot *kyllä* ja *ei*. Taulukosta 1 nähdään, että suurin osa yrityksistä vastasi *ei* (14 vastausta) ja selvästi vähemmistö *kyllä* (4 vastausta). Kysymyksen tulos vastasi hypoteesiamme, mutta meidät yllätti se, että kuitenkin 4 yrityksistä olisi valmis maksamaan palkkaa.

Taulukko 1. Yhteenveto yritysten vastauksista palkkaa, matkakuluja, aterioita ja majoitusta koskeviin kysymyksiin.

	kyllä	ei
Olisiko yrityksenne halukas maksamaan harjoittelusta palkkaa?	4	14
Olisitteko valmiita korvaamaan matkakulut (n. 100-200 e) harjoittelijalle?	12	5
Onko yrityksenne valmis järjestämään harjoittelijalle maksuttomat ateriat harjoittelujakson aikana?	15	4
Olisiko teidän mahdollista järjestää harjoittelijalle majoitus harjoittelujakson ajaksi?	11	7
Kiinnostus yhteistyöhön alueen muiden yritysten kanssa majoituksen ja ruokailujen järjestämiseksi harjoittelijalle.	7	7

Matkakulujen korvaamiseen liittyvään kysymykseen vastasi 17 yritystä. Vaihtoehtoina kysymyksessä olivat *kyllä* ja *ei*. Yrityksistä 12 vastasi *kyllä* ja 5 yritystä *ei* (taulukko 1). Tulos vastasi ennakko-oletuksiamme, sillä uskoimme, että suurin osa yrityksistä ei ole halukas maksamaan palkkaa harjoittelijalle mutta on kuitenkin valmis korvaamaan matkakulut.

Halusimme myös selvittää, ovatko yritykset valmiita järjestämään harjoittelijalle maksuttomat ateriat harjoittelujakson aikana. Tässäkin kysymyksessä oli vaih-

toehdot *kyllä* ja *ei*. Kysymykseen vastasi 19 yritystä. Taulukosta 1 nähdään, että suurin osa eli 15 yritystä vastasi *kyllä* ja selvästi vähemmistö eli 4 yritystä vastasi *ei*. Oli odotettavissa, että suurin osa yrityksistä olisi halukas järjestämään maksuttomat ateriat harjoittelijalle, jos he eivät olisi valmiita maksamaan palkkaa.

Seuraavaksi kysyimme, olisiko yrityksen mahdollista järjestää harjoittelijalle majoitus harjoittelujakson ajaksi. Kysymyksessä oli vaihtoehdot *kyllä* ja *ei*. Kysymykseen vastasi 18 yritystä. Taulukosta 1 voidaan havaita, että 11 yrityksistä vastasi *kyllä* ja 7 valitsi vaihtoehdon *ei*. Tässä kysymyksessä vastaukseen varmasti vaikutti se, onko yrityksellä majoitustoimintaa. Esimerkiksi hotellin voisi olettaa pystyvän järjestämään majoituksen harjoittelijalle.

Ehdotimme yrityksille kyselyn lopuksi mahdollisuutta ottaa yhteisiä harjoittelijoita alueen muiden yritysten kanssa, jolloin majoitusalan yritys voisi järjestää majoituksen ja ravitsemispalveluita tarjoava yritys ruokailut. Kysymyksessä oli lyhyesti selitetty tämä ajatus, jonka jälkeen oli väittämä: *Yrityksemme on kiinnostunut tällaisesta vaihtoehdosta*. Vastausvaihtoehtoina väittämässä oli *kyllä* ja *ei*. Kysymykseen vastasi 14 yritystä. Vastaukset jakaantuivat puoliksi molempiin vaihtoehtoihin: 7 yrityksistä vastasi *kyllä* ja 7 vastasi *ei* (taulukko 1).

9.8 Yritysten kokemat hyödyt venäläisharjoittelijoista

Kyselyn lopussa tiedustelimme yrityksiltä avoimella kysymyksellä, miten he uskoisivat hyötyvänsä venäläisestä harjoittelijasta. Tähän kohtaan saimme 13 vastausta, tosin yksi vastaaja kirjoitti ainoastaan *Huono kysymys*. Kysymyksemme saattoi olla huonosti muotoiltu tästä vastauksesta ja muutenkin vastausten vähäisyydestä päätellen. Avoimeen kysymykseen on myös helppo jättää vastaamatta.

Päällimmäisenä vastauksissa nousi esiin venäjän kieli ja sen hyödyntäminen asiakaspalvelussa. Suoraan tämä oli ilmaistu kuudessa vastauksessa, ja epäsuorasti monessa muussa vastauksessa. Yritykset ajattelivat venäläisten har-

joittelijoiden olevan avuksi etenkin venäläisasiakkaiden palvelussa heidän omalla kielellään. Yritykset uskovat harjoittelijoiden olevan avuksi myös erilaisissa käännöstöissä ja tulkkauksissa.

Venäläisharjoittelijat voivat olla avuksi myös venäläisen kulttuurin ja palvelukulttuurin ymmärtämisessä, kuten eräs vastaaja kiteytti: *Uskoisin että oppisimme paremmin ymmärtämään venäläisten tapaa tehdä asioita ja päätöksiä.* Venäjän kielen taidon ja palvelukulttuurin tuntemisen kautta harjoittelijasta olisi hyötyä yrityksen markkinoinnissa Venäjälle; *Olisi hyötyä kun suunnataan markkinointia Petroskoin ja Viipurin alueille.*

Kaksi yritystä ajatteli hyötyvänsä harjoittelijasta tarjoamalla tälle mahdollisesti töitä harjoittelujakson jälkeen. Harjoittelija voitaisiin ottaa sesonkitöihin tai lomittajaksi yritykseen, koska hän on jo perillä talon tavoista. Kysymykseen saimme myös eräältä yritykseltä vastauksen *Sesongin ulkopuolisen ajan täyttäminen.* Emme ymmärtäneet, mitä vastaaja tällä tarkoitti, mutta tulkitsimme sen tarkoittavan venäläisasiakkaiden houkuttelemista myös sesongin ulkopuolella. Venäläisharjoittelija olisi tässä apuna erityisesti kielitaitonsa kautta.

9.9 Yhteenvetotaulukot tuloksista

Olemme koonneet kyselytutkimuksen tuloksista taulukot (liite 3), joissa näkyvät keskeisimmät tulokset. Tulokset on jaettu kategorioittain, jotka on muodostettu sen perusteella, ovatko yritykset valmiita tarjoamaan harjoittelijalle majoitusta tai aterioita. Jaottelun avulla toimeksiantajan on helpompi välittää harjoittelijoita kyselyyn osallistuneisiin yrityksiin. Taulukosta näkyvät siis selkeästi yrityskohtaiset vastaukset. Olemme jättäneet liitteenä olevista vastauksista yritysten nimet pois ja nimenneet niitä nimellä ”yritys x”, koska lupasimme kyselyä tehtäessä, että yksittäisten yritysten vastauksia ei tulisi näkymään opinnäytetyössämme. Yrityskohtaiset vastaukset tulevat vain toimeksiantajamme käyttöön.

