



Urasuunnittelupalvelu vastavalmistuneille korkeakouluopiskelijoille

Joonatan Virta

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Liiketalouden-koulutusohjelma

Opinnäytetyö
Maaliskuu, 2019

Joonatan Virta
Urasuunnittelupalvelu vastavalmistuneille korkeakouluopiskelijoille

2019

Sivumäärä 46

Tämän opinnäytetyön aiheena oli urasuunnittelun avuksi luodun palvelun kehittäminen kohderyhmätutkimuksen avulla. Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta, jossa käydään läpi uraa ja sen suunnittelua sekä toimeksiantajalle tehdystä kohderyhmätutkimuksesta.

Tutkimuksen avulla oli tarkoitus hankkia asiakasymmärrystä ja tietoa kohderyhmästä. Tutkimuksesta saaduista tuloksista tehtiin johtopäätökset ja kehitysehdotus, jonka avulla toimeksiantaja pystyi muokkaamaan palveluitaan paremmin asiakkaiden toiveita vastaaviksi.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Yritys X, joka keskittyy johtamisen, muutoksenhallinnan ja henkilöstöratkaisujen konsultointiin. Yritys X oli lanseeraamassa uutta palvelukokonaisuutta kuluttajille, jonka tarkoituksena on opastaa ihmisiä heidän uransa suunnittelussa ja johtamisessa, sekä työnhaussa. Toimeksiantaja oli aiemmin tarjonnut palveluita vain yrityksille ja halusi näin ollen kasvattaa ymmärrystään uudesta asiakassegmentistä ennen lanseerausta.

Tutkimuksen kohderyhmänä toimi valmistumassa olevat korkeakouluopiskelijat. Tutkimuksessa selvitettiin miten korkeakoulusta valmistumassa olevat opiskelijat suunnittelevat uransa, millaisia työkaluja he käyttävät urasuunnittelun tukena ja mitkä asiat he kokevat urasuunnittelussa ja työnhaussa haastavaksi. Tutkimuksen lopuksi tuloksista tehtiin johtopäätökset ja niiden pohjalta laaditaan yhteenveto toimeksiantajalle. Yhteenvetoa hyödynnettiin toimeksiantajayrityksen uuden palvelun muotoilussa.

Tutkimuksessa käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista, sekä laadullista eli kvalitatiivista menetelmää. Määrällinen tutkimus toteutettiin opiskelijoille lähetetyllä sähköpostikyselyinä ja laadullinen tutkimus syvähaastatteluina.

Opinnäytetyö alkaa urasuunnittelun teoriaosuudella. Tämän osuuden tietoperustana käytettiin urasta ja sen suunnittelusta kirjoitettuja kirjoja, uutisia ja artikkeleita.

Asiasanat: Urasuunnittelu, uran hallinta, kohderyhmätutkimus

Joonatan Virta

Career planning service for newly graduated university students

2019	2019	Pages	46
------	------	-------	----

Goal of this thesis was to conduct a target group study develop and use the results to develop thesis' clients new career planning service. This thesis consists of a section about career planning as a theory and the study itself.

Goal of the study was to acquire understanding and information about the target group. Conclusions were drawn from the results and a development proposition on how to improve their service was made to Company X.

The client for this thesis is Company X, which focuses on leading, change management and personnel solutions. Company X was about to launch a new service for consumers. The meaning of this new service was to aid people with planning and managing their careers and assist with job searching. Before this, the client had only provided services to businesses and therefore before launching a product for consumers, they wanted to attain understanding about this new customer segment.

The study was conducted for soon to graduate polytechnic students. The goal was to chart how the students planned their careers, what kind of tools they used and what they found most challenging about career planning. At the end of the research, conclusions were drawn, and a summary was sent to the client. Company X then used the summary to improve their new service, so that it would better answer the target group's desires and needs.

Qualitative and quantitative methods were used to conduct this study. In-depth interviews were used as a qualitative method and e-mail survey was used a quantitative method.

This thesis starts with career planning theory section. Books, articles and news about career planning were used as a knowledge base for the theory section.

Keywords: Career planning, Career management, Target group study

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet.....	7
1.2	Opinnäytetyön rakenne	8
1.3	Toimeksiantajan esittely	8
2	Urasuunnittelu	9
2.1	Ura käsitteenä	9
2.2	Työhön liittyvät asenteet.....	11
2.3	Urasuunnittelun prosessi.....	12
2.4	Itsetuntemus ja oman osaamisen tunnistaminen.....	15
2.5	Tiedon hankkiminen	18
3	Kohderyhmätutkimus	19
3.1	Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus.....	19
3.2	Käytetyt menetelmät.....	21
3.3	Määrällinen tutkimus	21
3.3.1	Määrällisen tutkimuksen tulokset	22
3.4	Laadullinen tutkimus	30
3.4.1	Laadullisen tutkimuksen tulokset	31
4	Tehdyt johtopäätökset	36
4.1	Yhteenveto ja kehitysehdotus	40
	Lähteet	43
	Kuviot	44
	Liitteet.....	45

1 Johdanto

Urasuunnittelu on asia, jota jokaisen kannattaa tehdä koko uransa läpi. Kun pysähdytään silloin tällöin hetkeksi miettimään omia vahvuuksia, osaamista, ja sitä mitä oikeasti halutaan tehdä, parannetaan todennäköisyyksiä päätyä miellyttävään työhön, jossa ollaan hyviä. Voidaan toki myös antaa sattuman ohjata ja ajelehtia työpaikasta toiseen, mutta tutkimukset ja uratarinat osoittavat kuitenkin selkeästi, että suuntaa kannattaa luoda ja satsata systemaattisempaan urasuunnitteluun (Lampikoski 2010, 4). Nykypäivänä omien mahdollisuuksien lisäämiseksi onkin kannattavaa pysähtyä miettimään mitä uralta halutaan ja tehdä suunnitelma asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi.

Kirstynyt kilpailu työmarkkinoilla tuo jokaiselle haasteita jo työnhakuvaiheessa. Siisti CV ei enää välttämättä riitä vaan muista hakijoista erottuminen vaatii entistä enemmän vaivaa, valmistautumista ja työtunteja. Nykypäivänä LinkedIn-profiili tai hakemukseen liitetty video-CV saattaa olla työsaannin kannalta ratkaisevassa asemassa. Sen takia onkin tärkeää hallita mahdollisimman monta työnhakuun liittyvää osa-aluetta.

Yritys X on toiminut työnhakijoiden ja työelämänedustajien kanssa useita vuosikymmeniä ja näin ollen ymmärtää urasuunnittelun tärkeyden sekä työnhakuun liittyvät haasteet. Se alkoi kehittämään niiden tueksi sopivia palveluita ja he päätyivät lopulta suunnittelemaan kokonaisen kuluttajille suunnatun palvelukokonaisuuden. Kyseessä oli uusi aluevaltaus yritykselle, joka oli aikaisemmin keskittynyt pelkästään yritykseltä-yritykselle myyntiin.

Yritys tunnisti yhdeksi palveluiden potentiaalisiksi kohderyhmäksi vastavalmistuneet tai valmistumassa olevat korkeakouluopiskelijat, jotka ovat aivan uransa alkutaipaleella. Aiemmin pelkästään B2B-maailmassa toimineen yrityksen asiakasymmärrys kyseisestä kohderyhmästä oli vajaa. Tästä syystä yritys halusi tutkia korkeakouluopiskelijoiden tarpeita ja toiveita urasuunnittelun saralla, tutkimuksen avulla he pystyisivät tuottamaan näihin tarpeisiin vastaavia palveluja.

Näistä lähtökohdista lähdin tekemään opinnäytetyötäni, Urasuunnittelupalvelu - Yritys X

Opinnäytetyö koostuu urasuunnittelun teoriaosuudesta sekä tutkimusosuudesta. Teoriaosuudessa käsitellään aluksi uraa käsitteenä, miten se voidaan määritellä ja miten ihmisten työurien rakenne on kehittynyt vuosien saatossa. Tämän jälkeen käydään läpi urasuunnittelua kokonaisuutena, mitä se on, miten sitä voi tehdä ja mitkä sen hyödyt ovat.

Tutkimusosuudessa käydään läpi tutkimuksen suunnittelua, toteutusta, tuloksia sekä johtopäätöksiä. Opinnäytetyön lopussa on toimeksiantajalle johtopäätösten perusteella tehty kehitysehdotus.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli auttaa toimeksiantajaa kehittämään uutta urasuunnittelun avuksi luotua palvelukokonaisuuttaan kohderyhmätutkimuksen avulla. Toimeksiantajayritys oli tunnistanut uudelle palvelukokonaisuudelleen mahdollisen asiakaskohderyhmän ja tutkimuksen avulla haluttiin kartoittaa tämän kohderyhmän tarpeita ja toiveita urasuunnittelun saralla. Lisäksi heiltä kysyttiin mielipiteitä suunnitelluista palveluista.

Tutkimuksen avulla selvitettiin miten valmistumassa olevat opiskelijat suunnittelevat uraansa. Tarkoituksena oli muun muassa selvittää, tekeekö kohderyhmä konkreettista urasuunnittelua ja millaisia työkaluja he käyttävät apunaan. Tämän lisäksi kartoitettiin ryhmän tarpeita ja toiveita urasuunnittelun saralla. Heiltä kysyttiin esimerkiksi, tunsivatko he tarvitsevansa ammatillaisen apua uransa suunnittelussa. Näiden ohella tutkittiin mitkä muut tekijät systemaattisen urasuunnittelun lisäksi vaikuttivat vastavalmistuneiden urapolun muodostumiseen.

Opiskelijoiden urasuunnittelun lisäksi haluttiin selvittää mitkä asiat he kokevat työnhaussa haastavaksi ja mihin asioihin he kokevat tarvitsevansa tukea. Tunnistavatko opiskelijat esimerkiksi oman osaamisensa ja omat vahvuutensa? Tietävätkö he millaisessa työssä he pääsisivät hyödyntämään vahvuusalueitaan? Vastausten avulla pystyttiin kartoittamaan yleisimpiä haasteita kohderyhmän keskuudessa ja muokata palveluja vastaamaan näihin haasteisiin.

Toimeksiantajalle tehtiin tutkimuksen tuloksien perusteella kehitysehdotus palvelukokonaisuuden kehittämiseksi.

Opinnäytetyön alussa olevassa teoriaosuudessa käydään läpi urasuunnittelun prosessia. Tämän tarkoituksena on tutustuttaa lukija urasuunnitteluun, sen hyötyihin ja haasteisiin, sekä herättää lukija ajattelemaan omaa uraansa. Lisäksi se toimii pohjana tutkimusosuudessa käsiteltävien Yritys X:n palveluiden ymmärtämiseksi.

1.2 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö alkaa toimeksiantajan lyhyellä esittelyllä.

Sen jälkeen on vuorossa toisen kappaleen teoriaosuus, jossa käydään läpi uraa ja sen suunnittelua. Kappale on jaettu erillisiin alalukuihin. Ensimmäisessä alaluvussa mietitään uraa käsitteenä ja miten ura määritellään. Toisessa alakappaleessa tarkastellaan, miten ihmisten nykyiset urapolut eroavat aikaisemmista sukupolvista sekä millaiset asiat muovaavat työuria ja vaikuttavat niihin tänä päivänä. Kappaleessa käydään myös läpi kulttuurin vaikutusta ihmisten työhön liittyviin asenteisiin ja miten ne voivat mahdollisesti vaikuttaa negatiivisesti mielekkään työn löytämiseen.

Teoriaosuuden kolmessa viimeisessä alakappaleessa käydään läpi urasuunnittelun prosessia. Kappaleen aikana pyritään vastaamaan kysymyksiin, kuten miksi urasuunnittelua kannattaa tehdä, mitkä sen hyödyt ovat ja mitkä asiat ovat tarpeellisia onnistuneen urasuunnitelman tekemiseksi. Lisäksi kappaleessa käydään läpi työnhakuun liittyviä haasteita ja miten omia mahdollisuuksiaan työmarkkinoilla voi parantaa.

Tämän jälkeen seuraa opinnäytetyön tutkimusosuus. Aluksi kerrotaan tutkimuksen taustoista sekä sen suunnittelusta toimeksiantajan kanssa. Sen jälkeen käydään läpi käytetyt menetelmät, mitä menetelmiä käytettiin ja miksi niihin päädyttiin. Viimeisenä asiana opinnäytetyössä käydään läpi tutkimuksen tulokset ja niiden pohjalta tehty kehitysehdotus toimeksiantajalle.

1.3 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi suomalainen asiantuntijayritys, joka keskittyy johtamisen, muutoksenhallinnan, ja henkilöstöratkaisujen konsultointiin. Yritys on ollut toiminnassa jo yli 40-vuotta ja omaa näin ollen valtavan määrän kokemusta ja tietoa edellämainituista aiheista. Toimeksiantaja on auttanut yrityksiä tuhansien rekrytointien kanssa sekä valmentanut lukemattomia ihmisiä. Yritys X tuntee sekä yritysten, että työnhakijoiden tarpeet erittäin hyvin, ja tietää esimerkiksi millaista osaamista tarvitaan erilaisten työtehtävien onnistuneeseen suorittamiseen.

Yrityksellä olikin täten erinomainen lähtökohta lähteä tuottamaan palveluita ihmisten urasuunnittelun ja työnhaun tueksi. Toimeksiantaja oli aiemmin tarjonnut palveluita pelkästään yrityksille. Uuden kuluttajille suunnatun palvelukokonaisuuden lanseeraus oli yritykselle uusi aluevaltaus ja näin ollen he halusivat kasvattaa asiakasymmärrystään uudesta kohderyhmästä ennen palvelukokonaisuuden julkaisua. Tämä tarve asiakasymmärryksen hankkimiselle toimi pohjana tälle opinnäytetyölle.

2 Urasuunnittelu

Tässä opinnäytetyön osassa käsitellään urasuunnittelun teoriaa. Teoriaosuuden aikana käydään muun muassa läpi uran käsitettä, siihen liittyviä asenteita, ja miten ne voivat vaikuttaa uran kehittymiseen. Lisäksi selvitetään miten urapolut ovat muuttuneet ajan saatossa ja mitkä muut asiat vaikuttavat uran muodostumiseen.

Alaluvussa 2.1. käydään läpi uraa käsitteenä sekä siihen liittyviä asenteita. Tämän luvun tarkoituksena on selvittää lukijalle mitkä kaikki osa-alueet vaikuttavat ihmisten uraan ja mikä on yksilön oma vastuu uran etenemisessä.

Seuraavassa alaluvussa 2.2. käsitellään ihmisten työuraan liittyviä asenteita ja miten tällaiset asenteet voivat vaikuttaa negatiivisesti ihmisten uran kehittymiseen.

Viimeisessä kolmessa alaluvussa käydään läpi urasuunnittelun prosessia käytännössä. Miksi sitä tehdään? Millä eri tavoilla sitä voi tehdä? Mitkä ovat urasuunnittelun hyödyt? Alaluvuissa pyritään vastaamaan näihin kysymyksiin ja tuomaan urasuunnittelun konkreettiset hyödyt esille. Kappale toimii myös pohjana Yritys X:än tarjoaman palvelukokonaisuuden ymmärtämiseksi ja auttaa lukijaa ymmärtämään tarjottujen palveluiden hyötyjä paremmin.

2.1 Ura käsitteenä

Ura voi herättää käsitteenä paljon erilaisia mielikuvia. Lähtökohtaisesti ura voidaan kuitenkin määritellä objektiivisesti tai subjektiivisesti.

Objektiivisesti ajateltuna, ura tarkoittaa lineaarista ja nousujohteisesta prosessia, jonka aikana työntekijä etenee työtehtävien tai ammattitasojen hierarkiassa ylöspäin (Lähteenmäki 1995). Tässä ajattelumallissa menestyvään uraan liitetään sen konkreettinen ylöspäin etenevyys sekä katkeamattomuus. Edistys tapahtuu perinteisesti ylennysten ja muiden ylöspäin suuntautuvien liikkeiden sarjassa, jotka yksilö käy läpi työelämänsä aikana.

Tällaista objektiivista ajattelumallia voidaan myös kutsua traditionaaliseksi ura-ajatteluksi. Tällaista käsitystä työurasta, joka perustuu hierarkiaan ja organisaation byrokraattisiin rakenteisiin, on alettu pitämään tutkimuskirjallisuudessa vanhanaikaisena ja nykyiseen työelämään sopimattomana tulkintana (Gothard et al 2001, 96). Perinteinen ura-ajattelu oli ajankohtaisempaa aikana, jolloin toimintaympäristön vakaus, työtehtävien pysyvyys, elinikäiset työsuhteet ja etukäteen määritellyt työpositiot mahdollistivat uran helpon ennustettavuuden (Nykänen 2008, 20).

