Framtidens Hjältar

Ett traineesamarbetskoncept för
Arcadas företagsekonomiska program

Daniela Nyback
Ville Vuorelma

Examensarbete / Degree Thesis
Företagsekonomi
2010

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	
Författare:	Daniela Nyback & Ville Vuorelma
Arbetets namn:	Framtidens Hjältar
Handledare (Arcada):	Christel Willför
Uppdragsgivare:	Arcada

Sammandrag:

I arbetet presenteras ett traineesamarbetskoncept för den företagsekonomiska linjen vid yrkeshögskolan Arcada. Konceptet har byggts upp med hjälp av fem intervjuer med personer som har erfarenhet av traineeverksamheten. Vi har intervjuat två företag som har traineeprogram, två högskolor som har fungerande samarbete med olika företag samt en f.d. trainee för att få en bred förståelse för traineeverksamheten. Vi har arbetat efter grundad teori och benchmarking metoderna. Grundad teori innebär att man endast använder sig av verkligheten som en källa medan benchmarking innebär att lära sig av dem som är bättre inom området. Tanken med traineesamarbetet är att studerande ska komma in i arbetslivet i ett tidigare skede. Konceptet ska ge Arcada värdefulla kontakter till näringslivet och företagens rekryteringsprocess förenklas. Samarbetet ska gynna alla delaktiga parter, gynnsamheten för respektive part presenteras i arbetet. I arbetet redogör vi för alla delområden som är viktiga inom traineeverksamheten. Vi diskuterar mentorskap som en viktig stödfunktion under traineetiden, arbetsrotation som höjer motivationen och kompetensen samt socialisationen som hjälper den unga traineen att förstå företagskulturen. I arbetet diskuteras när traineetiden borde infalla och hur den ska vara uppbyggd. Vi argumenterar om olika belöningssystem och lyfter fram andra än monetära former av belöning. Rektryteringsprocessen beskrivs från att samarbetsföretaget meddelar Arcada om en traineeplatsansökan tills arbetsavtalet är undertecknat.

Nyckelord:	Arcada, Trainee, traineeprogram, mentorskap, socialisation, arbetsrotation
Sidantal:	
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Administration
Identification number:	
Author:	Daniela Nyback & Ville Vuorelma
Title:	Heroes of the Future
Supervisor (Arcada):	Christel Willför
Commissioned by:	Arcada

Abstract:

In our final thesis we will present a trainee cooperation concept for the business administration program at Arcada. The concept has been constructed with help from five different interviews with persons who have diverse experiences within the area. We've interviewed two companies who have their own trainee programs, two universities who have cooperation with different companies and one ex trainee, to get the widest picture possible. We've been using the grounded theory method, which means using reality as our only source. We've also been benchmarking ideas from our interview objects that are more specialized within the area. The main points with this trainee concept are to get the students into working life as soon as possible, to get Arcada a better communication with companies as well as making the recruitment process easier for the companies. The cooperation is supposed to be favorable for all parties involved, which will be out sorted in detail later on. We will explain which subareas are important in this trainee concept. We will discuss mentoring and socialization as significant support functions and argue for the right time to participate in the trainee activity, and explain how motivating job rotation is for the trainee. We will also highlight different possibilities to reward the trainee except from the monetary reward. The recruitment process is deliberated from the point when the companies apply for trainees to the point when the trainee signs the contract with the company.

Keywords:	Arcada, trainee, trainee program, mentoring, socialization, job rotation
Number of pages:	
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL / CONTENTS

1 Inledning 7

1.1 Problemområde 8
1.2 Syfte 8
1.3 Avgränsningar 8
1.4 Definitioner 9
1.5 Disposition 10

2 Metod 10

2.1 Grundad teori 11
2.2 Benchmarking 13
2.2.1 Benchmarkingprocessen 13
2.3 Samarbetet 15

3 Presentation av de intervjuade 16

3.1 Företag 17
3.1.1 Outokumpu 17
3.2 Deloitte 18
3.3 Högskolor 19
3.3.1 Tekniska Högskolan 19
3.3.2 HAAGA-HELIA 20
3.4 Trainees 21
3.4.1 Harald – UPM-Kymmene 21

4 Kontakt med eventuella Samarbetspartners 22

4.1 Infoblad för företagen 22
4.2 Duuniin.net rekryteringsmässan 24
4.3 Contact Forum rekryteringsmässan 25
4.4 Alumnträffen för Digital marknadsföring 25
4.5 Artikel i rekryteringstidningen Universum 26

5 Konceptet trainee- centrala begrepp 26

5.1 Arbetsrotation – En viktig del av konceptet 28
5.2 Mentorskap – Stöd och kunskapsöverföring 29
5.3 Socialisation 30
5.4 Belöningssystem 32

6 Arcadas Traineesamarbetskoncept 34

6.1 Arcadas nyttoperspektiv 34
6.2 Studerandes nyttoperspektiv 36

6.3 Företagets nyttoperspektiv 39
6.4 Traineeperioden 43
6.4.1 Arcadas programupplägg möter företagens behov 49
6.4.2 Mentorskap 52
6.4.3 Rekryteringsprocessen 53
7 implementering 56
7.1 Lämpliga företag som samarbetsparter 58
7.2 Avtalet 59
8 Slutsatser 60
9 Källor 62
BILAGA 1
BILAGA 2
BILAGA 3
BILAGA 4
BILAGA 5

Figurförteckning

Figur 1. Disposition 10

Figur 2. Grundad teori 12

Figur 3. Benchmarkingprocessen 15

Figur 4. De tre parterna 16

Figur 5. Infoblad 24

Figur. 6. De tre parterna sammanlänkas 28

Figur 7. Belöning 33

Figur 8. De tre parterna – Arcada 34

Figur 9. De tre parterna – studerande 36

Figur 10. De tre parterna – företaget 39

Figur 11. Befolkning enligt ålder 31.12.2009 41

Figur 12. De fem alternativen för när traineeperioden kunde infalla 44

Figur 13. Arbetsrotation under sommarperioden 47

Figur 14. Den optimala tiden för traineeperioden. 48

Figur 15. Arcadas programupplägg 50

Figur 16. Mentorskap 52

Figur 17. Tidsaxeln 57

1 INLEDNING

Vår ekonomiska värld utvecklas och man måste följa med i konkurrensen, annars blir man utanför. Detta gäller alla parter; studerande, högskolan och företaget. Studerande konkurrerar med varandra om arbetsplatser, högskolorna konkurrerar med högskolorna om antalet ansökande och företagen konkurrerar med varandra om förmågor och marknadsandelar. För att skaffa ett mervärde för parterna måste man optimera sin verksamhet på den rådande marknaden.

Det här examensarbetet är ett hjälpmedel för alla involverade parter att följa med i utvecklingen. För den studerande fungerar det som ett karriärstöd. För högskolan, som en ung utbildningsanstalt, stöder examensarbetet utvecklingen till en mogen yrkeshögskola. För att vara ett framgångsrikt företag måste man beakta den yttre världen och anställa endast de bästa förmågorna.

Arbetet för att komma fram till konceptet gjordes under en kall vinter och vår år 2010 Själva tanken bakom konceptet var nytänkande och innovativt, men samtidigt självklart. Det naturliga steget efter att man utexaminerats från en högskola är att ta steget ut på arbetsmarknaden. En diskussion mellan högskolan och företagen är mycket viktig för att underlätta studerandes steg in i arbetslivet. Under arbetets gång diskuterade vi konceptet med flera personer och den allmänna åsikten var att det var en lysande idé och det fanns en förundran över att det inte fanns någonting liknande från tidigare i Arcada.

Det här arbetet handlar om traineeprogram. Vår uppgift var att utreda fördelarna och innehållet i existerande traineesamarbeten. Vi kom fram till att det inte fanns mycket erfarenhet av samarbete av detta slag mellan företag och skolor. Därför valde vi att fokusera på färdiga traineeprogram i företag och det ringa samarbete som fanns att finna mellan högskolor och företag. Efter att vi förstod traineeprocessen som en helhet, började vi bygga upp ett eget koncept som skulle hjälpa Yrkeshögskolan Arcada att få ett mervärde som en yrkesläroanstalt inom detta område.

Det här är vårt traineesamarbetskoncept.

1.1 Problemområde

Arcada som högskola kunde gagnas av ett starkare och mera välutvecklat företagssamarbete, vilket skulle ge en klar konkurrensfördel gentemot andra högskolor. Samarbetet med företag har hittills varit blygsamt och tagit form i olika kortsiktiga samarbetsprojekt. Efter att man utexaminerats från en högskola är det naturliga steget att komma in i arbetslivet, därför ser vi dialogen mellan högskolan och näringslivet som en nödvändighet. Dialogen förbättrar studerandes möjligheter att lyckas i arbetslivet.

1.2 Syfte

Arbetets syfte är att konstruera ett samarbetskoncept för högskolan Arcada. Samarbetet tar influenser från traineekonceptet och kallas därför för ett traineesamarbetskoncept. För att konceptet ska fungera i praktiken måste det gynna alla parter som är delaktiga i samarbetet.

1.3 Avgränsningar

Vi kommer att avgränsa arbetet till modeller som kan tillämpas på Arcadas företagsekonomiska program. Traineeprogrammet är koncentrerat enbart för studietiden på Arcada. Arbetet kommer endast att omfatta hur samarbetet kan vara uppbyggt i teorin. Vi kommer enbart att diskutera hur ett traineesamarbetskoncept skulle implementeras till Arcada och vi kommer inte att gå in på vilka andra sätt Arcada kan utnyttja kontakten med företag.

1.4 Definitioner

Nedan följer några i sammanhanget centrala definitioner. Vi utgår ifrån att läsaren har en viss baskunskap inom marknadsföring och att centrala begrepp inom området inte behöver förklaras.

ECTS – European Credit Transfer and Accumulation System är ett Europeiskt poängsättningssystem för högskolor i EU. 1 ECTS motsvarar ungefär 27 arbetstimmar. I talspråk använder man studiepoäng.

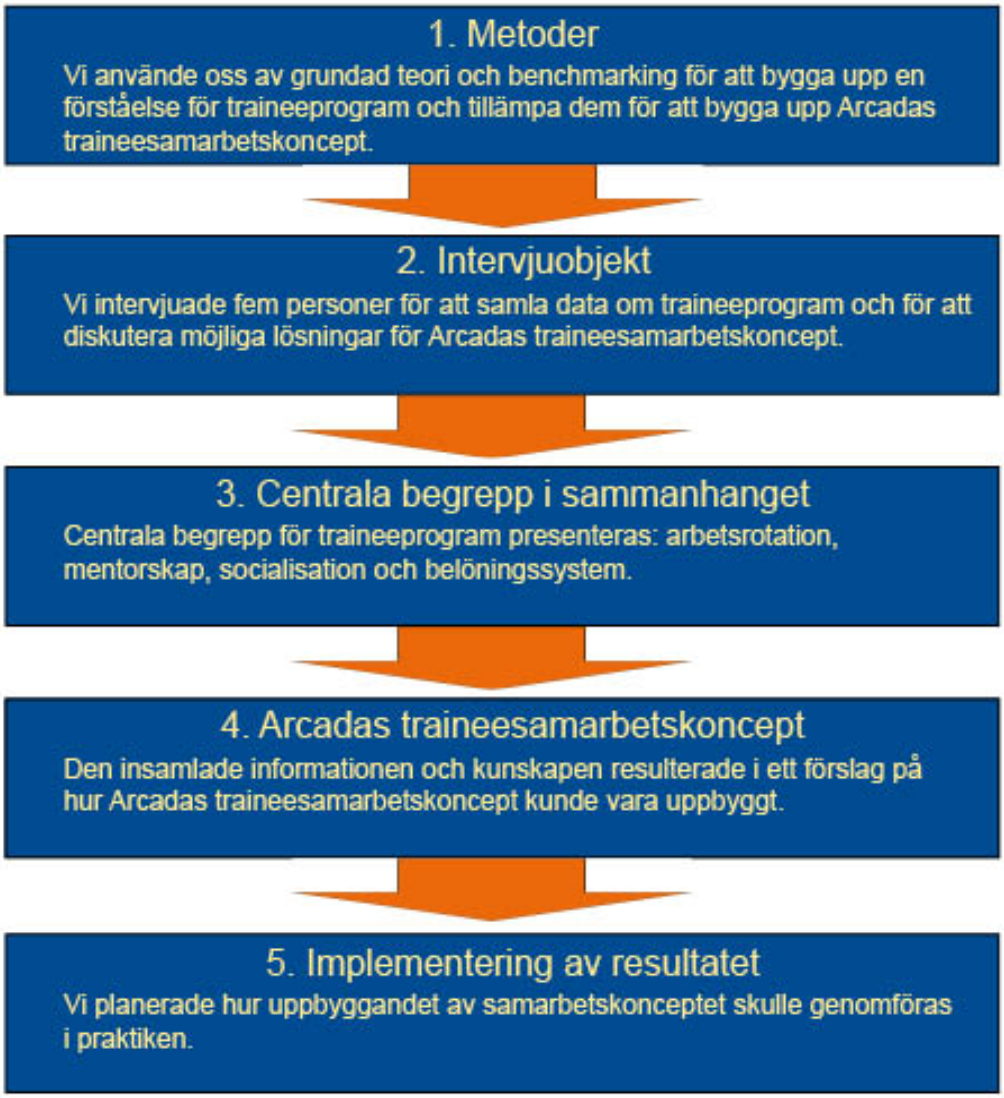
Traineeprogram - Man ska inte blanda ihop traineeprogram med företagets interna utbildningsprogram. Ett traineeprogram är oftast utvecklat för en utexaminerad studerande som ska börja sin karriär i arbetslivet. Företagen har planerat ett program med en gedigen urvalsprocess där endast de bästa och de med största potential blir valda. Programmen används även inom den offentliga sektorn som inkörsportar för blivande diplomater.

Trainee - Vi använder oss av engelska ordet trainee, då det inte finns en motsvarig översättning till svenska. Den direkta översättningen vore praktikant, men ordet har en annan innebörd. Praktikant syftar på en traditionell praktik som inte innefattar de centrala delarna traineeprogrammen har gemensamt, som t.ex. arbetsrotation och mentorskap. Ordet trainee kan ses som ett koncept, då ordet förknippas med olika centrala begrepp. Ordet syftar på en studerande eller en utexaminerad som är med i ett traineeprogram. Under programmets tid är traineen med om bl.a. arbetsrotation och får stöd av en mentor.

Trainee [tre^{i}ni:´] (engelska), nyanställd tjänsteman, t.ex. nyutexaminerad civilingenjör eller civilekonom som genomgår intern utbildning med sikte på framtida chefs- eller specialistarbete inom ett företag. (Nationalencyklopedin [www])

Karriärservice – Är en enhet som finns i de flesta högskolorna, de strävar efter att underlätta övergången mellan studie- och arbetslivet genom att hjälpa studerande vid arbets-/ praktikansökning, karriärplanering och kontakten med näringslivet. (Arcada 2010)

1.5 Disposition



Figur 1. Disposition. Figuren visar i vilken ordning vi presenterar arbetet.

