



Skilled Internationals -ohjelman tapahtumien kehittäminen

Susanne Sand

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Skilled Internationals -ohjelman tapahtumien kehittäminen

Susanne Sand
Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2019

Susanne Sand

Skilled Internationals -ohjelman tapahtumien kehittäminen

Vuosi 2019 Sivumäärä 32

Tämän opinnäytetyön tavoite oli kartoittaa toimeksiantajan Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumien toimivuutta sekä hyödyllisyyttä. Ohjelman missiona on edistää aluksi jäsenyritysten liiketoimintaa moninaisemmalla työvoimalla sekä auttaa maahanmuuttajia tutustumaan oman alansa asiantuntijoihin.

Toimeksiantajana toimi Iso-Britannian ja Kansainyhteisön Kauppakamari Suomessa Ry, jonka missiona on auttaa liiketoiminnan sujuvuutta Suomessa sekä muissa kohdemaissa. Työssä kerättiin osallistujilta palautetta kyselylomakkeella sekä haastattelulla. Lisäksi selvitettiin ovatko osallistujat saaneet jo töitä ohjelman kautta ja kannattaako ohjelman tapahtumia jatkaa tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön tietoperusta jakaantui kolmeen pääluukuun. Ensimmäisessä pääluvussa käsitellään moninaisuuden hyötyä liiketoiminnassa, miten maahanmuuttajat saavat töitä Suomessa. Luvussa käsitellään myös uusien voimavarojen luomista moninaisuuden kautta. Toisessa pääluvussa käsitellään verkostoitumisen tärkeyttä, sen hyötyjä ja vaikuttavuutta sekä verkostoitumista työnhakijan näkökulmasta. Kolmannessa pääluvussa käsitellään menestyksellisen tapahtuman järjestämistä ja sen eri vaiheita.

Tutkimustuloksissa kävi ilmi, että kohderyhmää ei otettu riittävästi huomioon ja tapahtumien valmistamiseen käytettiin liian vähän aikaresursseja. Työn tuloksena syntyi toimenpidesuosituksia toimeksiantajalle. Tutkimuksen tuloksena toimeksiantaja aikoo jatkaa ohjelman verkostoitumistapahtumien järjestämistä tulevaisuudessa.

Asiasanat: Verkostoituminen, monimuotoisuus, tapahtumat

Susanne Sand

Skilled Internationals programme's events development

Year	2019	Pages	32
------	------	-------	----

The aim of this thesis was to map the functionality and usefulness of the networking events of the commissioned company's Skilled Internationals programme. The mission of the program is initially to promote a more diverse workforce for the member companies and to help immigrants to get to know experts in their field.

This thesis was initiated by the British and Commonwealth Chamber of Commerce in Finland, whose mission is to help the business flow in Finland and other commonwealth countries. The aim of the thesis was to get feedback from the participants of the networking events through interviews and a questionnaire. The aim was to find out if the programme's networking events should continue in the future, find out whether the participants had already got employment through the programme and to get development ideas for the following events.

The theoretical base of the thesis was divided into three main chapters. The first chapter discusses the benefits of diversity in business, how immigrants get employed in Finland and how to create new resources through diversity. The second chapter discusses the importance of networking, its benefits and effectiveness, and networking from the point of view of the job seeker. The third chapter discusses how to organise a successful event and its different stages.

The results of the study showed that the target group of the events was not taken into account and that insufficient time resources were used to prepare the events. As a result of the thesis, recommendations were made to the commissioned company of the thesis. As a result of the study, the organiser of the events will continue to organise the Skilled Internationals programmes networking events in the future.

Keywords: Networking, diversity, events

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Skilled Internationals -ohjelman tapahtuma	7
1.2	Tavoite	8
2	Monimuotoisuuden hyödyt liiketoiminnassa	8
2.1	Miten ulkomaalaiset saavat töitä Suomesta	9
2.2	Uusien voimavarojen luominen moninaisuuden kautta	10
3	Verkostoituminen	11
3.1	Verkostoitumistapahtumien hyödyt ja vaikuttavuus	11
3.2	Verkostoituminen työnhakijan näkökulmasta	12
4	Menestyksekkään tapahtuman järjestäminen.....	13
4.1	Kohderyhmä	13
4.2	Tapahtuman suunnitteluvaihe	13
4.3	Tapahtuman markkinointi	14
4.4	Palautteen tärkeys	15
5	Tutkimuksen toteutus ja tulokset	15
5.1	Lähestymistavan ja menetelmien valinta	16
5.2	Aivoriihi	17
5.3	Palautekysely.....	17
5.4	Palautekyselyn tulokset.....	18
5.5	Haastattelu	21
6	Johtopäätökset ja jatkokehitysehdotukset.....	22
7	Pohdinta	25
	Lähteet	26
	Kuviot.....	29
	Liitteet	30

1 Johdanto

Maailma on jatkuvasti kehittymässä ja globalisoitumassa. Kulttuurinen monipuolisuus maailmassa on myös kiihtymässä kovaa vauhtia, ja on aika, että organisaatiot alkavat käyttää tätä hyödyksi.

Eräs McKinseyn (2015) tutkimus moninaisuudesta näyttää, että organisaatiot ja yritykset, joilla on kulttuurisesti monipuolisempaa työvoimaa, saavat suurempia taloudellisia tuottoja. Tutkimuksen mukaan yhtiöt, jotka palkkaavat rodullisesti ja etnisesti monipuolisempaa työvoimaa, tuottavat 35 prosenttia suurempia tuloksia taloudellisesti. Sukupuolijakaumaltaan monipuolisempaa työvoimaa palkkaavat yhtiöt saavat 15 prosenttia suurempia tuloksia kuin yritykset, jotka eivät tähän panosta. Näillä tutkimustuloksilla voimme varmistaa sen, minkä jo tiedämme: moninaisuus edistää innovaatiota, ja innovaatio auttaa organisaatioita eteenpäin. (Hunt, Layton & Prince 2015).

Suomessa asuvien ulkomaalaisten voi kuitenkin olla hyvin vaikeaa löytää organisaatioita, jotka heidät palkkaisivat. Vielä vaikeampaa on löytää saman alan töitä, joita heillä oli omassa kotimaassaan. Haasteena työnhaussa on yleensä kielitaidon puuttuminen, mutta hakija on kuitenkin korkeasti koulutettu ulkomailla. Globalisaation myötä kommunikointikieli muuttuu monessa yrityksessä kotimaan kielestä englanniksi. Suomalaiset, varsinkin kansainvälistymään pyrkivät yritykset hyötyisivät ammattitaitoisten maahanmuuttajien tuomista pätevyyksistä, lahjakkuuksista ja erilaisista kokemuksista tarvitaan.

Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Iso-Britannian ja Kansanyhteisön Kauppakamari Suomessa Ry (B3CF- British & Commonwealth Chamber of Commerce in Finland Ry). Yrityksen missiona on auttaa liiketoiminnan sujuvuutta Suomessa sekä muissa kohdemaissa. Yrityksen toimintaan kuuluvat erilaiset koulutukset, yritysten yhteyksien kehittäminen. Suomen toimipiste perustettiin vuonna 2008, ja yrityksessä työskentelee noin 10 henkilöä. Yhdistyksellä on jäsenenä 90 yritystä ympäri Suomea. (B3CF 2018.)

Toimeksiantaja aloitti tänä vuonna Skilled Internationals -ohjelman, jonka tarkoituksena on työllistää päteviä ja korkeasti koulutettuja maahanmuuttajia sekä edistää moninaisuutta jäsenyrityksissä palkkaamalla kulttuurisesti monipuolisempaa työvoimaa. Pääasiallisena tehtävänä on löytää työpaikkoja, jotka vastaavat hakijoiden tutkintoa. Ohjelma pyrkii etsimään potentiaalisia työnhakijoita jäsenyrityksilleen edistääkseen työvoiman moninaisuutta kyseisissä yrityksissä. Ohjelmaan kuuluu myös verkostoitumistapahtumia, jotka valmistavat työnhakijoita Suomen työnhakukulttuuriin.

Verkostoitumistapahtumat tarjoavat sekä työnantajalle että työnhakijalle mahdollisuuden löytää etsimäänsä. Tarkoituksena oli ensiksi kutsua verkostoitumistapahtumiin pelkästään jäsenyritysten toimitusjohtajia ja työnhakijoita, jotta nähdään miten projekti lähtee käyntiin.

Ohjelma ei pelkästään tarjoa työnhakijaa tutustumaan oman alansa ammattilaihin, vaan tarkoituksena on myös kouluttaa maahanmuuttajia suomalaiseen rekrytointi- sekä työskentelyyn esittelemällä työntekijälait ja muut normit verkostoitumistapahtumien aikana. Työnantajalle ohjelma tarjoaa mahdollisuuden moninaisempaan työympäristöön. Ohjelma ei pelkästään yhdistä työnhakijaa ja työnantajaa, vaan osoittaa myös uuden nykyaikaisen ajattelutavan ja auttaa toimeksiantajan jäsenyrityksiä kansainvälistymään ja modernisoitumaan.

Opinnäytetyön idea lähti siitä, kun aloin itse työskennellä Skilled Internationals -ohjelman parissa. Huomasin, että ohjelman verkostoitumistapahtumia järjestettiin niin kuin kaikkia muita kauppakamarin tapahtumia. Kohderyhmää otettu paljoakaan huomioon eikä osallistujien mielipiteitä pidetty kovin tärkeinä. Tähän myös vaikutti se, että yhdistyksen aikaresurssit eivät riittäneet kuuntelemaan sekä analysoimaan osallistujien palautetta. Opinnäytetyötä aloitettaessa palautetta ei ollut pyydetty kertaakaan tapahtumien jälkeen.