Taulukot on jaettu neljään kategoriaan, joita ovat *Majoitus ja ruokailut*, *Majoitus*, *Ruokailut* sekä *Ei majoitusta eikä ruokailuja*. Ensisijaisesti toimeksiantajamme

haluaa välittää harjoittelijoita sellaisiin yrityksiin, jotka pystyvät järjestämään harjoittelijalle sekä majoituksen että ruokailun. Taulukot näkyvät kokonaisuudessaan liitteessä 3. Taulukossa 2 on esimerkki liitteenä olevasta taulukosta, johon on koottu vastaukset majoituksen ja ruokailun tarjoavilta yrityksiltä.

Taulukko 2. Esimerkki liitteenä olevasta yhteenvetotaulukosta.

Yritys	Työtehtävät	Kielitaitoedellytykset	Harjoittelijoiden lkm	Harjoittelun ajankohta	PKAMK saa ottaa yhteyttä
Yritys x	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö toimistotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: hyvä suomi: ei oleellinen saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	2	toukokuu kesäkuu heinäkuu	kyllä
Yritys x	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö rinnetyö	englanti: hyvä suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	3 tai enemmän	tammikuu joulukuu	kyllä
Yritys x	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: hyvä suomi: hyvä saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	heinäkuu marraskuu joulukuu	ei
Yritys x	keittiötyö puhtaanapito vastaanottotyö toimistotyö markkinointitehtävät myyntityö	englanti: ei oleellinen suomi: ei oleellinen	2	marraskuu joulukuu	kyllä

Suurin osa eli 10 kyselyyn vastanneista matkailuyrityksistä pystyi tarjoamaan harjoittelijalle majoituksen sekä maksuttomat ateriat, ja kuului näin ensimmäiseen kategoriaan. Näiden yritysten palvelutarjonta on sen verran monipuolista sisältäen sekä majoitus- että ravitsemispalveluita, että ne pystyvät tarjoamaan niitä myös harjoittelijalle. Tähän kategoriaan vastaustensa perusteella kuuluvat yritykset ilmoittavat myös tarjoavansa harjoittelijalle monipuolisesti erilaisia työtehtäviä. Majoituksen sekä maksuttomat ateriat tarjoavat yritykset ovat muun muassa hotelleja, ohjelmapalveluyrityksiä sekä leirintäalueita.

Yritykset tarvitsevat harjoittelijoita eniten joulutammikuussa sekä kesäheinäkuussa. Yleisesti ottaen hotellien tarve painottuu vuodenvaihteeseen ja

ohjelmapalveluyritysten ja leirintäalueiden tarve kesäkuukausiin. Suurin osa yrityksistä pystyy ottamaan kerralla vain yhden harjoittelijan. Kahdelle harjoittelijalle töitä tarjoaa vain kolme yritystä ja kolmelle tai useammalle vain yksi yritys. Kielitaitoedellytyksistä tärkeimmiksi nousevat englannin ja suomen kielen taito. Erityisesti yritykset vaativat harjoittelijalta hyvää englannin kielen taitoa, mutta vähintäänkin auttava suomen kielen taito on myös edellytys usealla yrityksellä.

Toiseen kategoriaan, eli pelkkää majoitusta harjoittelijalle tarjoaviin yrityksiin kuuluu tutkimuksessa vain yksi yritys. Kyseinen yritys on kooltaan suurehko, joten luulimme, että se olisi voinut kuulua ensimmäiseen kategoriaan. Harjoittelijalle tarjottavissa työtehtävissä yritys lisäksi mainitsi keittiö- ja tarjoilutyön. On todennäköistä, että yritys ei tarjoa varsinaisia ravintolapalveluita vaan pienimuotoisempaa kahvilatoimintaa. Tämän takia sillä ei ehkä ole resursseja tarjota harjoittelijalle kunnollisia aterioita.

Pelkästään maksuttomia aterioita tarjoavia yrityksiä on viisi kappaletta, ja nämä kuuluvat kolmanteen kategoriaan. Näistä yrityksistä osalla ei ole ollenkaan majoitustoimintaa ja osa ei ilmeisesti jostain muusta syystä pysty tai halua tarjota majoitusta harjoittelijalle. Kolme kyselyyn vastanneista yrityksistä taas ilmoittaa, ettei heidän ole mahdollista järjestää harjoittelijalle majoitusta eikä maksuttomia aterioita. Tähän viimeiseen kategoriaan kuuluvilla yrityksillä ei yhdelläkään ole ravintolatoimintaa ja kaksi ei tarjoa myöskään majoituspalveluita. Yksi yritys siis mahdollisesti pystyisi tarjoamaan majoituksen, muttei jostain syystä halua siihen ryhtyä.

10 Yhteenveto ja johtopäätökset tuloksista

Tutkimuksemme on otokseltaan sen verran pieni, ettemme voi sen tulosten perusteella tehdä kaikkia Pohjois-Karjalan matkailuyrityksiä koskevia yleistyksiä. On myös otettava huomioon, että valitsimme tutkimukseen jo alusta alkaen matkailuyrityksiä, jotka saattaisivat olla kiinnostuneita tarjoamaan harjoittelupaikan venäläisopiskelijalle. Tutkimuksessa ei siis ole täydellistä otosta pohjoiskar-

jalaisista matkailuyrityksistä ja se voi vaikuttaa osaltaan tutkimustuloksiin. Opin- näytetyömme tavoitteena oli kuitenkin keskittyä löytämään harjoittelupaikkoja venäläisopiskelijoille ja selvittämään harjoitteluun olennaisesti liittyviä asioita.

Kyselytutkimukseen vastanneista henkilöistä suurin osa oli asemaltaan toimitus- johtajia ja yrittäjiä tai muita johtotehtävissä työskenteleviä henkilöitä. Yritykset ilmoittivat harjoittavansa pääasiassa majoitus- ja ravitsemistoimintaa. Niiden ohella ohjelmapalvelut oli valittu useasti kolmen tärkeimmän toimintamuodon joukkoon. Nämä kolme ovatkin yleisesti matkailuyritysten tärkeimpiä palvelutar- jontamuotoja. Kyselyymme vastanneista yrityksistä yli puolet on henkilöstömää- rältään alle 10 hengen yrityksiä. On huomattavaa, että tästä määrästä kolmas- osa on vain 1–2 hengen yrityksiä. Jätimme tutkimuksen ulkopuolelle kaikkein pienimmät yritykset. Siksi voimme tutkimuksemme perusteella yleistää, että valtaosa matkailuyrityksistä Pohjois-Karjalassa on mikroyrityksiä.

Kyselyyn vastanneille yrityksille venäläiset ovat tärkeä asiakasryhmä. Tähän vaikutti varmasti se, että valitsimme kyselyyn pääasiassa niitä matkailuyrityksiä, joilla uskoimme olevan paljon venäläisasiakkaita. Kysyimme asiaa väittämällä *Venäläiset ovat yrityksellemme tärkeä asiakasryhmä*. Yli puolet yrityksistä oli väittämästä täysin samaa mieltä ja melkein kolmasosa jokseenkin samaa miel- tä. Vain kaksi yritystä oli jokseenkin eri mieltä, eli venäläisasiakkaiden määrä ei ole heille merkittävä.