2 METOD

Eftersom det finns ett mycket begränsat utbud av litteratur om traineeverksamheten kommer vi att jobba med en metod som kallas för grundad teori. Vi kommer att kombi-

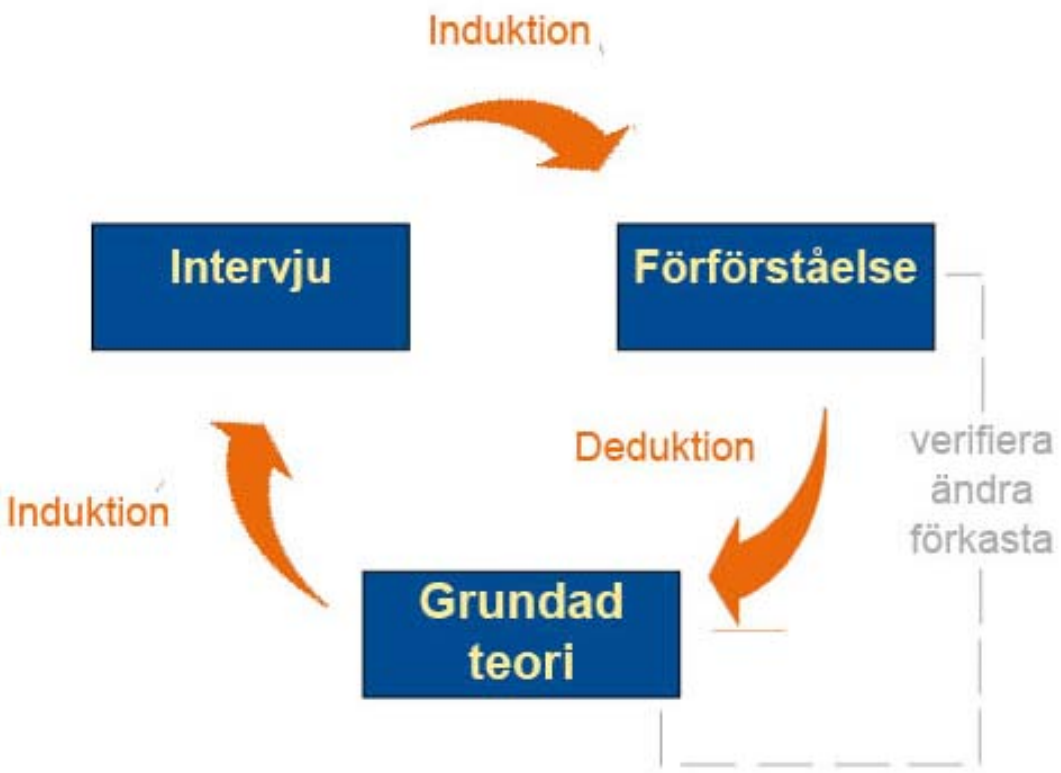
nera grundad teori med benchmarking för att nå bästa resultat. Metoderna presenteras i följande kapitel.

2.1 Grundad teori

Grundad teori (GT) är en empirisk forskning med undersökningar i verkligheten som den enda källan. Den utvecklades av två amerikanska forskare Barney Glaser och Anselm Strauss och presenterades för första gången 1967 (Prosocial). GT ger en stor frihet till den som skapar teorin, den sätter inga gränser för vilka metoder man använder sig av, teorin kan användas i en kvantitativ undersökning såväl som i en kvalitativ undersökning. Då man arbetar efter GT kan man både arbeta induktivt och deduktivt, induktivt innebär att man härleder slutsatser utan att ha en hypotes medan deduktiv innebär att man gör datainsamling och analys interaktivt. Interaktiviteten sker med intervjuobjekten och innebär att teorin byggs upp i samspel med dem. Då man arbetar med metoden drar man slutsatser efter hand att man samlat in data och ser samband mellan olika begrepp. Man kan se GT som en social process där teorin växer fram under arbetets gång. (Samnetdialog 2008) Nedan presenteras hur vi har arbetat enligt GT metoden.

I början av arbetet kontaktade vi olika personer och organisationer som vi ansåg kunde hjälpa oss med insamlingen av information om traineekonceptet. Vi märkte i ett tidigt skede av arbetet att det vi höll på att bygga upp skulle vara någonting nytt och slutresultatet skulle bli ett nytt koncept. För det måste vi samla in information från diverse källor och sedan analysera den insamlade informationen för att tillämpa den och bygga upp ett fungerande koncept. Vi letade efter information i elektroniska tidskrifter och böcker, men informationen som fanns till hands var knapp. Då började vi leta efter personer som hade erfarenhet om traineeverksamheten. Vi bestämde oss för att intervjua representanter från två högskolor som har samarbete med näringslivet, personer från personalavdelningen på två företag som har traineeprogram och en före detta trainee. På det sättet fick vi en helhetsbild av traineeverksamheten och kunde därefter bygga upp vårt eget koncept.

Intervjuerna var ostrukturerade diskussioner som vi endast hade satt upp riktgivande frågor för. På det sättet kunde vi få fram saker som vi antagligen hade missat om vi följt en strikt frågeguide. I början av tillfället har vi kort introducerat vad vi åstadkommit och sedan intervjuat personen om traineeprogrammet som den varit med om. Slutligen har vi diskuterat mer ingående vårt traineesamarbetskoncept och diskuterat olika lösningar tillsammans med intervjuobjekten. Efter intervjuerna har vi analyserat svaren och skapat en viss förförståelse för fenomenet och sedan har vi gjort en intervju med någon annan för att granska om förförståelsen varit användbar och samtidigt diskuterat vidare om hur konceptet kunde vara uppbyggt. Detta har lätt till att våra modeller för konceptet har växt upp och förbättrats hela tiden under arbetets gång. Figur 2. förklarar utförligare hur vi har gått tillväga.



Figur 2. Grundad teori. I figuren förklaras processens i grundad teori. Först har man ingen hypotes och gör en intervju om fenomenet. Sedan skapar man en viss förförståelse för fenomenet. Till sist jämför man den nya förförståelsen med den information man re-

dan samlat in och antingen godkänner man den nya informationen som en del av teorin, ändrar på den eller förkastar den.

2.2 Benchmarking

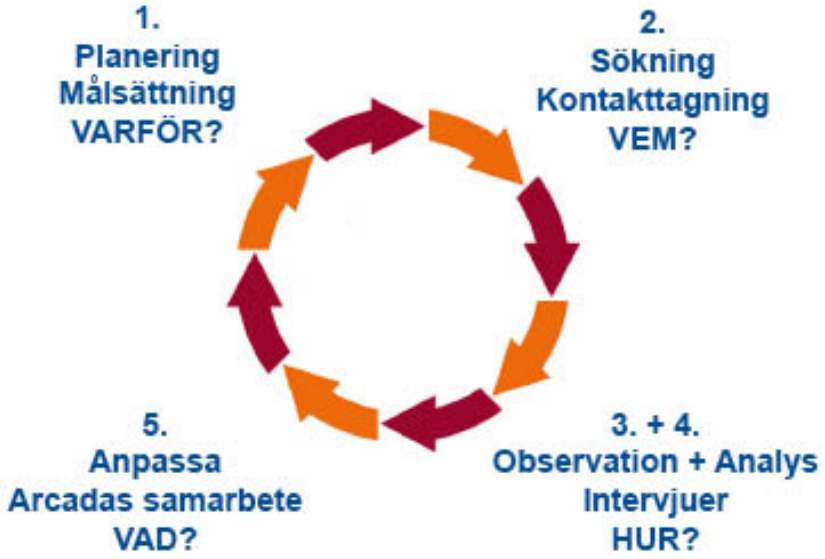
Benchmarking är en arbetsform vi kommer att använda för att bygga upp traineesamarbetskonceptet för det företagsekonomiska programmet vid Arcada. Benchmarking går enligt boken, Benchmarking- en praktisk handbok (Andersson & Pettersson, 1995), ut på att ta exempel av andra som är experter inom ett område för att tillämpa det i sin organisation, det handlar om att jämföra och positionsbestämma den egna verksamheten med branschledarens för att uppnå förbättring. Inom benchmarking finns det flera olika områden. Vi kommer främst att använda oss av process benchmarking kombinerat med funktionell benchmarking som är en mycket effektiv kombination av benchmarking. Process benchmarking handlar om att jämföra metoder och praxis för att lära sig och bli bättre. Medan funktionell benchmarking innebär att man jämför olika processer med icke-konkurrerande organisationer inom samma bransch. De två formerna av benchmarking har största värdet då de används kombinerat. Benchmarking handlar om att lära sig av andra och att hitta källor till förbättring från andra organisationer. Först och främst måste man erkänna att det finns andra som är mer specialiserade inom ett område än vad man själv är, för att sedan kunna ta ut det maximala ur den kunskap andra organisationer har.

2.2.1 Benchmarkingprocessen

I boken (Andersson & Pettersson, 1995, s. 29) presenteras fem faser för att uppnå en framgångsrik benchmarking. Den första fasen är planering, som upptar en stor del av tiden och anses vara den viktigaste fasen. I planeringsfasen läggs grunden för att bygga upp en fungerande benchmarkingstudie. I planeringsfasen ingår identifiering av processen, skapande av team, förståelse och dokumentation samt att sätta upp mål för processen. Den andra fasen är sökningsfasen som handlar om att hitta lämpliga samarbetspart-

ner och att fundera över vilka kriterier de ska uppfylla, och att ta kontakt med de partners man önskar samarbeta med. Fas tre är observation, i denna fas ska man försöka förstå samarbetsparternas processer. Man ska klargöra för de man samarbetar med vilket informationsbehov och informationskällor man har, samt att välja enligt vilken metod och med vilka verktyg man ska arbeta. Den fjärde fasen går ut på att analysera, att fundera över skillnader mellan samarbetsparterna och sig själv. Man ska också fundera över de grundläggande orsakerna varför samarbetsparterna är bättre och mer specialiserade. Analyseringsfasen är en svår och en mycket viktig fas. I den här fasen finns risk för att man tappar motivationen och har svårt att komma framåt. Den sista fasen handlar om anpassning. Nu ska man anpassa det man kommit fram till i analysfasen för den egna organisationen. Man måste göra upp en plan över hur man ska nå målen och sedan följa denna plan, till sist ska man också göra en slutrapport.

Vårt arbetssätt är uppbyggt enligt benchmarking principerna, vi har under arbetets gång genomgått alla faser som presenterades i stycket ovan. I planeringssfasen gjorde vi upp en plan för hur vi ska utföra arbetet och nå våra mål. Under den första fasen bestämde vi oss också för att göra kvalitativa intervjuer med personer som har erfarenhet av traineeverksamheten. I sökningsfasen började vi fundera mera specifikt över hur vi skulle utnyttja intervjutillfällena på bästa sätt. Vi bestämde oss för att intervjua två företag som har egna traineeprogram, två högskolor som har fungerande samarbeten med olika företag och två f.d. trainees. Vi hittade lämpliga intervjuobjekt från olika kanaler, delvis från Universums tidning ”Trainee- opas” och delvis från de mässor vi besökte. Vi kontaktade flera intervjuobjekt från de olika kategorierna och bland dem fanns även sådana som inte hade möjlighet att ställa upp för en intervju. Intervjuerna vi utförde i observationsfasen var ostrukturerade och liknade mera lediga diskussioner. Analys- och observationsfasen överlappade delvis varandra eftersom vi hade möjlighet att analysera mellan intervjutillfällena. Detta ledde till att vi strukturerade intervjuerna efter den information vi redan kommit över, och utnyttjade således varje intervjutillfälle maximalt. Då intervjuerna var utförde började vi planera traineesamarbetskonceptet för Arcadas företagsekonomiska programmet.



Figur 3. Benchmarkingprocessen

2.3 Samarbetet

För att bygga upp ett traineesamarbete måste vi utreda hur det skulle se ut för de olika parterna och hur vi kunde sammanbinda dem. Det främsta perspektivet i vårt arbete är hur högskolan upplever traineeprogram. Då arbetets huvudsyfte är att bygga upp ett traineesamarbetskoncept för Yrkeshögskolan Arcada ville vi utreda hur ett sådant koncept gynnar skolan och hur det skulle vara uppbyggt från skolans sida. Vi utredde även konceptet trainee ur studerandes och högskolans perspektiv. Deras perspektiv är viktiga med tanke på marknadsföringen av den slutliga produkten. För att bygga upp ett fungerande samarbete måste vi få med företag som är färdiga att binda sig till konceptet och ge av sin egen tid för att möjliggöra samarbetet så som vi planerat det. För att locka med företagen utreder vi vilken nytta företaget har av att vara med i samarbetet. Studerandes perspektiv är även viktigt för att bygga upp ett fungerande samarbete. För att hela samarbetet ska fungera behöver vi duktiga studerande som är motiverade att söka en plats inom samarbetet och för att möjliggöra detta måste vi utreda vilken nytta studerande har av programmet.

Figur 4. De tre parterna. Modellen visar parterna som är delaktiga i traineesamarbetet; studerande, företaget och Arcada. Med denna modell vill vi klargöra var varje part står i förhållande till varandra, modellen kommer att visas på nytt senare i arbetet för att hjälpa läsaren att förstå vilken part vi diskuterar.

3 PRESENTATION AV DE INTERVJUADE

I följande kapitel kommer vi att presentera de intervjuade. Vi har valt att intervjua två företag, två högskolor samt två traineen, för att få en så bred och mångsidig bild av traineeverksamheten ur alla parters synvinkel. Citat från intervjuerna är fritt översatta från finska. Frågeformulären som vi har använt vid intervjutillfällena finns som bilagor.

3.1 Företag

3.1.1 Outokumpu

Vi kom i kontakt med Outokumpus traineeprogram genom rekryteringsföretaget Universums informationsblad ”Trainee Opas”. Outokumpu är ett av världens ledande företag inom produktion av rostfritt stål. Vi var intresserade av företagets synvinklar till traineeverksamheten och att få en inblick i deras traineeprogram. Vi träffade Kaisu Makkonen HR-specialist på Outokumpu första gången den 5.2.2010 på företagets huvudkontor i Esbo. Vi träffades för att presentera vårt arbete och för att få en bekräftelse av henne och företaget om hon var intresserad av att hjälpa oss med vårt arbete. Träffen blev en avslappnad diskussion om företagets traineeverksamhet och våra idéer. Vi bestämde oss för ytterligare ett möte och träffades nästa gång den 16.3.2010 Den här gången utförde vi en intervju med Makkonen, hon bidrog med många idéer och stor entusiasm till vårt projekt. Nedan följer en kort introduktion om vad som är utmärkande för Outokumpus traineeprogram, längre fram i arbetet kommer vi att hänvisa till intervjun med Makkonen.

Outokumpus traineeprogram, Stainless Pro Programme, (Outokumpus webbplats [www]) är främst uppbyggt för nyutexaminerade magistrar. Outokumpu är intresserad av magistrar som studerat marknadsföring och försäljning, metallurgi, produktion eller teknik. För Outokumpu är det viktigt att traineen är specialiserad inom sitt område. Programmet består av roterande arbetsuppgifter och – platser, för att ge traineen en så bred kunskap som möjligt. Traineen börjar i sitt hemland och det primära målet är då att lära sig om företaget Outokumpu, dess strategi, målsättning och värden. Under rotationstiden får traineen arbeta med olika arbetsuppgifter vid olika kontor och även i olika länder. Man har 3-4 olika arbetsuppgifter för varje period och varje period räcker 3-6 månader. Varje period har dessutom sin egen fokus, t.ex. marknadsföring. Arbetsuppgifterna kombineras också med mentorskap och lektioner. Varje trainee har sin egen men-

tor, som är senior i Outokumpu och arbetar vid en annan avdelning än traineen. Mentorns primära uppgift är att främja internationellt lärande där det är viktigt att handleda traineen och dela med sig av sin kunskap samt föregå med gott exempel.

3.2 Deloitte

Vi kom i kontakt med företaget Deloitte på Duuniin.net rekryteringsmässan och blev intresserade av deras traineeprogram. Deloitte är ett internationellt expertföretag som har fyra huvudgrenar: konsultering, bokslut, skatt och lag service samt företagsorganisering. Valet att intervjua Deloitte kom från att vi ville intervjua någon som var intresserade av att rekrytera tradenomer och som hade ett alternativt sätt att utföra traineeprogram. Vi träffade HR-advisor Jatta Gerdt från Deloitte på Finlands huvudkontor i Gräsviken den 24.03.2010 för att få mera information om hur deras traineeprogram fungerar och för att kunna ställa frågor som vi kommit på efter mötet med Makkonen från Outokumpu. Gerdt ansvarar för företagets rekryteringsprocesser, hon arbetar på företagets HR-avdelning och till hennes arbetsuppgifter hör allt från marknadsföring av företaget som arbetsplats till lönediskussioner. Hon har studerat samhällspolitik och kommunikation på HAAGA-HELIA och fortsatt sina studier på Jyväskylän Yliopisto där hon avlagt sin magisterexamen.