1.1 Skilled Internationals -ohjelman tapahtuma

Tapahtuma on avoin, ja se järjestetään kerran kuukaudessa ja pidetään eri jäsenyritysten toimitiloissa, mikäli he ovat halukkaita isännöimään verkostoitumistapahtumaa. Tapahtumissa osallistujilla on mahdollisuus kuulla asiantuntijoita verkostoitumisesta sekä muista ajankohtaisista aiheista, kuten suomalaisesta työnhakukulttuurista sekä työlaista. Tapahtumien aikana työnhakijat voivat myös kysyä asiantuntijoilta apua työnhakuun. Tavoitteena on, että osallistujat saisivat hyödyllistä tietoa ja apua joka osallistumiskerran aikana.

Tapahtumaa on jaettu evenbrite.com-verkkopalvelun kautta, jossa osallistujat voivat rekisteröityä kuukausittaisiin verkostoitumistapahtumiin. Näitä tapahtumia on pidetty helmikuusta lähtien. Joka tapahtumaan voi osallistua maksimissaan viisikymmentä henkilöä, joista noin kolmekymmentä voi olla työnhakijoita. Muiden täytyy olla työnantajia, yrittäjiä sekä mentoreita, jotka auttavat osallistuvia työnhakijoita eteenpäin sekä vastaavat heidän kysymyksiinsä.

Jokaisen kuukausittaisen verkostoitumistapahtuman aikana Skilled Internationals -ohjelman tarkoitus otetaan esille ja osallistujille näytetään, miten ohjelma toimii. Pyritään saamaan jokaiseen tapahtumaan muutaman puhujan esittelemään omia kokemuksiaan sekä mahdollisesti esittelemään yrityksen avoimia työpaikkoja. Pyritään myös jokaiseen tapahtumaan saamaan mentoreita sekä suomalaisen työnhakukulttuurin asiantuntijoita, jotta osallistujat voisivat halutessaan kysyä neuvoa tulevaisuutta varten. Suurin osa puhujista ja asiantuntijoista on toimeksiantajan jäsenyrityksiä.

Tapahtumien aikana on tarkoitus saada hyödyllisiä kontakteja sekä yhteistyömahdollisuuksia, joten suurin osa tapahtumaan kuuluvaan ajasta on verkostoitumista sekä uusien ihmisten tapaamista.

1.2 Tavoite

Opinnäytetyön tavoite on kartoittaa toimeksiantajan Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumien toimivuutta sekä hyödyllisyyttä. Opinnäytetyön tutkimuksessa halutaan selvittää, että kannattaako tapahtumia jatkaa ja ovatko tapahtumaan osallistuneet työnhakijat jo saaneet työpaikan ohjelman kautta. Lisäksi haluttiin saada uusia kehittämiskohteita ja ideoita tuleviin tapahtumiin.

Tutkimuksen ulkopuolelle on rajattu koko Skilled Internationals -ohjelman toimivuus. Tutkimus ei siis käsittele kyseisen ohjelman toimivuutta ja hyödyllisyyttä. Tutkimus käsittelee pelkästään ohjelman verkostoitumistapahtumia sekä sen hyödyllisyyttä ja toimivuutta osallistujien näkökulmasta.

2 Monimuotoisuuden hyödyt liiketoiminnassa

Monimuotoisuus eli diversiteetti tarkoittaa sitä, kun erilaiset yksilöt, joilla on erilaiset kulttuurit ja arvot, kokoontuvat yhteen tiettyyn paikkaan. Termiä käytetään usein määrittelemään organisaation monikulttuurisuutta: silloin puhutaan yleensä monimuotoisesta työyhteisöstä. (Cambridge Dictionary 2019.)

Monet yhtiöt ympäri maailmaa ovat jo myöntäneet, että moninaisuudella he voisivat hyötyä positiivisesti. On myös todettu, että maan omalla työvoimalla ei saavuteta yhtiöiden kunnianhimoisia tavoitteita kansainvälisellä tasolla. Tämä johtuu myös monen maan väestönmuutoksista sekä yritysten homogeenisesta työvoimasta. Maiden järjestelmiä yritetään parantaa jatkuvasti muutosprosesseilla. Euroopan Unionin strategian ”Eurooppa 2020” päätavoitteena on lisätä innovatiivisuutta sekä kasvavia kansainvälisiä yhtiöitä. Valtioneuvosto pyrkii jatkuvasti lisäämään EU:n kilpailukykyä ja yrittääkin siksi houkutella ammattitaitoisia työntekijöitä Eurooppaan. (Ministry of Finance 2013.)

Ammattitaitoiset maahanmuuttajat vahvistavat yritysten innovaatioita tuomalla uusia näkökulmia. Erilaiset kokemukset työelämästä ja erilaiset lähestymistavat parantavat ongelmanratkaisua ja voivat tuoda suomalaisille yrityksille uusia ideoita. (Hunt ym. 2015.) Ammattitaitoiset maahanmuuttajat voivat auttaa kotimaisia yrityksiä tutustumaan ja pääsemään maailmanmarkkinoille, sillä monet heistä puhuvat muita kieliä ja ovat eläneet sekä työskennelleet Suomen ulkopuolella. Heillä on myös uusia ja laajoja verkostoja, johon suomalainen ei välttämättä pääse käsiksi. Maahanmuuttajien tieto kansainvälisistä liiketavoista voi auttaa kehittämään sekä rakentamaan pysyviä suhteita ympäri maailmaa. (B3CF 2018.)

Ammattitaitoiset maahanmuuttajat ovat hyvin koulutettuja. Monet heistä ovat kouluttautuneet ainakin kandidaateiksi, tai heillä on korkeampi koulutus. Huntin, Laytonin ja Princen mukaan (2015) ammattitaitoiset maahanmuuttajat ovat usein myös joustavimpia, mukautuvampia sekä kyvykkäämpiä tarttumaan erilaisiin tilaisuuksiin. Monet ammattitaitoiset maahanmuuttajat ovatkin tarttuneet tilaisuuteen aloittamaan uuden elämän Suomessa, mikä kertoo siitä, etteivät he karta riskejä; tämä voi hyödyntää kotimaisia yrityksiä pääsemään eteenpäin. (Hunt ym. 2015.)

Huntin, Laytonin ja Princen (2015) painottavat, että ammattitaitoiset maahanmuuttajat ovat usein lojaaleja työntekijöitä, eivätkä he yleensä ole pelkää kovaa työskentelyä, myöskään silloin kun puhutaan omalta mukavuusalueelta poistumisesta. Avarakatseisuus, joka välillä jää käyttämättömäksi voimavaraksi, on usein heidän vahvuutensa, joka edesauttaa suomalaisia yrityksiä kansainvälistymään maailmalla. Hyvien työntekijöiden pitäminen yrityksessä on haasteellista, mutta kun työllistetään maahanmuuttaja, jonka koulutustaso ja kokemus vastaavat työtehtäviä, nämä ovat usein lojaalimpia kuin paikalliset työntekijät. Ammattitaitoisia maahanmuuttajia on paljon, ja heistä monet eivät työskentele omalla alallaan. He ovat useimmiten myös halukkaampia oppimaan uusia taitoja ja suostuvaisimpia työpaikan koulutuksiin kuin useimmat paikalliset työntekijät. (Hunt ym. 2015.)

2.1 Miten ulkomaalaiset saavat töitä Suomesta

Työ- ja elinkeinoministeriö (TE-palvelut) antaa tietoa avoimista työpaikoista sekä auttaa maahanmuuttajia löytämään haluamaansa. Myös monen yrityksen nettisivuilla voi käydä jättämässä oman ansioluettelonsa avoimiin paikkoihin siinä toivossa, että he ottavat yhteyttä, kun on tarve. (Helsinki Times 2011.)

Niille, joilla ei työkokemusta ei ole, on työharjoittelu, työkokeilu tai vapaaehtoistyö paras vaihtoehto. Tämä tarjoaa mahdollisuuden saada arvokasta kokemusta eri aloilta. Vaikka nämä vaihtoehdot ovat suhteellisen lyhytaikaisia, ovat ne kuitenkin hyvä lisä ansioluetteloon tulevaisuutta varten etsiessä uutta työpaikkaa. (Helsinki Times 2011.)

Ilmainen koulutus houkuttelee ulkomaalaisia opiskelemaan Suomeen, mutta opiskelijan jälkeen he kamppailevat saadakseen töitä riittämättömän kielitaidon ja paikallisverkkojen tuntemattomuuden johdosta. Joka vuosi yli 500 ulkomaista opiskelijaa valmistuu suomalaisista teknisistä yliopistoista, mutta he kamppailevat löytääkseen tutkintoaan vastaavaa työtä. (TEK Verkkolehti 2017.)

Tekniikan Akateemisten Liiton teknisillä yliopistoilla suorittaman tutkimuksen mukaan (TEK 2015) vain alle kolmasosa ulkomaisista tutkinnon suorittaneista sai työpaikan valmistumisen jälkeen, kun taas 65 % suomalaisista tutkinnon suorittaneista työllistyivät saman tien.

Vastaajien mukaan työllisyyden suurimmat esteet olivat keho suomen kielen taito sekä verkostojen puute. (TEK Verkkolehti 2017.)