Hieman yli puolella kyselyyn vastanneista yrityksistä on ollut aikaisemmin venä- läisiä harjoittelijoita. Kokemukset harjoittelijoista ovat olleet pääasiassa myön- teisiä. Harjoittelijan asennetta tarjottuihin työtehtäviin pidettiin yleisesti hyvänä ja harjoittelijoita asiakaspalvelutaitoisina. Suurin osa vastanneista yrityksistä valitsi molempiin väittämiin *jokseenkin samaa mieltä* tai *täysin samaa mieltä*. Näistä vastauksista voidaan päätellä, että venäläisharjoittelijoiden asenteissa tai asia- kaspalvelutaidoissa ei ole yleensä ollut suurempia ongelmia. Koska useimmat ovat vastanneet *jokseenkin samaa mieltä*, on näissä asioissa ehkä ollut jotain parantamisen varaa, mutta pääasiassa harjoittelijoihin on oltu tyytyväisiä.

Kenties suomalaisten asiakkaiden palvelu on joillakin voinut tuottaa ongelmia, jos harjoittelija ei ole osannut suomea hyvin. Seuraava väittämä koskikin kommunikointivaikeuksia harjoittelijan kanssa. Tässäkin väittämässä yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, ettei ongelmia ole ollut. Muutamilla yrityksistä oli kuitenkin ollut jonkinlaisia vaikeuksia kommunikoinnissa harjoittelijoiden kanssa. Puutteet henkilöstön omassa kielitaidossa ovat voineet vaikeuttaa harjoittelijan perehdyttämistä työhönsä, vaikka harjoittelija itse osaisikin hyvin englantia. Juuri tämänkaltaisen ongelman takia olisi yritykselle hyvä laatia vähintäänkin englanninkielinen perehdytyskansio, jossa olisi tietoa yrityksen toiminnasta ja keskeisimmistä työtehtävistä. Harjoittelijan olisi helpompi sisäistää asiat rauhassa ja omak-sua ohjeistusta lisää vähän kerrallaan tehdessään työtä.

Yritykset kertoivat myös harjoittelijoiden lisänneen niiden Venäjän kulttuurin tuntemusta. Yksikään vastanneista yrityksistä ei ollut asiasta eri mieltä. Harjoittelijoiden on myös havaittu olleen avuksi yritysten venäläisille suuntautuvassa markkinoinnissa. Vain yksi yritys vastasi olevansa asiasta täysin eri mieltä. Täytyy muistaa kysymyksen mahdollinen monitulkintaisuus. Voi olla, että venäläis-harjoittelija ei ole esimerkiksi tehnyt yrityksessä markkinointitehtäviä ja siksi vastaaja on valinnut tämän vastausvaihtoehdon.

Venäläisen kulttuurin tuntemuksen lisääminen sekä markkinoinnin kehittäminen korostuivat myös vastauksissa kysymykseemme *Miten uskoisitte hyötyvänne venäläisestä harjoittelijasta?* Yritysten mukaan venäläisharjoittelijat voivat olla avuksi venäläisen kulttuurin ja palvelukulttuurin ymmärtämisessä. Venäjän kielen taidon ja palvelukulttuurin tuntemisen ansiosta harjoittelijasta olisi hyötyä yrityksen markkinoinnissa Venäjälle, erityisesti Petroskoin ja Viipurin alueille. Venäjän kielen hyödyntäminen asiakaspalvelussa oli ilmaistu monessa vastauksessa suoraan ja useassa myös epäsuorasti. Venäläisten harjoittelijoiden koetaan olevan avuksi etenkin venäläisasiakkaiden palvelussa ja erilaisissa käännöstöissä ja tulkkauksissa. Kaksi yritystä mainitsi myös mahdollisesti tarjoavansa harjoittelijalle töitä harjoittelujakson jälkeen, jolloin hänet voitaisiin ottaa sesonkitöihin tai lomittajaksi.

Kyselyyn vastanneista 20 yrityksestä jopa 19 olisi kiinnostunut tarjoamaan harjoittelupaikan venäläiselle matkailualan opiskelijalle. Kielteisesti tähän vastannut yritys näki esteenä harjoittelijan ottamiselle työtehtävien riittämättömyyden liiketoiminnan pienimuotoisuuden vuoksi. Vaikuttaa siltä, että kyselyyn jättivät kokonaan vastaamatta ne yritykset, joita venäläisharjoittelijan ottaminen ei kiinnostanut. Odotimme, että kyselyyn vastaisi myös monta sellaista yritystä, jotka eivät olisi kiinnostuneita ottamaan venäläisharjoittelijaa. Siksi olisimme halunneet selvittää enemmänkin mahdollisia esteitä harjoittelijan ottamiselle, esimerkiksi onko pelko kielimuurista ongelma.

Kaikki yritykset vastasivat voivansa palvella asiakkaitaan vähintäänkin suomen ja englannin kielillä. Lisäksi venäjän- ja ruotsinkielisiä asiakkaita pystytään palvelemaan yli puolessa yrityksistä heidän omalla kielellään. Saksan ja ranskan kielen osaamista on muutamassa yrityksessä. Kielitaitoisuus yrityksissä on siis suhteellisen hyvällä tasolla. Venäjän kielen osaamista on mielestämme kuitenkin syytä vielä lisätä, jotta venäläisiä voidaan palvella entistä paremmin. Venäläiset eivät ymmärrä englantia kunnolla, joten he arvostavat palvelua heidän omalla kielellään. Venäjän kielen osaaminen voi olla yritykselle siis merkittävä kilpailuvaltti.

Kysyttäessä millaista kielitaitoa yritykset edellyttävät venäläisharjoittelijoilta, nousi englannin kielen taito tärkeimmäksi. Yli puolet vastaajista edellytti hyvää englannin kielen taitoa ja vain kaksi vastasi kysymykseen *ei oleellinen*. Tämä tulos ei meitä yllättänyt, sillä luonnollisesti ulkomailta tulevalle harjoittelijalle ja yritykselle täytyy olla jokin yhteinen kieli, ja usein se on englanti. Englannin kielellä harjoittelija pystyy myös palvelemaan monia ulkomaalaisia asiakkaita. Kaksi yritystä, jotka eivät edellyttäneet edes englannin kielen osaamista, ilmoittivat palvelukieliinsä kuuluvan venäjän. Tästä voisi päätellä, että näiden yritysten henkilökunta voisi kommunikoida harjoittelijan kanssa venäjäksi. Toinen yrityksistä ei edellyttänyt edes auttavaa suomen kielen osaamista. Todennäköisesti näillä yrityksillä on sen verran paljon venäläisiä asiakkaita, että harjoittelija pärjää venäjän kielellä.