Vid intervjutillfället började vi med att berätta kort om vårt examensarbete och varför vi valt att ta kontakt med Deloitte för att göra en intervju. Sedan intervjuade vi Gerdt om Deloitte som företag och om deras traineeprogram. Vi kom fram till att deras traineeprogram var mera likt någonting som vi höll på att planera jämfört med t.ex. stora koncerners prestigefyllda traineeprogram. Syftet för Deloittes traineeprogram är att göra studerande, som är i slutskedet av sina studier eller är färdigutexaminerade, bekanta med Deloitte och att kunna erbjuda en inkörsport till företaget för studerande. Till programmet är Deloitte främst intresserade av att rekrytera ekonomi- och juridikstuderan-

de. Deloittes traineeprogram byggdes först upp för att hjälpa företagets affärsredovisningsavdelning med den arbetsamma perioden i början av året då boksluten skulle slutföras, men utvidgades redan efter ett år till företagets andra områden. I dag är programmen från två till fyra månader långa, beroende på yrkesgren och stad där man utlägger sin traineeperiod. Man kan delta i traineeprogrammet även om man inte skulle vara färdig med sin skolgång. För traineen kan detta dock framkalla problem, då arbetstiden är heltid, alltså 37,5 timmar i veckan, även om Deloitte försöker vara flexibla med sina arbetstider. Det är orsaken till att det finns olika längder för trainee perioden. Vi kommer senare i arbetet att hänvisa till intervjun med Gerdt.

3.3 Högskolor

3.3.1 Tekniska Högskolan

Vi ville diskutera och intervjua projektplaneraren Iina Leporanta från Tekniska högskolans (TH) karriärservice för att få mera information om hur högskolans samarbete med näringslivet fungerar i praktiken. Vi träffade Leporanta den 26.2.2010 och diskuterade deras samarbete med näringslivet samt presentera våra idéer. Diskussion var väldigt öppen och Leporanta berättade om deras samarbetsprojekt med företag, vi fick flera idéer om hur samarbete kunde utföras i praktiken. Nedan följer en kort presentation av Tekniska högskolans Murjottelu- program.

Innovationscentret för Aalto universitetet (Tekniska högskolan, Handelshögskolan och Konstindustriella högskolan) har byggt upp ett program med praktiska projekt för sina studerande. Projektet görs i par eller i grupper med studerande från de olika högskolorna som hör till Aalto universitetet. Murjottelu-programmet började år 2004 och har sedan dess haft flera olika projekt om bl.a. förbättra en produkts visuella utseende och pro-

duktvariation eller produktfamiljers planering och segmentering. Namnet Murjottelu kommer från muotoilija- och teekkariharjoittelija. Begreppen hänvisar till formgivare från Konstindustriella högskolan och teknikstuderande från Tekniska högskolan. Projektannonserna kommer ut på Tekniska högkolans webbportal där studerande hittar dem. För att komma med i ett projekt ska man skicka in en ansökan, varefter de bästa väljs ut av universitetet och skickas vidare till företagen som gör det slutliga valet. Ofta görs projekten under sommaren och räcker 2-4 månader. I och med att samarbetet sker mellan studerande med olika studiebakgrund blir kompetensnivån hög, och företagen kan få ut både nya idéer och arbetssätt. Genom Murjottelu får företagen kontakt med olika studerande och olika områden samtidigt, på det sättet blir rekryteringen effektivare och billigare. Studerande får erfarenhet av att arbeta i ett företag med ett praktiskt projekt som har direkt samband med vad man studerar. Dessutom får studerande möjligheten att tillsammans med någon annan pröva på sina kunskaper som hon fått under studietiden. Under projektets gång bildar studerande en uppfattning om vad hon vill göra i framtiden och får prova på arbetslivet, samt bygga upp ett nätverk för eventuella framtida arbetsplatser.

3.3.2 HAAGA-HELIA

Vi fick kännedom om HAAGA-HELIAs företagspartnerskap genom olika företag på Duuniin.net rekryteringsmässan, där flera företag nämnde att de har ett väl fungerande samarbete med yrkeshögskolan. Vi kontaktade HAAGA-HELIA och träffade den 25.3.2010 Juha Marjakangas, som fungerar som Training Manager för högskolans central för forskning och utveckling samt Projektchef Ari Karvonen, som är ansvarig för HAAGA-HELIAs karriär- och rekryteringsservice. Diskussionen med representanterna för HAAGA-HELIA var väldigt givande och vi fick en djupare förståelse för hur samarbetet byggs upp och hur man sköter om det. Dessutom fick vi en inblick i hur kommunikationen mellan högskolan, studerande och företagen fungerar.

HAAGA-HELIAs företagspartnerskap är ett samarbete med företag som kan erbjuda HAAGA-HELIAs studerande praktikplatser, arbetsplatser, projektbaserat arbete eller som uppdragsgivare för examensarbeten. Högskolan sköter främst om samarbetet, medan företagen sköter om urvalsprocessen och gör upp arbetsavtal med studerande. Högskolan kontrollerar dock att arbetsuppgifterna motsvarar det som studerande studerar samt att arbetsavtalet fyller alla krav, dessutom ska företaget vara godkänt av HAAGA-HELIA för att få vara med i partnersamarbetet. HAAGA-HELIAs samarbete med företag fungerar bra och har uppbyggts under en längre tid, partnerskapet kan dessutom briljera med att det har flera arbetsplatser att erbjuda studerande än vad det finns behov för. Mentorskapet sköts från skolans sida där studerande får stöd och vägledning. HAAGA-HELIAs studiekoordinator sköter om mentorskapet och går igenom alla praktiska förberedelser inför praktikperioden med studerande.

3.4 Trainees

3.4.1 Harald – UPM-Kymmene

Vi kom i kontakt med Carolina Harald från UPM- Kymmene via Universums informationsblad ”Trainee-opas”. UPM- Kymmene är en finländsk träförädlingsindustrikoncern och har lyckats bli en av världens största tillverkare av papper. Vi ville diskutera med en före detta trainee som varit med i ett mer utvecklat traineeprogram och träffade Harald den 11.3.2010 på UPM-Kymmenes webbplats hittade vi basinformationen och konstaterade av programmet var välutbyggt och att Harald skulle vara ett lämpligt intervjuobjekt för vårt examensarbete. Harald var med i UMP-Kymmenes traineeprogram år 2004 efter att hon utexaminerats från Svenska Handelshögskolan med marknadsföring som huvudämne. Hon hade även specialiserat sig på Corporate Social Responsibility (CSR), alltså företagen ansvarstagandet inför samhället. Idag arbetar hon med CSR frågor på UPM-Kymmene, vilket innebär bl.a. miljövänlighet och företaget som arbetsgivare. Vi träffa-

de Harald på UPM-Kymmenes huvudkontor i Helsingfors. Intervjun började med att vi ställde henne frågor om hennes bakgrund, arbetsuppgifter och om traineeprogrammet som hon var med om. Sedan diskuterade vi vårt examensarbete och hur konceptet kunde vara uppbyggt. Den värdefullaste informationen som vi fick av Harald var hur traineen upplever traineeprocessen och hur man kan sälja det för studerande, resultaten presenteras senare i arbetet.

UPM-Kymmenes traineeprogram utvecklas hela tiden och ser annorlunda ut för varje år, beroende på företagets behov av nyanställda. Året som Harald var med satsade företaget stort på att utbilda framtida ledare med internationell erfarenhet. Hon skickades genast utomlands och arbetade i Tyskland, Frankrike och Storbritannien sammanlagt under ett års tid. I länderna fick hon arbeta på olika avdelningar som t.ex. marknadsföring och teknisk kundbetjäning. Vi kommer senare i arbetet att hänvisa till intervjun med Harald.

4 KONTAKT MED EVENTUELLA SAMARBETSPARTNERS

För ett fungerande samarbetskoncept krävs självfallet samarbetsföretag. Därför inledde vi kontakten med företag redan i ett tidigt skede av arbetet. För att komma i kontakt med företag besökte vi rekryteringsmässorna Duuniin.net och Contact Forum. Konceptet är uppbyggt för det företagsekonomiska programmet som har två inriktningar; logistik och marknadsföring, och därför ska samarbetsföretagen vara verksamma i de branscherna.

4.1 Infoblad för företagen

I början av januari började vi planera ett info-blad som vi kunde dela ut till företagen på de kommande mässorna i slutet av månaden. Det skulle vara ett kort infoblad, som huvudsakligen skulle fungera som ett visitkort, men också innehålla väsentlig och informativ fakta om traineesamarbetskonceptet. I det här skedet måste vi börja konkretisera

vad konceptet skulle innehålla, så att vi skulle kunna förklara oss så långt som möjligt. Info-bladet börjar med en allmän förklaring om vad samarbetet skulle handla om. Vi försökte skriva det så kort och koncist som möjligt. I texten introducerade vi examensarbetes syfte och att vi sökte eventuella samarbetspartners för framtiden.

För att väcka företagens intresse måste vi fundera ut hur samarbetet gynnar företagen och vilka är de intressantaste aspekterna för företagens sida i projektet. Vi började med att brain-storma över hela konceptet, då planeringsarbetet över helheten inte var långt hunnet i det här skedet av processen. Med hjälp av vår handledare kom vi fram till tre punkter som skulle sälja konceptet till företagen. Punkterna presenteras i figuren nedan. Även företagsekonomiska programmets programledare Niklas Eriksson och Arcadas webbredaktör Filip Levälahti gick igenom texten och godkände den.

För layouten använde vi oss av Adobe InDesign CS4, som vi lärt oss att använda på kursen Grafisk Design. För att få använda Arcadas logo behövde vi kommunikationsavdelningens samtycke om att projektet var någonting även Arcada kunde stå för. Användningen av Arcadas logo är mycket känsligt, då användningen av logon kan enkelt leda till missbruk av Arcadas namn. Vi kände att användningen av logon var väsentligt för att få tillit och status till vårt arbete. Vi fick kommunikationsavdelningens samtycke och fick en manual för hur man ska använda Arcadas logo samt vilka färger och vilken typografi Arcada använde sig av. Efter att webbredaktören Filip Levälahti gått igenom layouten och vi gjort de förändringar han föreslagit, skrev vi ut 200 exemplar av info-bladet.

ARCADA

Bästa representant för företaget

Vi håller på att planera ett trainee-samarbete för utbildnings-programmet i företagsekonomi vid yrkeshögskolan Arcada och söker nu lämpliga samarbetspartners. Det företagsekonomiska programmet har två inriktningar: marknadsföring och logistik. Projektet är en del av vårt examensarbete, med målet att redan under studietiden bygga upp ett fruktbart samarbete mellan företag och Arcadas studenter.

- Samarbetskonceptet är uppbyggt enligt en trappstegsmodell där studenten erbjuds olika typer av arbetsuppgifter beroende på i vilken fas av sina studier hon befinner sig.
- Ni har möjligheten att erbjuda unga ivriga studenter en tidsbunden arbetsplats, positiva arbetsupplevelser och bygga upp långsiktiga arbetsrelationer.
- Studenterna kan även göra skräddarsydda examensarbeten.

För mer information kontakta oss:

Daniela Nyback
daniela.nyback@arcada.fi
puh. +358 40 717 6854

Ville Vuorelma
ville.vuorelma@arcada.fi
puh. +358 44 074 0043

Mera information om Arcadas företagsekonomiska utbildningsprogram:
www.arcada.fi

ARCADA

Hyvä yrityksen edustaja

Olemme suunnittelemassa trainee-yhteistyötä ammattikorkeakoulu Arcadan liiketalousohjelmalle ja etsimme nyt sopivia yhteistyökumppaneita. Liiketalouden koulutusohjelmassa on kaksi suuntautumisvaihtoehtoa: markkinointi sekä logistiikka. Projekti on osa opinnäytetyötämme ja sen tarkoituksena on rakentaa jo opiskeluajan aikana antoisaa yhteistyötä yritysten ja Arcadan opiskelijoiden välille.

- Yhteistyökonsepti perustuu porrasmalliin, jossa opiskelijalle tarjotaan erilaisia tehtäviä riippuen siitä missä vaiheessa hän on opiskeluissaan.
- Teillä on mahdollisuus tarjota nuorille innokkaille opiskelijoille määräaikaisen työpaikan ja positiivisia työkokemuksia sekä rakentaa pitkäaikaisia työsuhteita.
- Opiskelijat voivat myös tehdä räätälöityjä opinnäytetöitä.

Halutessanne lisätietoa ottakaa yhteyttä meihin:

Ville Vuorelma
ville.vuorelma@arcada.fi
puh. +358 44 074 0043

Daniela Nyback
daniela.nyback@arcada.fi
puh. +358 40 717 6854

Enemmän tietoa Arcadan liiketalouden koulutusohjelmasta saatte osoitteesta:
www.arcada.fi

Figur 5. Infoblad

4.2 Duuniin.net rekryteringsmässan

Duuniin.net rekryteringsmässan ordnades den 27 januari 2010 i Helsingfors Mässcentrum. Mässan ordnades för yrkeshögskolestuderande i huvudstadsregionen och var ett samarbete mellan yrkeshögskolorna Arcada, HAAGA-HELIA, Laurea, Diakonia, Metropolia samt Humanistiska Yrkeshögskolan. På plats fanns 69 företag och organisationer som var intresserade av att rekrytera yrkeshögskolestuderande, färdigexaminerade samt sådana med pågående studier. Syftet med mässan var att bygga upp kontakter emellan studerande och företagen samt högskolorna och studerande. ”Ur yrkeshögskolans synvinkel är ett mångsidigt samarbete med arbetslivet av ytterst stor betydelse för vår utbildningsverksamhet.” Så skrivs det i Duuniin.net rekryteringsmässans infotidning som delades ut på mässan, citatet är från en text som är sammanfattad av rektorerna för högskolorna som deltog på mässan.

På mässan fanns det en CV-klinik, där man fick råd och tips för att redigera sin curriculum vitae. Högskolorna och företag fanns representerade på mässan de fanns möjlighet för de som besökte mässan att diskutera om lediga praktikant- och arbetsplatser. Vi presenterade vårt projekt för alla företag som kunde passa som samarbetspartners för Arcada. För att kunna välja ut de företagen vi ville ha kontakt med frågade vi först om de hade tradenomer eller ekonomer som arbetade för företaget och om de var intresserade av att anställa personer från dessa två yrkeskategorier. Sedan presenterade vi samarbetskonceptet kort och gav dem vårt infoblad, som mest fungerade som ett visitkort. Vi samlade ihop totalt kontaktuppgifter för 25 företag. Efter mässan skickade vi ett tackmail till företagen och informerade dem om att vi kommer att ta kontakt i slutet av mars-månad, då projektet framskridit. (Duuniin.net 2010)

4.3 Contact Forum rekryteringsmässan

Contact Forum rekryteringsmässan ordnades i kabelfabriken den 28.01.2010. En skild mässkommitté hade satts ihop av studerande för att ordna mässan där 70 företag representerades. Mässan var huvudsakligen riktad till universitetsstuderande, men flera av företagen som vi hade träffat på Duuniin.net rekryteringsmässan var också representerade på Contact Forum. Det var enkelt att söka fram de intressanta företagen för vårt samarbetsprojekt, flera av företagen var dock enbart intresserade av att rekrytera ingenjörer. Till sist fick vi kontaktuppgifterna till åtta olika företag, som var intresserade av att höra mera om vårt projekt. Ett av de intressantaste företagen på mässan var ett litet media marknadsförings företag med sju anställda. De var mycket intresserade av ett samarbete och då insåg vi att vi kunde satsa på mindre företag som eventuellt inte har en egen personalavdelning.

4.4 Alumnträffen för Digital marknadsföring

Den 03.02.2010 deltog vi på en alumnträff som var ett seminarium där dagens digitala marknadsföring diskuterades. På träffen diskuterade vi med flera alumner om vårt exa-

mensarbete och träffade även Robin Bade, före detta studerande på Arcada och VD för företaget ActiveArk. Vi presenterade samarbetskonceptet för honom och tog hans kontaktuppgifter för att informera honom om hur arbetet fortskrider. Företaget skulle vara en bra samarbetspartner för marknadsföringsinriktningen, som är fokuserad på digital marknadsföring.