Ura voidaan määritellä myös subjektiivisesti. Tämä ajattelumalli tunnetaan myös uutena ura-ajatteluna. Professori Satu Lähteenmäen (1995) mukaan, subjektin näkökulmasta katsottuna ura on koko työuran ajan jatkuva ammatillinen oppimisprosessi. Tätä urapolkua ohjaa yksilön

kasvu, omat motivaattorit ja ammatillinen identiteetti, työnantajan tai muiden ulkoisten tekijöiden sijaan. Tiivistettynä, subjektiivisessa ajattelussa työura nähdään ammatillisen osaamisen kasvuna. Myös työuran hallinta siirtyy organisaatioilta yksilöille ja työnantajan rooliksi jää toimia kehittäjänä ja mahdollistajana (Nykänen 2008, 2). Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan ihmisten uria ja niiden suunnittelua lähinnä subjektiivisesta näkökulmasta.

Seuraavaksi tarkastellaan, millaisia urapolut ennen ja nykyään olivat, millaiset asiat voivat vaikuttaa ihmisten urapolkujen muodostumiseen, ja miksi ne kannattaa ottaa huomioon urasuunnittelussa.

Ennen ihmisten urapolut muodostuivat pitkälti maantieteellisen sijainnin, paikallisen teollisuuden tai vanhemmilta perityn liiketoiminnan kautta. Jos kylässä toimi tiilitehdas, työllisti se luultavasti valtaosan paikallisista ja siellä työskenneltiin koko uran läpi. Tai jos ihminen sai vanhemmiltaan perintönä maatilaa, oli hän suurella todennäköisyydellä tilanpitäjä siihen asti, kunnes oli aika luovuttaa tila seuraavalle sukupolvelle. Uralla onkin aiemmin tarkoitettu lineaarisesti etenevää ja ennakoitavaa asteittaista edistymistä yhdessä tai muutamassa organisaatiossa. Ura eteni pitkälti työpaikkojen tai toimien ketjuna organisaatioiden viitoittamaa tietä (Poutanen 2014, 12). Tällaiset yhden organisaation tai alan sisällä tapahtuvat urapolut ovat kuitenkin nykypäivänä harvinaisia.

Nykypäivänä ihmisten urapolut eivät enää ole luonteeltaan suoraviivaisia, vaan ne ovat täynnä vaihtelua ja mutkittelevuutta. Työelämän pelikenttä muuttuu jatkuvasti ja vauhti kiihtyy koko ajan. Muutosten taustalla on useita vaikuttavia tekijöitä, kuitenkin usein näistä tärkeimmiksi mainitaan globaali kilpailu sekä tieto- ja viestintäteknikan kehitys (Rouhelo 2014, 13). Nykyään keskiverto ihminen vaihtaa työpaikkaa ja alaa useasti uransa aikana.

Ammattirakenteissa tapahtuu nopeita muutoksia, vanhoja ammatteja katoaa ja uusia syntyy nopealla tahdilla. Esimerkkinä tästä, Oxfordin yliopiston teettämän tutkimuksen (Frey & Osborne 2013) mukaan 47 prosenttia koko Yhdysvaltojen työpaikoista on suuren uhan alla tulla automaation korvaamaksi. Tietotekniikan kehitys näkyy jo nyt työelämässä kilpailuna robottien ja keinoälyn, sekä ihmisten välillä. Mikäli tutkimuksen ennustukset toteutuvat, tulee työelämässä tapahtumaan suuri muutos nopealla aikataululla. Ja vaikka ennustus ei toteutuisikaan, faktaa on se, että työelämä on muuttunut jatkuvan kilpailun ja kehityksen vaikutuksesta ja se muuttuu jatkossakin.

Työkentän epävakautta lisäävät myös epätyypilliset työolosuhteet, kuten työelämässä yleistynyt osa-aikaisuus, ja kansainvälisen talouden vaikutukset yksittäisiin maihin. Mullistukset työkentällä eivät enää ole maakohtaisia vaan globaaleja, tapahtumat toisella puolella maailmaa saattavat vaikuttaa suomalaisten työuriin. Äärimmäisen nopeasti muuttuvan työelämän, epätyypillisten työolosuhteiden ja globaalien vaikutusten takia, tulevaisuudessa on vain harvoja

varmaksi luokiteltavia työpaikkoja. Jatkossa työntekijältä vaaditaan aktiivista muutosten hallintaa sekä joustavuutta vaihtaa työpaikkaansa ja -alaansa useasti uransa aikana (Nykänen 2008, 6).

Tällaisessa maailmassa, jossa työpaikoilla korostetaan omatoimisuutta ja ihmiseltä edellytetään kykyä suuntautua uransa aikana ammattillisesti uudelleen useita kertoja kysynnän muuttuessa (Sennett 2002, 46-57), yksilön vastuu omasta urapolustaan, kehittymisestään ja tulevaisuudestaan korostuu ennennäkemättömällä tavalla. Oman uran suunnittelu kannattaa enemmän kuin koskaan, pelkkä kova työnteko ei enää välttämättä riitä mielekkään ja onnistuneen uran aikaansaamiseksi.

2.2 Työhön liittyvät asenteet

Edellisessä alaluvussa käsiteltiin useita ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat nykypäivänä ihmisten työuriin. Kaikki tekijät eivät kuitenkaan ole ulkoisia ja onkin tärkeää huomioida miten ihmisten omat asenteet voivat vaikuttaa työuraan. Ihmisillä on olemassa käsitys siitä millainen uran pitäisi olla tai millaiselta työnteon pitäisi tuntua.

Tässä kappaleessa käsitellään työhön liittyviä asenteita ja millä tavalla ne voivat vaikuttaa ihmisten uran suunnitteluun ja kehittymiseen.

Taina Poutanen (2014, 10) sivuaa tätä aihetta puhuessaan urasta käsitteenä Turun ammattikorkeakoulun julkaisussa Tulevaisuuden Urapolut. Hän kuvaa uraa käsitteenä seuraavanlaisesti.

”Englannin kielessä alun perin uraa merkitsevä sana on tarkoittanut polkua tai suuntaa elämässä. Se kuvaa selvärajaisista ja viitoitettua elämäntulkua sekä viittaa jatkuvuuteen ja mielekkäaseen työelämän kokonaisuuteen. Se, miten työ, ura ja työura määritellään, heijastaa vallitsevan yhteiskunnan ja kulttuurin luonteenomaisia piirteitä.” (Poutanen 2014, 10)

Kuvaus on osuva ja varsinkin huomio yhteiskunnan ja kulttuurin piirteiden vaikutuksesta ihmisten työhön liittyviin asenteisiin on mielenkiintoinen. Ihmisillä on tietty sosiaalinen perimä, joka siirtyy sukupolvelta toiselle (Gladwell 2009). Tämä perimä muuttuu hitaasti, mutta vaikuttaa kulttuuriin merkittävästi. Viime vuosisadan asenteet työntekoon heijastuvat nykyajan työmaailmaan edelleen.

Aikaisempi käsitys työstä Suomessa oli sellainen, että työn kuului olla raatamista ja selviytymistä. Ihmiset arvostivat ankaraa työskentelyä, josta selvittiin vain sisun voimalla. Tällainen asenne oli ymmärrettävä ja asiaankuuluva aikana, jolloin ei ollut muuta vaihtoehtoa. Pelto oli kynnettävä ja talo oli rakennettava, jos mieli selvitä tulevan talven yli. Vaikka olosuhteet ovat muuttuneet viime vuosisadasta ja työntekoon liittyvät asenteet ovat lieventyneet, näkyvät ne suomalaisessa yhteiskunnassa edelleen. Työ on ihmisille kunnia-asia eikä sen tarvitse

välttämättä olla mielekästä tai hauskaa, pääasia on, että tekee töitä. Tällainen käsitys työstä ei kuitenkaan enää päde nykypäivänä, ainakaan länsimaiden kohdalla. Ihmisillä on nykyään paljon enemmän mahdollisuuksia ja valinnanvapautta työuriensa suhteen.

Edellä kuvattu vanhanaikainen ajattelutapa saattaa vaikuttaa negatiivisesti ihmisten työurien kehittymiseen ja jättää heidän vahvuksiensa ja potentiaalinsa hyödyntämättä. Olosuhteiden sallissa, ei kannata tehdä mitä tahansa työtä pelkästään työn teon takia. Kaikki työt eivät sovi kaikille ja kun ihminen keskittyy siihen, mikä on hänelle luontevaa, nautittavaa ja missä hän voi toimia arvojensa mukaisella tavalla, tuottaa hän todennäköisesti ylivertaisen työpanoksen ja viihtyy työssään. Urakonsultti Maria Carlsson (2012) toteaaakin, että mielekkäässä työssä olemme tuottavimmillamme.

2.3 Urasuunnittelun prosessi

Tässä kappaleessa käydään tarkemmin läpi uran suunnittelua käytännössä ja pyritään vastaamaan tarkemmin siihen liittyviin kysymyksiin. Mitä urasuunnittelu on, miksi urasuunnittelua kannattaa tehdä, miten sitä kannattaa tehdä? Tarkoituksena on, että tämän kappaleen jälkeen lukija ymmärtää urasuunnittelun käsitteen ja miten sitä voi itse hyödyntää oman uransa hallinnassa.

”Todellinen työharrastus, oikea elämänura tuo mukanaan tyyntä rauhallisuutta ja tyytyväisyyttä, se tuottaa onnettomuuksien ja surujen kohdatessa viihdytystä. Herättää puhtaita ja jaloja ajatuksia, todellisen elämänarvon tuntemusta. Kaukana ovat silloin työhön ikävystyminen, elämään kyllästyminen ja intohimojen orjuuttava valta. Mutta elämänuran valitseminen on paitsi yksilölle samalla tärkeä myöskin kansalle ja yhteiskunnalle kokonaisuudessaan, sillä niidenkin menestyminen riippuu kunkin yksilön suorittaman työn kunnollisuudesta kulttuuriyhteiskuntamme olemassaololle tarpeellisilla toiminnanaloilla samoin kuin myöskin yksilöllisestä työnilosta ja tyytyväisyydestä.” (Aksel Rosenqvist, 1920)

Yllä on Aksel Rosenqvistin kuvaus työn merkityksestä ja sen tärkeydestä, että kaikki löytävät oman paikkansa työelämässä. Vaikka kuvaus on kirjoitushetkellä melkein sata vuotta vanha, pitää se kirjoittajan mielestä edelleen hyvin paikkansa. Työn ei tarvitse olla jatkuvaa puurtamista ja kun jokainen löytää oman paikkansa työelämässä, on siitä hyötyä niin yksilölle kuin yhteiskunnallekin. Kannattaa hetkeksi pysähtyä miettimään mitä omalta uralta oikeasti halutaan ja tavoitellaan. Nämä oivallukset toimivat pohjana urasuunnitelmalle. Tätä suunnitelmaa seuraamalla ja jatkuvasti kehittämällä, sen sijaan että annetaan vain sattuman ohjata, todennäköisyys mielekkään uran luomiseksi ja tehokkaan työpanoksen tuottamiseksi on paljon suurempi.

Lyhyesti sanottuna, urasuunnittelulla tarkoitetaan oman itsetuntemuksen lisäämistä ja sen pohjalta tehtyä ideointia, sekä omaan työtulevaisuuteen liittyvien päämäärien asettamista ja niiden toteuttamista. Tutkija Miia Vesikukka (2001) kuvaili urasuunnittelua näin:

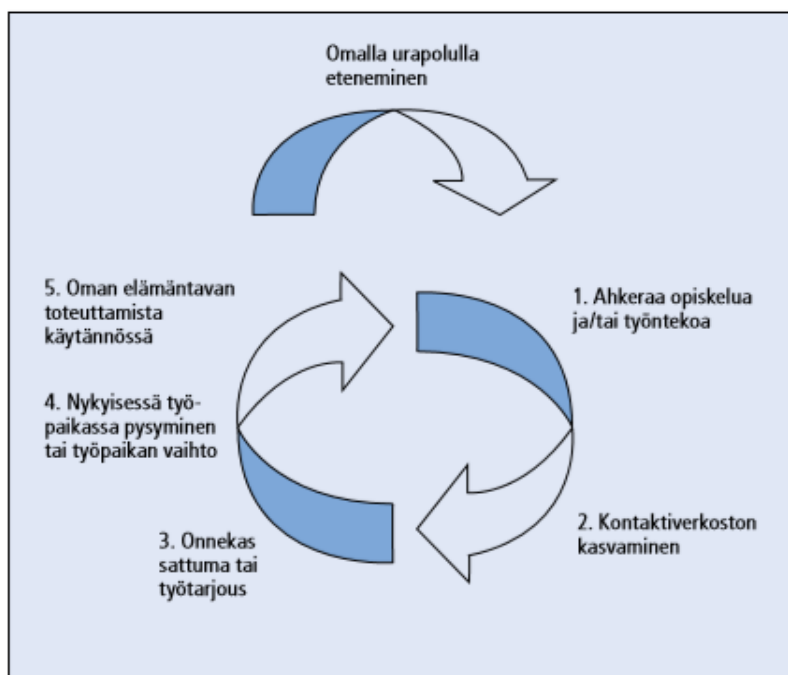
”Urasuunnittelu on tietoista ja tavoitteellista pyrkimystä vaikuttaa omaan urakehitykseen ja ohjailla sitä toivuttuun suuntaan.”

Urasuunnittelu on siis tavoitteiden asettamista ja strategian luomista niiden saavuttamiseksi. Urasuunnittelu on jatkuvaa itsensä kehittämistä ja se kestää koko yksilön työuran ajan. Eli urasuunnittelu ei ole asia, jota vain uransa alussa olevan ihmisen kannattaa tehdä, vaan siitä on hyötyä koko työelämän läpi.

Edeltävissä luvuissa käytiin läpi erilaisia nykypäivänä työuraan vaikuttavia ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä, ja miten ne vaikuttavat ihmisten uriin. Aiemmin myös todettiin, että nykypäivän muuttuvan työkentän takia urasuunnittelu kannattaa nyt enemmän kuin koskaan. Yhä useamassa työpaikassa korostetaan itsenäisyyttä ja oma-aloitteisuutta, ja tämä koskee myös yksilön omaa kehittymistä (Lampikoski 2010, 4). Nykypäivänä ihmisten tulee olla itseohjautuvia ja heidän urapolkunsu ei ole enää organisaatioiden sanelema. Tästä syystä on erittäin tärkeää, että ihmisellä on edes jonkinlainen käsitys siitä mitä haluaa uraltaan ja suunnitelma tavoitteiden saavuttamiseksi. Näin ollen hänen helpompi pitää oman uransa ohjat käsissä ja keskittyä olennaiseen. Yksilön vastuu menestyneen työuran saavuttamisesta ei ole koskaan aikaisemmin ollut yhtä suuri.

Urasuunnittelun tärkeyden ymmärtäminen ikävä kyllä vaikuttaa olevan harvinaista. Useiden ihmisten urasuunnittelu ei ole tietoista vaan he kulkevat uransa läpi niin sanotusti autopilotti päällä (Lampikoski 2010, 13). Tätä väitettä tukee myös tätä opinnäytetyötä varten tehdyn tutkimuksen haastattelut. Kaikki haastatellut opiskelijat kertoivat, etteivät he olleet tehneet konkreettista urasuunnittelua ja myönsivät uransa olevan pitkälti ”tuuliajolla”. Seuraavaksi katsotaan, millaista ihmisten urasuunnittelu useimmiten on, millaista sen pitäisi olla ja mitä ihmiseltä vaaditaan menestyksekkääseen urasuunnitteluun.

Usein sattumat johtavat ihmisen uraa, sen sijaan että he johtaisivat sitä aktiivisesti itse. Alla olevassa kuviossa näytetään miltä sattumien ohjaama ura voisi näyttää.