Emme odottaneet, että valtaosa yrityksistä edellyttäisi hyvää tai auttavaa suomen kielen taitoa venäläisharjoittelijalta. Tuskin kovin moni venäläisopiskelija osaa suomea, jos ei ole Suomessa asunut. Uskomme, että tähän vastausjakaumaan vaikutti se, että emme olleet maininneet kyselymme saatekirjeessä venäläisharjoittelijoiden opiskelevan Petroskoin valtionyliopistossa. Tämän vuoksi jotkut yritykset ovat saattaneet luulla, että harjoittelijat ovat Kareliammattikorkeakoulussa opiskelevia venäläisiä. Näin ollen yritykset ehkä uskoivat useimmilla opiskelijoilla olevan jo jonkinlaista suomen kielen taitoa. Tietenkin yritysten kannalta on muutenkin hankalaa, jos harjoittelija ei osaa ollenkaan suomea, koska silloin he eivät pysty palvelemaan suomenkielisiä asiakkaita. Luultavasti tämänkin vuoksi monet yrityksistä vastasivat edellyttävänsä vähintään auttavaa suomen kielen osaamista.

Muutama yritys edellytti harjoittelijalta auttavaa saksan kielen taitoa sekä yksi yritys ranskan kielen auttavaa osaamista. Kiinnostavaa kuitenkin oli se, ettei kaikkien näiden yritysten palvelukieliin kuulu saksa ja ranska, vaikka niiden osaamista harjoittelijalta edellytetään. Voi kuitenkin olla, että yritykset eivät varsinaisesti edellytä näiden kielten osaamista, mutta ajattelisivat siitä olevan hyötyä. Ehkä kielivaatimuksia koskeva kysymyksemme on siis ymmärretty kahdella eri tavalla.

Tutkimuksessamme oli mukana lähinnä hyvin pieniä yrityksiä, joten oli odotettavissa, että suurin osa yrityksistä pystyy ottamaan vain yhden harjoittelijan kerrallaan. Näin vastasi kaksi kolmasosaa venäläisharjoittelijan ottamisesta kiinnostuneista yrityksistä. Viisi yritystä voisi tarjota harjoittelupaikan kahdelle ja yksi yritys jopa kolmelle tai useammalle opiskelijalle kerrallaan. Yritykset suosivat mahdollisimman pitkiä harjoittelujaksoja, koska lähes kaikki vastanneista yrityksistä pystyisivät tarjoamaan harjoittelupaikan vähintään kuukaudeksi. Lisäksi jopa kahdeksan yritystä ottaisi harjoittelijan mieluiten yli kahdeksi kuukaudeksi kerrallaan. Tästä voisi päätellä, että alle kuukauden pituisia harjoittelujaksoja ei pidetä mielekkäänä. Alle kuukaudessa harjoittelija ei välttämättä ehdi edes kunnolla tutustua yrityksen tapoihin ja toimintaan vaan tämä aika menee lähinnä opetellessa. Näin etenkin tässä tapauksessa, jolloin kyseessä on ulkomainen harjoittelija. Tällöin yrityskään ei saa harjoittelijasta niin paljon hyötyä.

Tutkimuksessamme olevilla yrityksillä on huomattavasti eniten tarvetta venäläisharjoittelijoille joului- ja tammikuussa. Lisäksi vastauksissa erottuu kesäsesonki, eli touko–heinäkuu. Näiden sesonkien uskoimme olevan halutuimpia ajankohtia ottaa harjoittelija. Rajahaastattelututkimuksen mukaan tammikuu on venäläisten vilkkain matkustuskuukausi Suomessa. Myös heinä–elokuu on tärkeä venäläisten matkailusesonki (Tilastokeskus 2012a). Elokuun kyselyssämme valitsi kuitenkin vain harva yritys, johtuen ehkä siitä, että suomalaisten lomakausi on silloin päättymässä. Lisätyövoimalle ei ole tällöin yrityksissä niin suurta tarvetta. Vastauksissa kuitenkin näkyy selvästi se, että venäläisharjoittelija halutaan ottaa yritykseen silloin kuin venäläisasiakkaita maakunnassamme eniten vierailee. Harjoittelija voi olla huomattava apu esimerkiksi asiakaspalvelutilanteissa venäläisasiakkaiden kohdalla.

Kysyimme harjoittelijalle tarjottavia työtehtäviä monivalintakysymyksen avulla, missä yritykset saivat valita niin monta vastausvaihtoehtoa kuin halusivat. Osa yrityksistä ilmoitti voivansa tarjota kaikkia tai lähes kaikkia listattuja työtehtäviä, eli tulkitsimme tämän tarkoittavan sitä, että harjoittelija saisi tehdä kaikkea yrityksen toimintaan kuuluvaa. Jotkin yrityksistä olivat valinneet vain muutaman työtehtävän, ehkäpä liiketoiminnan suppeuden takia. Voi olla myös, että yritykset eivät halua antaa harjoittelijan tehtäväksi kaikkia mahdollisia työtehtäviä. Venäläisharjoittelijalle eniten tarjottavien työtehtävien joukossa ovat tutkimuksemme mukaan vastaanottotyö, tarjoilutyö, keittiötyö ja puhtaanapito. Nämä kaikki ovat lähes kaikkien matkailu- ja ravitsemisalalan yritysten keskeisiä työtehtäviä, joita harjoittelijoille yleensä annetaan. Niiden esiintyminen vastauksissa ei ollut siksi yllättävää. Näiden tehtävien lisäksi vastattiin useimmiten myös tulkkaus- ja käännöstyöt, myyntityö ja markkinointitehtävät. Uskoimme yritysten haluavan hyödyntää harjoittelijan venäjän kielen osaamista juuri erilaisissa tulkkaus- ja käännöstehtävissä sekä asiakaspalvelutilanteissa. Yritykset ovat myös huomanneet harjoittelijan hyödyllisyyden markkinoinnin kehittämisessä venäläisasiakkaita ajatellen. Toimistotyötä ei ilmoittanut tarjoavansa monikaan yritys, mikä ei yllättänyt meitä. Kokemustemme mukaan harjoittelijoille harvoin annetaan vaativia töitä, esimerkiksi kirjanpitoa tai muita hallinnollisia tehtäviä. Harjoittelijat eivät ole yleensä niin hyvin perillä yrityksen asioista, että heille uskalletai-

siin antaa kyseisiä työtehtäviä, varsinkaan jos he eivät osaa kunnolla suomen kieltä.

Harjoittelijan palkanmaksua koskevaan kysymykseen saimme odotetun tuloksen, sillä suurin osa yrityksistä ei ole halukas maksamaan palkkaa harjoittelijalle. Meidät yllätti kuitenkin se, että jopa neljä yritystä oli halukas palkanmaksuun. Näistä kaksi oli vielä kooltaan suhteellisen pieniä. Suomessa kuitenkin harva yritys suostuu maksamaan palkkaa matkailualan harjoittelusta edes suomalaisille opiskelijoille. Nämä neljä yritystä voivat ehkä mieltää venäläisharjoittelijan yritykselle niin tärkeäksi, että haluavat korvata hänen työpanoksensa. Matkakulut puolestaan haluaa harjoittelijalle korvata noin kaksi kolmasosaa kysymykseen vastanneista yrityksistä, mikä mielestämme on kohtuullista, varsinkin jos yritys ei maksa harjoittelijalle palkkaa.