4.5 Artikel i rekryteringstidningen Universum

Universum Communications Ab är ett globalt företag och expert inom employer branding och rekryteringsprocesser. I Finland ger företaget ut tidningarna Jungle Career och Trainee-opas samt har en omfattande verksamhet på sin webbplats. Den 12.03.2010 träffade vi Jungle-tidningens marknadsföringsassistent Linda Corin. Hon var intresserad av att skriva en artikel om konceptet som vi bygger upp. Under mötet diskuterade vi vårt projekt och allmänt om rekryteringsprocesser och fick även nya idéer av henne för vårt koncept. Vi kom överens om att diskutera vidare då arbetet är avklarat.

5 KONCEPTET TRAINEE- CENTRALA BEGREPP

Traineeprogram är ett relativt nytt koncept i Finland. Det märker man redan från det knappa litteraturutbudet på våra inhemska språk. Företagen har börjat inse att de måste satsa på unga talanger och kunna erbjuda inkörsporter för nya anställda till företaget. Initiativet tas oftast av företaget i form av marknadsföring av företagets egna traineeprogram. Det är ovanligt att högskolorna har ett samarbete med företagen, där ett mer utvecklat program är planerat. Traineeprogram är oftast planerade för utexaminerade studerande som är i början av sin karriär.

Ett traineeprogram kan ha många olika former, uppbyggnader, strukturer och innehåll. Gemensamt för traineeprogrammen är kombinationen av teori med praktik. Teorin ger studerande den kunskap de behöver för att klara av uppgifterna på arbetsplatsen och

som de till stor del också får från sin utbildning. Den praktiska delen får de då de arbetar som trainee på ett företag. (Sverigesingenjörerna). Det finns inte två likadana traineeprogram, men det finns vissa egenskaper som är gemensamma för alla.

- Roterande arbetsuppgifter; traineen får prova flera olika uppgifter och roller i företaget för att få en bättre helhetsbild över verksamheten.
- Vägledning; då traineen är relativt ny inom näringslivet får hon/han stöd och handledning av en person som under en längre tid arbetar på företaget, personen kallas i många fall för en mentor.

Historien bakom traineeprogram började redan på 30-talet då de anställda utbildades på arbetsplatsen för att bli framtida ledare för företaget. Processen kunde ta upp till 10-15 år för att utveckla en vanlig anställd till en chefsposition. Traineeprogram har planerats för att kunna förkorta utvecklingsprocessen till under ett år. Redan under 60-talet undersökte Hitselberger (1966) traineeprogram. Då fanns huvudfokusen på att rekrytera framgångsrika färdigt utexaminerade akademiker för att snabbt träna dem till att bli framtida ledare för företagen. Man ville ha unga talanger som så snabbt som möjligt kunde ta chefpositioner i företaget. (Brunberg 2004, citerar Hitselberger 1966) I de företagen som vi diskuterat med har traineeprogrammens tanken varit att utbilda framtida ledare men samtidigt även att utbilda kompetenta framtida anställda. Expertföretaget Deloitte startade sitt traineeprogram för att företaget hade behov av visstidsanställda i början av året, då företagets bokslutsavdelning hade den intensivaste arbetsperioden . De märkte dock redan efter pilotprojektet att det även fungerade som en ypperlig inkörsport för nya förmågor. Avsikten med att vara med i deras traineeprogram blev att introducera företaget för traineen och kunna erbjuda ett enkelt sätt för studerande att komma in i företaget. (Gerdt 2010)

Figur. 6. De tre parterna sammanlänkas. I figur 2 presenterades de tre parterna, nu har trainee-delen tillkommit, trainee kommer att sammanlänka de olika parterna i konceptet.

5.1 Arbetsrotation – En viktig del av konceptet

Arbetstillfredsställelse påverkas av en rad olika faktorer, en faktor är mångsidighet och variation av arbetsuppgifterna. Vi föreslår att arbetsrotation kommer att vara en del inom Arcadas traineesamarbetskoncept, tanken är att studerande ska få prova på flera olika arbetsuppgifter. För att uppnå goda resultat inom ramen för detta område krävs engagemang från både chefer, anställda och traineen. De ska finnas en klar målsättning för traineen och en tydlig plan hur målen ska nås. I Outokumpus Stainless Steel Programme har varje period sin egen fokus, en fokus kan t.ex. vara marknadsföring. Arbetsuppgifterna kombineras med mentorskap och föreläsningar som är gemensamma för alla trainees. Genom arbetsrotation får traineen ett större kompetensområde och ett bredare kontaktnät, dessutom får han/hon en bild av hela organisationen. Makkonen be-

kräftar arbetsrotationens betydelse såhär: ”Det viktigaste i vårt program är arbetsrotationen, det finns 3-4 rotationer, en rotation varar vanligen 3-6 månader”. (Makkonen 2010)

5.2 Mentorskap – Stöd och kunskapsöverföring

Mentorskap är en viktig del då man diskuterar traineeprogram och traineen. I Arcadas traineesamarbetskoncept kommer vi att sträva efter ett fungerande mentorskap för varje trainee. I det här kapitlet förklarar vi de mest väsentliga delarna med mentorskap samt förklarar varför det är en viktig del inom traineeverksamheten.

Mentorskap och coachning har ofta i det här anseendet samma betydelse, det finns dock några skillnader mellan begreppen. Enligt boken Coaching & Mentoring at work (Connor & Pokora 2007 s. 13) är coachning ofta tillfälligt och för en specifik tid medan mentorskap är för en längre och obestämd period. Coachning är mera strukturerad medan mentorskap handlar om att aktören kontaktar sin mentor då han/hon behöver diskutera något med denne. Dessutom är coachning ofta väldigt specifikt, man har satt upp ett visst eller några vissa mål som ska nås. Medan mentorskap handlar om ett bredare koncept, man kan kalla det ett stöd för aktören, som är mera på det allmänna planet. En mentor är ofta en anställd inom organisationen som har varit i tjänst en längre tid och har en bred erfarenhet, medan en coach kan vara en person som inte på något sätt är specialiserad inom den branschen. En coach arbetar med utveckling eller speciella problem i arbetet, medan en mentor arbetar allmänt med karriär och personalfrågor. I vårt arbete kommer vi att tala om mentorskap för att vi anser att det är lämpligare. Som stödpersoner för studerande. Då de arbetat inom branschen en längre tid och har kunskap om företaget fungerar det som ypperligare vägledare för traineen. ”Coaching and mentoring are learning relationships which help people to take charge of their own development, to release their potential and to achieve results which they value.” (Connor & Pokora 2007 s. 6)

Mentorskapet handlar om att bilda en relation mellan studerande och mentorn, de ska dela på erfarenhet, tankar och kunskap och måste därför kunna föra dialog med varandra. Det är av stor vikt att dessa två personer fungerar tillsammans och litar på varandra så att de kan bilda ett partnerskap. Vikten i mentorskapet ska ligga på arbetet, att utveckla personen i sitt arbete och att kunna se över både möjligheter och utmaningar. Det är viktigt att sätta upp både långsiktiga och kortsiktiga mål. Man ska komma ihåg att mentorn inte ska göra arbetet för arbetstagaren, utan hjälper genom att fråga de rätta frågorna utan att ge de rätta svaren. Mentorskapet ska vara ett hjälpmedel, mentorn ger endast verktygen som behövs för att arbetstagaren ska nå sina mål. (Connor & Pokora 2007 s. 6-11) Man ska även komma ihåg att en mentor inte är en psykolog eller rådgivare, utan mentorskapet ska handla om arbetet och att göra framsteg och nå mål i sitt arbete. Då vi diskuterade mentorskap med Makkonen (2010) från Outokumpu ansåg hon att det är en mycket viktig del inom trainee arbetet. I Outokumpus traineeprogram, Stainless Pro Programmet, får varje trainee en egen mentor, mentorn är senior i Outokumpu och arbetar vid en annan avdelning än traineen själv. I programmet är mentorns primära uppgift att främja internationellt lärande där det är viktigt att handleda, dela med sig av sin kunskap och föregå med gott exempel. Enligt Makkonen är det viktigt att mentorn är en annan person än förmannen och helst från en annan avdelning, på det sättet kan traineen anförtro sig åt mentorn i alla ärenden, även sådana som exempelvis handlar om problem med förmannen.

5.3 Socialisation

Socialisation är ett centralt begrepp inom traineeprogram. Ordet har sitt ursprung inom sociologin då man diskuterar människans anpassning till samhället och sin omgivning. Vi anser att det är anmärkningsvärt att notera att man inte ska blanda ihop orden socialisering och socialisation. Ordet socialisering används oftast i sammanhang där man diskuterar statens nationalisering av personlig egendom och används då i kommunistiska och socialistiska samhällen. Vi har övervägt användningen av ordet socialisation, då ordet har tolkats på olika sätt. Vi funderade på att bl.a. tala om social kompetens, men kom fram till att socialisation passar bäst in i sammanhanget. Enligt Angelöw & Jons-

son (2000, s. 78) i boken Introduktion till socialpsykologi är socialisation en livslång process som börjar när man föds och fortsätter livet ut. Då lär sig individen att leva i sin omgivning och agera enligt den. Man tar till sig andra individers eller gruppers beteende, normer, attityder, kunskaper och gör dem till sina egna. Processen är konstant då omgivningen ändras hela tiden och individen måste anpassa sig an efter. ”….this is the learning process by witch newcomers develop attitudes and behavior that are necessary to function as a full-fledged member of the organization” (Journal of Management Development 2001)

Då man diskuterar socialisation inom företag talar man om organisatorisk socialisation. Då sker individens anpassning till sin omgivning inom ett företag eller en organisation. Nykomlingen i företaget samlar information om organisationens struktur, mål, historia, traditioner, myter och språk och anpassar sig till dem. Socialisation är en mycket viktig del med tanke på traineeprogram. Ett av traineeprogrammens huvudsyften är att traineen ska komma in i företagskulturen och känna sig bekväm och hemma i den. För att uppnå detta måste inlärningsprocessen göras smidig. Alla företag har en artegen kultur som har byggts upp från bl.a. dess historia, struktur, mål och traditioner. Allt som företaget gör som syns utåt och inom företaget avspeglar dess företagskultur, till det hör allt från fritidssysselsättning som företaget ordnat till hur de går klädda på arbetsplatsen. (Joost Ardts, Journal of Management Development 2001)

Traineeprogram skyndar på socialisationsprocessen genom att traineen får roterande arbetsuppgifter inom företaget och på det sättet får en större helhets bild över dess verksamhet. I förra kapitlet behandlade vi mentorskap och även det hjälper till med socialisationsprocessen. Mentorn vägleder traineen och hjälper den att komma in i företagets verksamhet. (Makkonen 2010) Genom att ordentligt bli introducerad till företaget blir nykomlingen lojalare och kan identifiera sig bättre med företagskulturen. (Journal of Management Development 2001)

Gerdt (2010) från Deloitte berättade att de använder sig av en såkallad ”buddy”, dvs. en ”kompis” för varje trainee och att syftet med kompisen är att introducera företaget för traineen, presentera den nyanställda för kollegerna, för byggnaden och de olika dagliga rutinerna inom företaget. Genom att ha en ansvarsperson för det här känner sig traineen välkommen och kan börja anpassningsprocessen.

5.4 Belöningssystem

Eftersom det finns olika uppfattningar om vad en trainee ska få för belöning för sin arbetsinsats anser vi det vara väsentligt att ta upp diskussionen i ett eget kapitel. Belöning fungerar som en stimulerande och motiverande faktor och är det som företaget ger i utbyte för utfört arbete. Det är viktigt inom en organisation att ha ett välfungerande och effektivt belöningssystem. De främsta funktionerna belöningen har är att locka till sig personal samt att få den att stanna, motivera de anställda att utföra sina arbetsuppgifter väl och att motivera medarbetare att prestera bättre. Från organisationens sida handlar det till en viss del även om Company Branding, dvs. att ge en attraktiv bild av sig själv. De företag som har rykte om sig att satsa på belöningar har en högre attraktionskraft. Dessa företag har lättare att rekrytera personal och att få personal att stanna. (Lindmark, Önnevik, 2006 s. 151- 153)

Belöning handlar inte bara om lön i form av pengar, utan kan även vara faktorer som uppmuntrar eller attraherar arbetstagaren i andra former. De kan vara mindre konkreta som t.ex. beröm eller självförverkligande eller väldigt konkreta som t.ex. mobiltelefon eller tjänstebil. Belöningen handlar främst om att tillfredsställa de anställdas behov och förväntningar. Enligt Laurie Mullins (se Lindmark & Önnevik, 2006 s. 156) ska belöningen bestå av den ekonomiska delen; alltså i form av lön, men även handla om meningsfulla arbetsuppgifter, utvecklingsmöjligheter och sociala relationer. Bratton & Gold (se Lindmark & Önnevik, 2006 s. 156-157) definierar belöning såhär ”Reward refers to all monetary, non-monetary and psychological payments that an organisation provides for its employees in exchange for the work they perform.”

I vilken form traineen blir belönad är en överenskommelse mellan företaget och traineen, och kommer därmed att vara olika beroende på företag och studerande. Många företag har en uppfattning om att de får billigare arbetskraft om de anställer en trainee. En trainee ska vara anställd på samma grunder och med samma lön som andra anställda i samma tjänst med arbetserfarenhet. (Syoguiden) Vi rekommenderar att lönen motsvarar traineens utbildningsnivå och arbetserfarenhet. Den monetära lönen ska i ett traineesamarbete inte var det avgörande, vi utgår från att företaget och traineen tillsammans kan förhandla om en lön som känns rättvis. Makkonen (2010) från Outokumpu kommenterade lönefrågan såhär ”Jag anser att man inte kan vara med i samarbetet p.g.a. lönen, utan för att få arbetserfarenhet, kunskap och förståelse.” I samarbetet finns flera former av belöning som vi tar upp i kapitlen om gynnsamheten för de olika parterna och som förklaras i figuren nedan.

Figur 7. Belöning. I figuren vill vi belysa de olika formerna av belöning som traineen får under traineeperioden.

6 ARCADAS TRAINEESAMARBETSKONCEPT

I det här kapitlet kommer vi först att redogöra de olika parternas nyttoperspektiv. Senare kommer vi att argumentera för när traineeperioden skulle infalla samt vad den skulle innehålla. Vi kommer att presentera Arcadas programupplägg och hur den kunde möta företagens behov. Vi kommer dessutom att presentera hur mentorskapet skulle fungera inom ramen för detta samarbete samt hur rekryteringsprocessen smidigast kunde skötas.

6.1 Arcadas nyttoperspektiv

Med tanke på att arbetet görs för Yrkeshögskolan Arcada kartlägger vi i detta skede av presentationen av arbetet hur samarbetskonceptet kommer att gynna Arcada som läroanstalt. I dagens läge då de flesta högskolor och universitet erbjuder samma utbildning är det viktigt att differentiera sig på något sätt och då är en praktisk inriktning med samarbetspartners i näringslivet ett sätt som vi rekommenderar.

Figur 8. De tre parterna – Arcada. Vi har markerat Arcada för att klargöra att kapitlet handlar om den parten.

Den största nyttan för Arcada är mervärdet som skolan visar utåt som en aktiv samarbetspart med näringslivet. Genom att ha ett långsiktigt samarbete med företag blir Arcada en attraktivare skola för potentiella elever. Då högskolan kan erbjuda ett enklare sätt för studerande att komma in i näringslivet och marknadsföra detta på rätt sätt kan de differentiera sig från andra högskolor med liknande utbildning.

”Förstås är det viktigt för oss från studerandes synvinkel att de blir lätt anställda när de blir utexaminerade och att de får sådana arbetsuppgifter som de är utbildade till.” konstaterade Leporanta (2010) från Tekniska Högskolan. De värderar högt att de kan erbjuda utbildning som är konkurrenskraftig och ger högskolans studerande ett mervärde gentemot andra skolors studerande med samma utbildning. På så sätt får högskolan ett gott rykte om att vara en modern högskola. Vid yrkeshögskolan HAAGA-HELIA (Marjakangas & Karvonen 2010) berättade att de kan stoltsera med att deras studerande har ett gott rykte inom näringssektorn. Det märkte vi också då vi diskuterade med företagen på de olika mässorna vi besökte. Flera företag hade haft många positiva upplevelser från samarbetet med HAAGA-HELIA.

