

HUOM! Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutukseltaan ja painoasultaan.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Jäppinen, T & Pitkäpaasi, P. (2020). Myyntiosaamisella työhön! - Korkeakoulutetut maahanmuuttajat ammatillisessa täydennyskoulutuksessa. *Kieli, koulutus ja yhteiskunta*, 11(4). <https://www.kieliverkosto.fi/fi/journals/kieli-koulutus-ja-yhteiskunta-kesakuu-2020/myyntiosaamisella-tyohon-korkeakoulutetut-maahanmuuttajat-ammattillisessa-taydennyskoulutuksessa>

PLEASE NOTE! This is an electronic self-archived version of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version:

Jäppinen, T & Pitkäpaasi, P. (2020). Myyntiosaamisella työhön! - Korkeakoulutetut maahanmuuttajat ammatillisessa täydennyskoulutuksessa. *Kieli, koulutus ja yhteiskunta*, 11(4). <https://www.kieliverkosto.fi/fi/journals/kieli-koulutus-ja-yhteiskunta-kesakuu-2020/myyntiosaamisella-tyohon-korkeakoulutetut-maahanmuuttajat-ammattillisessa-taydennyskoulutuksessa>

© 2020 Kieliverkosto ja kirjoittajat

Myyntiosaamisella työhön! – Korkeakoulutetut maahanmuuttajat ammattillisessa täydennyskoulutuksessa

Hyviä myyjiä tarvitaan kaikilla toimialoilla. Vaativassa henkilökohtaisessa yritysmyyntissä on kyse asiantuntijatyöstä, jossa korkeakouluopinnot ovat eduksi. Monella korkeakoulutetulla maahanmuuttajalla on hankaluuksia löytää koulutustaan vastaavaa työtä, ja siksi järjestimme Haaga-Heliassa tälle kohderyhmälle räätälöidyn myynnin täydennyskoulutuksen. Kerromme tässä artikkelissa koulutukseen toteutuksesta, koulutukseen kohdistuneista ristiriitaisista odotuksista ja siitä, mitä kokemuksistamme voi oppia.

Kirjoittanut: Tuula Jäppinen ja Pirjo Pitkäpaasi

Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa järjestettiin vuoden 2019 syksyllä 30 opintopisteen laajuinen suomenkielinen myyntityön täydennyskoulutus, jonka kohderymänä olivat korkeakoulututkinnon suorittaneet maahanmuuttajat. Koulutus oli osa Opetushallituksen rahoittamaan hanketta [Korkeasti koulutettujen maahanmuuttajien osaaminen käyttöön Suomessa](#). Hankkeen tavoitteena on edistää pääkaupunkiseudun korkeasti koulutettujen maahanmuuttajien kotoutumista, tunnistaa heidän osaamistaan ja tukea nopeaa siirtymistä sopivalle koulutus- ja urapolulle

Hankkeessa oli mukana neljä korkeakoulua sekä pääkaupunkiseudun kaupungit. Kukin korkeakoulu valitsi täydennyskoulutukseensa oman aiheen. Hankkeen koulutuspolkuja on kuvattu piirrosvideossa [Osaaminen käyttöön Suomessa – työllistymisen monet polut](#). Haaga-Helian täydennyskoulutuksen sisältönä oli vaativa henkilökohtainen myyntityö erityisesti yritysten välisessä kaupassa. Tämä sisältö valittiin, koska myynnin osaajista on pulaa monilla eri toimialoilla ja myyntitehtäviin on jatkuvasti avoimia työpaikkoja. Lisäksi myyntiosaamista tarvitaan kaikissa kehittämissä asiantuntijatehtävissä omien ideoiden ja ajatusten myymisessä sekä oman osaamisen myymisessä potentiaalisille työnantajille.

Haaga-Heliassa oli hyvät edellytykset käynnistää tällainen täydennyskoulutus, koska taustalla oli jo yli 12 vuoden kokemus myynnin asiantuntijoiden tutkintokoulutuksesta. Sen ympärille on rakentunut laaja yritysverkosto, joka on kiinnostunut korkeakoulutetuista myynnin osaajista. Yritykset myös osallistuvat aktiivisesti koulutukseen. Koulutus on tuottanut hyviä tuloksia: myynnin koulutusohjelmasta valmistuneet tradenomit ovat työllistyneet erittäin hyvin. Haaga-Helian opiskelijat ovat myös sijoittuneet hyvin ja voittaneet useasti vuosittain järjestettävässä kansallisessa Best Seller Competition -myyntikilpailussa. Haaga-Helia on mukana yhdysvaltalaisen Sales Education Foundationin (SEF) myynnin koulutuksen huippuoppilaitosten listalla, johon valittiin vain 19 oppilaitosta Yhdysvaltain ulkopuolelta.