Mielestämme yritysten olisi tärkeää harkita sekä palkanmaksua että matkakulujen korvaamista harjoittelijalle. Palkan määrä ei tarvitsisi olla edes kokonaisen palkan suuruinen, vaan jopa nimellinen korvaus riittäisi. Tämä motivoisi harjoittelijaa tulemaan Suomeen harjoitteluun ja hän tuntisi, että hänen työtään arvostetaan. Täytyy myös huomioida, että venäläinen harjoittelija on eräänlainen markkinointikeino palatessaan kotiinsa Venäjälle, koska tuttavien kokemuksilla ja suosittelulla on venäläisille suuri merkitys matkakohteen valinnassa. Jos harjoittelija on kokenut saavansa hyvää kohtelua harjoittelupaikassaan, hän mahdollisesti kertoo tästä sukulaisilleen ja ystävilleen. Huonot kokemukset taas kantautuvat vielä useammalle.

Kolme neljäsosaa yrityksistä olisi valmis järjestämään harjoittelijalle maksuttomat ateriat. Kielteisesti kysymykseen vastanneilla yrityksillä ei ole ravitsemistoimintaa, joten niillä ei liene olevan mahdollisuutta ruokailujen järjestämiseen oman yrityksen sisällä. Majoituksen harjoittelujakson ajaksi pystyy järjestämään yli puolet yrityksistä. Jäljelle jäävillä yrityksillä ei kaikilla ole ollenkaan majoitustoimintaa, minkä takia majoituksen järjestäminen ei ole mahdollista. Osa taas ei ilmeisesti jostain muusta syystä pysty tai halua tarjota majoitusta harjoittelijalle. Kieltäytyneisiin yrityksiin kuuluu muun muassa mökkimajoitusta tarjoavia yrityksiä ja hotelleja. Erityisesti pienten mökkiyritysten kohdalla tämä on ymmärrettä-

vää, koska esimerkiksi mökin tarjoaminen harjoittelijan käyttöön maksutta voi viedä huomattavan summan liikevaihdosta. Ymmärrämme tämän myös osittain hotellien suhteen, mutta mielestämme olisi kuitenkin kohtuullista majoittaa harjoittelija, varsinkin jos hänelle ei makseta palkkaa. Majoitukseen voisi käyttää esimerkiksi käytöstä poistuneita huoneita, tai niitä huoneita, joiden käyttöaste on muutenkin vähäisempi.

Selvitimme tutkimuksella myös yritysten kiinnostusta ottaa yhteisiä harjoittelijoita alueen muiden yritysten kanssa, jolloin majoitusalan yritys voisi järjestää majoituksen ja ravitsemispalveluita tarjoava yritys ruokailut. Kaikki yrityksistä eivät vastanneet kysymykseen, mutta vastanneista yrityksistä tasan puolet eli 7 olisi mahdollisesti kiinnostuneita tällaisesta vaihtoehdosta. Kysymys oli lähinnä hypoteettinen, koska tällaista järjestelyä ei ole vielä kokeiltu, mutta halusimme tiedustella olisiko sille kiinnostusta. Mahdollisuudelle on siis kiinnostusta, mutta myös vastustusta. Ehkä yritykset ajattelevat, että tällainen voi olla vaikea järjestää. Jos järjestelyt saataisiin kuitenkin toimimaan, uskoisimme tällaisen yhteistoiminnan olevan hyvä vaihtoehto venäläisharjoittelijoiden saamiseksi alueen yrityksiin.

Lähestulkoon kaikki kyselyyn osallistuneet yritykset antoivat suostumuksensa siihen, että Karelia-ammattikorkeakoulu ottaa heihin yhteyttä sopivan harjoittelijan löytyessä. Vain yksi harjoittelijan ottamisesta kiinnostunut yritys vastasi, ettei toivo yhteydenottoa. Yritykset varmasti tiedostavat, että venäläisharjoittelijan saaminen yritykseen on suhteellisen helppoa, koska Karelia hoitaa harjoittelijan etsimisen ja suurimman osan järjestelyistä. Yksi yritys ehkä haluaa hoitaa asian itse tai se pelkäsi myöntävän vastauksen olevan sitova sopimus ottaa harjoittelija Karelia-amk:n kautta.

11 Pohdinta

Työn lähtökohdiana oli venäläisten matkailijamäärien huomattava kasvu Suomessa ja etenkin Pohjois-Karjalassa. Yritysten Venäjä-osaamisessa on havaittu

olevan puutteita, ja venäläisharjoittelijat voisivat olla apu monelle matkailuyritykselle muun muassa lisäämällä Venäjän tuntemusta. Siksi työn aihe oli erittäin ajankohtainen ja työelämälähtöinen. Opinnäytetyöstämme on pääasiassa hyötyä Karelia-amk:lle ja Petroskoin valtionyliopistolle sekä ammatti-instituutille. Uskomme myös, että työn avulla matkailuyritykset tulevat tietoisiksi Venäjäosaamisen tärkeydestä sekä mahdollisuudesta edistää tätä asiaa ottamalla venäläinen harjoittelija.

Saimme kyselyllä selvitettyä venäläisharjoittelijoiden ottamisesta kiinnostuneita matkailuyrityksiä, joten siltä osin tutkimuksemme tavoitteet täyttyivät. Lisäksi opinnäytetyöprosessimme sujui suurin piirtein aikataulussa. Saimme aiheen työhömmme kesäkuussa 2012 ja kirjoitimme kesän aikana harjoitusaineet. Suunnitelmaseminaarin pidimme lokakuun alussa, jolloin asetimme opinnäytetyön valmistumisajankohdaksi joulukuun. Näin jälkikäteen ajateltuna teimme ehkä liian tiukan aikataulun ottaen huomioon, että toinen meistä kävi samaan aikaan töissä. Loppujen lopuksi pysyimme kuitenkin hyvin suunnitellussa aikataulussa, sillä tulosseminaarimme ei siirtynyt tammikuun loppua kauemmas.

Opinnäytetyötä tehdessä saimme kokemusta tutkimuksen tekemisestä. Oma tutkimuksemme oli melko pienimuotoinen, mutta se sisälsi isompien tutkimusten tapaan monta eri vaihetta suunnittelusta tulosten analysointiin. Huomasimme, että kyselylomakkeen laatiminen on aikaa vievä vaihe. Sen hiomiseen kannattaa kuitenkin varata aikaa, sillä se on tärkein asia koko tutkimuksen onnistumisen kannalta. Opimme myös, miten internetkysely toteutetaan Typala-ohjelman avulla, ja voimme mahdollisesti hyödyntää tätä kokemusta työelämässä. Lisäksi saimme tutkimusta tehdessä selkeän kuvan maakunnan matkailuyrityksistä ja niiden sijainnista. Jotkin yrityksistä olivat meille ennestään tuntemattomia, ja osan tunsimme vain nimeltä. Valitessamme yrityksiä kyselyyn jouduimme tutustumaan niiden toimintaan, ja olemme nyt paremmin perillä maakuntamme matkailupalvelutarjonnasta.