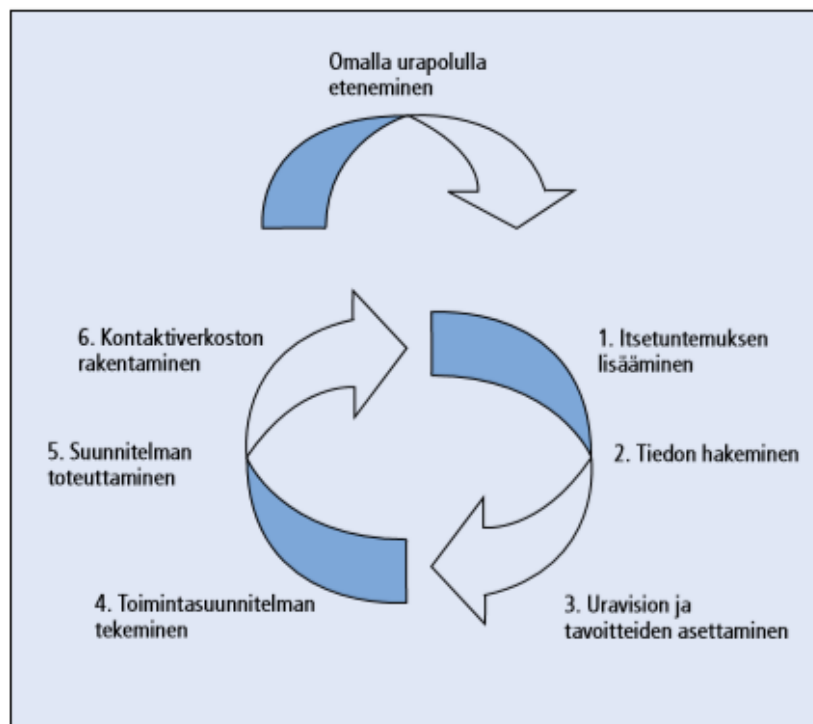


Kuvio 1. Tyypillinen urasuunnittelu 1 (Lampikoski 2010, 13)

Tämän mallin (ks. kuvio 1) mukaan toimiva ihminen ei mieti riittävästi sitä, mistä hän on kiinnostunut ja mikä hänen tavoitteensa on. Sen sijaan hän etenee päivä kerrallaan ja hänen urapolkunsu on sattumien varassa. Uraa ohjaava sattuma voi olla esimerkiksi kaverilta kuultu vihje avoimesta työpaikasta tai yllättävä kohtaaminen ihmisen kanssa, joka etsii yritykseensä työntekijää.

Tätä mallia noudattamalla voi toki päästä urallaan eteenpäin, mutta se on kaukana optimaalisesta. Jos ihminen ei ikinä pysähdy miettimään mitkä ovat hänen todelliset kiinnostuksen kohteensa ja mitkä hänen vahvuutensa sekä tavoitteensa ovat, täysi potentiaali jää hyödyntämättä. Koska tällainen ihminen etenee urallaan päämäärättömästi, asioita miettimättä, riskinä on, että oikeat motivaattorit ja vahvuudet oivalletaan vasta todella myöhäisessä vaiheessa uraa. Kun ihminen kokemusten kautta oivaltaa mikä häntä oikeasti kiinnostaa ja mikä häntä motivoi, saattaa hän kyllästyä nykyiseen työhönsä tai alaansa todella nopeasti. Pahimmillaan ihminen on ollut itselleen täysin väärällä alalla todella pitkään. Toteamus, että on ollut itselleen täysin sopimattomalla alalla vuosien työskentelyn jälkeen, on epämiellyttävä. (Lampikoski 2010, 13-14)

Konkreettinen urasuunnittelu auttaa välttämään edellä kuvatus tilanteen. Alla olevassa kuviossa näytetään miltä ihanteellinen urasuunnittelu voisi näyttää.



Kuvio 2. Optimaalinen urasuunnittelu (Lampikoski 2010, 14)

Kuviossa 2. on kuvattu optimaalista urasuunnittelua. Sen perustana toimii työnhakijan vahva itsetuntemus sekä hankittu tieto työmarkkinoiden tilanteesta. Kun ura suunnitellaan näiden kahden asian pohjalta, pystytään tekemään harkittuja ratkaisuja ja kasvattamaan mahdollisuuksia löytää itselleen mielekäs työpaikka, sekä välttämään ”väärälle” alalle päätymistä. Tutkimusten mukaan (Lampikoski 1996 & Tracy 2004b) suunnitelmallisuus myös lisää yksilön työmotivaatiota, työllistymisastetta, ja jopa kasvattaa palkkatasoa. Seuraavissa luvuissa käsitellään näitä kahta perustavanlaatuisia asiaa, itsetuntemusta ja tiedon hankkimista.

2.4 Itsetuntemus ja oman osaamisen tunnistaminen

Mielekäs työ perustuu hyvään itsetuntemukseen ja urasuunnittelu kannattaakin aloittaa itsetuntemuksen lisäämisellä. Seuraavaksi on listattu kysymyksiä, joita jokaisen uraansa suunnittelevan kannattaa pysähtyä miettimään.

Miten hyvin tunnet itsesi? Useat ihmiset vastaisivat tähän kysymykseen tuntevansa itsensä ”melko hyvin”. Uravalmentaja Maria Carlsson (2012) kertoo kuitenkin teoksessaan Mielekäs työ, että kun ihmiselle esitetään aiheesta tarkentavia kysymyksiä, hän usein tajuaa, ettei ole

koskaan miettinyt näitä kysymyksiä kovin tarkkaan. Useat ihmiset elävät koko elämänsä pysähtymättä pohtimaan millainen pohjimmiltaan on. Kun ihmiselle alkaa hahmottumaan millaisia arvoja hänellä on tai mitä hän pitää tärkeänä, on hänen helpompi alkaa rajata uraansa liittyviä vaihtoehtoja. Ihminen voi olla äärimmäisen hyvä työssään, mutta jos tehty työ sotii ihmisen arvomaailmaa vastaan, ei hän voi ikinä olla onnellinen työssään. Tämän aiheen miettiminen voi monesta tuntua alkuun hankalalta. Onneksi oman persoonan kartoittamiseen löytyy useita työkaluja. Erilaisia persoonallisuusarvioita ja -testejä on runsaasti tarjolla.

Seuraavaksi kannattaa miettiä mitkä ovat vahvuusalueesi? Vahvuusalueiden tunnistaminen mainitaan usein itsetuntemuksen kasvattamisen seuraavaksi vaiheeksi. Onko ihminen esimerkiksi hyvä sosiaalisissa tilanteissa vai onko hän matemaattisesti lahjakas? Oma henkilökohtainen kilpailukyky voi todella kasvaa vasta, kun tunnistetaan omat vahvuusalueet ja hakeudutaan työhön, jossa niitä pääsee hyödyntämään.

Aikaisemmassa kappaleessa puhuttiin työhön liittyvistä asenteista ja siitä miltä työn pitää tuntua. Usein ollaan sitä mieltä, ettei työn välttämättä pidä olla helppoa tai ainakaan tuntua siltä. Jokainen tuntee sananlaskun ”Otsasi hiessä sinun pitää leipäsi ansaita”. Mitä jos asia ei olisikaan näin? Maria Carlsson (2012) kysyykin kirjassaan ”Entä jos aidosti tuottavan työn kuuluu tuntua lasten leikiltä?”. Ihmisen ei kannata käyttää aikaa työhön, joka tuntuu raskealta ja merkityksettömältä. Kun henkilö pääsee tekemään sellaista työtä, jossa hän hyödyntää omia vahvuuksiaan ja persoonallisuuttaan, tuottaa hän ylivertaisen työpanoksen ja nauttii aidosti työstään.

Kun ihminen hahmottaa omat vahvuudet ja persoonallisuuspiirteensä, on häntä oikeasti kiinnostavien työpaikkojen ja alojen valinta huomattavasti helpompaa.

Viimeisenä itsetuntemukseen liittyvänä asiana tässä opinnäytetyössä käsitellään erilaisia uramotivaattoreita. Uramotivaattorit tunnetaan myös uravoimina. Ne ovat työn erilaisia ominaisuuksia, jotka kannustavat ja antavat työntekijälle innostusta työn tekemiseen. (Lampikoski 2010, 20)

Professori Edgar H. Schein (1987) loi ura-ankkuri teorian. Hän halusi rohkaista ihmisiä tietoiseen, ammatinvalintaan ja uraan liittyvään ajatteluun. Tämän tarkoituksena on se, että ihminen tekee uravalintatilanteissa ratkaisuja, jotka ovat yhtenäisiä yksilön todellisen arvomaailman kanssa. Ura-ankkurit selviävät yleensä vähitellen työuran edetessä, mutta niiden pohtiminen nopeuttaa tätä prosessia.

Professori Edgar Schein (1990) listaa kahdeksan erilaista ihmisten työmotivaatioon vaikuttavaa uravoimaa. Yhdellä henkilöllä saattaa olla useampikin ura-ankkuri, mutta yleensä muutama nousee ylitse muiden. Tärkein ura-ankkuri on se, josta ihminen ei suostu vaikeimmankaan vallinnan edessä luopumaan. (Schein 1987, 36-37) Alla on lueteltu Scheinin (1990) kahdeksan uravoimaa.

Asiantuntijapätevyys

Asiantuntijat haluavat kehittää erityisosaamistaan ja tehdä työtä, jossa he pääsevät hyödyntämään tätä osaamista. He ovat tyytyväisimmillään, kun työ haastaa heitä tällä osa-alueella. Asiantuntijat voivat olla halukkaita johtamaan muita erikoisosaamisensa alueella, mutta eivät ole kiinnostuneita johtamisesta pelkän johtamisen takia. Johtamista tärkeämpää on nykyiseen tehtävään sisältyvän vastuun laajeneminen.

Esimiespätevyys ja johtaminen

Esimiestyyppi haluaa johtaa muita ihmisiä. Heille on tärkeää päästä työyhteisössä sellaiselle tasolle, jossa he pääsevät vaikuttamaan ja tekemään päätöksiä. He eivät halua olla asiantuntijoita vaan yleisjohtajia, näin ollen heitä ei kiinnosta erikoisosaaminen tietystä osa-alueesta, vaan he haluavat olla yhdistämässä eri toimintoja ja aloja.

Itsenäisyys

Itsenäinen tyyppi haluaa tehdä työnsä omalla tavallaan ja vastata itsensä ohjaamisesta. He haluavat päättää miten ja milloin he työskentelevät. He eivät ole valmiita tinkimään itseohjautuvuudesta ja tarpeen tullen kieltäytyvät etenemismahdollisuuksista, kuten ylennyksistä, suojellakseen itsenäisyyttään.

Työsuhteen turvallisuus

Joidenkin ihmisten päämotiivi on työelämän turvallisuus. Tällainen ihminen ei välitä niin paljoa millaista työtä hän tekee tai millaiseen asemaan hän pääsee organisaatiossaan, hänelle tärkeintä on työsuhteen pysyvyys. Hänelle varman työn tuoma rauha on uramenestyksen tärkein kriteeri.

Yrittäjyys

Yrittäjyystyyppi haluaa luoda oman yrityksen tai organisaation ja ovat tämän saavuttaakseen valmiita ottamaan riskejä ja ylittämään esteitä. Yrittäjätyyppi haluaa todistaa, että pystyy luomaan omalla työllään menestyvät yrityksen. He voivat myös viihtyä toisen yrityksen palveluksessa, kunhan heille annetaan haasteita ja valtaa toimia yrittäjän tavoin.

Palvelu ja omistautuminen

Tähän kategoriaan kuuluvat ihmiset eivät halua luopua mahdollisuudesta tehdä työtä heille arvokkaiden asioiden eteen. Tällaisia asioita voi olla esimerkiksi muiden ihmisten auttaminen, ympäristönsuojelu tai sairauksien parantaminen. He eivät halua ylennyksiä tai siirtoja, jotka estäisivät heitä tekemästä työtä arvojensa eteen.

Aito haasteellisuus

Aidosta haasteellisuudesta kiinnostuneelle tyypille tärkeintä on jatkuva mahdollisuus kehittyä ja ratkoa vaikeita pulmia. He haluavat ratkoa mahdottomalta tuntuvia ongelmia ja kokea paljon vaihtelua töissään. Jos he kokevat työn helpoksi ja itseään toistavaksi, he tylsistyvät todella nopeasti.

Elämänalueiden tasapaino

Viimeinen Scheinin uravoima on elämänalueiden tasapaino. Tällaiselle ihmiselle ura ei ole kaikki kaikessa, vaan he haluavat uran olevan tasapainossa yksityiselämän kanssa. Työn on oltava niin joustavaa, ettei sen takia joudu tinkimään elämän muista osa-alueista. Tällainen ihminen ei esimerkiksi olisi valmis muuttamaan ylennyksen perässä, koska se sekoittaisi heidän elämänsä muita osa-alueita.

Edellä mainitut kahdeksan ankkuria ovat ne, jotka Schein (1987, 36-37) on uratutkimuksena avulla tunnistanut, mutta hän myöntää, että muitakin ankkureita saattaa olla olemassa. Nämä kahdeksan ura-ankkuria kuitenkin kattaa suurimman osan ihmisten motivaattoreista ja niitä pohdiskelemalla on helppo aloittaa oman arvomaailman kartoittaminen. Mitä paremmin ihminen tunnistaa omat ankkurinsa, sitä helpompi hänen on tähdätä keskeisiä osaamisalueitaan sisältäviin töihin ja sopiviin uramahdollisuuksiin. Kun henkilö tuntee vahvat ja heikot puolensa, hän hakeutuu helpommin kykyjensä vastaaviin tehtäviin (Schein 1987, 30). Tiivistettynä, uravoimien pohtiminen auttaa ymmärtämään millaiset asiat työssä ovat itselleen tärkeitä ja tätä kautta välttämään erehdyksiä uravalinnoissa.

2.5 Tiedon hankkiminen

Ennenkuin aletaan rajaamaan vaihtoehtoja ja asettamaan lopullisia päämääriä uralle, on hyvä hankkia tietoa itseään kiinnostavista aloista ja työtehtävistä, sekä millaista osaamista niissä oikeasti tarvitaan (Lampikoski 2010, 27) Yksi tärkeä urasuunnittelun osa-alue onkin työmarkkinatietouden kasvattaminen. Käytännössä tämä tarkoittaa tiedon hakemista itseään kiinnostavista aloista, työtehtävistä tai koulutusvaihtoehdoista. Hakemalla tietoa etukäteen saadaan parempi käsitys esimerkiksi siitä mitä tietty työtehtävä oikeasti pitää sisällään ja millaista osaamista tehtävän onnistuneeseen suorittamiseen vaaditaan. Näin menettelemällä voidaan

kasvattaa omaa kilpailuetua muihin hakijoihin verrattuna entisestään ja hakijan on helpompi arvioida, vastaako tarjottu tehtävä hänen omia toiveita ja tavoitteita.

Nykypäivänä tietoa on runsaasti saatavilla, kunhan jaksaa nähdä vähän vaivaa. Hyviä lähteitä tiedonhakuun on muun muassa LinkedIn, rekrytointitapahtumat, yritysvierailut sekä sähköiset vuosikertomukset (Hoppe & Laine, 2014).

Opinnäytetyön osio urasuunnittelusta loppuu tähän. Seuraavaksi siirrytään käsittelemään toimeksiantajalle tehtyä kohderyhmätutkimusta, jonka kohteena olivat korkeakouluopiskelijat ja heidän urasuunnittelunsa.

3 Kohderyhmätutkimus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli auttaa toimeksiantajaa kehittämään uutta palveluaan hankkimalla heille tietoa palvelun kohderyhmästä. Kohderyhmänä toimi Laurea-korkeakoulusta valmistumassa olevat opiskelijat. Tutkimuksen suunnittelu toimeksiantajan kanssa aloitettiin marraskuussa 2018 ja itse tutkimus toteutettiin aikavälillä 15.11. - 2.12.2018.

Tutkittaviin asioihin kuului muun muassa kohderyhmän toiveet ja tarpeet urasuunnittelun saralla ja mitkä asiat koettiin urasuunnittelussa sekä työnhaussa haastaviksi. Hankkimalla tietoa potentiaalisesta kohderyhmästä, Yritys X pystyi muokkaamaan uran johtamisen ja hallinnan avuksi luotua palvelukokonaisuuttaan heidän tarpeitaan vastaavaksi, ja näin ollen parantamaan palvelun laatua. Tarjoamalla laadukkaita ja kohdistettuja palveluja, toimeksiantaja pystyi kasvattamaan kilpailuetuaan muihin palveluihin verrattuna. Seuraavissa alaluvuissa käydään tarkemmin läpi tutkimuksen suunnittelua, käytettyjä tutkimusmenetelmiä ja saatuja tuloksia. Viimeisessä alaluvussa esitellään tuloksista tehtyjen johtopäätösten pohjalta luotu kehitysehdotus toimeksiantajalle.