Työvoiman puute tulee lisääntymään seuraavan 15 vuoden aikana radikaalisti, ja suomalaiset eivät täytä kaikkia tarvittavia työpaikkoja, joten tarvitaan ammattitaitoisia maahanmuuttajia täyttämään kaikki maamme työpaikat. Myös kysyntä ammattitaitoisia maahanmuuttajia kohtaan suurenee. Erään Yhdistyneiden Kansakuntien Väestön raportin (2006, 6) mukaan tulevina vuosina kolmenkymmenen maan hallitukset ryhtyvät toimiin maahanmuuton sisään virtauksen ohjaamiseksi siten, että edistetään erityisesti korkeasti koulutettujen ja ammattilaisten sisään virtausta. Kuten Euroopan komission presidentti Barroso vuonna 2007 totesi: ”Ammattitaitoiset ja korkeasti koulutetut maahanmuuttajat ovat tervetulleita EU:hun.” Maan hallitusten päättäjät uskovat ammattitaitoisten maahanmuuttajien parantavat ja lisäävän kilpailukykyä. Suomeen tulleiden opiskelijoiden koetaan olevan potentiaalisia moninaisempaan työvoimaa Suomessa. Suomen merkittävästi vanheneva väestö ja syntyvyyden pieneneminen ovat herättäneet kehittyneiden maiden kiinnostuksen moninaisemmasta työvoimasta. Duncan ja Waldorf (2010, 16) painottavatkin moninaisen työvoiman tärkeyttä sekä sen pitkäaikaista positiivista vaikutusta tulevaisuuden kannalta. (Valtiovarainministeriö 2013.)

2.2 Uusien voimavarojen luominen moninaisuuden kautta

Kuten Tipper (2004, 158) painottaa, että ongelmanratkaisemiskyvyn parantuminen on yksi moninaisuuden positiivisista vaikutuksista organisaatioissa. Myös tuotteiden myynti kasvaa, sillä moninaisella työvoimalla on erilaisia kokemuksia sekä tietotaitoa eri maiden myyntitavoista. (Tipper 2004, 158.)

Tipper toteaa (2004, 158), että myös organisaatioiden kannattavuus kasvaa kansainvälisesti laajemmalla skaalalla kulttuuristen ymmärrysten takia. Lisäksi organisaatioiden markkinoinnin tehokkuus kasvaa, sillä markkinointi on tarkoitettu lisäämään organisaation tai tuotteen näkyvyyttä. Moninaisuuden kautta erilaisilla markkinointikeinoilla voidaan tehokkaasti houkutella erilaista yleisöä sekä tehdä vaikutusta ympäri maailmaa. Asiakaspalvelun on myös todettu olevan parempaa, sillä monipuolisen taustan omaavan työntekijä voi tarjota erikoispalveluja asiakkaille, jos sitä tarvitaan. Moninaisuuden tuomat positiiviset tulokset houkuttelevat entistä enemmän johtajia palkkaamalla monipuolisempaa työvoimaa organisaatioihinsa. (Tipper 2004, 158.)

Globalisaatio ja maahanmuutto ovat tulleet jäädäkseen. Näiden muutamienkin esimerkkien avulla voidaan huomata, että moninaisella työvoimalla voidaan lisätä uusia voimavaroja ja kilpailukykyä myös suomalaisissa organisaatioissa.

Bellini, Ottaviano, Pinelli, Prarolo (2009, 2) pohtivat, onko kulttuurillisesti monipuolinen työyhteisö enemmän vai vähemmän tehokas, kun kulttuurillisesti homogeeninen taloudellisesta näkökulmasta. He huomasivat, että yhtäläistä vastausta ei ole. Positiivisessa tapauksessa kulttuurillinen moninaisuus potentiaalisesti lisää valikoimaa, palveluja, tavaroita sekä uusia taitoja tuotantoa ja innovaatiota varten. (Bellini, Ottaviano, Pinelli & Parolo. 2009, 34.) Kuitenkin negatiivisissa tapauksissa Abadien, Alberton ja Gardeazabalin mukaan (2003) kulttuurillinen moninaisuus saattaa esimerkiksi aiheuttaa rasismia ja ennakkoluuloja, jotka johtavat avoimiin yhteenottoihin ja mellakoihin. (Abadie, Alberto & Gardezabal. 2003.)

3 Verkostoituminen

Verkostoituminen on prosessi, joka edistää tiedonvaihtoa sekä ideoita yksilöjen tai ryhmien joukossa, jotka jakavat yhteistä etua. Se saattaa olla sekä sosiaalisia- että liiketarkoituksia varten. (Entrepreneur Europe 2019.)

Kuten Tekniikan Akateemisten Liiton verkkolehdessä mainittiin (2015), verkostoituminen on tärkeä osa rekrytointia nykypäivänä, ja monella kansainvälisellä työnhakijalla puuttuu Suomesta omat verkostot. Viimeisen vuosikymmenten aikana työmarkkinat ovat muuttuneet radikaalisti monikanavaisiksi. Työnantajan ja työntekijän kohtaaminen eri kanavien kautta on entistä tärkeämpää ja myös haastavampaa. Kuten TEK verkkolehden tutkimuksessa, että verkostot ovat hyvin tärkeitä ja että verkostoitumisen taitoja on syytä kehittää. (TEK Verkkolehti 2015.) Verkostoituminen on edesauttanut monia menestymään tyouralla. Kuten on todistettu, niin sanotun ”sosiaalisen pääomaan” voi siis muuttaa rahaksi. (Tonts 2017, 22.)

3.1 Verkostoitumistapahtumien hyödyt ja vaikuttavuus

Verkostoitumisen suurin hyöty on se, että osallistuja löytää mahdollisesti uusia henkilöitä, jotka voi lisätä omaan kontaktistaan. Verkostoitumisen kautta voi myös löytää uusia potentiaalisia työnantajia ja/tai löytää uusia yhteistyökumppaneita tuleviin projekteihin. (The Balance Small Business 2019.) Verkostoitumistapahtumien kautta saa myös paljon näkyvyyttä, ja on helpompi ylläpitää jo olemassa olevia suhteita liikekumppaneihin. Osallistuminen verkostoitumistapahtumiin nostaa myös omaa henkilökohtaista profiilia ja lisää näkyvyyttä eri yritysten sekä tärkeiden ihmisten parissa. (Tonts 2017, 129.)

Ajan tasalla pysyminen on myös tärkeää, kun haluaa saada isomman verkoston, sillä liiketoiminta muuttuu jatkuvasti. Kannattaa siis osallistua erilaisiin seminaareihin sekä verkostoitua oman kaltaisten ja alan ihmisten kanssa, niin ajan tasalla pysyminen helpottuu. Verkostoitumisen kautta voi myös löytää ihanteellisen ehdokkaan avointa paikkaa varten tai apua organisaation liiketoiminnallisten ongelmien ratkaisemiseen: jos yritys on esimerkiksi sijoituksen tarpeessa, verkostoitumisen kautta voi löytää oikean henkilön ratkaisemaan tämän. (The Balance Small Business 2019.)

Verkostoitumistapahtumat ovat ihanteellisia tietojen sekä kokemusten jakoon. Näiden tapahtumien aikana on hyvä jakaa omia ideoitaan sekä kuunnella toisten mielipiteitä ja käyttää hyväksi hyviä näkökulmia. Puhumalla eri maasta tuleville sekä eri alojen ja eri ikäisille ihmisille saa informaatiota, jota ei välttämättä saisi omasta sosiaalisesta verkostosta tai lähipiiristä. Uusi henkilö voi avata uuden näkökulman asiaan, jota on pyöritellyt päässään pitkään ratkaisua löytämättä. Kehittyäkseen pitää laajentaa omaa mukavuusalueitaan. Oma verkosto kannattaa siis pitää mahdollisimman moninaisena ja laajana. (Tonts 2017, 134.)

Säännöllinen käyminen verkostoitumistapahtumissa sekä yhteydenpito uusien kontaktien kanssa voi olla suuri moraalinen apu varsinkin työnhakijalle. Jos verkostoituminen tai seurallisuus ei luonnistu, säännöllinen uusien ihmisten tapaaminen voi myös vahvistaa itseluottamusta ja myös auttaa ystävystymään henkilökohtaisella tasolla samankaltaisten ihmisten kanssa. Kevyt jutustelu on erinomainen tapa aloittaa keskustelu verkostoitumisen aikana. (The Balance Small Business 2019.)

Kevyt jutustelu eli ”small talk” on hyvä tapa aloittaa kansainvälinen keskustelu, myös verkostoitumisessa. Tärkeimpänä sääntönä on se, että keskustellaan asioista, josta kummatkin osapuolet ovat samaa mieltä. Monesti kuitenkin väitetään, ettei Suomessa ole tätä kevyen jutustelu kulttuuria. Eri kulttuureissa on eri kommunikoinnin säännöt, ja kansainvälistä liitetoimintaa tehdessä on hyvä harjoitella verkostoitumistaitoja, jotta kummatkin osapuolet tuntevat itsensä arvostetuiksi: siten ehkäistään epämiellyttäviä hetkiä kommunikoidessa. (Salminen & Poutanen 1996, 77.)