Onnistuimme mielestämme kyselylomakkeen laatimisessa suhteellisen hyvin, sillä saimme selvitettyä tutkimuksen tavoitteen mukaiset asiat. Lomakkeessa oli pääasiassa suljettuja kysymyksiä, ja siksi se oli yrityksille nopea ja helppo täyt-

tää. Huomasimme avoimien kysymyksien olevan haastavia, sillä niihin on helppo vastata vain muutamalla sanalla tai jättää kokonaan vastaamatta. Jälkimmäinen avoin kysymys *Miten uskoisitte hyötyväanne venäläisestä harjoittelijasta?* oli ehkä huonosti muotoiltu. Eräs yritys vastasi kohtaan *Huono kysymys*, minkä jälkeen aloimme itsekkin miettiä kysymyksen onnistumista. Kysymyksen muotoilusta saattoi tulla vaikutelma, että harjoittelijan työtä käytetään hyväksi yrityksessä. Tarkoitimme tällä kysymyksellä kuitenkin harjoittelijan tuomaa lisäarvoa yritykselle. Myönteisemmät mielikuvat olisivat saattaneet syntyä kysymyksellä *Mitä lisäarvoa uskotte venäläisharjoittelijan tuovan yritykseenne?*

Meitä yllätti kahden yrityksen vastaukset kohdassa, jossa kysyimme mitä toimintaa yritys harjoittaa. Olimme listanneet mielestämme monipuolisesti kaikki matkailualan toiminnan eri muodot. Nämä kaksi yritystä olivat vastanneet kohtaan *jokin muu, mikä?* anniskelutoiminta ja kuvaus- ja katselutoiminta. Anniskelutoiminta lasketaan kuuluvaksi ravitsemistoimintaan ja eläinten kuvaus- ja katselutoiminta taas on ohjelmalvelua. Mielestämme on aika yllättävää, että yritykset eivät olleet osanneet luokitella omaa toimintaansa. Ravitsemistoiminta sekä ohjelmalvelut ovat kuitenkin matkailualalla keskeisiä käsitteitä. Voi olla, että näillä vastaajilla ei ole varsinaista matkailu- ja ravitsemisalalan koulutusta tai he ovat vain huolimattomuuttaan vastanneet näin.

Suoritimme tutkimuksemme kyselyn avulla. Näin saimme selvitettyä useiden matkailuyritysten halukkuutta ottaa venäläisharjoittelija. Vaikka kysely sopi menetelmäksemme tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi, haastattelututkimuksella olisimme saaneet ehkä enemmän monipuolisempaa ja laadullisempaa tietoa aiheesta. Erityisesti väittämät, joissa selvitimme yritysten kokemuksia venäläisharjoittelijoista, olisi ollut parempi kysyä haastatteleamalla. Esimerkiksi kohdassa, joka käsitteli kommunikointivaikeuksia, vastasi yksi yritys, että ongelmia oli ollut harjoittelijan kanssa. Haastattelussa olisimme voineet kysyä tarkennuksia asiaan, mutta nyt voimme vain arvailla mistä kommunikointivaikeudet ovat johtuneet.

Opinnäytetyön teko parityönä oli mielestämme hyvä valinta. Yksin tehtäessä joutuu miettimään kaiken itse, eikä asioita osaa ehkä ajatella eri näkökulmista.

Toinen myös motivoi tekemään työn aikataulussa, koska tietää työparin valmistumisen lykkääntyvän, jos ei itse hoida hommiaan. Mielestämme yhteistyömme sujui todella hyvin. Tässä auttoi varmasti se, että olemme hyviä kavereita ja tulemme siis hyvin toimeen keskenämme. Lisäksi meillä oli työlle yhtäläiset tavoitteet. Tiesimme jo ennen työn aloittamista, että kirjoitamme molemmat samantyylistä tekstiä ja hyvää raporttikieltä. Se näkyi myös opinnäytetyötä tehdessä, eikä meidän tarvinnut muokata ollenkaan itsenäisesti kirjoittamiamme osuuksia yhteneväisiksi tekstien yhdistämisen jälkeen. Pysyimme hyvin aikataulussa, koska sovimme yhteisiä päivämääriä, jolloin tietty vaihe opinnäytetyöstä tulisi olla tehty. Työskentelyn sujuvuutta auttoi myös se, että työmme toimeksiantajan edustaja ja työmme ohjaaja oli sama henkilö. Saimme tietoa ja ohjausta samalla kertaa, eikä meidän tarvinnut sopia tapaamisia kahden eri henkilön kanssa.

Jos jotain negatiivista yhteistyöskentelystä pitäisi sanoa, niin se voisi olla meidän molempien tietynlainen pikkutarkkuus. Tämän huomasimme erityisesti silloin, kun kirjoitimme yhdessä. Yritimme helposti alusta alkaen muodostaa täydellisiä lauseita, sen sijaan, että olisimme vain kirjoittaneet, mitä mieleen tuli ja muokanneet tekstiä paremmaksi myöhemmin. Toisaalta taas oli hyvä, että olimme molemmat yhtä tarkkoja kirjoittajia, emmekä näin siis turhautuneet toisiimme.

Tutkimuksemme keskittyi venäläisharjoittelijoiden järjestämiseen pohjoiskarjalaisiin matkailuyrityksiin, ja siitä voisi saada aikaan jatkotutkimuksia. Muutaman vuoden kuluttua voitaisiin esimerkiksi haastatella Pohjois-Karjalassa harjoitteluitaan suorittaneita venäläisopiskelijoita, ja tutkia heidän kokemuksiaan harjoittelujaksosta. Kokemuksia voitaisiin myös kysellä harjoittelupaikkoja tarjonneilta yrityksiltä. Tämä olisi hyvä aihe esimerkiksi opinnäytetyölle.