3.1 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Tutkimuksen suunnittelu aloitettiin marraskuussa 2018. Ensimmäisenä asiana mietittiin kohderyhmän rajausta sekä käytettäviä tutkimusmenetelmiä. Yrityksen edustajan kanssa päädyttiin rajaamaan kohderyhmä liiketalouden-, hotelli- ja ravintola-alan sekä tietojenkäsittelyn tutkintoa suorittaviin opiskelijoihin. Syynä tällaiseen rajaukseen oli se, että muiden tutkintojen urapolut koettiin melko selkeiksi. Niistä valmistuttiin suoraan yhteen ammattiin. Tällaisia tutkintoja olivat muun muassa sairaanhoitajan -ja fysioterapeutin tutkinnot. Toinen tutkittavien rajausta oli, että haastateltavat ja sähköisen kyselyn saavat opiskelijat olivat valmistumassa lähitulevaisuudessa. Toimeksiantaja oli alustavasti ajatellut palvelunsa kohderyhmän olevan uransa alussa olevat korkeakoulutetut ihmiset. Näin ollen juuri tutkintonsa suorittamisen aloittaneet opiskelijat eivät kuuluneet palvelun suunniteltuun kohderyhmään.

Kun kohderyhmärajaukset olivat tehty, alettiin miettiä käytettäviä menetelmiä ja mitä haluttiin kysyä. Yritys X:llä oli alustava käsitys tarvittavasta tiedosta palvelun muotoilemista varten. Sain heiltä siis alustavan käsityksen siitä mitä tutkimuksessa tulisi pyrkiä selvittämään. Heillä ei kuitenkaan ollut valmiiksi mietittyjä kysymyspohjia tai haastattelulomakkeita, jotka vaadittiin tutkimuksen suorittamiseen, sekä vaadittavan tutkimusluvan anomiseen koululta.

Kyselyssä ja haastatteluissa käytettävien pohjien suunnittelu jäi siis opinnäytetyöntekijän vastuulle. Suunnittelu tehtiin kuitenkin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Näin varmistuttiin siitä, että toimeksiantajalle kerättiin vain palvelun kehittämisen kannalta relevanttia tietoa. Opinnäytetyöntekijä lähetti palvelun kehittämisestä vastaavalle henkilölle useita eri versiota haastattelulomakkeesta ja sähköisestä kyselystä, ja muokkasi niitä yrityksen toiveiden mukaisesti.

Toimeksiantajan kanssa päädyttiin siihen, että tutkimuksessa hyödynnettäisiin sekä laadullista, että määrällistä tutkimusmenetelmää. Laadullinen tutkimus suoritettiin syvähaastattelulla neljää opiskelijaa ja määrällinen tutkimus suoritettiin käyttäen sähköpostikyselyä. Käytetyistä menetelmistä kerrotaan lisää seuraavassa alaluvussa.

Kun kysymyksille oltiin saatu toimeksiantajan hyväksyntä, oli seuraava vaihe tutkimusluvan hankkiminen. Tutkimuslupa tarvittiin, koska tutkimus kohdistui Laurean opiskelijoihin. Lupa anottiin Laurean johtajalta, tähän prosessiin meni noin viikko.

Viimeisenä asiana tutkimuksen suorittamiseen luonnollisesti tarvittiin haastateltavat laadullista tutkimusta varten, sekä valmistumassa olevien opiskelijoiden sähköpostiosoitteita kyselyn toteuttamista varten.

Toimeksiantajan kanssa oli sovittu, että pyritään syvähaastattelemaan ainakin neljää Laurean opiskelijaa. Vaatimuksena haastateltaville oli, että he sopivat edellämäinnittuihin kohderyhmärajauksiin. Haastateltavien rekrytointiin tarjoutui erinomainen mahdollisuus, kun osallistuvin koululla järjestettyyn opinnäytetyösuunnitelmien esittelyyn. Kaikki tähän tapahtumaan osallistuneet olivat suorittamassa opinnäytetyötään ja valmistumassa lähitulevaisuudessa. Kaikki neljä tutkimukseen sopivaa haastateltavaa saatiin hankittua samalla, kun esittelin omaa suunnitelmaani.

Sähköistä kyselyä varten tarvittavat sähköpostiosoitteet saatiin vaivatta Laurean yhteyshenkilön kautta. Rajaus, jotta saatiin vain valmistumassa olevien opiskelijoiden sähköposteja, onnistui yhteyshenkilön kautta.

3.2 Käytetyt menetelmät

Tässä luvussa perehdytään tarkemmin käytettyihin menetelmiin ja miksi niihin päädyttiin. Kohderyhmätutkimuksessa käytettiin kahta eri tutkimusmenetelmää, laadullista eli kvalitatiivista, sekä määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta.

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saatiin kartoitettua usean opiskelijoiden tilanne ja mielenpiteet, mutta tutkimuksen tulokset olivat kuvattu pitkälti numeroina ja prosenttiosuuksina. Määrällinen tutkimus sopiikin lukumäärien ja prosenttiosuuksien selvittämiseen erinomaisesti, mutta se ei selvitä tulosten takana olevia syitä. (Heikkilä 2014) Toimeksiantajan kanssa päädyttiinkin tästä syystä hyödyntämään molempia menetelmiä. Niiden koettiin täydentävän toisiaan ja näin ollen tuottavan kattavamman kuvan tutkittavasta kohderyhmästä.

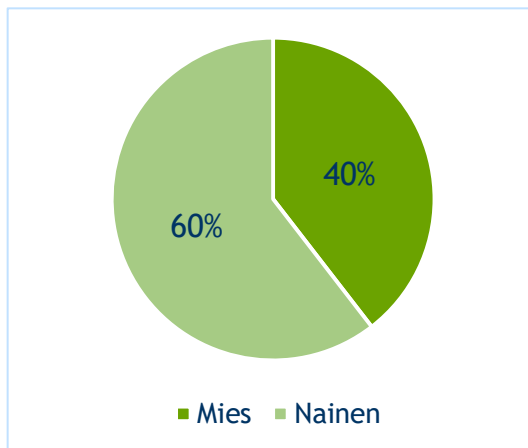
3.3 Määrällinen tutkimus

Määrällinen tutkimus toteutettiin sähköpostikyselyn avulla. Sähköpostin käyttäminen salli mahdollisimman monen opiskelijan osallistumisen kyselyyn, ja näin ollen auttoi laajemman otannan hankkimisessa tutkimusta varten. Toimeksiantajalla oli runsaasti kokemusta sähköisistä kyselyistä ja siitä millaiset tekijät vaikuttavat ihmisten osallistumishalukkuuteen. Isoin vaikuttava tekijä oli kyselyn vastaamiseen vaadittava aika. Näin ollen kyselystä pyrittiin suunnittelemaan sellainen, että se olisi rakenteeltaan kevyt ja nopea täyttää. Kevyt rakenne saavutettiin käyttämällä avoimia kysymyksiä vain, kun koettiin että ne olivat tarvittavan tiedon hankkimisen kannalta välttämättömiä. Suurin osa kysymyksistä oli siis suljettuja kysymyksiä, jotka sisälsivät valmiiksi annettuja vaihtoehtoja. Toinen toimeksiantajan aiemmin hyväksikokema keino vastausmäärän kasvattamiseksi oli palkinto vastaamisesta. He ehdottivat, että kyselyyn osallistuneiden kesken arvottaisiin palkinto. Palkinnoksi päätettiin tapaaminen yrityksen urakonsultin kanssa, joka auttaisi voittajaa hänen päättämällään osa-alueella.

Kysely lähetettiin vähän yli 700:lle valmistumassa olevalle opiskelijalle. Sitä ylläpidettiin kahden viikon ajan, jonka aikana lähetettiin kolme muistutusta kyselyyn osallistumisesta ja tarjolla olevasta palkinnosta. Kyselyyn vastattiin näiden aikana 43 kertaa. Vastausten määrä todettiin toimeksiantajan kanssa riittäväksi, eikä kyselyn jatkamiselle ei nähty tarvetta. Vaikka suurempi vastausten määrä olisi toki antanut vielä tarkemman tuloksen opiskelijoiden mielipiteistä ja tilanteesta, pystyttiin tälläkin vastausmäärällä kartoittamaan paremmin kohderyhmän tilannetta verrattuna siihen, että haastattelut olisivat olleet ainut käytetty menetelmä.

3.3.1 Määrällisen tutkimuksen tulokset

Määrällisessä tutkimuksessa ensimmäisenä selvitettiin vastaajien taustatietoja ja kartoitettiin heidän tämänhetkistä tilannetta työelämässä. Taustatietoina selvitettiin vastaajien ikä, sukupuoli, tutkinto sekä työkokemus vuosissa. Nykyisestä tilanteesta selvitettiin, onko vastaaja työllistynyt ja millaisessa tilanteessa hän on urallaan.



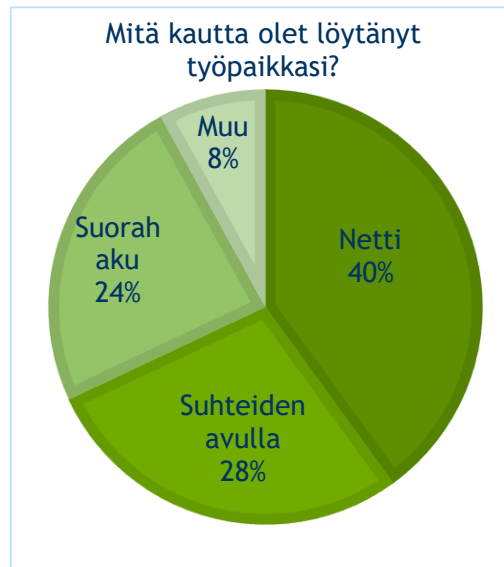
Kuvio 3. Sukupuolijakauma



Kuvio 4. Työkokemus vuosissa

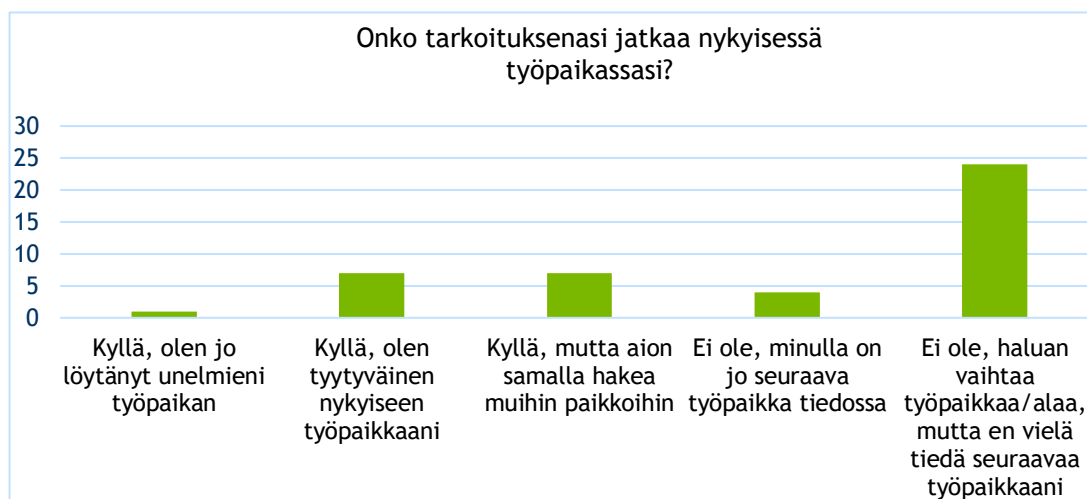
Kyselyn sukupuolijakauma (ks. kuvio 3) oli melko tasainen. Tässä vaiheessa on hyvä todeta, ettei sukupuolten vastausten välillä ollut tutkimuksen kannalta merkittävää eroa. Näin ollen tuloksissa ei tulla käsittelemään sukupuolen vaikutusta mielipiteeseen, koska kyseistä vaikutusta ei havaittu. Vastanneista noin 80 % prosenttia oli työssäkäyviä ja yli puolella oli jo yli viiden vuoden kokemus työelämästä (ks. kuvio 4).

Liiketalouden tutkinto oli ylivoimaisesti eniten edustettuna, 79 % vastaajista oli tradenomiopiskelijoita. Muut edustetut tutkinnot olivat hotelli- ja ravintola-ala (14 %) ja tietojenkäsittely (7%). Seuraavaksi lomakkeessa kysyttiin, mitä kautta haastateltava on löytänyt nykyisen työpaikkansa. Mikäli vastaaja ei ollut työllistynyt, oli hänen mahdollista ohittaa kysymys.



Kuvio 5. Työnhakukanavat

Koska toimeksiantajan palvelu oli kohdistettu uransa alkuvaiheessa oleville ja töitä etsiville ihmisille, oli heille tärkeää tietää mitä kanavia ihmiset käyttivät työnhaussa (ks. kuvio 5). Tieto oli tärkeä tehokkaiden markkinointikanavien kartoittamiseen, sen avulla tiedettiin mistä kohderyhmän tavoittaa parhaiten. Työn hakeminen netin kautta oli suosituin vaihto.



Kuvio 6. Tyytyväisyys nykyiseen työhön

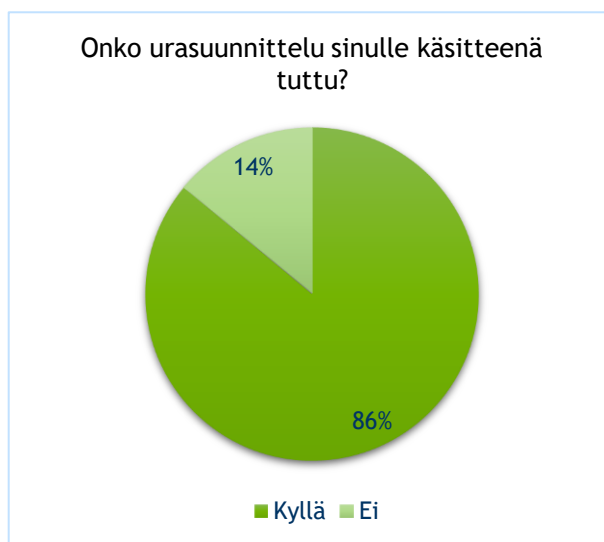
Melko pieni osa kyselyyn vastanneista oli löytänyt haluamansa työpaikan, tai oli täysin tyytyväinen nykyiseen työpaikkaansa. Yli puolet kertoi haluavansa vaihtaa työpaikkaa tai jopa alaansa, mutta eivät vielä tieneet mihin olivat suuntaamassa (ks. kuvio 6).

Vaikka tämä ei ole kyselyyn vastanneiden osalta optimaalinen tilanne, olivat tulokset rohkaisevia toimeksiantajan näkökulmasta. Suuri osa vastanneista halusi muutosta urallaan, mutta eivät vielä tieneet millaista tai miten. Yritys X:n julkaisema palvelukokonaisuus tarjoaa apua

uranhallintaan ja johtamisen, ja se sopi juuri tällaisessa tilanteessa oleville ihmisille. Jo pelkästään tämän kysymyksen vastaukset tukivat käsitystä, että palvelulle on olemassa oleva tarve.

Seuraavaksi haluttiin selvittää, onko urasuunnittelu vastaajille käsitteenä tuttu ja ovatko he suunnitelleet omaa uraansa.

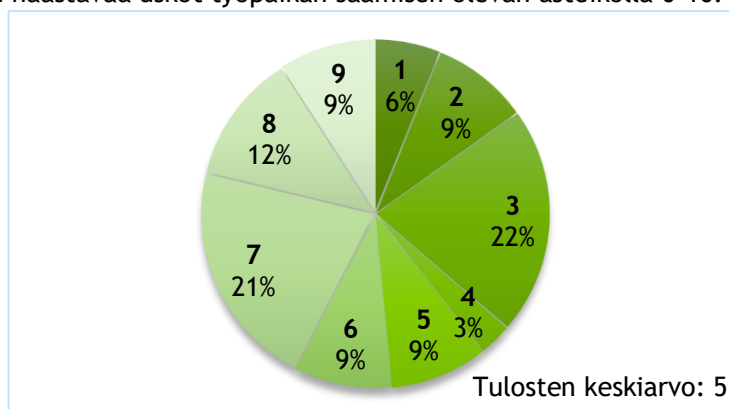
Kysyttäessä siitä tuntevatko vastaajat urasuunnittelun käsitteen, valtaosa heistä vastasi kyllä (ks. kuvio 7). Tämä tulos ei vastannut syvähaastatteluissa saatuja vastauksia, haastateltavien käsitys urasuunnittelusta oli erittäin rajallinen. Sähköiseen kyselyyn vastanneet eivät myöskään olleet tehneet kattavaa urasuunnittelua, kuten seuraavalla sivulla olevista tuloksista selviää (ks. kuvio 9), vaan enemmänkin yhden tai kaksi tietoisista valintaa uransa suhteen.