3.2 Verkostoituminen työnhakijan näkökulmasta

Suomessa suurin osa avoimista työpaikoista täytetään jopa ennen kuin niitä mainostetaan missään. Suurin osa näistä työpaikoista kiertää omien verkostojen kautta, joten parasta olisi verkostoitua mahdollisimman hyvin erilaisten ihmisten kanssa. Kuten maahanmuuttoviraston maahanmuuttoasioiden johtaja Annika Forsander (2011) totesi: ”Ihmiset usein sanovat, että kielellä on paljon merkitystä, mutta se ei ole koko totuus. Sosiaaliset verkostot ovat myös hyvin tärkeitä Suomessa. Arvioidaan, että 60 % paikoista ei mainosteta. Tietenkin julkisella sektorilla on omat säännöt, silloin avoimia paikkoja täytyy mainostaa, mutta yksityisen sektorin ei tarvitse tätä tehdä.” (Helsinki Times 2011.)

Kuten Reddy (2016) totesi artikkelissaan ”What is the importance of networking for job search”, että verkostoitumisen myötä voi saada hyviä työmahdollisuuksia, joita ei välttämättä ole esillä missään. (Career Sidekick 2019.) Työnantajat yleensäkin luottavat mieluummin henkilöön kehen he ovat jo tutustuneet tai saaneet tutun kautta suosituksia. Nykypäivänä työnhaussa suositukset ovat tärkeää osaa työnhakua. Verkostoitumisen kautta voi saada myös vinkkejä tulevista työpaikoista ja vinkkejä mahdolliseen haastatteluun, johon ei ole vielä kilpailua, sillä kukaan ei ole ehtinyt hakea työpaikkaa. Verkostoitumisesta on myös

hyötyä tulevaisuuden kannalta, sillä tällä tavoin pysyt ajan tasalla uusimmista projekteista ja tutkimuksista, jotka koskevat omaa alaa. (Wisestep 2016.)

4 Menestyksekkään tapahtuman järjestäminen

Menestyksekkästä tapahtumaa suunniteltaessa työtä on enemmän kuin luulisi. Paljon aikaa menee suunnittelemiseen ja tapahtuman koordinoimiseen, ja itse tapahtuma on pelkkää suorittamista. Oli tilaisuus mikä tahansa, on tapahtumaa suunniteltaessa tärkeää seurata viittä askelta, jotka ovat tutkimus, suunnittelu, tapahtuman markkinointi, tapahtuman koordinointi sekä lopullinen arviointi. (Markgrowth 2018.)

4.1 Kohderyhmä

Kohderyhmä eli kenelle tapahtuma järjestetään, ovi olla esimerkiksi suuri yleisö tai kutsuvierasjoukko. Kutsuvierasjoukko voi olla joko avoin tai rajattu. Näitä kohderyhmiä ovat yleensä asiakkaat tai työkaverit. Kohderyhmä täytyy tuntea hyvin, koska tapahtumasta pitää tulla kohderyhmän kokoinen sekä näköinen. Tapahtuman täytyy myös puhutella ja kiinnostaa kohderyhmää. Kohderyhmän analysointi on tehtävä tarkasti ja pidettävä mielessä se, että tapahtumaa ei järjestetä itselle, vaan määritetyille kohdeyleisölle. (Vallo & Häyrinen 2016, 144-146.) Ilman selvää visiota kohderyhmästä kommunikointi osallistujien kanssa ei välttämättä ole tehokasta, sillä yhteisiä mielenkiinnon kohteita ei löydy verkostoitumistilanteessa. (Eventbrite 2018.)

Ensimmäinen asia, joka tulee tehdä tapahtumaa suunniteltaessa, on tutkimus. Tämä on hyvin tärkeää tapahtuman kannalta. Tutkimusvaiheessa kannattaa ensimmäiseksi määritellä tavoitteet sekä täsmällinen hahmotelma tapahtuman tarkoituksesta. Myös tapahtuman toivoma tulos olisi tärkeä määritellä, jotta voidaan verrata yrityksen suunnittelemissä tavoitteita. (Markgrowth 2018.)

Sen jälkeen, kun idea ja lähestymistapa on hyväksytty, on hyvä luoda tapahtuman suunnitteluaikataulu. Aikataulun muoto saattaa vaihdella riippuen tapahtuman laajuudesta, mutta silti pitäisi laatia aikataulu, jotta suunnitteluun olisi riittävästi aikaa. Tapahtumalle kannattaa laatia myös budjetti, erityisesti jos tapahtuma tehdään toiselle yritykselle tai jonkun brändin puolesta. Pitämällä näistä ohjeista kiinni tapahtuma suunniteltaessa ei haaskata ollenkaan aikaa, rahaa, resursseja tai energiaa. (Markgrowth 2018.)

4.2 Tapahtuman suunnitteluvaihe

Toinen tärkeä asia suunnitteluvaihe, jolloin pitää suunnitella kaikkea: tapahtumapaikka, tapahtuma-aikataulu, kapasiteetti, vieraslista, viihde sekä tarjoilut. Koska tehtävää on paljon, kannattaa tehdä tehtävänjako tiimin jäsenten kesken. Tapahtumaa suunniteltaessa kannattaa jatkuvasti muistaa nämä kysymykset: Ketä varten tapahtua on? Miksi tapahtuma

järjestetään? Missä tapahtuma on ja milloin? Vaikuttaako päivämäärä osallistujiin? Onko tapahtumapaikalle helppo päästä? Mitä tunteita tapahtumalla herätetään kävijöissä? Suunnitteluvaiheessa kannattaa edetä aikataulun mukaisesti, jotta tehtäviä suoritettaessa esiin tulevia ongelmia olisi helpompi ratkaista. (Markgrowth 2018.)

4.3 Tapahtuman markkinointi

Markkinoinnilla tarkoitetaan tavoitteellista toimintaa. Tavoitteena on saada henkilöt toimimaan halutulla tavalla ja tähän työkaluna on organisaation viestintä. Tapahtumaa täytyy markkinoida markkinointiviestinnän avulla. Organisaation viestintä, eli markkinointi tapahtuu ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Markkinointiviestintä tapahtumaa varten suunnitellaan kohderyhmän mukaan tukemaan tapahtuman tavoitteita. Tapahtumalle kannattaa suunnitella markkinointiviestinnäsuunnitelma, josta selviää ulkoisen ja sosiaalisen median markkinoinnin lisäksi myös mediamarkkinointi ja sisäinen markkinointi (Vallo & Häyriäinen 2016, 70.)

Tapahtuman markkinointi on tärkeä vaihe ennen tapahtumapäivää, riippuen tietenkin tapahtuman tavoitteesta ja siitä, kenelle tapahtuma on kohdattu. Yleensä sanan levittäminen kohderyhmälle on tärkeää, jotta saadaan mahdollisimman moni osallistumaan tapahtumaan. Tapahtuman markkinointi sosiaalisen median kautta on hyvin tärkeää, jotta sana saadaan leviämään toivotulle kohderyhmälle, varsinkin jos tapahtumaa järjestävä yritys, joka markkinoi vahvasti kyseisillä kanavilla. Markkinoinnissa tulisi myös ilmetä kannustimia, esimerkiksi puheita alan asiantuntijoilta, ilmaista ruokaa tai juomaa sekä muita keinoja, jotka saattaisivat kiinnostaa toivottua kohderyhmää. Hyvä keino saada osallistujia on lähettää sähköposteja kohderyhmälle. Sekoittamalla sosiaalista mediaa sekä perinteiset sähköpostimarkkinointia saadaan mielenkiinto heräämään tehokkaasti ja laajemmin. Kun tapahtumalle on sovittu tietty päivämäärä, on osallistujilta hyvä pyytää vastausta osallistumisesta tiettyyn päivään mennessä, jotta osataan varautua tapahtumaa varten. (Markgrowth 2018.)

Kun kaikki valmistelu on saatu valmiiksi, on tapahtumakoordinoinnin sekä tapahtuman suorittamisen aika. Tapahtuman aikana on tärkeää valvoa koko tapahtuman kulua, jotta aikataulussa pysytään. On tärkeää pitää huoli siitä, että esiintyjät sekä muut palvelut tulevat ajoissa paikalle. Myös installaatioiden, kuten musiikin, valaistuksen sekä muun käytettävän elektroniikan toimivuus on hyvä tarkistaa. Tapahtumakoordinoituvaiheessa on kuitenkin väistämätöntä, että ongelmia syntyy, joten on hyvin tärkeää, että järjestäjät ovat varautuneet varasuunnitelmiin. (Markgrowth 2018.)

4.4 Palautteen tärkeys

Kun tapahtuma on saatu menestyksekkäästi loppuun, on hyvin tärkeää arvioida koko tapahtuman kulkua sekä sitä, saavutettiinhalutut tavoitteet. (Markgrowth 2018.) Tässä vaiheessa on myös hyvin tärkeää tuoda epäonnistumiset esille, jotta osataan seuraavalla kerralla valmistautua paremmin. Tapahtuman lopussa on hyvä kysyä osallistujilta palautetta. Näin saadaan tietää osallistujien mielipiteitä koko tapahtumasta, ja järjestäjät saavat kehitysideoita tuleviin tapahtumiin. Tässä vaiheessa kannattaa yhdessä järjestäjien kanssa kehittää kysely, jossa osallistujat voivat antaa palautetta tapahtumapaikasta, puhujista sekä tiimin työskentelytavasta. On tärkeää myös kysyä yleistä mielipidettä tapahtumasta. Nämä tekijät yhdessä parantavat tulevien tapahtumien toimintastrategiaa. (Culture Partnership 2018.)