Kontakten mellan skolan och näringslivet ger skolan information om det som är aktuellt i arbetslivet. Traineen kan inhämta värdefull kunskap om företagen de arbetar i och hur marknaden ser ut i dagens läge. ”Då högskolan har samarbete med företag får skolan kunskap om vad det egentligen behövs för utbildning för dagens näringsliv, då kan man fundera på vad som är onödigt i utbildningen, och om man istället borde satsa på någonting annat.” säger Leporanta (2010) från TH. Då skolan samlar in information från traineen efter att det arbetat på företaget kan de bearbeta materialet och reflektera över hur skolans kurser är uppbyggda. Enligt Leporanta är det viktigt för högskolor och universitet att binda kontakter med företag, detta förstärker högskolans trovärdighet. Dessutom anser Leporanta att internationella kontakter är viktiga för högskolan och att det hör till

deras strategi, dessa är lätta att knyta genom företagskontakter, högskolan kan genom att vara internationellt känd bli mera trovärdigt och locka de bästa talangerna till skolan, även internationellt sätt.

6.2 Studerandes nyttoperspektiv

För att vårt traineesamarbetskoncept ska fungera krävs givetvis entusiastiska studerande som vill ansöka om plats i Arcadas samarbetsföretag. Nedan följer fördelar för studerande som deltar i samarbetet. Inblicken i vilka fördelar programmet för med sig har vuxit fram under arbetets gång.

Figur 9. De tre parterna – studerande. Vi har markerat studerande för att förtydliga att kapitlet handlar om den parten.

En av grundtankarna med traineeverksamheten är att man under en mycket kort tid hinner få en bred kunskap, eftersom man får personlig handledning och har roterande arbetsuppgifter kommer inlärningen att vara mycket effektiv. ”Jag skulle säga att man i Outokumpus Stainless Steel Programme får 10 års erfarenhet under två år.” säger Makkonen (2010). Traineetiden ger studerande möjligheten att få värdefull arbetserfarenhet samt kunskap som inte är lätt tillgänglig för studerande i en ung ålder. Det kommer att vara arbetserfarenhet som ger en konkurrenskraftigare meritförteckning. Dagens arbetsgivare uppskattar mer och mer arbetserfarenhet inom branschen, istället för höga betyg eller teoretisk lära. Efter att traineen arbetat i företaget kommer han/hon att ha en stor möjlighet till vidareanställning inom företaget. Då företaget satsat och lärt upp en ung person vill de givetvis att han/hon ska stanna kvar i företaget om erfarenheten varit god.

Ekonomistuderande på yrkeshögskolan Arcada har två obligatoriska praktikperioder där de måste arbeta upp till 400 timmar på ett företag. Det kan vara svårt att hitta intressanta företag att arbeta på och samtidigt måste arbetsuppgifterna vara jämförbara med den huvudinriktning som man valt. Samarbetet gör det enklare för studerande att hitta ett lämpligt företag där han/hon kan utföra sin praktik. En viktig fördel för traineen är att han/hon har möjligheten att lära sig kulturen inom företaget och får en inblick i hela organisationen. Dessutom kommer traineen under sin tid i företaget att skapa värdefulla kontakter, som han/hon kan använda sig av i framtiden. Harald (2010), som genomgått UPM-Kymmenes traineeprogram, uttrycker fördelarna med programmet så här: ”Den största fördelen jag fick av traineeprogrammet var en jätte bra överblick över företaget, insikt i hela organisationen och ett brett kontaktnät.”

Traineen får tillgång till en egen mentor som vägleder under traineetiden, genom detta ökar studerandes trivsamhet och socialisationen blir lättare inom företaget. På det sättet kommer traineen smidigt in i arbetslivet och får det stöd han/hon behöver. Traineen kommer även att ha tydliga arbetsuppgifter och en klar målsättning under traineetiden. Mångsidigheten av arbetet garanteras med roterande arbetsuppgifter.

Då studerande redan under studietiden börjar arbeta får han/hon en realistisk bild av arbetslivet och dessutom möjligheten att prova på flera arbetsuppgifter. Makkonen (2010) kommenterade sammanhanget så här: ”I de program ni bygger upp anser jag att traineen får konkret och realistisk förståelse för arbetslivet.” Då traineen utexamineras är han/hon steget före andra studerande, då han/hon redan har den arbetserfarenhet som krävs för många tjänster. ”Vi vill sänka ribban för studerande, då vi söker fast anställd personal kräver vi ett par års arbetserfarenhet.” säger Gerdt (2010) från Deloitte. Traineetiden kanske är den första seriösa arbetsplatsen för många, vilket också innebär att den är krävande. Under den intensiva inlärningstiden kommer studerande också att växa och utvecklas på det personliga planet. ”Självsäkerheten fick sig definitivt en boost” säger Harald, f.d. trainee UPM- Kymmene. Makkonen (2010) kommenterade: ”Det är ett bra sätt att flyttas framåt, då man måste utmana sig själv och prova på olika saker och kanske via det växa som person samt som yrkesmänniska. Även om det här är främst en rekryteringsprocess för oss ser vi det även som ett inre utvecklingsprogram.” Traineen har möjlighet att tillämpa sina kunskaper som han/hon lärt sig under studietiden i det praktiska arbetet, Harald (2010) påpekade dock att det finns en stor kontrast mellan arbetslivet och studielivet och hon menar att det därför skulle vara bra för studerande att komma in i arbetslivet i ett så tidigt skede som möjligt. Då traineen i ett tidigt skede av sin utbildning får prova på riktigt arbete inom branschen där hon eventuellt kommer att arbeta i framtiden får hon insyn över vad som just passar för hennes behov och vad hon vill arbeta med i framtiden.

Arcadas traineesamarbetskoncept kommer att ge studerande möjlighet att göra sitt examensarbete som ett uppdrag för ett av samarbetsföretagen. Att ha ett riktigt företag som uppdragsgivare motiverar studerande att göra ett så bra arbete som möjligt. Arbetet känns mer betydelsefullt då man får arbeta med ett konkret problem och inte ett påhittat. Vi diskuterade med Marjakangas (2010) och Karvonen (2010) från HAAGA-HELIA om studerande kunde göra mindre projekt och sina examensarbeten i företagen, de ansåg att företagen ofta är intresserade av hela paketet, dvs. inte bara traineeperioden utan även projekt och examensarbeten.

6.3 Företagets nyttoperspektiv

För att kunna sälja vårt samarbetskoncept har vi utforskat hur samarbetet gynnar företagen. För att locka med lämpliga samarbetspartners som är färdiga att binda sig till programmet som vi planerat behöver vi kunskap om fördelen för företaget som samarbetet för med sig.

Figur 10. De tre parterna – företaget. Vi har markerat företaget för att förtydliga att kapitlet handlar om den parten.

En av de viktigaste aspekterna för företagen är att kunna marknadsföra sig själva som bra arbetsgivare, dvs. Employer Branding. Företagens bild som arbetsgivare är viktig för att få de bästa individerna att bli intresserad av att söka arbete hos företaget. ”Till företagets bild hör allt från vad företaget håller på med, vad det händer inom företaget och vilka arbetsmöjligheter det finns inom företaget.” säger Makkonen (2010). Hon berättade att det inte endast handlar om att ge en positiv bild av företaget, utan att ge en realistisk bild, så att förväntningarna motsvara verkligheten. Företagen vill informera studerande om vad de önskar sig av de anställda, vilka uppgifter de har att erbjuda och

vilken målsättning de har. Hon anser att det är viktigt att även kunna diskutera företagets dåliga sidor, så att man ger en ärlig och realistisk bild.

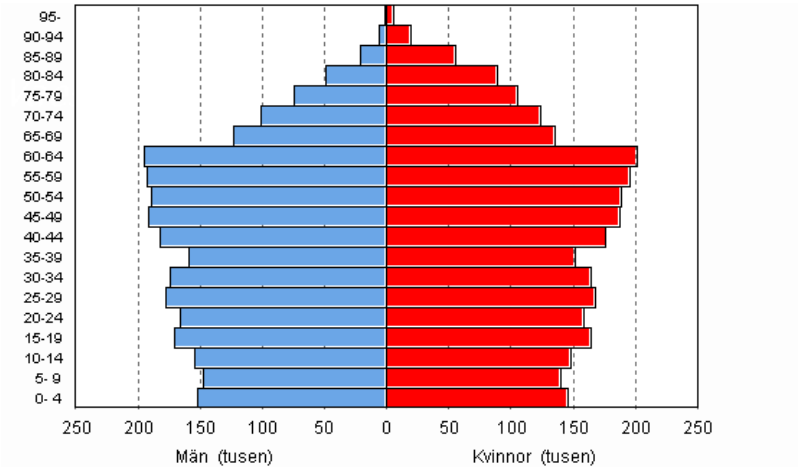
I Arcadas traineesamarbetskoncept skulle företagen ha möjligheten att träffa studerande och diskutera med dem om företaget och hurdana de är som arbetsgivare. Att vara med i ett traineesamarbetsprojekt ökar företagets möjligheter att informera studerande om företaget som arbetsgivare, och på det sättet kan de ge en realistisk bild över hur det är att arbeta för dem. Dessutom får företagen mer synlighet och blir bättre igenkända av studerande i framtiden. I intervjun med Leporanta (2010) från TH kom det fram att det för företagen är viktigt att vara synliga och få publicitet inom högskolorna, även om de kanske inte är i behov av personal just vid det tillfället. Av den orsaken kan många företag vara samarbetspartners endast med tanke på framtida behov.

Då företagen redan under studerandes studietid introducerar sig själva och handleder dem att ta de första stegen in i arbetslivet får de personer som är lojala mot företaget i ett tidigt skede av personernas karriär. På det sättet kan de bygga upp starka relationer till de anställda och även om studerande inte skulle arbeta för företaget i framtiden skulle personen i fråga fungera som en kontaktperson i företagets kontaktnät. Företagen gynnas även då de får arbetstagare som är vana att arbeta i företaget och känner företagets olika delområden, så att arbetstagaren i framtiden har kompetens att arbeta med flera olika uppgifter inom företaget. Man kan jämföra det här med bankernas kampanjer i Finland där de erbjuder förmånliga lån och försäkringar till unga vuxna, för att få dem att bli lojala kunder i framtiden. Företagen som anställer traineen kan påverka på Person–Organisation fit, dvs. hur bra den anställda passar in i organisationen. Det åstadkommer de via den anställdas socialisationsprocess inom företaget och kan med hjälp av mentorn och traineeprogrammet få traineens arbetsmetoder och sätt att tänka på att passa in i deras företag. (Brunberg 2004)

En annan fördel som samarbetet för med sig för företaget är en ökad möjlighet att anställa kompetenta arbetare. Finlands arbetskraft håller på att föråldras och de största

årskullarna pensioneras inom 5-10 år. Det ligger i företagens intresse att kunna rekrytera nya förmågor och få in dem i arbetet så snabbt som möjligt. För att hinna träna upp personer för att ta över arbetet är det viktigt att företagen tar in nya anställda i en tidig ålder. Leporanta (2010) konstaterade även det här ”Om några år blir det ändå en ganska stor konkurrens, eftersom så många kommer att gå i pension. Så om de här bästa förmågorna kommer det att bli en stor konkurrens och det är företagen medvetna om. ”

Makkonen (2010) berättade att även Outokumpus åldersgaffel enligt deras arbetsgivardemografiska diagram har som största åldersgrupper de äldsta anställda som arbetat den längsta tiden på företaget, samt de yngsta som nyligen blivit anställda. Det behövs personer som snabbare kan ta på sig mera ansvarsfulla uppgifter och som kan ta över arbetsuppgifterna som de som pensioneras har ansvarat för. (Makkonen 2010)



Figur 11. Befolkning enligt ålder 31.12.2009 (uppgifterna från Statistikcentralens webbplats 2010)

Statistikcentralens diagram över befolkningsantalet i Finland visar Finland befolkning i olika grupper i slutet av år 2009. Om man räknar med att Finlands arbetskraft består av åldersklasserna mellan 20-64 år ser man att det liknar ett timglas där foten är smalare än toppen, dvs. de äldre grupperna är mycket större än de yngre. Företagen vill säkra att de får de unga talangerna till sina företag och att de inte måste nöja sig med det näst bästa

alternativet då arbetskraften är knapp. ”En annan sida av det här att det är ett bra sätt att göra samarbete med en högskola och kunna erbjuda en konkret inkörsport för färdigt utexaminerade” konstaterade Makkonen (2010). Socialt ansvarstagandet för företagen har blivit viktigt för företagen. Det diskuteras mera om hur företagen påverkar samhället och vår omgivning och konsumenterna har börjat kräva mera ansvartagande av företagen. Till det sociala ansvarstagandet hör bl.a. miljövänlighet och att företagen inte kan avskeda personal utan en giltig orsak. (Harald 2010) Genom att företagen är med i samarbetet kan de erbjuda unga vuxna att vidareutbilda sig och få ut mera av sina studier. Företagen har en möjlighet att erbjuda en enklare inkörsport till arbetslivet, som i sin tur gynnar hela samhället. Detta leder till att företaget ger en positivare bild av sig själv och stärker sin bild som arbetsgivare.

Samarbetet underlättar företagens rekryteringsprocesser då högskolan gör urvalsprocessen så enkel som möjlig med att fungera som mellanhand för rekryteringarna och kanalisera informationen mellan företaget och arbetsansökanden. Rekryteringen av nya anställda fordrar tid och kapital och samarbetet gör hela processen snabbare och enklare, detta kom fram i intervjun med Leporanta (2010) från TH. Då högskolan fungerar som mellanhand i rekryteringsprocessen kan den para ihop rätta studerande med företagen, men enligt företagens behov. Ett standardformulär på nätet hjälper företagen att identifiera de ansökningar som är mest intressanta för dem, vilket gör urvalsprocessen effektivare för företagen. Små och medelstora företag har oftast inte egna personalavdelningar och vet inte hur rekryteringsprocesser fungerar smidigast. Genom samarbetet med Arcada får de hjälp med det och behöver inte sätta värdefull tid på någonting som de inte kan. Företagen besparas även marknadsföringskostnaderna för rekryteringen av nya anställda då Arcada skickar informationen vidare till studerande och marknadsför programmen för att får flera sökande. Företagen kan även tillfredställa temporära behov av arbetskraft utan att binda sig till längre arbetskontrakt. Då företaget skriver kontrakt med traineen handlar det endast om en visstidsanställning. Företagen förbinder sig inte till längre kontrakt och behöver inte förlänga arbetsförhållandet i slutet av trainee perioden om de inte finns behov.

Högskolans mål är självklart att använda sig av den mest aktuella informationen i undervisningen. Det leder till att studerande har kunskap om bl.a. de nyaste programvarorna inom IT-branschen och lär sig de nyaste forskningsresultaten. Traineen bistår företaget med aktuell kunskap och företaget kan använda den till godo i sitt arbete. Studerande kommer med ett nytt innovativt sätt att tänka och lösa problem. Företagen behöver utomstående som ser kritiskt på företagets verksamhet och kan ge förbättringsförslag från en ny synvinkel. Enligt Makkonen (2010) är de unga studerandes innovationer bra för företagen, men kan även leda till konflikter, då företagets äldre personals och den unga nykomlingens tankar kolliderar. Då konflikter uppstår leder det till debatt, vilket även kan framkalla innovativa sätt att lösa problem.

Samarbetet gör det möjligt för företagen att kunna föreslå skräddarsydda examensarbeten för studerande. Om studerande arbetat för företaget eller varit i kontakt med det innan, så finns det en gemensam förståelse för vad som ska forskas i examensarbetet och slutresultatet blir användbart för företagen. Företagen kan via examensarbetet göra marknadsundersökningar eller göra lönsamhetsutredningar. Det är ett enkelt sätt för företagen att få värdefull information som de eventuellt inte själva har tid att skapa.