Kuvio 7. Urasuunnittelun tunteminen käsitteenä

Vastaajilta kysyttiin seuraavaksi, kuinka vaikeana he kokivat työllistymisen tulevaisuudessa (ks. kuvio 8). Mitä pienempi luku on, sitä helpommaksi työllistyminen koettiin. Tuloksissa havaittiin vahva korrelaatio työkokemuksen ja työllistymismahdollisuuden helppouden välillä. Valtaosa ihmisistä, jotka kokivat työllistymisen helpoksi, omasivat runsaasti työkokemusta. Alle kolme vuotta työkokemusta omaavat taas kokivat työn saamisen haastavaksi. Tulokset siis osittain tukivat käsitystä, että korkeakouluopiskelijoilla on tarve työn haun tueksi luodulle palvelulle.

Kun mietit omia työllistymismahdollisuuksiasi tulevaisuudessa, miten haastavaa uskot työpaikan saamisen olevan asteikolla 0-10?



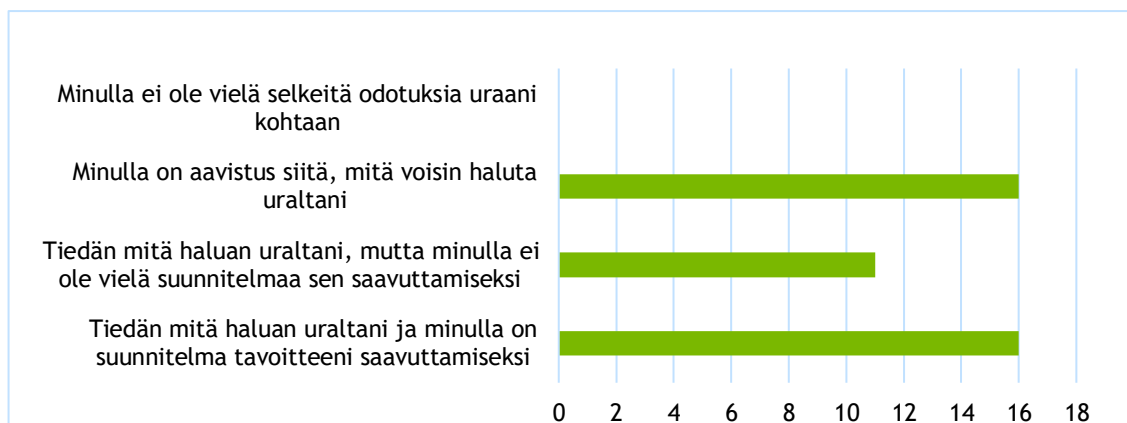
Kuvio 8. Työllistymisen haastavuus

Yli 90 % vastanneista kertoi, että he olivat tehneet konkreettisia suunnitelmia tai valintoja uransa suhteen (ks. kuvio 9). Haastattelulta kysyttiin tämän jälkeen, millaisia suunnitelmia tai valintoja he olivat tehneet. Vastaajat olivat joko valinneet tiettyjä kursseja, valinneet tietyn koulun, tai valinneet tietyn harjoittelupaikan. Nämä ovat tietoisia valintoja uran suhteen, mutta kattavaksi uran suunnittelemiseksi tätä ei voi kutsua.



Kuvio 9. Uran konkreettinen suunnittelu

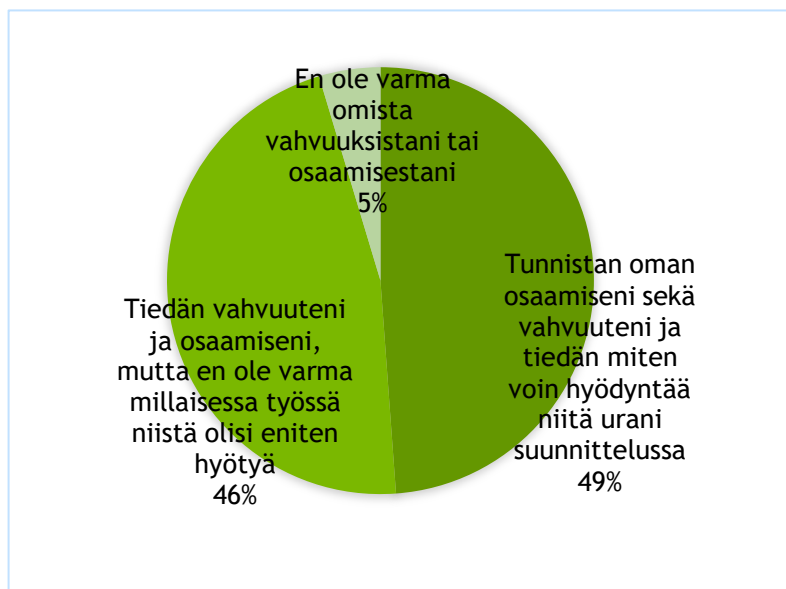
Minkälaiset odotukset sinulla on urallesi?



Kuvio 10. Urapolku

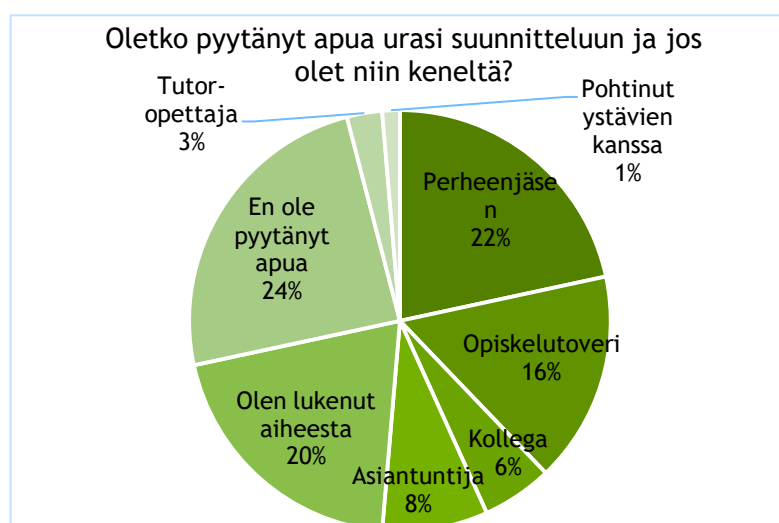
Yli puolet vastanneista eivät olleet täysin varmoja millaisen urapolun he haluavat rakentaa tai heillä ei ollut suunnitelmaa tavoitteidensa saavuttamiseksi (ks. kuvio 10). Tämä tieto oli tärkeätä opiskelijoiden tilanteen hahmottamiseksi, vastausten avulla pystyttiin kartoittamaan urapalvelujen tarpeellisuutta entistä tarkemmin.

Kun mietit omaa osaamistasi ja vahvuuksiasi, tiedätkö, miten voit hyödyntää niitä oman urasi suunnittelussa tai työpaikan etsimisessä?



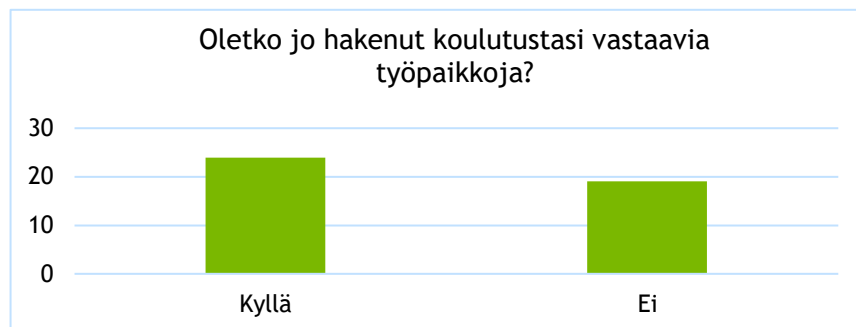
Kuvio 11. Oman osaamisen ja vahvuuksien tunnistaminen

Yli puolet vastaajista ei joko tunnistanut omia vahvuusalueitaan tai osaamistaan, tai eivät tiedäneet millaisessa työssä he voisivat hyödyntää niitä (ks. kuvio 11). Oman osaamisen tunnistamisen vaikeus oli myös teema, joka nousi jokaisessa haastattelussa esiin. Tämä oli tärkeä tieto toimeksiantajalle, se paljasti puutteen usean opiskelijan taidoissa ja antoi pohjan todelliseen tarpeeseen vastaavan palvelun luomiseksi.



Kuvio 12. Avun lähteet urasuunnittelussa

Tämän kysymyksen avulla haluttiin ennen kaikkea kartoittaa, kuinka yleistä asiantuntija-avun hyödyntäminen uran suunnittelussa oli vastaajien keskuudessa. Vain 8 % vastaajista oli käyttänyt asiantuntijan palveluja urasuunnittelun apuna (ks. kuvio 12 edellisellä sivulla). Kuitenkin kun opiskelijoilta kysyttiin, olisivatko he kaivanneet ammattilaisen apua urapohdintaan tai työpaikan saamiseksi, yli 60 % vastasi myöntävästi.



Kuvio 13. Koulutusta vastaavan työpaikan hakeminen

Viimeisenä asiana opiskelijoiden tilanteesta kartoitettiin sitä ovatko he jo hakeneet koulutustaan vastaavia työpaikkoja. Vaikka kaikki vastaajat olivat pian valmistumassa, vain vähän yli puolet olivat hakeneet koulustaan vastaavaa työpaikkaa. Tästä voidaan päätellä, ettei iso osa vastaajista ollut saanut ”oikeaa” työuraansa käyntiin, vaan se haaste oli vielä edessäpäin.

Seuraavana vastaajille esiteltiin toimeksiantajan kehittämiä palveluja ja heiltä pyydettiin mielipide jokaisesta palvelusta. Alla on vastaajille annettu kuvaus palvelukokonaisuudesta, sitä on muokattu hieman anonymiteetin takaamiseksi.

”Uransa alussa oleville Palvelu X auttaa urasuunnittelussa ja antaa vinkkejä oman alan työpaikan löytämiseksi. Palvelu X:n avulla pystyt kehittämään valmiuksiasi työnhakuun ja sopivien uramahdollisuuksien tunnistamiseen.”

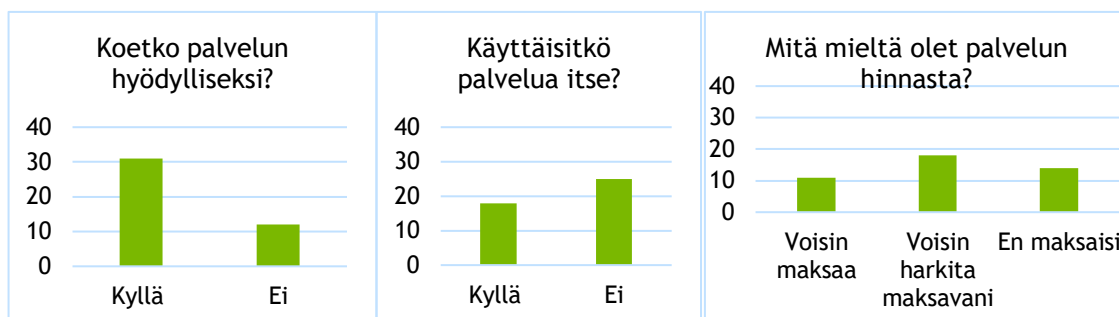
Jokaista palvelua edelsi lyhyt kuvaus palvelusta sekä suunniteltu hinnasto. Jokaisesta palvelusta kysyttiin samat kolme kysymystä.

- Koetko palvelun hyödylliseksi?
- Käyttäisitkö palvelua itse?
- Mitä mieltä olet palvelun hinnasta?

Lopussa vastaajia pyydettiin valitsemaan palvelu, jonka he kokivat hyödyllisimmäksi ja palvelu mitä he eivät käyttäisi. Heitä myös pyydettiin perustelemaan valintoihinsa päättymistä.

Palvelu 1.

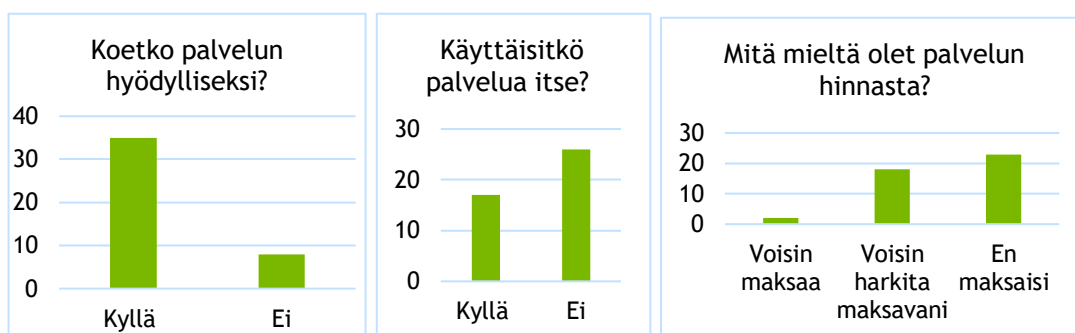
Kuukausijäsenyys, joka sisältää ura-aiheisen uutiskirjeen, vinkkejä työhakuun, piilotyöpaikkoja sekä verkostoitumismahdollisuuden muiden tilaajien kanssa. Hinta 3,90€ /kk



Kaksi kolmasosaa vastaajista koki palvelun hyödylliseksi. Syitä tähän oli muun muassa edullinen hinta ja sen tuoma matala kokeilukynnys, sekä helppokäyttöisyys. Kuitenkin vähän alle puolet vastaajista lopulta käyttäisivät palvelua itse. Yleisimmin mainitut syyt tähän olivat tarjolla olevat ilmaiset vaihtoehdot, kuten työpaikkavahdit ja alan muut julkaisut.

Palvelu 2.

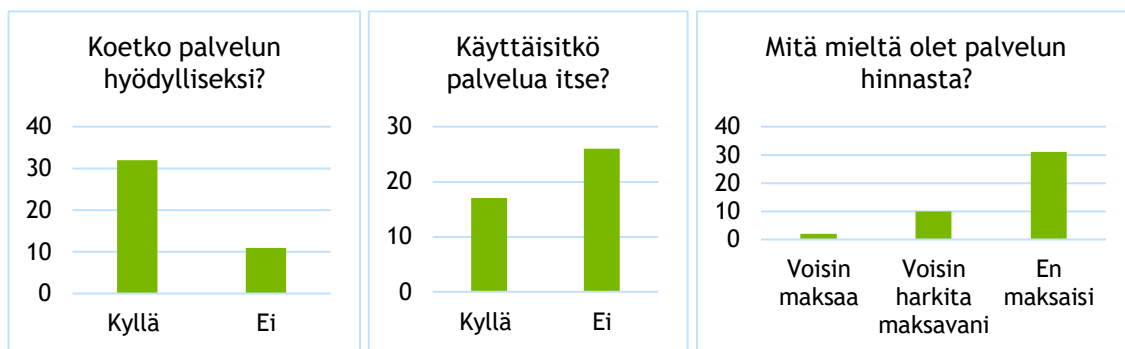
Helsingissä järjestettävät ryhmävalmennukset, jossa käsitellään työnhaun eri vaiheita. Yksi valmennus kestää puolitoista tuntia. Aiheina muun muassa oman osaamisen tunnistaminen, työhaastatteluun valmistautuminen, LinkedInin hyödyntäminen ja piilotyöpaikkojen löytäminen. Hinta 39€ /koulutus



Palvelu 2. koettiin todella hyödylliseksi, mutta hinta jakoi mielipiteet vahvasti. Itse valmennusten sisältöä pidettiin hyvänä ja ajankohtaisena, mutta yli puolet ilmoittivat, etteivät olisi valmiita maksamaan pyydettyä hintaa. Tästä huolimatta myös osa vastanneista sanoi hinnan olevan edullinen ja yli kaksi kolmasosaa ilmoitti voivansa harkita maksavansa pyydetyn hinnan.