Palaute pitää jokaisen ajan tasalla, kun palautetta saa säännöllisesti. Palautteen saaminen on hyödyllistä jokaisessa toiminrossa, kuten tapahtuman valmistumiseen. Palaute auttaa myös tiimiä välttämään merkittäviä virheitä ja kommunikaatio tiimin jäsenten välillä parane. Tällöin tiimin jäsenet tottuvat antamaan ja vastaanottamaan rehellistä palautetta, joka välillä voi käsittää kritiikkiä tai sitten voi auttaa kehittymään. Rakentava ja motivoiva palaute voi parantaa tiimin suorituskykyä ja samalla motivoi tekemään paremmin. Palaute myös edistää sekä henkilökohtaista -että ammattimaista kasvua. Näin myös organisaatiot pystyvät parantamaan toimintastrategiansa, vähimmillä resursseilla, tehden enemmän positiivisia tuloksia sekä suhteet asiakkaisiin paranevat. (Actitime 2018.)

Tapahtuman jälkeen on tärkeää kysyä palautetta tapahtumankulusta esimerkiksi palautelomakkeella. Tällä tavoin tapahtuman järjestäjä tietää tapahtuman onnistumisesta ja sen vaikutuksesta kohderyhmälle. Näin saadaan myös selville, onnistuiko tapahtuma herättämään kohderyhmän mielenkiinto aihetta kohtaan. Palautelomakkeen myötä pystytään myös selvittää vikaan menneet asiat ja erilaisia kehittämiskohteita tulevia tapahtumia varten. Tapahtuman palautelomake on nopein tapa saada palautetta kuluneesta tapahtumasta. Tällä tavoin saadaan myös selville kohderyhmän oletetuista odotuksista ja täytettiinkö kaikki mainitut asiat tapahtuman aikana, jotka oli luvattu. (Evensis 2018.)

5 Tutkimuksen toteutus ja tulokset

Tutkimusmenetelmät jaetaan tyypillisesti kvantitatiivisiin sekä kvalitatiivisiin menetelmiin. Kvantitatiivisen, eli määrällisen tutkimusmenetelmän tavoitteena on saada numeraalista tietoa, kun taas kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän tavoitteena on kerätä merkitysten ymmärtämiseen soveltuvaa tietoa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 43.)

5.1 Lähestymistavan ja menetelmien valinta

Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään yleensä sellaisten aiheiden tutkimiseen, jotka eivät ole entuudestaan tuttuja ja joita halutaan ymmärtää paremmin. Kun käytetään kvalitatiivisia menetelmiä, tutkittavaa on vähemmän kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa, mutta analysoitavaa aineistoa on yleensä paljon enemmän. Tarkoituksena on hankkia suppeasta kohteesta paljon tietoa ja tällä tavalla ymmärtää ilmiötä paremmin sekä kokonaisvaltaisemmin. Tarkoituksena on siis tuottaa tutkimuksessa uutta tietoa, jotta tutkimuksia voidaan halutessaan jatkaa myöhemmin. (Ojasalo ym. 2015, 105.)

Opinnäytetyössä on käytetty tapaustutkimusta, sillä päätavoitteena on tuottaa kehittämisehdotuksia ja uusia ideoita toimeksiantajan ohjelman verkostoitumistapahtumiin kyselyn ja haastattelujen avulla. Yleensä tapaustutkimuksessa tutkimuksen kohteena voi olla esimerkiksi yrityksen tuote, prosessi, toiminta tai palvelu. Tapaustutkimuksen tarkoituksena on tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisesta toimintaympäristössä ja tilanteesta. Tapaustutkimusta luonnehtii aikomus tuottaa yksityiskohtaista ja syvällistä tietoa kartoitettavasta tapauksesta, sillä tutkimuksen avulla on todennäköistä havaita kehittämisen kohde kokonaisvaltaisesti realistisessa toimintaympäristössä. (Ojasalo ym. 2015, 52.)

Tapaustutkimuksessa on tärkeämpää saada selville rajoittuneesta kohteesta paljon kuin laajemmasta joukosta vähän. Tavoitteena ei ole saada tietää, kuinka yleistä jokin on, vaan se, kuinka jokin tapahtuu tai kuinka jokin on mahdollista. Tapaustutkimus vastaa useimmiten kysymyksiin ”miksi?” ja ”miten?”. Kehittämistyössä on tarkoituksena tuottaa uutta tietoa keittämisen tueksi. Tapaustutkimus on myös mahdollista toteuttaa kahden tai useamman tapauksen vertailuna. (Ojasalo ym. 2015, 53.)

Useimmiten tapaustutkimus liitetään erityisesti laadullisiin tutkimuksiin ja menetelmiin, mutta on myös mahdollista hyödyntää määrällisiä menetelmiä, kuten esimerkiksi kyselyjä. Erilaiset haastattelut, kuten avoimet haastattelut, ovat usein käytettyjä tiedonkeruumenetelmiä tapaustutkimuksissa. (Ojasalo ym. 2015, 55.)

Opinnäytetyössä käytettiin kolmea eri tutkimusmenetelmää: brainstormingia, kyselytutkimusta sekä asiantuntijahaastattelu, joten tutkimus on kvalitatiivinen. Brainstormingia käytettiin tiimin jäsenten kesken. Tässä vaiheessa myös laadittiin palautelomakkeen kysymykset ja mietittiin yhdessä tapahtuman tavoitteet sekä se, mitä haluamme osallistujilta tietää. Kyselytutkimuksena käytettiin palautelomaketta, johon tapahtumaan osallistuneet työnhakijat vastasivat. Asiantuntijahaastattelussa haastateltiin tapahtumaan osallistunutta potentiaalista työnantajaa sekä kysyttiin haastateltavan mielipidettä ohjelman tapahtumista ja kerättiin kehitysehdotuksia tuleviin tapahtumiin.

5.2 Aivoriihi

Aivoriihi eli brainstorming on niin sanotun luovan ongelmanratkaisun standardimenetelmistä, jolla tuetaan eri ideoita tiimissä. Menetelmää kutsutaan myös nimellä ideointipaja. Yleensä 6-12 hengen ryhmä pyrkii vetäjän johdolla ideoimaan uusia ratkaisuja tai lähestymistapoja johonkin ongelmaan. Brainstorming-kokous alkaa esivaiheella, jossa rajataan ja asetetaan tavoitteet. Aluksi pyritään luopumaan turhista ennakkoluuloista sekä mieltä rajoittavista tekijöistä, mikä onkin aivoriihen yksi perussäännöistä. Tarkoituksena on myös kannustaa liioiteltujen ideoiden kehittämistä. Aivoriihikokouksessa kannattaa kuitenkin muistaa, että määrä on tärkeämpää kuin laatu. Kokoukseen osallistujien ideoita kannattaa myös kehittää. (Ojasalo ym. 2015, 163.)

Brainstorming -menetelmää käytettiin palautekyselyn laatimiseen. Kyseistä menetelmää käytettiin tiimin jäsenten kesken kysymysten ideoimiseen ja mietittiin yhdessä tapahtuman tavoitteet sekä se, mitä haluamme osallistujilta tietää. Ideoitiin yhdessä kyselylomakkeen rakenne ja sen toteutusta. Ideoinnin jälkeen tultiin siihen lopputulokseen, että kyselylomake tullaan jakamaan tapahtuman aikana paperiversiona, jotta vastauksia saataisiin varmasti. Tavoitteena oli saada 25 kokonaan täytettyjä lomakkeita. Aivoriihen tuloksena saatiin Skilled Internationals -ohjelmalle palautekyselylomake, joka löytyy liitteessä 1.

5.3 Palautekysely

Yksi eniten käytetyimmistä tiedonkeruunmenetelmistä on kysely. Tämän menetelmän etu on se, että sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto, jossa suurelta määrältä ihmiseltä voidaan kysyä monia asioita. Kysely on menetelmänä paljon nopeampi ja tehokkaampi kuin moni muu tutkimusmenetelmä. Kyselyt myös tuottavat paljon numeroihin pohjautuvia tuloksia, joita voidaan käsitellä tilastollisesti. Kyselyä voidaan käyttää monella eri tavalla. Tyypillisimpiä tapoja ovat postitse lähettävät lomakkeet ja Internetissä täytettävät kyselyt. (Ojasalo ym. 2015, 121.)

Koska Skilled Internationals -ohjelma implementoitiin vasta tänä vuonna, on osallistujien palaute ohjelman tapahtumien toimivuudesta toimeksiantajalle hyvin tärkeä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin palautelomaketta, jossa yritettiin kartoittaa toimeksiantajan Skilled Internationals- ohjelman verkostoitumistapahtumien hyödyllisyyttä. Tutkimuksella tutkitaan, kannattaako tapahtumia enää jatkaa, sekä kerätään kehitysideoita tulevia tapahtumia varten, mikäli jatkumoa tapahtumille tulee. Palautelomakkeen kysymyksiin vastaaminen tapahtui paperilla. Palautelomakkeen kysymykset, jotka syntyivät aivoriihikokouksen myötä löytyvät liitteessä 1.