Täydennyskoulutukseen osallistuvilta maahanmuuttajilta ei edellytetty kaupallisen alan koulutusta, ainoastaan kiinnostusta myyntityötä kohtaan ja korkeakoulututkintoa. Lähtökohtana oli, että jokaisella alalla tarvitaan myyntiosaamista. Osallistujien koulutustausta vaihteli paljon. Koulutusaloja olivat juridiikka, johtaminen, englannin kielen filologia, liiketalous, matkailu, viestintä ja elintarviketiede. Osa oli suorittanut tutkinnon Suomen ulkopuolella, osa Suomessa englannin kielellä ja osa molemmilla tavoilla.

Koulutukseen haki ja valittiin 15 opiskelijaa, joista 11 ilmoitti ottavansa opiskelupaikan vastaan. Kymmenen opiskelijaa aloitti opinnot. Yksi työllistyi nopeasti ja keskeytti siksi täydennyskoulutuksen, ja yhden opinnot keskeytettiin yhteistyössä TE-toimiston kanssa puutteellisten opiskeluedellytysten vuoksi. Koulutuksen suoritti lopulta kahdeksan opiskelijaa.

Koulutus pähkinäkuoressa

Koulutuksen laajuus (30 op) vastasi yhden lukukauden korkeakouluopintojen laajuutta. Täydennyskoulutus koostui kuudesta opintojaksosta:

- Myynti- ja viestintäosaaminen, 12 op
- Yritystyöskentely, 9 op
- Tietotekniset taidot, 3 op
- Johdanto taloudelliseen ajatteluun, 2 op
- Johdanto asiakasymmärryksen palvelumuotoilussa, 2 op
- Urasuunnittelu, 2 op.

Myynti- ja viestintäosaaminen -opintojakso sisälsi sekä myyntityön opetusta että suomen kielen taidon kehittämistä. Integroitu opetus toteutettiin opettajien yhteistyössä niin, että myyntityön opettaja ja suomen kielen opettaja suunnittelivat opetuksen alusta loppuun yhdessä ja olivat molemmat läsnä oppitunneilla. Opetuspuheen ja tehtävänantojen kieleen kiinnitettiin erityistä huomiota, ja tunneilla pysähdyttiin usein käsittelemään ja selittämään uusia käsitteitä. Pari- ja ryhmätyötehtävien aikana suomen opettaja kiersi luokassa auttamassa ja tekemässä havaintoja kielituen tarpeesta. Muutamalla tapaamiskerralla keskityttiin pelkästään viestintään, ja silloin käsiteltävinä teemoina olivat kulttuurienväläinen viestintä ja työyhteisöviestintä. Pääosin tuntien teemana oli myyntityö eri näkökulmista, ja suomen kieli sisältyi erottamattomana osana substanssin opetukseen.

Luokkatilanteiden lisäksi suomenopettaja tapasi opiskelijoita henkilökohtaisissa ohjaustapaamisissa. Niissä käsiteltiin muun muassa oppimispäiväkirjojen tekstejä. Opiskelijat pitivät päiväkirjaa, johon he kirjoittivat opiskelupäivistä vapaamuotoisesti: mitä aiheita kyseisenä päivänä käsiteltiin, mikä niissä oli uutta tai jostakin syystä mieleen jäävää. Samalla opiskelijat tulivat kerranneeksi opiskeltuihin teemoihin liittyvää kieltä, ja heillä oli mahdollisuus syventää teemoja kirjoittamalla lukemastaan lisämateriaalista. Opintojakson päätteeksi opiskelijat koostivat päiväkirjoista oppimisraportin, joka oli yksi arvioituista suorituksista.

Suullista kielitaitoa harjoiteltiin integroituna opetuskeskusteluun ja myyntikohtaamisten opetteluun. Myyntikeskustelua harjoiteltiin vaihe vaiheelta. Tavoitteellinen keskustelu alkaa luottamuksen rakentamisella ja yhteistyösuhteen luomisella. Huolellisen tarpeiden kartoituksen jälkeen esitellään asiakkaalle sopiva ratkaisu ja vastataan sen herättämiin kysymyksiin. Lopuksi sovitaan joko seuraavasta tapaamisesta, kaupasta tai yhteistyöstä jatkossa. Jokaiseen vaiheeseen liittyviä kysymyksiä ja vastauksiin reagoimista harjoiteltiin yhdessä ja parityönä. Opiskelijat käyttivät Haaga-Helium SalesLab-tilaa, jossa on helppo videoida keskustelua. Näyttötehtävänä jokainen opiskelija veti myyjän roolissa keskustelun ja myyntityön opettaja esitti ostajayrityksen edustajan roolin.