6.4 Traineeperioden

Traineeperioden förklarar i vilket skede under studietiden det skulle vara lämpligt att traineetiden infaller. Hur traineeperioden är uppbyggd är en av de viktigaste delarna av traineesamarbetskonceptet och det är även den delen som har ändrats mest under arbetets gång. För att förklara hur vi kommit fram till det upplägget som vi gjort använder vi oss av uteslutningsmetoden. På så sätt kan vi bäst motivera hur vi kommit fram till det bästa slutresultatet. I början hade vi fem olika möjligheter för när traineeperioden kunde infalla, idéerna har utvecklats i takt med att vår kunskap inom området fördjupats.

Figur 12. De fem alternativen för när traineeperioden kunde infalla

1. Arbetet utförs under studietiden vid sidan av den vanliga studiegången. Traineen arbetar för företagen då de har lediga dagar, under kvällarna eller veckosluten då traineen inte har föreläsningar.

För att ha ett fungerande traineesamarbetet med företagen måste arbetstiden vara så väl planerad som möjligt. Om man sätter upp delmål och slutliga målsättningar för traineen och har en mentor för traineen fungerar arbetsförhållandet inte som någonting sporadiskt vid sidan av studierna. Det behövs en kontinuitet för att traineen och arbetsgivaren ska få någonting ut ur traineetiden och att åstadkomma denna kontinuitet då man går kurser samtidigt på Arcada är omöjligt. Socialisationsprocessen blir haltande och traineen kan ha svårt att komma in i företagets kultur. Samtidigt är det svårt att ge arbetsuppgifter som skulle vara nyttiga för traineen och företaget då traineen endast arbetar i företaget några gånger om veckan. Efter att traineen har arbetat för företaget en längre tid och blivit van med företagskulturen kan han/hon arbeta även sporadiskt vid sidan av studierna. Av dessa orsaker utesluter vi att en trainee endast skulle arbeta i företagen vid sidan av studierna.

2. Kurserna är integrerade i samarbetet med de olika företagen. Företagen får diskutera kursinnehållet med kursledarna och föreslå arbeten studerande kunde göra under kursens gång.

För att kunna tillämpa allt vad vi lärt oss om traineeprogram kan man inte kalla den här formen av arbete för en del av traineeperioden. Då Arcada har ett kontaktnät av företag som man samarbetar med kan man naturligtvis utnyttja kontakterna för att skapa mera innehåll i undervisningen. Makkonen hade ett bra exempel på detta. På Arcada finns en kurs som heter Digital marknadsföring och i kursen lär sig studerande att bygga upp en webbplats. Deltagarna i kursen delas upp i grupper, varje grupp bygger upp en webbplats för samma företag och till sist bestämmer företaget vilken webbplats det vill använda sig av. Samarbete i denna form är någonting som Arcada definitivt bör utnyttja då man har byggt upp ett nät av samarbetspartner, vår konklusion är att alternativet inte fyller de kriterier man ska ställa för en traineeperiod.

3. Traineen arbetar för företaget under sina praktikperioder.

Det naturliga vore att traineeperioden är under studerandes praktikperiod. Då skulle inte kurserna störa arbetet och man kunde hitta en viss kontinuitet i arbetsuppgifterna och komma in i företagskulturen. Vanligen är företagens traineeprogram 6-24 månader långa, av den orsaken att traineen ska ha tid att utföra olika arbetsuppgifter tillräckligt länge för att lära sig dem väl. Arcadas praktikperioder är 2,5 månader långa och tiden är för kort för att traineen ska lära sig tillräckligt mycket om företagets kultur och bli insatt i sitt arbete. I vissa sammanhang såsom för små och medelstora företag, kunde detta fungera. Det skulle fungera för att mindre företag som inte har så många anställda och som har färre arbetsuppgifter.

4. Traineen arbetar för företagen under sommarlovet

En längre period än praktikperioden är sommarperioden, under juni-, juli- och augustimånad, då studerande har ledigt. Då kan traineen fungera som sommarvikarie för de

fastanställda som då tar ut sin sommarledighet. För att kunna få en kontinuitet i arbetet och hinna lära sig arbetsuppgifterna måste traineen arbeta i företaget tillräckligt länge innan han/hon tar över de fastanställdas arbetsuppgifter, men som i punkt 3 kunde även detta alternativ för traineeperiod fungera i vissa sammanhang.

5. Traineen gör sitt examensarbete under sitt sista halvår på Arcada.

Makkonen (2010) kommenterade idén såhär ”Skräddarsydda examensarbeten kan vara mycket bra för företagen. För att få mest ut av arbetet vore det bäst om den som gör examensarbetet tidigare arbetat för företaget.” På det sättet har han/hon en bredare bild av företagets verksamhet och kan på det sättet göra ett bättre arbete, då det finns förståelse för företagets behov. Examensarbetet fungerar dock inte som en traineeperiod.

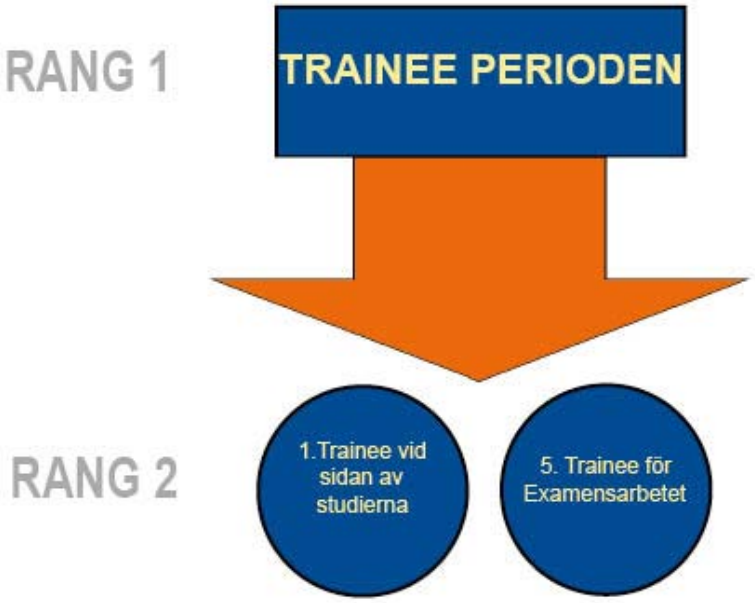
SLUTSATS:

För att kunna tillämpa alla goda sidor som konceptet trainee för med sig har vi kommit fram till att den huvudsakliga traineeperioden bör ske under en så lång tid som möjligt. Vi föreslår att man sammanslår praktikperioden och sommarlovet till en traineeperiod. På det sättet får vi ihop en period på 5,5 månader, som är tillräckligt lång för att man ska kunna kalla det en ordentlig traineeperiod där konceptets goda sidor kan tillämpas.

Under praktikperioden blir traineen introducerad på företaget och för de olika arbetsuppgifterna. Mentorn och traineen sätter upp mål för perioden. Traineen arbetar med projektbaserade uppgifter eller en huvudsaklig uppgift och blir samtidigt introducerad till 2-3 olika arbetsuppgifter inom företaget. Idén är att traineen efter praktikperioden ska kunna ta över arbetsuppgifterna av en fastanställd som har semester. Under sommarlovet ska traineen kunna uppfylla behovet för mera arbetskraft då personalen är sommarledig. Det leder till att traineen får praktisera olika uppgifter i företaget och att traineeprogrammens roterande arbetsuppgifter tillämpas. Istället för att företaget skulle rekrytera sommarvikarier har det en trainee som redan är van med företaget som organisation och samtidigt kan ta ansvar för olika arbetsuppgifter.

Figur 13. Arbetsrotation under sommarperioden. Arbetsrotationen kommer att tillföra mångfalld till traineeperioden, studerande får prova på flera olika arbetsuppgifter under traineetiden.

Efter att traineen arbetat under en längre period i företaget och har blivit bekant med det, kan hon/han även arbeta i företaget vid sidan av studierna. Att skriva ett examensarbete för ett företag där man redan arbetat en tid leder till att arbetet blir effektivare och enklare att göra. Slutresultatet blir antagligen bättre än om arbetet skulle utföras för ett företag som är helt obekant för den som gör examensarbetet.



Figur 14. Den optimala tiden för traineeperioden.

Vi rekommenderar att traineen först arbetar en längre period, traineeperioden, för företaget och bekantar sig med verksamheten. Därför har traineeperioden rangnummer 1. Efter att trainee blivit van med företaget kan han/hon arbeta vid sidan av studierna eller göra sitt examensarbete för företaget. Det att traineen först arbetat en längre tid på företaget är endast en rekommendation och därför är examensarbetet och arbetet vid sidan av studierna rangnummer 2, dvs. det går också att göra någon av dessa utan att ha arbetat en längre tid på företaget, men vi rekommenderar inte detta.

Alla företag har olika behov av arbetskraft och rekrytering av ny personal. Trainee perioden som presenteras i figuren ovan kan skräddarsys så att det passar för alla företags särskilda behov. Om traineen inte arbetat för företaget tidigare förkastas inte heller möjligheten att traineen kunde arbeta i företaget vid sidan av studierna eller skriva sitt examensarbete för företaget, men för att traineekonceptet i samarbetet ska fungera tillfredställande rekommenderar vi att traineen först arbetar i företaget en längre period.

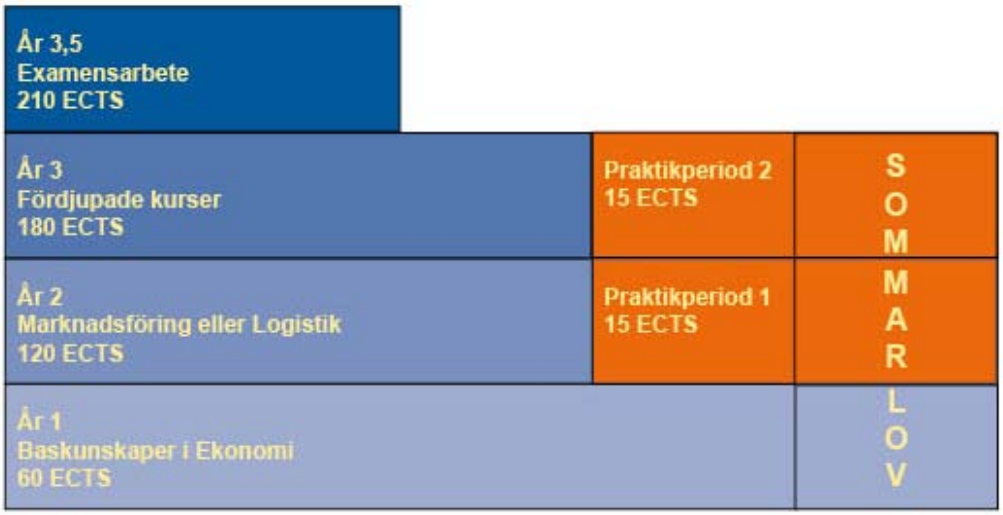
SAMMANDRAG:

- Traineeperioden fungerar bäst som en kombination av praktikperioden och sommaren.
- Arbete vid sidan av studierna och examensarbete med företaget som uppdragsgivare fungerar bäst om traineen gått igenom en längre traineeperiod i företaget.

6.4.1 Arcadas programupplägg möter företagens behov

Vanligen är företagens traineeprogram planerade för färdigt utexaminerade studerande och då har alla traineen mer eller mindre samma baskunskap som de lärt sig under studiernas lopp. Arcadas traineekoncept sker under studerandes studietid och då har studerande hunnit olika långt i sina studier, beroende på hur länge de studerat på Arcada. Redan i början av arbetet funderade vi över en trappstegsmodell tillsammans med vår handledare. I början hette den trappstegsmodellen då de liknade en trappa som studerande klev upp för, dvs. för varje år han/hon studerat på Arcada blev studerande lite visare och hade mer kunskap från kurserna i bagaget. Modellen var lite missvisande, då det såg ut som om första studieåret skulle vara tidsmässigt längst, det andra året kortare osv. Trappstegsmodellen planerades för att kunna visualisera för företagen hur Arcada kan para ihop de rätta traineena med de rätta företagen.

Under tiden man studerar på Arcada fördjupas kunskapen inom ämnet man studerar. För att underlätta företagen att hitta den rätta traineen kan de välja emellan studerande som har kommit olika långt i sina studier.



Figur 15. Arcadas programupplägg. Modellen visar hur det företagsekonomiska utbildningsprogrammet i Arcada är uppbyggt, det orangea området är perioden då studerandea skulle ha möjlighet att arbeta som trainee.

I figuren ovan visas de olika nivåerna studerande på Arcada går igenom. Under det första året studerar man allmänna kurser inom ekonomi utan någon speciell inriktning. Studerande har grundkurser i bl.a. marknadsföring, redovisning, logistik och språkkurser. Under året samlar man ihop 60 ECTS. I slutet av första året väljer studerande en huvudinriktning. På det företagsekonomiska programmet vid Arcada kan man studera antingen marknadsföring eller logistik som huvudämne. Det andra året fortsätter man även med allmänna studier och breddstudier. I slutet av andra perioden har man sin första praktik. Under året samlar man 45 ECTS från kurserna och 15 ECTS från sin praktik. Under tredje året fördjupar man sig i sin huvudinriktning. Den innehåller även den andra praktikperioden i fjärde perioden. Under året samlar man ihop lika mycket studiepoäng, ECTS, som det andra året, dvs. 45 ECTS för kurser och 15 ECTS för praktik. Det sista halva året man studerar på Arcada skriver man sitt examensarbete. I det skedet av studierna har man den teoretiska kunskapen som behövs för att utföra en utredning eller forskning i sitt huvudämne.

Kunskapen som man samlar på sig under tiden man studerar visas med toningen som blir mörkare desto längre man kommit i sina studier. Den huvudsakliga traineeperioden

är färgad med orange, dvs. under praktikperioderna samt sommaren efter andra och tredje året som man studerat på Arcada. Företagen har olika behov av kunskap av sina deltidsanställda och Arcada kan förklara hur mycket kunskap deras studerande har. Vissa företag kan erbjuda arbetsuppgifter där ingen utförligare ekonomisk kunskap krävs och endast grundkurserna som erbjudits under första året på Arcada är tillräckligt. Vissa företag kan kräva en viss kompetens inom området marknadsföring eller logistik och vill inte anställa personer som inte genomfört andra årets kurser. En del företag vill ha studerande som redan utfört tre års studier på Arcada och har redan en god inblick om sitt eget område.

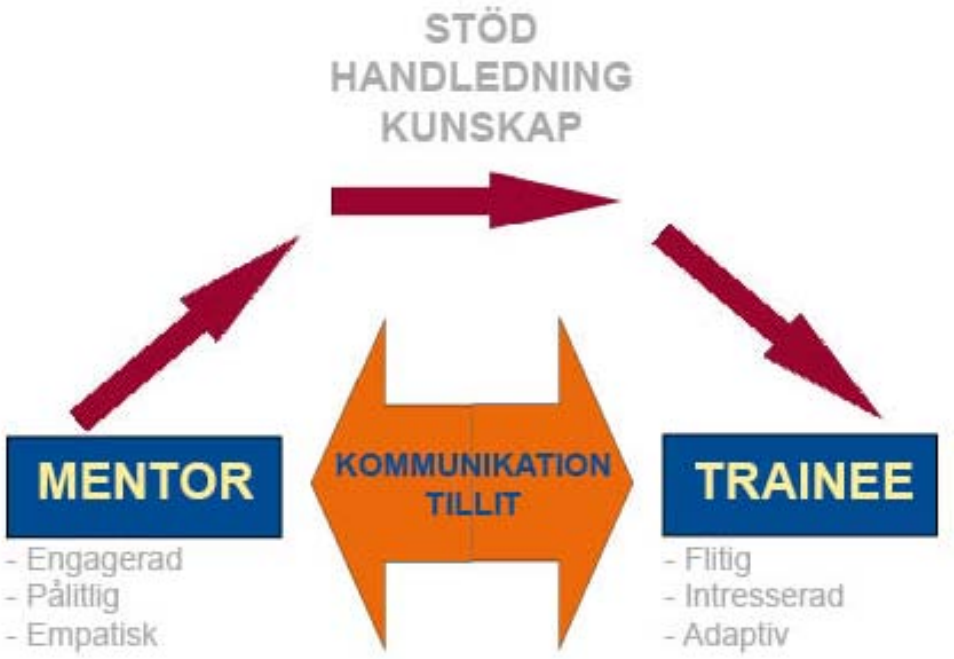
Då Arcada fungerar som en mellanhand kan de informera företagen om programmets kurspalett och i vilket skede av studierna traineen är. Vilket även underlättar företagens rekryteringsprocesser. Från ASTA som är Arcadas kursanmälningsportal där studeranden anmäler sig till kurser. I portalen ASTA kan man även enkelt ta reda på kursernas innehåll och när det rekommenderade året är att utföra kurserna. För att få mera information om vad kurserna innehåller och hur kursplanen kommer att förändras i framtiden kan man fråga kursledarna eller de programansvariga. Då skolan sitter på sådan kunskap som är guldvärd för företag som vill rekrytera studerande vore det fel att inte utnyttja det.