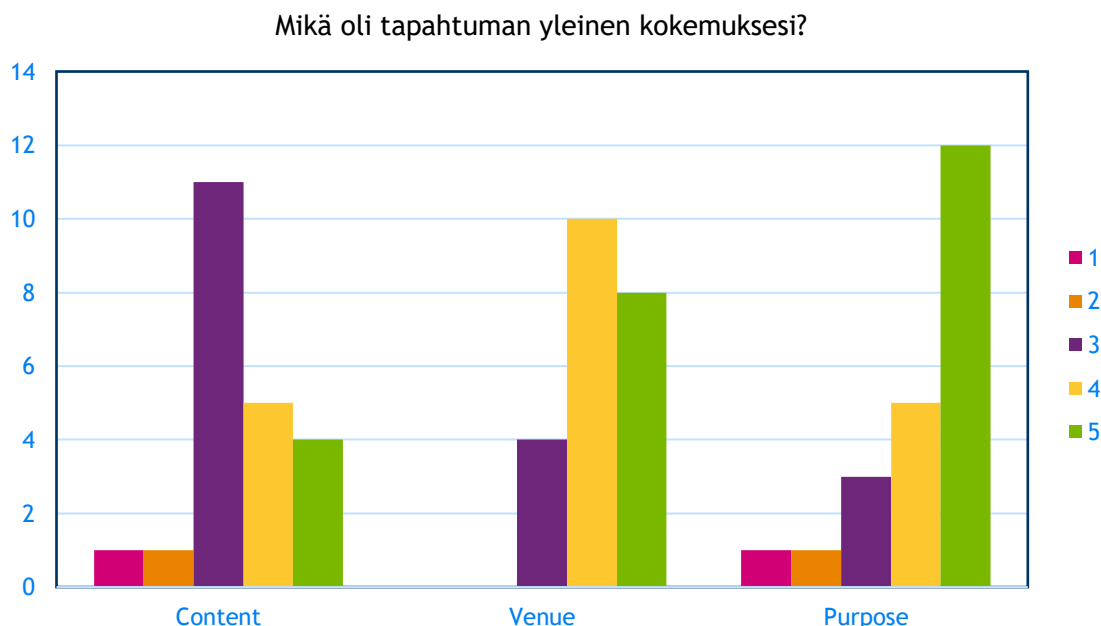
5.4 Palautekyselyn tulokset

Palautelomakkeeseen vastasivat pelkästään huhtikuun tapahtumaan osallistuvat työnhakijat, tällä tavoin kartoitetaan osallistujien mielipiteitä yksittäisistä tapahtumista.

Asiantuntijahaastattelu tehdään jäsenyrityksille, jotka ovat osallistuneet pidettyihin ohjelman tapahtumiin vuoden alusta, tällä tavoin saadaan kokonaisempi kuva kaikista pidetyistä tapahtumista sekä muita jatkoideoita tulevaisuutta varten jäsenyritysten näkökulmasta. Tällöin tutkimuksesta tulee yhtenäisempi ja täydennetympi.

Tämä oli Skilled Internationals -ohjelman kolmas tapahtuma ja osallistujiakin oli paljon. Kokonaan täytettyjä lomakkeita saatiin 22 joten kyselytutkimuksen tuloksien voidaan olettaa olevan suuntaa antavia, mutta ei täysin yleistettävissä olevia. Kokonaisuudessaan osallistujia oli 47, joista 33 olivat työnhakijoita. Muut 14 olivat kauppakamarin jäsenyrityksiä ja työnantajia.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin osallistujien yleistä kokemusta. Tällä kysymyksellä haluttiin saada tietää mielipiteitä yleisesti tapahtumapaikasta, tapahtuman sisällöstä sekä ohjelman tarkoituksesta. Vastajien oli tarkoitus vastata tähän kysymykseen antamalla arvosanat kaikille kolmelle asteikolla 1-5. Lopuksi vastaajat saivat vielä kommentoida vapaasti yleistä kokemustaan.



Kuvio 1. Ensimmäisen kysymyksen vastaukset

Kuten kuviossa näkyy, 11 vastanneista antoi tapahtuman sisällöstä arvosanaksi kolmosen, mutta kuitenkin ohjelman tarkoitus sai arvosanaksi 5, sillä yli puolet kyselyyn osallistuneista arvioi tämän olevan tärkeää. Tapahtumapaikan moodiksi saatiin 4, sillä 10 kyselyyn osallistuneista vastasi sen olevan hyvä.

Seuraavaksi kysyttiin huhtikuun tapahtumaan osallistuneiden kesken, olivatko he osallistuneet aiemmin ohjelman tapahtumiin. Tätä kysyttiin, koska haluttiin saada selville tulevatko aiemmin osallistuneet henkilöt tapahtumaan uudestaan. Vain neljä henkilöä oli osallistunut aiemmin Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumaan. Muut 18 olivat siellä ensimmäistä kertaa.

Kyselyn kolmantena kysymyksenä kysyttiin, mitä mieltä osallistujat yleisesti ovat Skilled Internationals -ohjelmasta. Tähän vastaajat saivat vastata avoimesti. Suurin osa vastauksista olivat yllättävän positiivisia. Yleisin vastaus kysymykseen oli:

”tällaista tarvitaan Suomessa”

”uusi ja hyvä lähestymistapa ongelmaa kohtaan”.

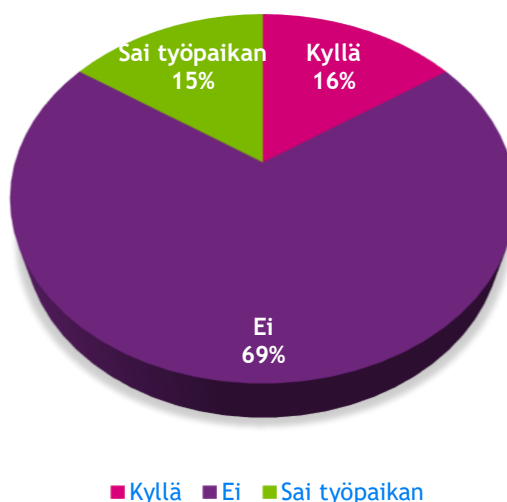
Seuraavaksi kyselyssä kysyttiin, olivatko tapahtuman puhujien aiheet hyödyllisiä. Tämä kysymys kysyttiin, jotta seuraavaa tapahtumaa varten osattaisiin kutsua puhujia, jotka kiinnostavat osallistuneita. Kyselyyn osallistuneista 18 vastasi olevansa tyytyväisiä puhujien aiheisiin, mutta he kommentoivat, että esitykset olivat turhan pitkiä. Loput vastanneista eivät olleet tyytyväisiä, ja heidän mukaansa puheissa tuli liikaa informaatiota kerralla. Myös he kommentoivat esitysten pituutta.

Kyselyn viides kysymys oli, mitkä ovat osallistujien odotukset Skilled Internationals -ohjelman tapahtumista. Myös tämä kysymys kysyttiin sen takia, että saataisiin kehittämisideoita seuraavia tapahtumia varten. Kysymys oli avoin, joten tähänkin vastaajat pystyivät vastaamaan avoimesti. Vastanneiden kesken ylivoimaisesti yleisin vastaus oli, että he haluavat enemmän verkostoitumista, lyhyempiä esityksiä ja enemmän mahdollisuuksia puhua asiantuntijoiden sekä palkkaavien yritysten kanssa. Jotkut kyselyyn osallistuneista halusivat kuulla enemmän B3CF:n toiminnasta sekä kuulla työmahdollisuuksista Iso-Britannian ja kansainyhteisön kauppakamarissa.

Seuraavaksi kysyttiin, saivatko tapahtumaan osallistujat hyödyllisiä kontakteja tapahtuman aikana. Kysymyksen tarkoituksena oli saada tietää, onko tapahtumaan kutsuttu osallistujille hyödyllisiä henkilöitä. Kyselyyn osallistuneista 19 vastasi, että kyllä he saivat kontakteja ja mahdollisesti myös yhteistyökumppaneita. Loput 3 vastasi, että he eivät saaneet ainakaan vielä kontakteja, joihin he voisivat ottaa yhteyttä työnhaun tai yhteistyön merkeissä.

Seitsemännen kysymys oli, onko ohjelma vaikuttanut tapahtumaan osallistuneiden työnhakuun. Tämä kysymys kysyttiin siksi, että haluttiin mitata ohjelman vaikuttavuutta osallistuneiden työnhakuun. 18 kyselyyn vastanneista vastasi, että ohjelma ei ollut vaikuttanut ainakaan vielä, sillä he olivat vasta ensimmäistä kertaa Skilled Internationals -ohjelman tapahtumassa. Tämän kysymyksen kohdalla moni oli vastannut, että järjestäjät luottavat tapahtuman verkostoitumiseen. Avoimia työpaikkoja pitäisi olla enemmän. Henkilöitä, jotka olivat vastanneet, että tapahtuma on vaikuttanut työnhakuunsa, oli 4. He olivat joko jo hakeneet avoimia työpaikkoja tai saaneet uuden työpaikan ohjelman kautta.

Onko ohjelma vaikuttanut työnhakuusi?



Kuvio 2. Seitsemännen kysymyksen vastaukset

Viimeinen kyselyn kysymys oli, onko osallistujilla ehdotuksia tuleviin tapahtumiin. Tämä kysymys kysyttiin, jotta saataisiin konkreettisia kehitysehdotuksia tulevaisuutta varten. Vastaukseksi saatiin hyvin paljon hyviä kehitysehdotuksia. Yleisin vastaus osallistujien kesken oli se, että tulisi järjestää eri aloihin keskitettyjä tapahtumia, ja että esimerkiksi tuleva tapahtuma voisi olla henkilöstöhallintoon keskittynyt. Puhujat puhuisivat aiheesta ja asiantuntijat ja työnantajat olisivat myös samalta alalta, jotta osallistujat eivät tulisi turhaan siinä toivossa, että oman alan asiantuntijoita löytyisi.