Palvelu 3.

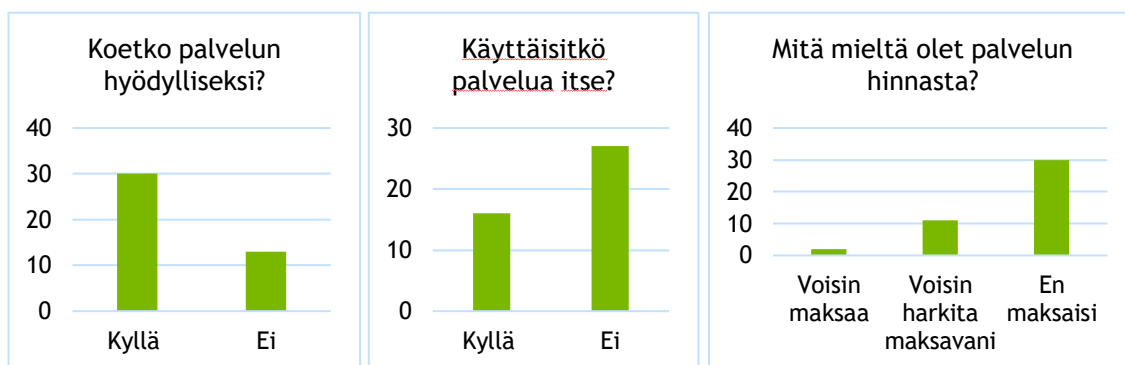
Henkilökohtainen uravalmennus, jossa rekrytoinnin ammattilainen tukee ja neuvoo uraan ja työnhakuun liittyvissä kysymyksissä. Valmennus lisää itsetuntoa ja tuo varmuutta työnhakuun sekä auttaa sen suunnitelmallisessa toteuttamisessa. Hinta 159-199€ /tapaaminen



Palvelu 3. koettiin vastaajien keskuudessa hyödylliseksi ja varsinkin sen henkilökohtaisuutta pidettiin isona vahvuutena. Kuitenkaan yli puolet vastanneista eivät käyttäisi palvelua, isoimpana syynä hinta. Palvelu ei vastausten perusteella sopinut vastavalmistuneelle ihmiselle.

Palvelu 4.

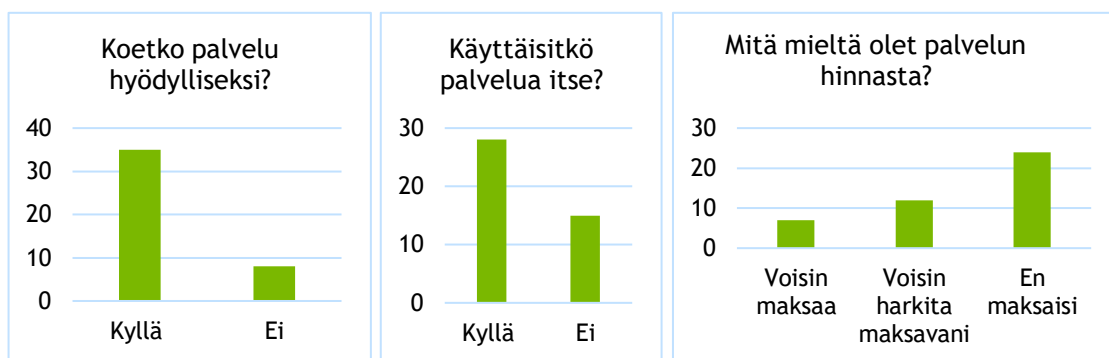
Digitaalinen urasuunnittelupalvelu, joka auttaa motivaation ja persoonallisuuden tunnistamisessa ja antaa konkreettiset ohjeet oman urasuunnitelman työstämiseksi. Palvelu mahdollistaa tehtävien tekemisen omassa tahdissa ja ohjaa urasuunnitelman tekemisessä. Hinta 99€/6kk käyttöoikeus verkkokurssille.



Palvelu 4:n digitaalisuus erotti sen muista tarjotuista palveluista. Digitaalinen muoto oli annetuissa palautteissa sen vahvuus ja heikkous. Monelle digitaalinen palvelu sopi erinomaisesti sen tarjoaman vapauden ja joustavuuden takia, mutta osa ei taas pitänyt sitä tehokkaana ratkaisuna. Epäilijät sanoivat tarvitsevansa vahvaa näyttöä palvelun toimivuudesta ennenkuin olisivat valmiita maksamaan siitä. Hintaa pidettiin korkeana, miltei 70 % vastaajista ei suosuisi maksamaan pyydettyä hintaa.

Palvelu 5.

Henkilökohtainen sparraus, jossa rekrytoinnin ammattilainen neuvoo LinkedIn-profiilin tai CV:n sisältöjen päivittämisessä. LinkedIn on tärkeä palvelu oman ammattitaidon esiin nostamisessa sekä henkilöbrändäyksessä. Sieltä voi myös löytää uusia uramahdollisuuksia. Hinta 79€ /krt



Tämä palvelu oli suosituin vastaajien keskuudessa. Se koettiin kaikista palveluista hyödyllisimmäksi ja suuri osa vastanneista myös käyttäisi sitä itse. Vastaajat tunnistivat LinkedIn-profiilin ja CV:n tärkeyden nykyajan työhaussa. Hinta jakoi mielipiteitä, puolet vastanneista eivät olisi valmiita maksamaan pyydettyä hintaa.

3.4 Laadullinen tutkimus

Tutkimuksen laadullinen osuus toteutettiin syvähaastatteluina. Laadullisen tutkimuksen avulla pystyttiin selvittämään tarkemmin kohderyhmän mielipiteiden ja vastausten taustalla olevia syitä. Toisin kuin sähköpostikyselyssä, haastattelussa esitetyt kysymykset oli muotoiltu avoimiksi. Niiden avulla haluttiin myös selvittää miksi haastateltava vastasi niin kuin vastasi. Haastattelutilanne mahdollisti avoimen keskustelun haastattelijan ja haastateltavan välillä, mikä auttoi ymmärtämään kohderyhmää entistä paremmin. Toisin sanoen, haastattelun avulla voitiin tutkia yksilöiden kokemuksia, ajatuksia ja tunteita.

Laadullinen tutkimus toteutettiin marraskuun aikana. Haastatteluihin osallistui neljä Laurean opiskelijaa. Alun perin tarkoituksena oli järjestää ryhmähaastattelu kaikille neljälle, mutta aikataulujen yhteensopimattomuuden takia vain kaksi haastateltavista osallistui ryhmähaastatteluun. Kaksi muuta haastattelua järjestettiin erillisinä puhelinhaastatteluina toisena ajankohtana. Puhelinhaastattelua varten haastateltaville lähetettiin etukäteen materiaali haastattelua varten. Materiaali piti sisällään haastattelun kysymyksiä sekä toimeksiantajan palvelujen esittelyjä. Ryhmähaastatteluun osallistuneille tämä materiaali pystyttiin esittämään paikan päällä, mutta luonnollisesti puhelimen välityksellä tämä ei onnistunut. Muuten kaikissa haastatteluissa noudatettiin pitkälti samaa kaavaa. Ensin haastateltaville käytiin läpi opinnäy-

tetyön taustat ja syy sen järjestämiseksi. Sen jälkeen haastateltaville esitettiin samat kysymykset. Haastattelut kestivät keskimäärin reilun tunnin. Kaikki haastattelut nauhoitettiin haastateltavien luvalla. Tällä varmistuttiin siitä, että vastaukset eivät olleet vain haastattelijan muistin varassa. Tämä olisi mahdollisesti johtanut johtopäätösten vääristymiseen, koska vastauksia ei olisi muistettu sanatarkasti.

3.4.1 Laadullisen tutkimuksen tulokset

Ensimmäisenä haastateltavilta kysyttiin taustatietoja sekä heidän tämän hetkisestä tilanteestaan. Haastateltavat olivat 24 - 28-vuotiaita liiketalouden opiskelijoita. Heidän työkokemuksensa vaihteli kolmen ja kymmenen vuoden välillä. Kolme neljästä oli työllistyneitä haastatteluhetkellä.

Haastattelu aloitettiin kysymällä mitä urasuunnittelu tarkoitti haastateltaville. Jokaisen haastateltavan käsitys urasuunnittelusta oli todella häilyvä, he eivät olleet varmoja mitä urasuunnittelu tarkoitti käytännössä. Kukaan haastateltavista ei ollut tehnyt konkreettista urasuunnittelua, eikä kukaan heistä ollut tuntenut tarvitsevansa urasuunnitelmaa. Selvisi, että haastateltaville ei ollut tärkeää, että heillä on selkeä päämäärä urallaan ja suunnitelma sen saavuttamiseksi. Heille oli paljon tärkeämpää, että uralla tapahtuu jotain muutosta ja se ei ”polkenut paikallaan”. Muutoksen tärkeys oli teema, joka toistui jokaisen haastateltavan kohdalla. Kaikki haastateltavat kokivat, että uran muokkautuminen tapahtuu alkuvaiheessa enemmän kokemusten ja kokeilujen pohjalta. Uran alussa ”matka on määränpäättä tärkeämpi”.

Suunnitelmallisuuden sijaan haastateltavat antoivat sattuman ohjata heidän uraansa. Tämä tulos tukee Lampikosken (2010) huomiota siitä, että suurin osa ihmisistä kulkee uransa läpi ”autopilotti” päällä (ks. Kuvio 1., 15). Jotta nuorten urasuunnittelusta saatiin hieman isompi otanta, kysyttiin haastatteluun osallistuneilta myös heidän lähipiiristään ja lähipiirin urasuunnittelusta. Tulokset tukivat sattuman suosiota uran ”suunnittelussa”. Neljän haastateltavan lähipiiristä löytyi yksi ihminen, joka oli asettanut itselleen mietityn päämäärän ja tehnyt suunnitelman sen saavuttamiseksi. Kyseinen henkilö halusi olla lääkäri, uravalinta, joka ei lähtökohtaisesti jätä sattumalle hirveästi varaa. Vaikutti siis vahvasti siltä, että harva ammatikorkeakouluopiskelija pysähtyy ennen valmistumistaan miettimään mitä oikeasti haluaa ja suunnittelemaan uraansa.

Kuitenkin kun keskustelua urasuunnittelusta jatkettiin, kolme haastateltavaa sanoi, että nyt kun he ovat olleet työelämässä muutaman vuoden, tuntui urasuunnittelu enemmän ajankohtaiselta. He alkoivat olla pisteessä, että uran ”villi nuoruus” ja kokeilut alkoivat riittää. Kokeilujen sijaan he halusivat edetä urallaan määrätietoisesti ja näin ollen alkoivat tunnistaa urasuunnittelun tärkeyden. Kolmen ensimmäisen haastateltavan kohdalla vaikutti siis siltä, että urasuunnittelun tarpeen tunnistaminen oli ainakin osittain sidottu työkokemukseen. On

kuitenkin huomion arvoista, että myös äärimmäisen vähän työkokemusta omannut neljäs haastateltava alkoi haastattelun edetessä innostumaan urasuunnittelusta. Kun opiskelijalle kerrottiin urasuunnittelun käytännön hyödyistä ja se perusteltiin järkevästi, hän kyllä heräsi asian tärkeyteen.

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin osaavatko he hyödyntää omaa osaamistaan ja vahvuuksiinsa uransa suunnittelussa tai työpaikan etsimisessä. Kaikki haastateltavat kertoivat kokevansa omien vahvuuksien ja osaamisen arvioinnin ja hyödyntämisen haastavaksi. He eivät osanneet arvioida omia ”rahkeitaan”. Suurin syy tähän oli se, etteivät he tienneet millaista osaamista erilaisissa työtehtävissä oikeasti vaadittiin, eivätkä näin ollen osanneet arvioida oman pätevyytensä riittävyttä. Kaksi haastateltavista kertoi, että he mielummin aliarvioivat omat kykynsä ja hakevat töihin, jotka eivät vastaa heidän koulutustasoaan. Heitä pelotti tilanne, jossa työhaastattelun aikana tulisi ilmi, että heidän osaamisensa ei olisi riittävällä tasolla. Heitä pelotti, että työhaastattelija pitäisi heitä tyhmänä, koska he ovat hakeneet itselleen liian vaativaan työtehtävään. Kahdella muulla haastateltavalla ei ollut näin vahvaa pelkoa oman riittävytensä yliarvioimisesta, mutta he pitivät arviointia kuitenkin haastavana. Kaikki neljä osallistunutta sanoivat, että voisivat harkita ammattilaisen apua oman osaamisen ja pätevyyden arvioinnissa. He kokivat, että ammattilainen, jolla on enemmän kokemusta rekrytoinneista ja erilaisten työtehtävien vaatimuksista, voisi kertoa mitkä työtehtävät vastasivat heidän koulutustasoaan. Kukaan haastateltavista ei ollut kuitenkaan ollut hyödyntänyt ammattilaisen apua uransa suunnittelussa tai työnhaussa.

Urapalveluihin liittyvät mielikuvat oli teema, joka nousi esiin kolmen haastateltavan kohdalla. He sanoivat liittävänsä ammattilaisen avun tällaisessa kontekstissa vahvasti TE-toimistojen työhön. Tämä mielikuva avun hakemisesta ja TE-toimistoista oli pitkälti negatiivinen, se liitettiin ihmisiin, jotka eivät pärjää omillaan. Toisin sanottuna se, että käyttää tällaisia palveluja tarkoittaa, että ihminen on epäonnistunut. Tällaisten palvelujen herättämän mielikuvan muuntaminen negatiivisesta positiiviseksi onkin yksi teema, jota käsitellään kehitysehdotuksessa.

Seuraavaksi haastateltaville näytettiin toimeksiantajan suunnittelemaa palveluja ja kysyttiin heidän mielipiteitään niistä. Jokaisen palvelun kohdalla heitä pyydettiin vastaamaan alla lueteltuihin kysymyksiin.

Koetko palvelun hyödylliseksi?

Käyttäisitkö palvelua itse?

Mitä mieltä olet palvelun hinnasta?

Haastattelun lopuksi heitä vielä pyydettiin valitsemaan hyödyllisimmältä tuntunut palvelu, palvelu mitä he eivät haluaisi käyttää, ja perustelemaan miksi päätyivät valintoihinsa. Alla on lyhyt kuvaus palvelukokonaisuudesta ja haastatelluille näytetyt palvelukuvaukset. Kuvaukset eivät vastaa täysin haastatteluissa käytettyjä kuvauksia, niitä on muokattu toimeksiantajan anonymiteetin säilyttämiseksi. Ne kuitenkin antavat lukijalle riittävän kuvan palveluiden sisällöstä.

Palvelukokonaisuus X:n kuvaus:

*Palvelu X auttaa sinua urasi johtamisessa sen eri vaiheissa ja kehittämään taitoja uratavoit-
teiden saavuttamiseksi. Saat halutessasi käyttöön henkilökohtaisen uravalmentajan.*

Palveluidemme avulla opinnoistaan valmistumassa olevat ja vastavalmistuneet pystyvät

- *Tunnistamaan potentiaalinsa, kehittymismahdollisuutensa ja potentiaalinsa*
- *Hahmottamaan unelmien uralleen suunnan*
- *Tekemään konkreettisen urasuunnitelman*
- *Hankkimaan konkreettisia taitoja työpaikan hankkimiseen*

Seuraavaksi haastattelussa käytiin lävitse toimeksiantajan luomia palveluita, ne on nimetty anonymiteetin suojelemisen tähden palveluiksi 1.-5.

Palvelu 1.

Palvelu 1. on jäsenyys, jonka kautta kuulet ensimmäisenä polttavista ura-aiheista sekä avoimista julkisista ja piilotyöpaikoista. Lisäksi pääset verkostoitumaan kokeneiden konsulttien ja muiden jäsenten kanssa.

Hinta 3,90€ / kk (min. 6kk jäsenyys)

Sisältää:

- *Ura-aiheisen uutiskirjeen*
- *Vinkkejä piilotyöpaikoista*
- *Urachatin, jonka kautta on mahdollista keskustella konsulttien kanssa*
- *Verkostoitumismahdollisuuden palvelun yhteisössä Facebookissa*

Kaksi haastatteluun osallistuneista nimesi Palvelu 5:n suosikkipalvelukseen. Eniten palvelussa miellytti sen hinta ja vinkit piilotyöpaikoista. Palvelu koettiin hintansa puolesta ”no-braineriksi” ja se mahdollisti yritykseen tutustumisen ilman suurta taloudellista panostusta.