SAMMANDRAG:

- Företagen har olika behov på sina anställda och hur mycket kunskap de har och därför informerar Arcada om kursernas innehåll och i vilket skede de olika studerandena är.
- Figur 16 fungerar som en modell för att visa för företagen vad studerande studerar och hur långt de har kommit i sina studier.
- Arcada kan ge värdefull information om kursernas innehåll till arbetsgivarna

6.4.2 Mentorskap

Mentorskapet har presenterats tidigare i arbetet, nu kommer vi att föra en diskussion om hur mentorskapet kunde fungera i samarbetsföretagen. Mentorn ska ha tydliga uppgifter och uppfylla vissa krav, dessa presenteras i en modell nedan. Figuren beskriver hur mentorskapet kommer att fungera. Tanken är att den som är mentor har vissa personliga egenskaper, dessa egenskaper presenteras i den första boxen. De behövs även fungerande kommunikation mellan traineen och dennes mentor. Dessutom ska mentorn kunna ge traineen den hjälp han/hon behöver, vilket representeras de övre pilarna. En förutsättning för att mentorskapet skall fungera är att mentorerna har genomgått någon form av förberedande utbildning.



Figur 16. Mentorskap. Med hjälp av figuren vill vi redovisa vilka fördelar mentorskapet för med sig. Dessutom vill vi poängtera att det är viktigt att mentorn respektive traineen har de rätta karaktärsdragen för att bygga upp ett lyckat partnerskap.

6.4.3 Rekryteringsprocessen

Rekryterings- och urvalsprocessen handlar om att hitta rätt person till rätt arbetsplats. Då måste företaget som rekryterar fundera över sina behov nu och längre fram samt vilken kompetens som finns och vilken de eventuellt behöver i framtiden. Det är lättare för företag med positiv Employer Branding identitet att rekrytera personal. (Lindmark & Önnevik 2006) Inom Arcadas traineesamarbetskoncept kommer rekryteringsprocessen huvudsakligen att vara ett möte mellan studerande och företaget. För att informationen ska löpa smidigt mellan Arcada och studerande använder vi oss av en nättjänst. Idén kom fram då Leporanta (2010) från TH berättade om att de använder sig av en webbportal så att kontakttagandet mellan parterna blir smidigare. Flera företag berättade även hur enkelt det är att använda webben för att rekrytera trainees. Outokumpu använde sig av bl.a. webbplatserna www.traineeguiden.se och www.oikotie.fi. I vårt traineesamarbetskoncept är de endast tre parter som ska kommunicera med varandra och externa parter ska inte ta del av informationen. Därför föreslår vi att det skulle byggas upp en ny intern nättjänst på Arcadas webbplats och som endast skulle vara tillgänglig för studerande på Arcada, via webbplatsen MyArcada. MyArcada är varje studerandes egen webbplats, där de kan läsa sin e-post, gå igenom kursutbudet, se sina föreläsningsscheman osv. Man måste ha ett lösenord och användarnamn för Arcadas nättjänster för att kunna logga in på MyArcada.

Företagens arbetsplatsannonsering går till på följande vis. Företaget skickar sin arbetsplatsannons med e-post till Arcadas karriärservice. Karriärservicens personal går igenom arbetsplatsannonsen och granskar att all nödvändig information finns med, som t.ex. att sista datumet för inlämnandet av ansökan samt kontaktuppgifterna till företaget. Orsaken till att företagen inte direkt kan sätta ut sina annonser på webbplatsen är den att de skulle behöva användarnamn och lösenord till Arcadas server och Arcadas karriärservice kan underlätta arbete för företaget med att göra så lite som att gå igenom annonsen och skicka den vidare. Då karriärservice har gått igenom annonsen marknadsförs den på nättjänsten för studerande. På MyArcada kan studerande läsa igenom alla annonser och sedan skicka in arbetsansökningar till karriärservice, som i sin tur granskar att allt är rätt ifyllt och när ansökningstiden har gått ut, skickas alla ansökningar från karri-

ärservice till företaget. De kommer att finnas ansökningsbotten för att underlätta processen både för den ansökande och för samarbetsföretaget. Då man har ansökningsbotten kan man lätt hitta den väsentliga informationen i ansökan och alla ansökningar har samma struktur. Tanken är att Arcada inte ska delta i urvalsprocessen utan endast ta hand om informationsflödet mellan företaget och studerande. Om företagen har några specialönskemål som de vill ha med i arbetsansökningarna kan de lägga till önskemålen i deras arbetsplatsannons och sedan kan den sökande skriva på webblankettens utrymme för övrig information.

Företagen kommer själva att kontakta den ansökande och intervjua honom/henne, dessutom görs avtalet mellan den studerande och företaget och Arcada har inte del i avtalet. Självfallet ska Arcada bidra med hjälp och stöd för studerande om han/hon är osäker på någonting. Enligt HAAGA-HELIA går processen till på följande sätt ”Ansökningarna går direkt till företagen, i ansökningarna ska de finnas tydligt utsatta kontaktuppgifter så att företagen lätt kan ta kontakt med studerande och komma överens om saker. Vår roll upphör då företaget och studerande möts.” Vissa av de personer som vi intervjuade ansåg att högskolan ska vara en del i urvalsprocessen och endast skicka vidare de bästa ansökningarna till företagen. Vi övervägde saken länge men lade större värde på HAAGA-HELIAs syn på saken eftersom de också är en yrkeshögskola och deras samarbete liknar Arcadas.

I början av arbetet diskuterade vi möjligheten att det skulle finnas en s.k. traineepool på nätet. Det är ett ställe där all basinformationen om de som är intresserade av traineeplatser skulle finnas till hands och där företagen kan leta efter den rätta traineen med tanke på sina behov. I diskussionerna kom det ändå fram att det skulle bli svårt för företagen att lära sig ännu ett nytt program som man behöver lösenord och användarnamn för. Det är viktigt att underlätta arbetet för företagen, med att låta Arcadas karriärservice göra så mycket de kan.

Enligt planerna ska samarbetet börja våren 2011 då praktikperioden börjar i slutet av mars. För att säkerställa situationen för studerande och företagen ska det finnas en god marginal mellan den sista möjliga ansökningsdagen och när arbetet inleds. Detta även för att båda parterna ska kunna förbereda sig så väl som möjligt. Dessutom ska de finnas god tid för studerande att svara på eventuella andra arbetserbjudanden. Vi föreslår därför att ansökningstiden börjar i december och avslutas i januari, marknadsföringen för programmet kunde starta redan i oktober. Efter att ansökningstiden avslutats ska företagen ha tid att gå igenom ansökningarna och kalla studerande på intervjuer. Samarbetsföretagen ska meddela sina studerande om praktikplatsen senast i slutet av februari.

SAMMANDRAG:

- Kontakten mellan företaget och studerande sköts av karriärservice på Arcada.
- Kontakten mellan företaget och karriärservice fungerar via e-post.
- Kontakten mellan karriärservice och studerande sköts via nättjänsten på MyArcada.
- Alla ansökningar görs på samma webbenkät, för att underlätta processen för studerande och underlätta urvalsprocessen för företagen.
- Val av studerande till traineekonceptet görs av företagen

7 IMPLEMENTERING

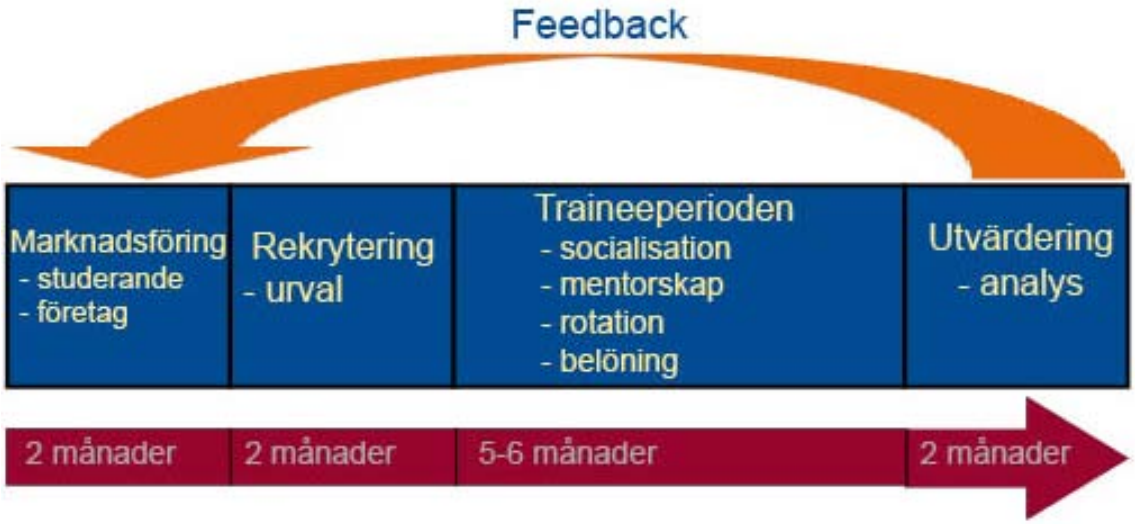
För att bygga upp ett fungerande samarbete mellan Arcada och företag, måste konceptet implementeras. I följande kapitel redovisar vi kort hur den implementeringen kunde verkställas.

För det första föreslår vi att en eller två personer sköter om marknadsföringen. I texten kallar vi denna person eller dessa personer för Arcadas representanter. För att bygga upp samarbetet borde det reserveras en period på tre till sex månader. Under den tiden hinner representanterna driva en marknadsföringskampanj och skapa ett nätverk av samarbetsparter. Det är viktigt att kontaktpersonen på Arcada är samma person under hela tiden samarbetet byggs upp. Det handlar om att forma en viss tillit och en personlig relation till företaget. Efter att avtalet har gjorts kan ansvaret flyttas över till Arcadas karriärservice. Karriärservice finns på Arcada för att hjälpa studerande med vägledning till arbetslivet. Vi har redan börjat ta kontakt med företag med att medverka på Duuniin.net och Contact Forum rekryteringsmässorna. Där diskuterade vi med företag som var intresserad av att rekrytera tradenomer och samlade kontaktuppgifter av alla som var intresserade av att höra mera om Arcadas samarbetskonceptet i framtiden. Efter att Arcadas representanter valt företagen de anser lämpliga för att ha ett samarbete med, kontaktas de per e-post och telefon. För att få företagen intresserade måste Arcadas representanter träffa företagets representanter personligen och förklara för dem hur samarbetet fungerar på det bästa sättet och hur det skulle gynna företaget att vara delaktig.

För att kunna förklara konceptet föreslår vi att man planerar broschyrer som innehåller centrala figurer och modeller för hur samarbetet fungerar i praktiken. När Arcadas representanter träffar företagen presenterar de planerna för företaget och diskuterar sedan om företagets behov, detta kommer att fungera som B-to-B. Företagen får sedan tid att fundera om de vill samarbeta med Arcada och hur samarbetet skulle se ut. Då kan de använda sig av broschyren för att komma ihåg vad som diskuterades under mötet. Det skulle vara önskvärt att ordna någon form av mässa där samarbetsföretagen och studenterna skulle ha möjlighet att träffas. Leporanta (2010) berättade om TH:s evenemang

”Vi ordnar minimässor som är inriktade på någon viss bransch, där det är ca 10 företag som har ett eget stånd och presenterar sitt företag. Mässorna räcker ungefär fyra timmar och ger studenterna möjlighet att bekanta sig med företagen”

För att samarbetet ska kunna byggas upp och för att det ska fungera även i framtiden behövs det hela tiden studerande som vill ansöka om traineeplatser. Marknadsföringen för studerande bör därför vara kontinuerlig. Då konceptet är helt nytt måste det göras klart för alla studerande vad det handlar om och hur mycket nytta de kan få av att vara en trainee hos en samarbetspart. Att skicka e-post till eleverna räcker inte, utan Arcadas representanter måste träffa den studerande personligen och förklara vad konceptet går ut på. För att studerande ska få en klarare bild över konceptet föreslår vi att man sätter ihop en broschyr även för dem. I den förklaras hur samarbetet fungerar och hur det gynnar studerande att söka till traineesamarbetskonceptet. I kapitel 7.3 kan man läsa om studerandes nyttoperspektiv.



Figur 17. Tidsaxeln

Figur 17 visar hur ett år inom traineeverksamheten skulle vara uppbyggt. Först behöver man tid för att binda kontakterna med företagen och få studeranden intresserade av vara trainees. Tiden är knapp för att bygga upp långvariga samarbetsförhållande med företag, det kan ta upp till flera år, men då de har byggts upp räcker två månader för att förbere-

da företagen för rekryteringsskedet. Sedan kommer skedet då företagen skall annonsera sina arbetsplatser och karriärservice skickar dem vidare. Det är viktigt att företagen annonserar i tid så att studerande har tid att ansöka om traineeplatserna och samtidigt ännu ha tid att söka någonting annat om de inte får platsen de ville ha. Därför är det viktigt i den här perioden att ha strikta deadlines för annonseringen, ansökning och anställning. Efter det följer själva traineeperioden. Till sist skall helheten analyseras och utvärderas. Från det får man värdefull information som kan användas då processen startar om.

7.1 Lämpliga företag som samarbetsparter

Under arbetets gång har det varit mycket diskussion om vilka företag som kunde lämpa sig bäst för att ha samarbete med företagsekonomiska programmet på Arcada. Vi konstaterade i ett tidigt skede av arbetet att vi inte i första hand rekommenderar att kontakta stora koncerner som eventuella samarbetspartner. De största företagen i Finland har vanligen redan någon form av traineeprogram och flera kräver en utbildning på magisternivå. Som första arbetsplats kan det även vara svårt att få grepp om ett större företag som har en bred verksamhet.

Vi har valt att koncentrera oss på små och medelstora företag. Enligt Europeiska unionens ordlista är små företag personer med mindre än 50 anställda, medan medelstora företag har som mest 250 anställda. (Europa Ordlista) De är vanligen mer familjära och de anställdas arbetsuppgifter är inte huggna i sten, vilket lämnar utrymme för kreativitet och innovation. Mindre företag som inte har en egen personalavdelning kan ha mycket hjälp av att ha Arcada som hjälp med att rekrytera studerande som trainees för företaget, dessutom är beslutsnivån lägre och gör samarbetet enklare. För studerande är det enklare att förstå verksamheten som en helhet i ett mindre företag. De lämpligaste företagen är företag som håller på med marknadsföring eller logistik. Samarbetet fungerar även med företag som har en skild marknadsförings- eller logistikavdelning. För att få ett så mångsidigt nätverk som möjligt föreslår vi att Arcada kontaktar företag som är specialiserade i olika områden inom sina egna branscher, som t.ex. marknadsförings företag inom media eller logistik på webben.

7.2 Avtalet

För att företagen ska kunna kalla sig Arcadas samarbetspartner och ha möjlighet till de tjänster som hör till, ska de binda sig till samarbetet genom att skriva under ett avtal. Vi föreslår att det finns ett gemensamt avtalsbotten för alla företag, men att varje samarbete skräddarsys efter företagens behov. Avtalet visar också att företagen har ett genuint intresse att anställa studerande från Arcadas yrkeshögskola.