Monet kyselyyn osallistujat kommentoivat myös tähän kohtaan toivovansa tapahtumille on jatkumoa. Tapahtumapaikan toivottiin olevan isompi ja hiljaisempi tila, jotta olisi mahdollisuus keskustella toisten henkilöiden kanssa. Myös tapahtuman pituutta kommentoitiin. Monet osallistuvat halusivat sen olevan pitempi, jotta olisi kunnolla aikaa verkostoitumiseen.

5.5 Haastattelu

Haastattelu on käytetyimpiä tiedonkeruumenetelmiä sekä kehittämis- että tutkimustyössä. Haastattelujen yleisyyden syynä on yleensä se, ettei muita tutkimusmenetelmiä tunneta yhtä hyvin. Haastattelulla saadaan myös nopeasti kerättyä syvällistä tietoa kehittämisen kohteesta. Haastattelumenetelmiä on erilaisia, ja yksi näistä on strukturoitu haastattelu, jota opinnäytetyössä käytetään. Tämä tarkoittaa sitä, että haastattelukysymykset ovat valmiiksi laadittuja, mutta vastaaja voi kuitenkin vastata melko vapaasti. Strukturoitua haastattelua käytetään täydentämään aiemmin tehtyä laadullista aineistonkeruuta; tässä tapauksessa tarkoituksena on täydentää kyselyä. (Ojasalo ym. 2015, 107.)

Haastattelussa haastateltiin yrittäjää, joka on ollut mukana Skilled Internationals -ohjelman tapahtumissa, jotta kummankin osapuolen mielipiteet sekä kehitysehdotukset tulisivat tietoon. Haastateltava on ollut jokaisessa Skilled Internationals -ohjelman tapahtumassa siitä lähtien, kun ne aloitettiin, joten haastateltavalla on kokonaisempi kuva koko ohjelmasta ja sen tapahtumista. Haastateltavana oli toimeksiantajan jäsen, joka on IT- alan yrittäjä. Haastattelukysymykset löytyvät liitteessä 2.

Tutkimuksen haastattelu suoritettiin kasvotusten. Haastattelu nauhoitettiin ja samalla tehtiin muistiinpanoja, jonka jälkeen litteroitiin yhdeksi kokonaisuudeksi. Haastattelun alussa kysyttiin Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumien yleistä vaikutelmaa. Haastateltavan mukaan verkostoitumistapahtumat ovat olleet melko onnistuneita ja yleinen vaikutelma tapahtumista on parantunut vuoden alusta. Haastateltavan mukaan suunnitteluun voisi käyttää enemmän aikaa ja resursseja, jotta tapahtumat sujuisivat mahdollisimman sulavasti. Haastateltava myös kommentoi, että kohderyhmä otettaisiin enemmän huomioon, eikä pelkästään ajateltaisi jäsenyrityksiä ja työnantajia.

Seuraavaksi kysyttiin, että ovatko ohjelman tapahtumat haastateltavan mielestä onnistuneet. Haastateltava vastasi:

”Yleisesti ottaen kyllä, tapahtumat ovat onnistuneet, mutta puhujia ja muita tiimin jäseniä pitäisi valmistaa paremmin tapahtuman kulkuun, jotta aikataulussa pysytään. Se on ollut vähän haasteellista. Puhujat puhuvat pidempään kuin pitäisi ja yleisön intressit alkavat vähenemään. Aikaa verkostoitumiseen jää paljon vähemmän ja sitä kohderyhmä tulee tapahtumaan tekemään, tutustumaan uusiin henkilöihin sekä mahdollisiin tuleviin työnantajiin.”

Seuraavaksi haastateltavalta kysyttiin, että onko Skilled Internationals -ohjelma mielestään hyödyllinen. Haastateltavan mukaan ohjelma on todella hyödyllinen ja hän myös kommentoi, että tällaista tarvitaan Suomessa. Haastateltava myös totesi, että Skilled Internationals -

ohjelmalla on paljon potentiaalia ja hän iloitsee siitä, että kuinka moni yritys tulee ohjelman verkostoitumistapahtumiin. Haastateltava myös mainitsi, että on mahtavaa, kun yritykset osallistuvat tapahtumiin avoimin mielin ja esittelevät mahdollisia työpaikkojaan. Haastateltavalta kysyttiin seuraavaksi kehitysideoita jatkoa varten, hän vastasi:

”Ajatelkaa kohderyhmää. Kysykää heiltä mitä he haluavat. Viime tapahtumassa kysyttiin vasta ensimmäistä kertaa heidän mielipidettään palautelomakkeilla. Tämän pitäisi tapahtua joka kerta. Tällä tavoin saatte parhaimmat kehitysehdotukset tapahtumia varten.”

Tässä kohdassa haastateltava otti esille uudestaan sen, että pitäisi käyttää enemmän aikaa suunnitteluun, esiintyjien preppaukseen ja tiimijäsenten omat roolit pitäisi olla selviä tapahtumien aikana. Haastateltava otti myöskin markkinoinnin esille:

” Ohjelman tapahtumia pitäisi markkinoida enemmän, sillä sitä ei kyllä hirveästi ole tehty. Vaihdelkaa tapahtuman ohjelmaa säännöllisin välein, jotta joka kerta olisi erilaisia asioita, tällöin saatte myöskin osallistujia tulemaan uudemman kerran tapahtumaan.”

Lopulta kysyttiin haastateltavalta, että olisiko hän valmis palkkaamaan tai tekemään yhteistyötä jonkun kanssa kenet hän tapasi ohjelman verkostoitumistapahtumassa. Haastateltava vastasi:

”Olen saanut paljon hyviä kontakteja tapahtumien aikana. Olen verkostoitunut muiden jäsenyritysten kanssa sekä keskustellut potentiaalisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Vielä ei ole tullut vastaan henkilö, kenet palkkaisin itselleni töihin. Tosin tähän myöskin saattaa vaikuttaa alani, sillä tekijöitä ei löydy joka kulmasta. Uskoisin kyllä, että voisoin hyvinkin palkata henkilön, kenet tapasin Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumissa, ainakin työkokeiluun, jos ei muuta. Tähän asti olen kuitenkin ollut hyvin tyytyväinen uusien kontaktien määrään, ketä olen tapahtumassa tavannut. Kiitos siitä.”

6 Johtopäätökset ja jatkokehitysehdotukset

Toimeksiantaja voi hyvin hyödyntää opinnäytetyön tuloksia tutkimuksen ja teorian osalta. Johtopäätöksissä pyritään esittämään konkreettisia ehdotuksia tulevia Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumia varten.

Tulosten analysointien myötä syntyi monta toimenpidesuosituksista Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumille. Kaikki nämä toimenpidesuosituksukset ovat kyselyyn sekä haastatteluun vastanneiden kehitysehdotuksia. Näistä kaikista kehitysehdotuksista tehtiin yhteenveto suosituimmista ehdotuksista. Nämä suosituksukset ovat: palautteen pyytäminen joka tapahtuman aikana, verkostoitumistapahtumia teemoittain, käyttää enemmän aikaa tapahtumien suunnitteluun, pidempiä tapahtumia sekä valmistaa tiimi paremmin tapahtumien kulkuun. Kuvio 3 näkyy tutkimustuloksista syntyneet toimenpidesuosituksukset.



Kuvio 3 Toimenpidesuosituksukset

Palautteen pyytäminen

Palautteen pyytäminen kuluneesta tapahtumasta on tärkeää. Suosittelen, että toimeksiantaja pyytäisi palautetta jokaisen verkostoitumistapahtuman aikana. Näin tiimi myös osaa parantaa tulevien tapahtumien toimintastrategiaa. Kohderyhmän kuunteleminen lisää myös ohjelman tapahtumien näkyvyyttä, kun verkostoitumistapahtumien asiakastytyväisyys on korkeampi. Tapahtuman järjestäjä saa myös kohderyhmän näkökulman tapahtuman järjestämisestä varten seuraaville kerroille. Palautetta voi pyytää joko paperisena versiona tapahtuman aikana tai mahdollisesti sähköisenä versiona linkin kautta, joka taas säästää aikaa tulosten analysoinnissa.

Verkostoitumistapahtumia teemoittain

Jatkossa Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumia kannattaa järjestää teemoittain niin, että yhdessä tapahtumassa on aina saman alan ammattilaisia ja puhujia. Viimeisimmissä tapahtumissa ei ole ollut alakohtaisia teemoja. Osallistujat ja ammattilaiset ovat olleet eri aloilta ja oman alan henkilöihin on ollut vaikeampaa tutustua. Näin kohderyhmä otettaisiin enemmän huomioon ja osallistujat voivat valita tapahtuman, johon haluavat tulla, eikä tarvitse osallistua jokaiseen tapahtumaan siinä toivossa, että löytäisivät oman alansa ammattilaisia. Näin yritykset, joilla on kyseisen alan työpaikkoja avoinna, voivat esitellä nämä tapahtuman aikana myös siinä toivossa, että paikalla on siihen alaan suuntautuvia. Verkostoitumistapahtumien teemoja voi kysyä seuraavan tapahtuman aikana osallistujilta, että mitä teemoja he haluaisivat syksyn tapahtumien olevan.