Palvelu 2.

Yritys X:n tiloissa järjestettäviä ryhmävalmennuksia, jotka keskittyvät työnhaun eri vaiheisiin. Koulutuksia vetää uravalmentajat sekä konsultit ja ne kestävät 1,5 - 2 tuntia.

Hinta 39€ per koulutus

Koulutuksen aiheita on muun muassa:

- *Oman osaamisen tunnistaminen*
- *Työhaastatteluun valmistautuminen*
- *LinkedIn aloittelijoille/edistyneille*
- *Suorahaku, piilotyöpaikat, yritysten lähestyminen*
- *SoMe työnhaussa*

Haastatellut kokivat tämän konseptin olevan kenties kaikkein perinteisin ja helpoiten ymmärrettävä. Kyseessä on oikeastaan luentoja eri aiheista, tämä perinteisyys teki palvelusta helpposti lähestyttävän. Kaikki haastateltavat pitivät esitettyjä aiheita hyvinä ja mielenkiintoisina. Hintaa pidettiin todella kohtuullisena. Kaksi haastateltua jopa totesi, että sitä voitaisiin korottaa. Toiset kaksi kuitenkin kokivat, että kalliimpi hinta nostaisi palvelun kokeilemisen kynnystä. Yhden opiskelijan mukaan nykyisellä hinnalla palvelun voisi ostaa pelkästä mielenkiinnosta.

Palvelu 3.

Henkilökohtainen uravalmennus, joka räätälöidään sinun tilanteen ja tarpeiden mukaan. Yritys X:n kokeneet uracoachit toteuttavat valmennukset, jotka voidaan tehdä yhden kerran tapaamisena tai kolmen kerran pakettina. Paketti mahdollistaa entistä tarkemman ja kokonaisvaltaisemman syventymisen uraan ja työnhakuun.

Hinta Skype tai puhelin: 149€ / 399€ (45min / 3 x 45min).

Kasvotusten: 199€ / 499€ (45min / 3 x 45min)

Palvelu auttaa sinua:

- *Tunnistamaan osaamistasi vastaavia avoimia ja piilotyöpaikkoja*
- *Valmistautumaan työnhaun vaiheisiin neuvojen avulla*
- *Rakentamaan urasuunnitelman*

Kaikki haastatellut sanoivat, että tämä palvelu sopisi sisältönsä ja hintansa puolesta ihmiselle, joka on ollut työelämässä muutaman vuoden. Vastavalmistuneelle palvelu ei opiskelijoiden mielestä sopinut. Vastavalmistunut ei välttämättä vielä tiedä mitä he haluavat uraltaan tai missä he erityisesti tarvitsevat apua. Näin ollen palvelusta saatu hyöty ei vastaa pyydettyä hintaa.

Kuitenkin palvelun aiheita pidettiin hyvinä ja hyödyllisinä. Lisäksi haastatellut sanoivat ymmärtävänsä palvelun kalliin hinnan. He tiesivät, että asiantuntijan ajasta joutuu maksamaan.

Palvelu 4.

Digitaalinen opintokokonaisuus, joka vahvistaa itsetuntemustasi ja auttaa nykyisen työtilanteesi pohtimisessa. Se auttaa sinua urasi suunnittelussa ja kehittämisessä. Hinta 99€ / 6 kuukauden käyttöoikeus

Sisältää:

- *Tehtäviä omien vahvuuksien ja motivaation tunnistamiseksi*
- *Konkreettiset ohjeet urasuunnitelman tekemiseen*

Haastateltavat kokivat palvelun todella vaikeasti hahmotettavaksi, he eivät ymmärtäneet mitä he saavat palvelusta. Palvelukuvaus ei vastannut kysymykseen ”mitä minä saan tästä?”. Verkkopalveluihin paljastui liittyvän paljon negatiivisia mielikuvia. Verkkokurseja ei pidetty mielekkäänä tai tehokkaana tapana itsensä kehittämiseksi. Lisäksi huolta herätti se, että voiko verkkopalvelulla käydä läpi niinkin syväluotaavaa asiaa kuin ihmisen urasuunnittelu. Kaksi haastateltavista totesikin palvelun kaipaavan interaktiivisuutta, ihmiskontaktia. Tällöin se ei tuntuisi pelkästään ”nettijutulta”. Edellämainituista syistä johtuen, kolme neljästä haastatellusta valitsi tämän palveluksi, jota he eivät käyttäisi. Yksi opiskelija mainitsi tykkäävänsä nettikursseista tapana oppia. Hän piti niiden tarjoamasta joustavuudesta ja vapaudesta, niitä pystyi tekemään milloin vain, missä vain. Hän ei kuitenkaan kokenut tarvitsevansa palvelua tällä hetkellä.

Palvelu 5.

Rekrytoinnin asiantuntija antaa sinulle vinkkejä, joiden avulla saat LinkedIn-profiilisi ja CV:si kuntoon.

Hinta 79€ / 30min (Skype tai puhelin). 149€ / 45min (Skype tai puhelin). 199€ / 45min (Kasvotusten)

Sisältää:

- *Tarvekyselyn omasta tilanteestasi ja kaipaamastasi sparrauksesta*
- *30 tai 45 minuutin valmennuksen asiantuntijan kanssa. Valmennus onnistuu kasvotusten, puhelimesta tai Skypen välityksellä*
- *Suosituksia ja vinkkejä LinkedInin päivittämiseen*
- *Yksi kommenttikierros sähköpostilla profiilin päivityksen jälkeen*

Jokainen haastateltu piti palvelusta todella paljon. LinkedInia ja CV:tä pidettiin todella tärkeänä osana työnhakua ja työelämää. Palvelu vastasi hyvin olemassa olevaan tarpeeseen, kaikki opiskelijat kokivat oman tietotaitonsa puutteelliseksi, varsinkin LinkedInin kohdalla. Kaksi haastateltua valitsi tämän suosikkipalvelukseen.

Vaikka palvelu oli vastanneiden mielestä erinomainen, pidettiin sen hintaa korkeana varsinkin juuri valmistuneelle ihmiselle. Kaksi vastanneista sanoi, etteivät voisi käyttää palvelua sen hinnasta johtuen, vaikka he kokivat sen todella hyödylliseksi. Korkean hinnan lisäksi yksi esiin noussut haaste palvelulle oli netistä löytyvät ilmaiset vaihtoehdot. Kaksi haastateltua sanoi, että käyttäisi LinkedInin ja CV:n ”viilaamisen” apuna mieluummin ilmaisia vaihtoehtoja.

4 Tehdyt johtopäätökset

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksesta tehtyjä johtopäätöksiä ja niiden pohjalta tehty kehitysehdotus toimeksiantajalle.

Haastatteluiden ja sähköisen kyselyn avulla saatiin runsaasti tietoa, jonka avulla pystyttiin kartoittamaan korkeakouluopiskelijoiden urasuunnittelua sekä ymmärtämään heidän tarpeitaan sen saralla. Tutkimuksen avulla pystyttiin kartoittamaan millaista urasuunnittelua opiskelijat tekevät ja mitkä ovat isoimpia ongelmia, joita he kohtaavat. Tutkimusta varten kerätty tieto oli todella hyödyllistä ja toimeksiantaja pystyi kehittämään sen avulla palveluja sekä viestintää asiakkaille.

Tutkimukseen osallistuneiden määrä olisi voinut olla isompi, näin saadut tulokset olisivat luotettavampia. Kuitenkin vaikutti siltä, että tälläkin otannalla tietyt teemat ja mielipiteet toistuivat ja niistä pystyttiin vetämään luotettavia johtopäätöksiä.

Tuloksien perusteella voidaan todeta, että harva valmistumassa oleva korkeakouluopiskelija on suunnitellut uraansa, ainakaan kattavasti. Kyselyssä tai haastattelussa ei tullut esiin yhtään tapausta, jossa opiskelija olisi tehnyt konkreettisen urasuunnitelman. Sen sijaan opiskelijat olivat tehneet yksittäisiä valintoja, kuten hakeneet tiettyyn harjoittelupaikkaan tai valinneet tietyn tutkinnon. Suunnitelmallisuuden sijasta opiskelijoiden uraa ohjasivat sattumat, kokeilut ja kokemukset. Uran alkuvaiheessa vaikutti olevan tärkeämpää, että uralla tapahtuu jotain muutosta ja ettei ura tunnu polkevan paikallaan. Tämä asenne luo haasteen toimeksiantajan palvelulle. Korkeakouluopiskelijat eivät pitäneet urasuunnittelua tärkeänä, tai eivät ainakaan tunnistanee tarvetta sille.

Saadut tulokset tukevat kuitenkin myös väitettä, että opiskelijat kaipaavat apua ja ohjausta uransa hallitsemisessa. Kyse on enemmänkin siitä, että heidät saadaan herätettyä ajattelemaan uraansa ja sen suunnittelun hyötyjä. Kaikki haastatteluun osallistuneet opiskelijat alkoivat haastattelun edessä tajuamaan miksi heidän kannattaisi suunnitella uraansa ja innostua urasuunnittelusta. Sähköisessä kyselyssä taas yli 60 prosenttia vastasi kaipaavansa ammattilaisen apua urapohdintoihinsa. Kohderyhmällä on vielä todella vähäinen käsitys työmaailmasta ja he omat epävarmoja omasta osaamisestaan ja riittävydestään. Tämä on ehdottomasti asia, johon Yritys X:n pitää pystyä vastaamaan palveluillaan.

Näin ollen uskon, että Palvelu X:n suurin haaste on markkinointi, ei niinkään palveluiden muotoilu. Palveluista saatu palaute oli pääsääntöisesti todella hyvää ja ne tuntuivat vastaavan sisällöltään kohderyhmän tarpeita. Tarve palveluille on kyllä olemassa, mutta ainakin tämän kohderyhmän kohdalla tuo tarve pitää herättää. Kohderyhmä kyllä ymmärtää urasuunnittelun tärkeyden, kunhan siitä puhutaan heille. Onkin elintärkeää, että palveluiden markkinoinnissa pystytään tehokkaasti tuomaan esille palveluiden konkreettiset hyödyt. Esiintuotavia, helposti ymmärrettäviä hyötyjä, ovat esimerkiksi suunnitelmallisuudella saavutettu parempi palkkaus tai mielekkäämpi työ, jossa ihminen pääsee käyttämään vahvuuksiaan.

Toinen markkinoinnin haaste on aiemmin mainitut mielikuvat, jotka liitetään tällaisiin palveluihin. Uraan liittyvät palvelut yhdistettiin TE-toimistoihin, ja se että ihminen käyttää uraan liittyvissä asioissa ammattilaisen apua liitettiin epäonnistumisiin. Näin ollen markkinoinnissa pitää pystyä luomaan positiivinen mielikuva palveluista, ne pitää pystyä tuomaan esiin itsensä kehittämisenä, itseensä sijoittamisella ja valmennuksena. Kyse ei ole ammattiavusta vaan ammattivalmennuksesta, jonka avulla ihminen käyttää koko potentiaalinsa ja saa työelämältä sen mitä ansaitsee.

Seuraavaksi käydään vielä lävitse palveluista saatuja tuloksia. Aiemmin todettiin, että palveluista saatu palaute oli pääasiallisesti positiivista. Saadun palautteen perusteella valtaosa piti jokaista palvelua hyödyllisenä. Kun kyselyssä kysyttiin, koettiinko palvelu hyödylliseksi,

jokaisen palvelun kohdalla 60 - 80 prosenttia osallistuneista vastasi kyllä. Kuitenkin kun vastaajilta kysyttiin käyttäisivätkö he palvelua itse, vain yhden palvelun kohdalla suurin osa vastasi kyllä. Seuraavaksi käydään lävitse palvelukohtaisesti tehtyjä johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia. Lopuksi käydään vielä lävitse koko palvelukokonaisuutta. Tässä osiossa ei enää esitellä palvelujen sisältöjä uudestaan, palveluiden sisällöt löytyvät määrällisen ja laadullisen tutkimusten tuloksista (ks. 28-30, 33-36).

Palvelu 1. oli kaikista palveluista edullisin ja sen halpa hinta vaikuttikin olevan iso valtti. Monet kyselyyn vastanneista ja haastatelluista totesivat palvelun olevan hyvä sisäänheittotuote. Sen halpa hinta mahdollisti sen ostamisen kaikille ja se on hyvä tapa päästä tutustumaan yritykseen. Eniten palvelussa tuntui kiinnostavan piilotyöpaikat, ne tulee tuoda esille palvelun markkinoinnissa. Hyvä tapa tämän palvelun myymiseen olisi liittää se muihin palveluihin. Sen sisältö tukee muita palveluja ja se sopii hintansa puolesta lisämyytäväksi.

Palvelu 2. oli kaikista konsepteista perinteisin, käytännössä kyseessä on luentoja urasuunnitteluun liittyvistä aiheista. Näin ollen kohderyhmän oli helppo ymmärtää mistä palvelussa on kyse ja mitä he siitä saavat. Haastatellut opiskelijat sanoivat pitävänsä esitettyjä aiheita erinomaisina ja hintaa kohtuullisena. Osa opiskelijoista jopa sanoi, että hintaa pitäisi korottaa. Tämä voisi kuitenkin nostaa palvelun kokeilemisen kynnystä. Helposti ymmärrettävyys, lähestyttävyyys ja kohtuullinen hinta ovat palvelun vahvuuksia, enkä näin ollen lähtisi korottamaan hintaa.

Palvelu 3. oli hinnaltaan ylivoimaisesti korkein ja tulosten perusteella ei sopinut tälle kohderyhmälle. Jokainen haastatelluista näki palvelun enemminkin ihmiselle, jolla on jo kokemusta työelämästä eikä niinkään vastavalmistuneelle. Vastavalmistuneella ihmisellä ei ole vielä välttämättä käsitystä omasta osaamisesta, mitä he uraltaan haluavat tai siitä missä he tarvitsevat erityisesti apua. Näin ollen palvelusta saatu hyöty ei ole samalla tasolla työelämäkokemusta omaavan ihmisen kanssa. Lisäksi palvelun hinta koettiin todella korkeaksi vastavalmistuneelle ihmiselle.

Kuitenkin aiheita pidettiin hyvinä ja hyödyllisinä ja kohderyhmä ymmärsi palvelun korkean hinnan. Tätä palvelua tulisi mielestäni tarjota jo työelämässä oleville ihmisille. Taloudellisesti vakaalle ja jo työkokemusta omaavalle ihmiselle palvelun hyöty ja hinta kohtaavat paljon paremmin vastavalmistuneeseen verrattuna.

Palvelu 4:n suurin vahvuus ja heikkous oli sen digitaalisuus. Digitaalisuus mahdollisti palvelun joustavan ja vapaan käytön, mutta se myös herätti ihmisissä epäluuloisuutta. Haastatteluihin osallistuneille ylivoimaisesti isoin ongelma oli se, että he kokivat palvelun vaikeasti hahmotettavaksi. Palvelun ei ainakaan nykyisellä kuvauksellaan vastannut kysymykseen ”Mitä minä konkreettisesti saan tästä?”. Lisäksi kyselyn ja haastatteluiden tuloksista paljastui, että verkkopalveluihin liittyi paljon mielikuva ja useimmat niistä olivat negatiivisia. Verkkopalveluja ei

pidetty tehokkaana tapana itsensä kehittämiseen. Isona huolena oli, että voiko verkkopalvelun avulla käydä läpi niinkin syväluotaavaa asiaa kuin ihmisten urasuunnittelu. Palvelu 4. oli kaikista palveluista epäsuosituin, kolme neljästä haastatellusta valitsi sen palveluksi, jota eivät käyttäisi.

Palvelun suurin haaste on sen markkinointi ja tarkoituksen välittäminen asiakkaalle. Palvelukuvauksen pitää pystyä selkeästi viestimään asiakkaalle palvelun tarkoituksen ja mitä asiakas konkreettisesti saa siitä. Myös interaktiivisuuden lisääminen palveluun, esimerkiksi chatin muodossa, voisi tuoda palveluun lisäarvoa. Tämän jälkeen se ei tuntuisi pelkästään ”nettijutulta”. Yksi kehitysehdotus on myös jakaa palvelun sisältö pienempiin osiin. Jakamalla palvelu osiin, voitaisiin sen hintaa pudottaa ja samalla madaltaa asiakkaan kynnystä kokeilla palvelua. Myös verkkokurssin tuomia etuja, kuten joustavuutta, tulee tuoda esille sen markkinoinnissa. Alla on yhden haastatteluun osallistuneen opiskelijan lausahdus, jossa hän puhuu palvelun vaikeasti ymmärrettävyydestä ja korkeasta hinnasta.