Lähteet

- Airola, A. 2011. Kansainvälistyvä Pohjois-Karjala. Näkökulmia kansainvälistymiseen pohjoiskarjalaisissa yrityksissä ja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa. Joensuu: Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu C:45.
- Berndtson, T. & Lounasmaa, J. 2004. Internet tutkijan työkaluna. Tieto aika 6-7/2004.
http://www.stat.fi/tup/tieto aika/tilaajat/ta_06_04_internet_tyokalu.html. 5.8.2012.
- Cimo. 2009. Suuntana maailma.
http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/15499_suuntanamaailma.pdf. 20.1.2013.
- Eskola J. & Vastamäki J. 2007. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola J. & Valli R. (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-Kustannus. 25–43.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- ISAT. 2012. ISAT – Itä-Suomen ammattikorkeakoulut. <http://www.isat.fi/>. 30.9.2012.
- Jyväskylän ammattikorkeakoulu. 2012. Opinto-opas, AMK-tutkinto. Harjoittelu. <http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/opiskelunvaiheet/suorittaminen/harjoittelu>. 10.8.2012.
- Karelia-ammattikorkeakoulu. 2013. <http://www.karelia.fi/>. 6.2.2013.
- Kohonen, T. 2010. Opiskelijat yritysten kansainvälistymisen edistäjinä. Kertomuksia Pohjois-Karjalan yritysjohtajilta ja ammattikorkeakoulun opiskelijoilta. Joensuu: Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. http://www.pkamk.fi/julkaisut/sahkoinenjulkaisu/B19_verkkojulkaisu.pdf. 2.10.2012.
- Matkailun edistämiskeskus. 2012a. Majoitustilastot. Alueittain ja kunnittain. Russia. http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Alueittain_ja_kunnittain. 26.9.2012.
- Matkailun edistämiskeskus. 2012b. Markkinatieto: Venäjä-Russia. <http://www.mek.fi/mis2/mismarke.nsf/pages/VEN%C3%84J%C3%84%20-%20RUSSIAMARKET?opendocument&np=C-20&ind=w5/mekfi/index.nsf>. 24.9.2012.
- Metropolia ammattikorkeakoulu. 2012. Käytännön tietoa opiskelijoille. Harjoittelu. <http://opinto-opas.metropolia.fi/fi/kaytannon-tietoa-opiskelijoille/harjoittelu/>. 10.8.2012.
- Rantapallo Oy. 2012. Tällainen on venäläismatkailija. <http://www.rantapallo.fi/matkailu/tallainen-on-venalaismatkailija/>. 24.9.2012.
- Saarinen J. 2010. Venäläiset tulevat Suomeen laadun ja hinnan perässä. Helsingin sanomat 22.6.2010. <http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Ven%C3%A4I%C3%A4iset+tulevat+Suomeen+laadun+ja+hinnan+per%C3%A4ss%C3%A4/1135258047227>. 25.9.2012.

- Saukkonen, P. 2011. Arvioita Venäjä-yhteistyön työllistävistä vaikutuksista Pohjois-Karjalassa. Alue- ja kuntatutkimuskeskus Spatia. Raportteja 6/2011. Itä-Suomen yliopisto.
http://www.uef.fi/c/document_library/get_file?uuid=8995bce8-e83e-4e46-b501-680cea01b875&groupId=325583&p_l_id=330131.
2.10.2012.
- Taanila, A. 2011. Määrällisen aineiston kerääminen. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. <http://myy.helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf> 20.7.2012.
- Tilastokeskus. 2012a. Rajahaastattelututkimus, osa 25: Ulkomaiset matkailijat Suomessa 1.1-31.12.2011. Matkailun edistämiskeskus.
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8daddf68c2257a1e001c95e6/\\$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8daddf68c2257a1e001c95e6/$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf). 24.9.2012.
- Tilastokeskus. 2012b. Rajahaastattelututkimus 2012. Talvi 2011-2012.
http://www.tilastokeskus.fi/til/rajat/2012/01/rajat_2012_01_2012-09-19_fi.pdf. 24.9.2012.
- Tilastokeskus. 2012c. Kansainvälinen matkailutulo.
http://www.stat.fi/meta/kas/kv_matktulo.html. 25.9.2012.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy. 2010. TAK Rajatutkimus 2010. Väliraportti tammi-syyskuu.
<http://www.tak.fi/sites/default/files/tiedosto/venalaismatkailijat-suomessa-valiraportti.pdf>. 25.9.2010.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Yrityssuomi.fi. Yrityksen koko.
<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/yrityksen-koko>. 20.11.2012.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet Helsinki: Tammi.



Tällä kyselyllä selvitämme halukkuuttanne harjoittelupaikan tarjoamiseen venäläisopiskelijalle yrityksessänne. Toivomme teidän vastaavan jokaiseen kysymykseen.

1. Vastaajan nimi

2. Asema yrityksessä

3. Yrityksen nimi

4. Mitä toimintaa yrityksenne harjoittaa? Valitse max. 3 tärkeintä.

- majoitustoiminta
- ravitsemistoiminta
- pito- ja juhlapalvelut
- ohjelmapalvelut
- matkanjärjestäminen
- kuljetus- ja liikennepalvelut
- vähittäiskauppa

jokin muu, mikä?

5. Kuinka monta henkilöä yrityksenne työllistää kokoaikaisesti?

- 1–2
 3–9
 10–49
 50–

6. Millä kielillä voitte palvella asiakkaitanne?

- suomi
 englanti
 ruotsi
 venäjä
 jokin muu, mikä?

7. Venäläiset ovat yrityksellemme tärkeä asiakasryhmä.

täysin samaa mieltä joksinkin samaa mieltä joksinkin eri mieltä täysin eri mieltä en osaa sanoa

-

8. Onko yrityksessänne ollut venäläisiä harjoittelijoita?

- kyllä
 ei --> siirry kysymykseen 10

9. Kokemuksemme venäläisharjoittelijoista.

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	en osaa sanoa
Harjoittelijoilla on ollut hyvä asenne tarjottuihin työtehtäviin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harjoittelijat ovat olleet asiakaspalvelutaitoisia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harjoittelijoiden kanssa ei ole ollut kommunikointivaikeuksia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harjoittelijat ovat lisänneet Venäjän kulttuurin tuntemustamme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harjoittelijat ovat olleet avuksi venäläisille suuntautuvassa markkinoinnissamme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Olisitteko kiinnostuneita tarjoamaan harjoittelupaikan yrityksessänne venäläiselle matkailualan opiskelijalle?

- kyllä
- ei

11. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen "ei", mitkä syyt näette esteenä venäläisharjoittelijan ottamiselle?

Jos vastasitte kysymykseen 10 kieltävästi, Teidän ei tarvitse vastata enää seuraaviin kysymyksiin. Kiitos vastauksistanne!

12. Mihin aikaan vuodesta teillä olisi eniten tarvetta harjoittelijoille? Valitse max. 3.

- tammikuu
- helmikuu
- maaliskuu
- huhtikuu
- toukokuu

- kesäkuu
- heinäkuu
- elokuu
- syyskuu
- lokakuu
- marraskuu
- joulukuu

13. Kuinka monta harjoittelijaa pystyisitte ottamaan samanaikaisesti yritykseenne?

- yksi
- kaksi
- kolme tai enemmän

14. Miten pitkiä harjoittelujaksoja pystyisitte tarjoamaan opiskelijoille?

- alle kuukausi
- 1–2 kuukautta
- yli 2 kuukautta

15. Millaista kielitaitoa edellytätte venäläisharjoittelijoilta?

	erinomainen	hyvä	auttava	ei oleellinen
englanti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
suomi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
saksa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ranska	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Millaisia työtehtäviä teillä olisi tarjota venäläisharjoittelijalle?

- keittiötyö

- tarjoilutyö
- ohjelmapalveluoppaana toimiminen
- puhtaanapito
- vastaanottotyö
- tuotekehitys
- toimistotyö
- tulkkaus- ja käännöstyöt
- markkinointitehtävät (esim. kotisivut, Facebook, esitteet)
- myyntityö (esim. tarjouskirjeet, sähköposti, puhelut)
- jokin muu, mikä?