Vi rekommenderar att avtalet ska innehålla följande punkter:

- då företaget anställer visstidsanställda ska de först erbjuda platsen för Arcadas studerande, men om de inte hittar lämpliga kandidater bland dem kan de anställa någon utomstående.
- traineen ska ha en vägledande mentor
- roterande arbetsuppgifter
- traineen får klara arbetsuppgifter som är förknippade med deras studier

Avtalen ska förklara samarbetet i stora drag och inte gå in på petitesser. Så här kommenterar Gerdt (2010) från Deloitte sammanhanget ”Mitt råd är att ni ska göra programmet så flexibelt som möjligt, eftersom företagen inte kommer att vara så stora så måste det göra skräddarsydda beslut och endast ge riktlinjer för hur konceptet kommer att fungera.” Avtalet kommer inte att binda företagen till att anställa ett visst antal trainees per år. De binder inte heller företagen att betala en viss lön till traineena. Om det och andra anställningsvillkor avtalas mellan företaget och traineen.

8 SLUTSATSER

Innan vi skrev våra slutsatser ville vi att en expert inom området för samarbete mellan yrkeshögskolor och företag skulle gå igenom vårt arbete och kommentera det. Vi träffade Armi Murto på eftermiddagen den 16.4.2010 på Arcada. Hon studerar international business på Arcada samt statskunskap på Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet. Hon har varit styrelse ordförande för Arcadas studerandekår (ASK) samt för Förbundet för studerandekårer vid yrkeshögskolor i Finland (SAMOK rf). Efter att hon slutfört sitt ordförandeskap på SAMOK rf jobbade hon på yrkeshögskolan HAAGA-HELIA som alumnkoordinator och var med om att planera yrkeshögskolans mentorskapsprogram.

Nu när examensarbetet har slutförts och presenterats analyserar vi slutresultatet. Vi gick igenom arbetet kapitel för kapitel och funderade på vad man kunde ha gjort bättre och vad som fungerade bra. Vi har även diskuterat med ett antal personer som gått igenom arbetet om hur de upplevt det. Vi kom fram till följande slutsatser.

Om vi hade haft mer kunskap om traineeprogram innan vi utförde intervjuerna kunde vi ha diskuterat ämnet på djupet och fått mera ut av intervjuobjekten. Då kunde intervjuerna ha varit mer strukturerade och effektivare. Samtidigt var intervjuerna det enda sättet att bygga upp en förförståelse, eftersom litteratur inom ämnet är knapp. Vi kunde även ha utfört flera intervjuer för att lära oss mera av de erfarenheter personer som varit med om traineeprogram har samlat på sig och för att få mera material att benchmarka ifrån. I något skede planerade vi även att arbetet skulle innehålla ett pilotprojekt som skulle fungera som ett exempel på hur ett samarbete kunde se ut på riktigt. Vi märkte senare under arbetets gång att ett pilotprojekt skulle ha gjort arbetet för gediget och att vi inte kunde ha med en sådan del i projektet. Ett praktiskt exempel skulle ha gett arbetet ett klart mervärde. Ett pilotprojekt skulle ha förklarat utförligare hur konceptet är uppbyggt och skulle ha bekräftat styrkorna i konceptet samt gett möjlighet att rätta till eventuella svagheter.

I början av arbetet kontaktade vi karriärservice på Arcada för att presentera vår rubrik för dem och diskuterade kort om hur vi kunde samla in information för arbetet. I slutet skickade vi även den färdiga versionen till dem. Karriärservice hade flera bra förbättringsförslag och vi insåg att om vi hade arbetat tillsammans med dem skulle vi ha kunnat utnyttja värdefull information och bra tankar om t.ex. rekryteringsprocesserna. I början av arbetet kontaktade vi även Trol (Tradenomiopiskelijoidenliitto) för att fråga dem om de kände till liknande samarbetskoncept i andra yrkeshögskolor. Nu när projektet är färdigt tror vi att om vi samarbetat med Trol under arbetets gång kunde vi ha fått bra idéer av dem.

Arbetsmetoderna som vi använde oss av fungerade utmärkt. För att bygga upp någonting från ingenting passade grundad teori oss bra. Vi kunde bygga upp en förförståelse för någonting och sedan utveckla idén med att diskutera med personer som hade kunnande inom området. Vi var mycket nöjda med våra val av intervjuobjekt. De berikade arbetet med sin entusiasm att hjälpa oss med att bygga upp ett bra koncept. Även yrkeshögskolan HAAGA-HELIA var mycket intresserade av att hjälpa oss och berättade gärna hur deras samarbete med företag var uppbyggt. Det skulle inte ha fungerat att utveckla konceptet om vi hade jobbat ensamma på det. Då vi var två kunde vi komplettera varandra och använda oss av bådas styrkor. Arbetsfördelningen fungerade även bra och vi kunde delegera uppgifter till varandra och jobba som ett par istället för som två individer. Under intervjutillfällena kunde den andra fylla på med följdfrågor eller andra frågor som den andra intervjuaren hade glömt. På det sättet fick vi mycket ut av våra intervjuer och kom ihåg att diskutera om allt som vi planerat. Samtidigt kunde vi bolla idéer med varandra och prova hypoteser och tankar för att komma till en gemensam slutsats. Vi är mycket nöjda med att vi båda lyckades få vår egen prägel i arbetet och vi är väldigt nöjda med slutresultatet.

Vi hoppas att konceptet kan användas i framtiden för att bygga upp ett mera välkonstruerat samarbete mellan Arcada och näringslivet

9 KÄLLOR

Tryckta källor

Böcker

Andersson, Björn & Pettersen, Per-Gaute. 1995, *Benchmarking- en praktisk handbok*, Lund: Studerandelitteratur, 198 s.

Angelöw, Bosse & Jonsson, Thom, 2000. *Introduktion till socialpsykologi*, Lund: Studerandelitteratur , 270 s.

Brunberg, Mikael, 2004, *Traineeprogram som ett redskap för socialization och uppnåendet av Person-Organization fit* .(avhandling pro gradu) Svenska Handelshögskolan. Institutionen för Företagsledning och organisation. [Brunberg citerar Hitselberger T.E]

Connor, Mary & Pokora, Julia, 2007, *Coaching & Mentoring at work*, 2 uppl., Open University press, 248 s.

Lindmark, Anders & Önnevik, Thomas, 2006, *Human Resource Management*, Lund: Studerandelitteratur 2006, 329 s.

Ordböcker och uppslagsverk

Artiklar och infoblad

Duuniin.net 2010, *Rekryteringsmässan Duuniin.nets infotidning*, Helsingfors

Journal of Management Development, 2001, Joost Ardts, *The breaking in of the new employees; effectiveness and socialisation tactics and personnel instruments*, s. 159-167

Trainee-opas, 2009, *Tidskrift utgiven av Universum*, Helsingfors

Elektroniska källor

Arcada, 2010, *Info om karriärservice* [www], publicerad 12.2.2010

Tillgängligt:

http://studieguide.arcada.fi/studerandeservice/studiehandledning-karriarservice-och-alumnverksamhet/karriarservice Hämtat 13.4.2010

Europa Ordlista, 2010, *ordlista* [www], publicerad 2010

Tillgänglig: http://europa.eu/scadplus/glossary/sme_sv.htm 10.04.2010

Hämtad 13.3.2010

Nationalencyklopedin, 2010, *Uppslagsverk* [www]

Tillgängligt: http://www.ne.se/sok/trainee?type=NE Hämtat 10.4.2010

Outokumpu, 2010, *artikel på företagets webbplats* [www], publicerad 2010

Tillgänglig: http://www.outokumpu.com/pages/Page____45364.aspx Hämtat 3.2.2010

Sverigeingenjörerna, 2010, *artikel på organisationens webbplats* [www].

Tillgänglig http://www.sverigesingenjorer.se/studerande/yrkeslivet/Sidor/trainee.aspx

Hämtat 7.11.2009

Statistikcentralen, 2010, *statistik över Finlands befolknings åldersklasser* [www]

Tillgänglig:http://www.stat.fi/til/vaerak/2009/vaerak_2009_2010-03-19_kuv_002_sv_001.gif Hämtat 24.03.2010

Samnetdialog, 2008, *Artikel om grundad teori* [www], publicerad 28.6.2008

Tillgängligt:
http://www.samnetdialog.se/home/page.asp?sid=2418&mid=2&PageId=46823 Hämtat 18.4.2010

Prosocial, *Information om grundad teori* [www]

Tillgänglig: http://www.prosocial.se/kortomgt.html Hämtat 18.4.2010

Övriga källor

Muntliga källor

Gerdt, Jatta, Deloitte. 2010, HR-advisor på Deloitte, *Intervju om traineeprogram* [muntl.] 24.03.2010

Harald, Carolina, 2010, f.d. trainee på UPM-Kymmene. *Intervju om hennes upplevelser som trainee* [muntl.] 11.3.2010

Leporanta, Iina, 2010, projektplanerare vid Tekniska högskolan. *Intervju om Tekniska Högskolans samarbete med företag* [muntl.]. 26.3.2010

Makkonen, Kaisu, 2010, HR-specialist på Outokumpu. *Intervju om traineeprogram* [muntl.]. 5.2.2010

Marjakangas, Juha & Karvonen, Ari, 2010, Training manager och projektchef vid yrkeshögskolan HAAGA-HELIA *Intervju om HAAGA-HELIAs samarbete med företag* [muntl.] 25.03.2010

BILAGA 1. Intervjuguide, Makkonen, Kaisu Outokumpu 2010

Kaisu Makkonen, HR- Specialist, Outokumpu

Esbo, 16.3.2010

Allmän information om den intervjuade

Namn

Utbildning

Titel

Arbetsuppgifter

Bakgrund i företaget

Allmän information om företagets traineeprogram

- När startade programmet?
- Hur har de utvecklats sedan dess?
- Programmets struktur i korthet

Specifika frågor om olika områden inom traineeprogrammet

- Hur marknadsför ni programmet?
- Till vem riktar ni programmet?
- Vad är ert mål med programmet? Hur gynnar det er?
- Hur gynnar programmet traineen?
- Hur viktig del är Employer Branding i programmet?
- Erbjuder ni en fast tjänst till traineen efter att han/hon genomgått programmet?
- Hur fungerar mentorskapet?

Frågor och förslag gällande Arcadas samarbetskoncept

- Hur kan vi underlätta rekryteringsprocessen för företagen?
- Skulle de fungera att ha en trainee- pool?
- Under vilken period skulle samarbetet fungera bäst?
- Hurdana krav kan vi ställa på företagen?

BILAGA 2. Intervjuguide, Gerdt, Jatta Deloitte 2010

Jatta Gerdt, HR- advisor, Deloitte

Helsingfors, 24.3.2010

Allmän information om den intervjuade

Namn

Utbildning

Titel

Arbetsuppgifter

Bakgrund i företaget

Allmän information om företagets traineeprogram

- När startade programmet?
- Hur har de utvecklats sedan dess?
- Programmets struktur i korthet

Specifika frågor om olika områden inom traineeprogrammet

- Hur marknadsför ni programmet?
- Till vem riktar ni programmet?
- Vad är ert mål med programmet? Hur gynnar det er?
- Hur gynnar programmet traineen?
- Hur viktig del är Employer Branding i programmet?
- Erbjuder ni en fast tjänst till traineen efter att han/hon genomgått programmet?

Frågor och förslag gällande Arcadas samarbetskoncept

- Hur kan vi underlätta rekryteringsprocessen för företagen?
- Skulle de fungera att ha en trainee- pool?
- Under vilken period skulle samarbetet fungera bäst?

BILAGA 3. Intervjuguide, Leporanta, Iina TH 2010

Iina Leporanta, projekplanerare, Tekniska högskolan

Esbo, 26.2.2010

Allmän information om den intervjuade

Namn

Utbildning

Titel

Arbetsuppgifter

Bakgrund i högskolan

Allmän information om högskolans samarbete med näringslivet

- Hur programmet gynnar skolan?
- Varför började TKK samarbetet?
- Hurdana resultat har samarbetet fört med sig?
- Vad har ni ändrat förbättrat under processen?
- Hur fungerar kontakten emellan högskolan och företagen?
- Hur marknadsför ni programmet?

Specifika frågor om hur de sköter informationsflödet

- Går arbetsplatsernas uppgifter ihop med THs kurser?
- Hur förmedlar ni den information om vad studenterna lär sig i skolan?
- Hur får studenten reda på lediga platser?
- Tar företagen kontakt med er när de har lediga platser eller tar ni kontakt med företaget då ni behöver platser?
- Fungerar samarbete endast för praktikperioder eller sommaren, eller har ni också deltidsanställda vid sidan av studierna?
- Hur fungerar er nättjänst?
- Kan studenterna ta kontakt med företagen där?
- Varför fungerar ni som mellanhand?

Frågor och förslag gällande Arcadas samarbetskoncept

- Hur skulle ni rekommendera att vi sköter informationsflödet??
- Under vilken period skulle samarbetet fungera bäst?
- Hurdana krav kan i ställa på företagen?

BILAGA 4. Intervjuguide, Karvonen, Ari & Marjakangas, Juha HAAGA-HELIA 2010

Ari Karvonen, Projektchef & Juha Marjakangas, Traininga manager, Haaga –Helia

Helsingfors, 25.3.2010

Allmän information om de intervjuade

Namn

Utbildning

Titel

Arbetsuppgifter

Bakgrund i högskolan

Allmän information om högskolans samarbete med näringslivet

- Hur programmet gynnar skolan?
- Vilken är er uppgift i samarbetet?
- Varför började Haaga-Helia med samarbetet?
- Hurdana resultat har samarbetet fört med sig?
- Vad har ni ändrat förbättrat under processen?
- Hur fungerar kontakten emellan högskolan och företagen?
- Hur marknadsför ni programmet?
- Har ni mentorskap som en del i ert program?

Specifika frågor om hur de sköter informationsflödet

- Hur får ni kontakt med era samarbetsföretag?
- Vem sköter om kontakten hos er/ i företagen?
- Hur förmedlar ni den information om vad studenterna lär sig i skolan?
- Hur får studenten reda på lediga platser?
- Tar företagen kontakt med er när de har lediga platser eller tar ni kontakt med företaget då ni behöver platser?
- Fungerar samarbete endast för praktikperioder eller sommaren, eller har ni också deltidsanställda vid sidan av studierna?
- Hur fungerar er nättjänst?
- Kan studenterna ta kontakt med företagen där?
- Varför fungerar ni som mellanhand?
- Vem sköter om urvalsprocessen?
- Går arbetsplatsernas uppgifter ihop med Haaga- Helias kurser?

Frågor och förslag gällande Arcadas samarbetskoncept

- Hur skulle ni rekommendera att vi sköter informationsflödet??
- Under vilken period skulle samarbetet fungera bäst?
- Hurdana krav kan vi ställa på företagen?

BILAGA 5. Intervjuguide, Harald, Carolina UPM-Kymmene 2010

Carolina Harald, f.d. trainee, UPM- kymmene

Helsingfors, 11.3.2010

Allmän information om den intervjuade

Namn

Utbildning

Titel

Arbetsuppgifter

Bakgrund i företaget

Allmän information om företagets traineeprogram

- När startade programmet?
- Programmets struktur i korthet

Specifika frågor om traineetiden

- Vad fungerade bra inom traineeprogrammet?
- Vad kunde man ha förbättrat på?
- Mentorskap, hur fungerade det på UPM?
- Vad behövs på arbetsplatsen för att traineen skall få mest utav av trainee-perioden?
- Kände du att du kom in i UPMs företagskultur? Hur gick det till? Hur kan man förbättra socialisationen?
- Varför tror du företag har traineeprogram?
- Hurdana uppgifter hade du?
- Du hade coach och mentor, hur fungerade de?
- Hur gynnade programmet dig?
- Hur kunde du tillämpa de du lärt dig i skolan?
- Fick du inblick i vad du vill göra?

Frågor och förslag gällande Arcadas samarbetskoncept

- Hur skulle mentorskapet fungera bäst i vårt program?
- Under vilken period skulle samarbetet fungera bäst?