”Satanen on iso summa laittaa palveluun, jos et ole ihan varma mikä se on”

(Haastateltu opiskelija)

Palvelu 5. oli ylivoimaisesti suosituin ja eniten positiivista palautetta saanut palvelu. Kyselyssä se sai eniten myönteisiä vastauksia kysyttäessä palvelun hyödyllisyydestä ja siitä käyttäisikö vastaaja palvelua itse. Haastatteluissa palvelusta pidettiin todella paljon ja kaksi neljästä haastatellusta valitsi sen suosikkipalvelukseen. Palvelun sisältöä pidettiin ajankohtaisena ja hyvänä, LinkedInia ja CV:tä pidettiin äärimmäisen tärkeinä henkilökohtaisen brändäyksen ja työnhaun työkaluina. Kyselyn ja haastattelun tulokset myös kertoivat palvelun vastaavan olemassa olevaan tarpeeseen, useat opiskelijat kokivat oman tietotaitonsa puutteelliseksi varsinkin LinkedInin kohdalla. Lisäksi erityisen paljon kiitosta sai palvelun henkilökohtaisuus, sitä pidettiin vastaajien keskuudessa isona vahvuutena.

Palvelun suurimmat haasteet olivat tutkimuksen perusteella hinta ja ilmaiset vaihtoehdot. Suurin osa vastanneista kyllä oli sitä mieltä, että tarjottu palvelu ja hintataso kohtasivat toisensa, mutta sitä pidettiin vain liian kalliina vastavalmistuneelle. Alla on yhden haastatellun opiskelija sitaatti, jossa hän viittaa vastavalmistuneen opintolainaan ja palvelun hintaan.

”Mä oon opiskelija, mä oon just valmistunut ja kymppitonin miinuksella niin ostanko mielummin työpaitoja ja -kenkiä vai 45min sparrauksen?”

(Haastateltu opiskelija)

Kuten aiemmin mainittiin, hinnan perustelua vastavalmistuneelle hankaloittaa myös netistä löytyvät ilmaiset vaihtoehdot. Ilmaiset vaihtoehdot tulivat esille niin kyselyssä kuin haastatteluissakin. Opiskelijat kokivat, että palvelun sisällön löytää helposti netistä ilmaiseksi.

Tämä on iso haaste palvelulle. Palvelu pitääkin pystyä markkinoimaan Premium-tuotteena, joka erottuu henkilökohtaisuudella ja asiantuntijan avulla netistä löytyvistä vaihtoehdoista. Tehokas ammattilaisen kanssa tehty yhteistyö, jossa voidaan keskittyä yksilöiden henkilökohtaisiin ongelma-kohtiin, tarjoaa lopputuloksen johon netistä löytyvät videot ja ohjeet eivät pysty.

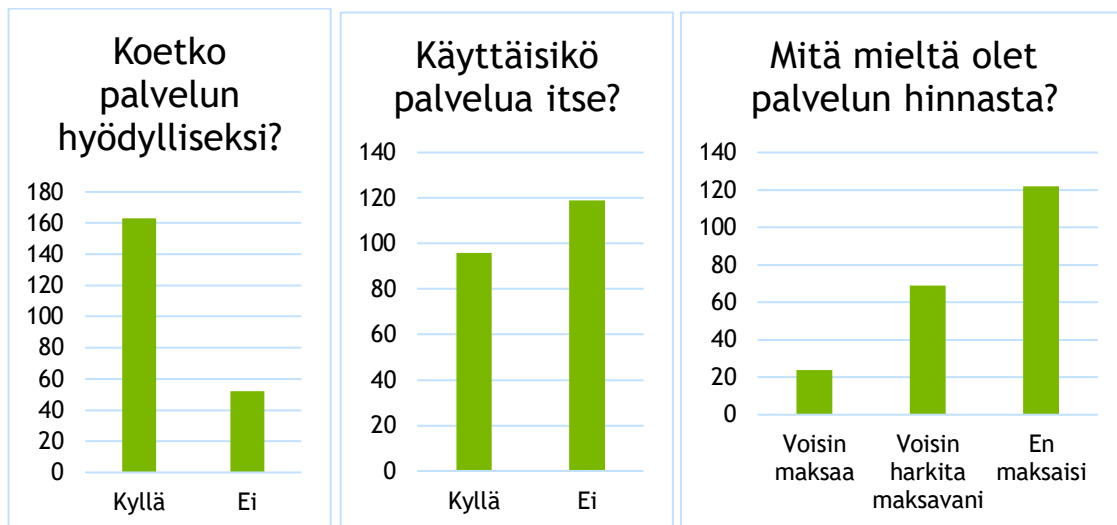
4.1 Yhteenveto ja kehitysehdotus

Tässä viimeisessä aluvussa tehdään yhteenveto tuloksista ja niistä tehty ehdotus Yritys X:lle. Tulokset kertoivat, että itse palveluiden konseptit olivat hyviä. Valtaosa palveluiden sisällöstä saadusta palautteesta oli positiivista, niistä pidettiin ja ne koettiin hyödyllisiksi.

Kuitenkin valittu kohderyhmä toi mukanaan runsaasti haasteita. Korkeakouluopiskelijoilla ei vaikuttanut tulosten perusteella olevan luontaista tarvetta urasuunnitteluun, tai ainakaan he eivät kokeneet sitä tarpeelliseksi uran alkutaipaleella. Tutkimuksen perusteella vaikuttaakin siltä, että tarve uran suunnitteluun ja konkreettisten tavoitteiden asettamiseen syntyy vasta hankitun työkokemuksen myötä. Haastatteluun osallistuneet opiskelijat kyllä ymmärsivät urasuunnittelun tärkeyden ja hyödyt kun heidän kanssaan puhuttiin aiheesta, mutta yksikään heistä ei ollut ennen haastattelua edes harkinnut konkreettista urasuunnittelua. Tämä päti myös heidän lähipiiriinsä kuuluviin korkeakouluopiskelijoihin.

Tämä tilanne luo valtavan haasteen palvelukokonaisuuden markkinoinnille. Sen tulee onnistua herättämään urasuunnittelun tarve opiskelijoissa, jotka eivät ole siitä lähtökohtaisesti kiinnostuneita. Se, että herättää opiskelijan mielenkiinnon tunnin kestävän haastattelun aikana on huomattavasti helpompaa, kuin saada sama lopputulos aikaiseksi markkinoinnin avulla. Tämän kohderyhmän kohdalla riittävän kiinnostuksen herättäminen palveluja kohtaan vaikutti tulosten perusteella olevan jopa ylitsepääsemätön haaste.

Myös palveluiden hintataso vaikutti olevan kohderyhmälle sopimaton. Alla olevassa kuvassa näytetään kaikkien palvelujen yhteenlasketut tulokset sähköisessä kyselyssä.



Kyselyn tulokset näyttävät selkeästi, että palveluiden sisältö oli kohderyhmän mielestä hyvää ja hyödyllistä, mutta hintataso oli vastavalmistuneelle opiskelijalle liian korkea. Haastattelussa saatu palaute tuki tätä väitettä. Tämä yhdistettynä kohderyhmän tuntemukseen, etteivät he tarvitse uransa alussa tällaisia palveluja, on haastava äärimmäisen haastava yhdistelmä.

Näin ollen palvelut vaikuttivat tulosten perustella sopivan vastavalmistuneiden sijaan korkeakoulutetuille ihmisille, jotka omaavat jo vähintään muutaman vuoden työkokemuksen. Työelämässä hetken viettänyt ihminen on vastavalmistunutta todennäköisemmin sellaisessa elämäntilanteessa, että urasuunnittelusta on tullut hänelle ajankohtaista. Tällainen ihminen on jo päässyt uran alun ”kokeiluvaiheen” yli, ja on saanut tarpeeksi kokemuksia työelämästä, jotta hän tietää mitä oikeasti haluaa uraltaan. Näin ollen hän haluaa alkaa etenemään uralaan systemaattisesti sen sijaan, että ajalehtii sattumien ohjaamana. Tällaisessa tilanteessa oleva ihminen ymmärtää tarjottujen palvelujen hyödyt uransa alkuvaiheessa olevaa ihmistä helpommin. Lisäksi työelämässä vuosia viettäneen ihmisen taloudellinen tilanne mahdollistaa tarjottujen palveluiden käyttämisen.

Edellä mainittujen tulosten perusteella toimeksiantajalle suositeltiin asiakaskohderyhmän vaihtamista vastavalmistuneista työelämässä oleviin ihmisiin. Palvelut kyllä vastasivat tulosten perusteella korkeakouluopiskelijoiden tarpeisiin, mutta tarve urasuunnitteluun piti herättää. Lisäksi palvelukokonaisuuden hintataso oli heille liian korkea.

Tulokset ja johtopäätökset on esitetty toimeksiantajan edustajille ja markkinointitiimille 15.12.2018 järjestetyssä presentaatiossa. Toimeksiantajalta saatu palaute oli erittäin positiivista, he olivat äärimmäisen tyytyväisiä hankittuun tietoon ja pystyivät hyödyntämään tutkimuksen tuloksia käytännössä. Yritys X muokkasi palveluitaan ja sivuillaan olevia palveluvauksiaan saadun palautteen ja kehitysehdotuksen mukaisesti.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli auttaa toimeksiantajaa kehittämään uutta urasuunnitelun avuksi luotua palvelukokonaisuuttaan kohderyhmätutkimuksen avulla. Opinnäytetyö saavutti tämän tavoitteen.

Lähteet

Painetut

Carlsson, M., Järvinen, K. 2012. Mielekäs työ. Alma Talent Oy.

Gladwell, M. 2009. Outliers - the Story of Success. Penguin Books, London.

Gothard, B., Mignot, P. Offer, M & Ruff, M 2001. Careers guidance in context. London, Sage.

Haataja, S., Lehti, M., Metsävuori, L., Poutanen, T., Ritvanen, J-M., Viitaniemi, S. 2014. Tu-levaisuuden Urapolut. Turun ammattikorkeakoulu.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9.uud.p. Edita Publishing Oy, Helsinki 2014.

Hoppe, T., Laine, T. 2014. Työnhakuopas. Alma Talent Oy.

Lampikoski, T. 1996. Toteuta toiveesi, onnistu elämässäsi. Atena.

Lampikoski, T. 2010. Tradenomin Uraopas. HAAGA-HELIAn julkaisusarja.

Lähteenmäki, S. 1995. Mitä kuuluu, kuka kääsee. Yksilöllinen urakäyttäytyminen ja sitä ohjaa-vat tekijät suomalaisessa liiketoimintaympäristössä. Väitöskirja. Turun kauppakorkeakoulu.

Nykänen, M. 2008. Pro gradu: Ura-ajattelun muutos - Työelämän kehittämishankkeen yhtey-det uramotivaatioon. Tampereen yliopisto.

Schein, Edgar 1990: Career Anchors - Discovering your real values. Jossey-Bass/Pfeiffer 1990 San Francisco

Tracy, B. 2004b. Goals! How to Get Everything You Want - Faster Than You Ever Thought Pos-sible. Berret-Koehler.

Sähköiset

Frey, C., Osborne, M. 2013. The Future of Employment: How susceptible are jobs to comput-erization?

https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

Kuviot

Kuvio 1: Tyypillinen urasuunnittelu 1 (Lampikoski 2010, 13)	14
Kuvio 2: Optimaalinen urasuunnittelu (Lampikoski 2010, 14)	15
Kuvio 3: Sukupuolijakauma.....	22
Kuvio 4: Työkokemus vuosissa	22
Kuvio 5: Työnhakukanavat.....	23
Kuvio 6: Tyytyväisyys nykyiseen työhön	23
Kuvio 7: Urasuunnittelun tunteminen käsitteenä	24
Kuvio 8: Työllistymisen haastavuus.....	24
Kuvio 9: Uran konkreettinen suunnittelu	25
Kuvio 10: Urapolku.....	25
Kuvio 11: Oman osaamisen ja vahvuuksien tunnistaminen	26
Kuvio 12: Avun lähteet urasuunnittelussa	26
Kuvio 13: Koulutusta vastaavan työpaikan hakeminen	27

Liitteet

Liite 1: Haastattelu- ja kyselylomake

Tämä kysely on suunnattu viimeisen vuoden amk-opiskelijoille. Kyselyn tavoitteena on selvittää valmistumassa olevien opiskelijoiden toiveita ja tarpeita urasuunnittelun saralla. Tuloksia on tarkoitus käyttää X-urasuunnittelupalvelun kehittämiseksi.

”Urasuunnittelulla tarkoitetaan itsetuntemuksen lisäämistä ja sen pohjalta tapahtuvaa ideointia ja omaan työtulevaisuuteen liittyvien päämäärien asettamista sekä niiden toteuttamista.” (Timo Lampikoski, 2010)

Perustiedot

Sukupuoli

Tutkinto ja opiskeluvuosi

Ikä

Aikaisempi työkokemus vuosissa

Nykyinen tilanne

1. Oletko tällä hetkellä töissä?
2. Onko tarkoituksenasasi jatkaa nykyisessä työpaikassasi valmistumisen jälkeen?

Urasuunnittelu

3. Onko urasuunnittelu käsitteenä entuudestaan sinulle tuttu?
4. Kun mietit omia työllistymismahdollisuuksiasi tulevaisuudessa, miten haastavaa uskot työpaikan saamisen olevan?
5. Minkälaiset odotukset sinulla on omalle urallesi?
6. Kun mietit omaa osaamistasi sekä vahvuuksiasi, tiedätkö miten voit niitä hyödyntää oman urasi suunnittelussa tai työpaikan etsimisessä?
7. Oletko tehnyt jo konkreettisia suunnitelmia tai tietoisia valintoja urasi suhteen? Tällaisia voi olla esimerkiksi tiettyyn harjoittelupaikkaan hakeminen tai erikoistuminen kurssivalintojen avulla.

7.1 Jos olet, millaisia konkreettisia toimenpiteitä olet tehnyt?

8. Oletko pyytänyt apua urasi suunnitteluun ja jos olet niin keneltä?
9. Oletko kaivannut ammattilaisen apua omiin urapohdintoihisi tai työpaikan saamiseksi?
10. Oletko hakenut jo koulutustasi vastaavia työpaikkoja?

Jos vastasit kyllä, mitä kautta olet hakenut työpaikkoja?

Seuraavassa osiossa esitellään lyhyesti X-palvelukokonaisuus ja kysytään mielipidettäsi sen eri palveluista.

Uransa alkuvaiheessa oleville Palvelu X tarjoaa apua sekä urasuunnitteluun että vinkkejä oman alan työpaikan löytämiseksi. X:n palveluiden avulla voit kehittää työnhakuvalmiuksiasi ja samalla opit tunnistamaan itsellesi sopivia uramahdollisuuksia.

Alla näet esimerkkejä X-palveluista. Lue ensin palvelukuvaus ja vastaa sitten palvelua koskeviin kysymyksiin. Urapalveluita tarjoavat rekrytoinnin ja urasuunnittelun ammattilaiset.

- ”X” -paketti (sis. ura-aiheisen uutiskirjeen, avoimet työpaikat, urachatin ja piilotyöpaikkavinkkejä) 3,90€/kk
- Koulutukset työnhaun eri vaiheista 39€/krt
- Uracoaching (tapaaminen tai Skype) 159-199€/krt
- Digitaalinen urasuunnittelupalvelu 99€/6kk
- Henkilökohtainen rekrytoinnin ammattilaisen LinkedIn/CV-sparraus 79€

Koetko palvelun hyödylliseksi?

Käyttäisitkö palvelua itse?

Mitä mieltä olet palvelun hinnasta?

Mikä palvelu tuntuu hyödyllisimmältä ja miksi?

Mitä palvelua et käyttäisi ja miksi?

Miten todennäköisesti hankit seuraavien 12 kk aikana maksullista apua tai tukea omaan uraasi liittyvissä kysymyksissä?

Mikä on suurin työnhakuun liittyvä haaste omalla kohdallasi?