Aikaresurssi

Viimeisimpiin tapahtumiin ei olla käytetty hirveästi aikaa. Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumia on järjestetty samalla kaavalla, kun kaikki muut toimeksiantajan tapahtumia, vaikka yleisö on aivan eri. Tapahtuman järjestämiseen menee yllättävän paljon aikaa ja sitä on ollut rajallisesti kyseisen tapahtuman organisoimiseen. Jatkokehitysideana on, että käytetään tapahtuman järjestämiseen enemmän aikaa, jotta lopputulokset olisivat parempia. Näin yleisökin olisi tyytyväisempi ja tapahtumista tulisi suositumpia. Myös tapahtumien pituutta kommentoitiin. Viime tapahtumiin oli varattu ainoastaan kaksi tuntia aikaa. Jatkossa tapahtumia kannattaa pidentää sen verran, että olisi kunnolla aikaa verkostoitumiseen ja vähentää esitysten ja puhujien määrää, sillä osallistujat tulevat tapahtumaan tapaamaan potentiaalisia työnantajia, eikä kuuntelemaan jäsenyritysten ja järjestäjän puheita.

Tapahtuman markkinointi

Viime tapahtumia on markkinoitu pelkästään toimeksiantajan sosiaalisten median kanavien kautta, jotka eivät välttämättä tavoita haluttua kohderyhmää. Toimeksiantajan sosiaalisen median kanavia seuraavat muun muassa jäsenyritykset ja sen työntekijät. Tapahtumaa on jaettu Eventbrite.com verkkopalvelun kautta. Tämä tarkoittaa sitä, että vain silloin kun henkilö etsii tapahtumia pääkaupunkiseudun alueelta niin tapahtuma löytyy.

Toimenpidesuositukseksi olisi, että toimeksiantaja kehittäisi Skilled Internationals -ohjelmalle sosiaalisen median strategian, jotta tapahtuma tavoittaisi haluttua kohderyhmää. Tiimin jäsenten pitää myös jakaa tapahtumaa enemmän erilaisten kanavien kautta, jotta ohjelma saisi lisänäkyvyyttä.

Tiimin valmistautuminen tapahtumankulkuun

Viime tapahtumiin on valmistuttu hyvin rajallisella ajalla, joten tiimin jäseniäkään ei olla valmisteltu kunnolla tapahtuman kulkuun. Tapahtumaan valmistautumista ei aiemmin olla pidetty tärkeänä. Tapahtuman osallistujat myös huomaavat tämän, jos tiimi itsekään ei tiedä mitä tapahtuu tapahtuman aikana. Tiimin valmistamisen puute näkyy myös siinä, että tapahtumankulun aikatauluista ei osata pitää kiinni. Suositukseksi olisi käyttää enemmän aikaa ja kaikkien tiimi jäsenten tulisi osallistua suunnittelupalaveriin, jotta tapahtuma sujuisi ongelmitta ja kaikilla tiimin jäsenillä olisi yhteinen linja.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa toimeksiantajan Skilled Internationals -ohjelman verkostoitumistapahtumien toimivuutta sekä hyödyllisyyttä. Opinnäytetyön suunnittelu alkoi helmikuussa 2018 ja varsinainen työstäminen aloitettiin maaliskuussa. Opinnäytetyö saavutti sille asetetut tavoitteet ja tänä päivänä toimeksiantajalla on selkeämpi käsitys kohderyhmän ja muiden osallistuneiden ohjelman tapahtuman mielipiteistä. Toimeksiantaja sai myös selkeämmän käsitteen siitä, mitä kannattaa tapahtumissa muuttaa jatkoa varten.

Toimeksiantaja sai opinnäytetyön myötä erilaisia näkökulmia tapahtuman järjestämistä varten sekä huomasivat osallistujien ja kohderyhmän mielipiteen tärkeyden. Projektista on ollut toimeksiantajalle hyötyä, sillä ohjelman tapahtumia aiotaan jatkaa ensi syksynä tutkimuksesta saaduilla kehittämis ehdotuksilla ja ideoilla.

Käytetyt menetelmät todettiin hyödyllisiksi ja erityisesti kyselylomakkeella saatiin paljon positiivisia tuloksia. Kyselyn toteuttaminen oli hyvin suunniteltu yhdessä ohjelman tiimin kanssa aivoriihi ideointimenetelmällä. Kuitenkin jälkeempään miettiessä kysymykset olisivat voineet olla tarkemmin harkittuja. Ensimmäisen haastattelun jälkeen koettiin, ettei ole tarvetta useammalle haastattelulle. Haastattelusta saatiin halutut tulokset ja todettiin tutkimusmenetelmän olevan hyödyllinen pelkästään yhdellä haastattelulla.

Lähteet

Painetut

Korkman, S. 2017. Globalisaatio koetuksella: miten suomi pärjää? Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Ojasalo, K. Moilanen, T. Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Salminen, K. & Poutanen, P. 1996. Kulttuurikompassi. Helsinki: Oy Edita Ab.

Tonts, A. 2018. Verkostoidu. Vaikuta. Menesty. Helsinki: Aide Tonts.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. 5., uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Sähköiset

Abadie, Alberto & Javier Gardezabal. 2003. The Economic Cost of Conflict: A Case Study of the Basque Country. Viitattu 26.03.2019.

<https://www.aeaweb.org/articles/pdf/doi/10.1257/000282803321455188>

Actitime. 2019. Viitattu 15.5.2019

<https://www.actitime.com/project-management/importance-of-feedback>

British & Commonwealth Chamber of Commerce in Finland. 2019. Viitattu 22.02.2019.

<https://www.b3cf.com/programmes/skilled-internationals>

Cambridge Dictionary. 2019. Viitattu 14.3.2019.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/diversity>

Career Sidekick. 2019. Effective Job Search Networking Tips. Viitattu 15.05.2019

<https://careersidekick.com/effective-job-search-networking-tips/>

Culture Partnership. 2018. 10 Tips for Organising a Successful Event. Viitattu 27.4.2019

<https://www.culturepartnership.eu/en/article/10-tips-for-successful-event>

Entrepreneur Europe. 2019. Viitattu 15.04.2019

<https://www.entrepreneur.com>

Evans Craig. 2018. Marketing and Growth Hacking. 5 Steps to putting on a successful event.

Viitattu 03.05.2019.

<https://blog.markgrowth.com/5-steps-to-putting-on-a-successful-event-aab87538072f>

Evensis. 2018. Post-Event Feedback & Evaluation: Why it is Important and How to do it Right

<https://www.evensis.com/blog/post-event-feedback-evaluation-why-it-is-important-and-how-to-do-it-right/>

Giovanni Prarolo & Elena Bellini & Gianmarco I.P. Ottaviano & Dino Pinelli, 2009. Cultural Diversity and Economic Performance: Evidence from European Regions. Viitattu 26.02.2019.

<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/48212/1/664195679.pdf>

Helsinki Times. 2010. The secret to getting a job in Finland. Viitattu 28.04.2019.

<http://www.helsinkitimes.fi/htimes2/domestic-news/general/13510-the-secret-to-getting-a-job-in-finland.html>

Jeremy Tipper. 2004. How to Increase Diversity through Your Recruitment Practices. Viitattu 20.3.2019.

<https://doi.org/10.1108/00197850410542392>

Kirsti Levander. 2016. Foreign Graduates Have Immense Underutilised Potential. Viitattu 04.04.2019.

<https://lehti.tek.fi/koulutus/foreign-graduates-have-immense-underutilised-potential>

The Balance Small Businesses. 2019. What is business networking and what are the benefits. Viitattu 05.05.2019.

<https://www.thebalancesmb.com/what-is-business-networking-and-what-are-the-benefits-2947183>

Valtiovarainministeriö. 2013. Viitattu 14.04.2019

<https://vm.fi/etusivu>

Hunt, V, Layton, D. & Prince, S. 2015. Diversity Matters. Viitattu 21.3.2019.

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/organization/our%20insights/why%20diversity%20matters/diversity%20matters.ashx>

Wisestep. 2016. Why is Networking still one of the Best Ways to Get a Job. Viitattu 16.05.2019.

<https://content.wisestep.com/networking-one-best-ways-get-job/>

Kuviot

Kuvio 1. Ensimmäisen kysymyksen vastaukset	18
Kuvio 2. Seitsemännän kysymyksen vastaukset	20
Kuvio 3 Toimenpidesuositukset	23

Liitteet

Liite 1.....	31
Liite 2.....	32

Liite 1

1. How was your overall experience at the Skilled Internationals Event?

Venue	1	2	3	4	5
Content	1	2	3	4	5
Purpose	1	2	3	4	5

2. Have you participated in this event before?

Yes

No

3. What do you think of the Skilled Internationals Programme?

4. Did you find the presentations of the speakers useful?

Yes

No

Why?

5. What are your expectations from the programmes events?

6. Did you find any useful contacts during the event?

7. Has the programme affected your job search?

Yes

No

Why?

8. Finally, do you have any suggestions for future events?

Liite 2

Mikä on yleinen vaikutelmasi kaikista Skilled Internationals -ohjelman tapahtumista?

Ovatko tapahtumat mielestäsi onnistuneet? Miksi?

Onko ohjelma mielestäsi hyödyllinen?

Mitä voitaisiin tehdä, jotta tapahtumista saataisiin menestyksekkäämpiä?

Oletko valmis palkkaamaan/ valmis tekemään yhteistyötä jonkun kanssa, jonka tapasit tapahtumassa?