17. Olisiko yrityksenne halukas maksamaan harjoittelusta palkkaa?

- kyllä
- ei

18. Olisitteko valmiita korvaamaan matkakulut (n.100-200e) harjoittelijalle?

- kyllä
- ei

19. Onko yrityksenne valmis järjestämään harjoittelijalle maksuttomat ateriat harjoittelujakson aikana?

- kyllä
- ei

20. Olisiko teidän mahdollista järjestää harjoittelijalle majoitus harjoittelujakson ajaksi?

- kyllä
- ei

21. Jos yrityksellänne ei ole mahdollisuuksia tarjota aterioita tai majoitusta harjoittelijalle, vaihtoehtona olisi ottaa yhteisiä harjoittelijoita alueen muiden yritysten kanssa. Majoitusalan yritys järjestäisi majoituksen, ja ravitsemispalveluita tarjoava yritys ruokailut.

Yrityksemme on kiinnostunut tällaisesta vaihtoehdosta.

- kyllä
 ei

22. Miten uskoisitte hyötyväne venäläisestä harjoittelijasta?



23. Haluatteko, että Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu ottaa Teihin yhteyttä, mikäli harjoittelumahdollisuudesta yrityksessänne kiinnostunut venäläisopiskelija löytyy?

- kyllä
 ei

Saatekirje

Arvoisa matkailuyrittäjä

Venäläisten asiakkaiden määrä kasvaa jatkuvasti Pohjois-Karjalassa ja sitä kautta myös tarve tuntea venäläistä kulttuuria. Tämän edistämiseksi teillä on mahdollisuus saada kauttamme venäläinen harjoittelija yritykseenne.

Ohessa olevan kyselylomakkeen avulla selvitämme pohjoiskarjalaisten yritysten valmiuksia tarjota harjoittelupaikkoja venäläisille matkailualan opiskelijoille. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu on järjestänyt harjoittelupaikkoja maakuntamme yrityksiin vuodesta 2011 alkaen.

Vastauksenne käsitellään luottamuksellisesti ja tulokset esitetään yhteenvetona. Yrityskohtaiset vastaukset tulevat vain toimeksiantajamme käyttöön venäläis-harjoittelijoiden välittämisen avuksi. Tämä kysely on osa opinnäytetyötämme Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa.

Toimeksiantajana työssämme toimii Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Lisätietoja saa opinnäytetyömme ohjaajalta Mikko Lahdelta (mikko.lahti@pkamk.fi).

Kysely aukeaa linkistä **<http://typala.ncp.fi:80/typala/p.do?id=PFpJhfTlvP>**.

Vastaamiseen menee aikaa n. 5 minuuttia. Vastausaika päättyy 6.11.2012. Kiitämme jo etukäteen vastauksistanne.

Yhteistyöterveisin,

Hanna Lampén ja Maarit Saukkola
Matkailualan opiskelijat, PKAMK
hanna.lampen@edu.pkamk.fi
maarit.saukkola@edu.pkamk.fi

Yhteenvetotaulukot

Majoitus ja ruokailut

Yritys	Työtehtävät	Kielitaitoedellytykset	Harjoittelijoiden lkm	Harjoittelun ajankohta	PKAMK saa ottaa yhteyttä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö toimistotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: hyvä suomi: ei oleellinen saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	2	toukokuu kesäkuu heinäkuu	kyllä
Yritys X	tarjoilutyö ohjelmalveluoppaana toimiminen puhtaanapito toimistotyö tulkkaus- ja käännöstyöt myyntityö kahvi- vastaanottoapulainen	englanti: hyvä suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	2	tammikuu maaliskuu joulukuu	kyllä
Yritys X	vastaanottotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: ei oleellinen suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	tammikuu marraskuu joulukuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö rinnetyö	englanti: hyvä suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	3 tai enemmän	tammikuu joulukuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: hyvä suomi: hyvä saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	heinäkuu marraskuu joulukuu	ei
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö puhtaanapito vastaanottotyö tuotekehitys tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät	englanti: auttava suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	tammikuu helmikuu joulukuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö myyntityö	englanti: hyvä suomi: erinomainen saksa: auttava ranska: auttava	1	tammikuu kesäkuu heinäkuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö ohjelmalveluoppaana toimiminen puhtaanapito vastaanottotyö tuotekehitys tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: hyvä suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	tammikuu maaliskuu joulukuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö ohjelmalveluoppaana toimiminen puhtaanapito	englanti: hyvä suomi: auttava	1	toukokuu kesäkuu heinäkuu	kyllä

	vastaanottotyö tuotekehitys tulkkaus- ja käännöstyöt				
Yritys X	keittiötyö puhtaanapito vastaanottotyö toimistotyö markkinointitehtävät myyntityö	englanti: ei oleellinen suomi: ei oleellinen	2	marraskuu joulukuu	kyllä

Majoitus

Yritys	Työtehtävät	Kielitaitoedellytykset	Harjoittelijoiden lkm	Harjoittelun ajankohta	PKAMK saa ottaa yhteyttä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö vastaanottotyö tulkkaus- ja käännöstyöt	englanti: hyvä suomi: hyvä saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	toukokuu kesäkuu	kyllä

Ruokailut

Yritys	Työtehtävät	Kielitaitoedellytykset	Harjoittelijoiden lkm	Harjoittelun ajankohta	PKAMK saa ottaa yhteyttä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö ohjelmapalveluoppaana toimiminen puhtaanapito vastaanottotyö tuotekehitys toimistotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: auttava suomi: hyvä saksa: auttava	1	helmikuu heinäkuu elokuu	kyllä
Yritys X	puhtaanapito vastaanottotyö	englanti: hyvä suomi: hyvä saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	2	tammikuu helmikuu maaliskuu	kyllä
Yritys X	vastaanottotyö	englanti: hyvä suomi: erinomainen saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	tammikuu toukokuu lokakuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö tulkkaus- ja käännöstyöt myyntityö	englanti: auttava suomi: hyvä saksa: auttava	1	kesäkuu heinäkuu elokuu	kyllä
Yritys X	tarjoilutyö vastaanottotyö tuotekehitys tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö apuopas/ohjaaja	englanti: auttava suomi: auttava	-	tammikuu joulukuu	kyllä

Ei majoitusta eikä ruokailuja

Yritys	Työtehtävät	Kielitaitoedellytykset	Harjoittelijoiden lkm	Harjoittelun ajankohta	PKAMK saa ottaa yhteyttä
Yritys X	toimistotyö matkailuneuvonta	englanti: hyvä suomi: hyvä saksa: auttava ranska: ei oleellinen	1	tammikuu kesäkuu heinäkuu	kyllä
Yritys X	tuotekehitys toimistotyö tulkkaus- ja käännöstyöt markkinointitehtävät myyntityö	englanti: hyvä suomi: hyvä saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	1	maaliskuu huhtikuu toukokuu	kyllä
Yritys X	keittiötyö tarjoilutyö vastaanottotyö tulkkaus- ja käännöstyö markkinointitehtävät	englanti: auttava suomi: auttava saksa: ei oleellinen ranska: ei oleellinen	2	tammikuu syyskuu joulukuu	kyllä