Yritystyöskentelyn tavoitteena oli tutustuttaa opiskelijat oman ja opiskelijakollegojen työskentelyn kautta monimuotoisiin asiantuntijaorganisaatioihin ja antaa kokemusta suomalaisesta työskentelykulttuurista. Tavoite oli laajentaa opiskelijoiden ymmärrystä siitä, minkälaisiin työpaikkoihin ja tehtäviin heillä on mahdollisuus oman taustansa ja koulutuksensa ansiosta hakea.

Opiskelijat jakoivat yrityksistä kertynyttä tietoa ja kokemuksia toisilleen yritystyöskentelyn väliseminaareissa ja lopputapahtumassa. Väliseminaarit järjestettiin vuorotellen eri kumppaniyrityksissä.

Edellä kuvatun lisäksi koulutuksessa haluttiin varmistaa, että opiskelijoilla on riittävät tietotekniset taidot, ja vahvistaa heidän ymmärrystään kannattavasta liiketoiminnasta ja hinnoittelusta sen lähtökohtana. Henkilökohtaisessa myyntityössä ratkaisu usein räätälöidään asiakkaan tarpeita vastaavaksi, ja siksi koulutuksessa oli mukana palvelumuotoilun perusteet. Työllistymisen tueksi järjestettiin urasuunnitteluosuus.

Koulutus kesti 16 viikkoa. Opetus järjestettiin pääosin lähiopetuksena Moodle-verkko-oppimisympäristöä hyödyntäen. Opiskelijat osallistuivat myös kumppaniyritysten järjestämiin ½–1 päivän valmennuksiin yhdessä suomalaisten myynnin tutkinto-opiskelijoiden kanssa. Yritystyöskentely ajoittui koulutusviikoille 8–14. Sinä aikana opiskelijat olivat kolme päivää yrityksessä ja kaksi päivää koululla.

Hankkeen rahoittaja, Opetushallitus, arvioi hankkeen onnistumista muun muassa sen perusteella, kuinka moni opiskelija työllistyy koulutuksen käytyään ja kuinka hyvin projektin aikana kehitetyt toimintamallit jäävät pysyväksi osaksi pääkaupunkiseudun korkeasti koulutettujen maahanmuuttajien kotoutuksen ekosysteemiä. Kerromme seuraavaksi niistä tekijöistä, jotka vaikuttivat Myyntiosaamisella työhön! -täydennyskoulutuksen onnistumiseen.

Yrityskumppanien odotukset: sujuva suomen kielen taito

Haaga-Helian opettajat rekrytoivat koulutukseen mukaan tulevat yritykset. Opiskelijoiden ja kumppaniyritysten yhteen saattaminen oli järjestetty niin, että yritykset kävivät ensin esittäytymässä opiskelijoille ja opiskelijat kirjoittivat harjoitteluhakemuksen itseään kiinnostaviin yrityksiin. Sen jälkeen yritykset haastattelivat hakijansa ja esittivät toiveensa heille tulevasta harjoittelijasta. Tällaiseen menettelyyn päädyttiin siksi, että opiskelijat saisivat kokemuksia työnhakuhaastatteluista ja voisivat hioa työnhakutaitojaan ja että yrityksillä olisi mahdollisuus valita harjoittelijansa.

Valintamenettelyn yhteydessä tuli esiin eroja siinä, minkälaista suomen kielen taitoa yritykset odottivat harjoittelijalta. Myyntityön luonteen vuoksi suullinen kielitaito korostui, ja haastattelu oli hyvä tapa saada käsitys siitä. Kouluttajien ja opiskelijoiden suureksi pettymykseksi kaksi yritystä vetäytyi yhteistyöstä haastattelujen jälkeen, koska ne eivät pitäneet ketään haastateltavista itselleen sopivana hakijana suomen kielen taidon tai motivaation puutteista johtuen.

Työnantajat odottavat, että työhön valittavalla on tehtävässä tarvittava kielitaito valmiina. Maahanmuuttajat ja heidän kouluttajansa taas toivovat työpaikan tarjoavan autenttisen ympäristön työelämässä tarvittavan kielitaidon vahvistamiseen. (Ks. esim. Ronkainen & Suni 2019.) Tämä odotusten ristiriita konkretisoitui meidänkin koulutuksessamme, vaikka kyse oli työharjoittelusta eikä työsuhteen solmimisesta. Lopulta neljä yritystä päätti ottaa yhden tai kaksi harjoittelijaa: Blåkläder, Lassila&Tikanoja, Promotion Point ja Trainers´ House.

Opiskelijoiden odotukset: toimintatavat ja käsitys myyntityöstä

Opiskelijoiden odotusten taustalla tuntui vaikuttavan aiempi kokemus työharjoittelua sisältävistä koulutuksista. Heidän oletuksensa oli, että kaikille koulutukseen valituille on automaattisesti työharjoittelupaikka tarjolla. Tarkoitus tietysti olikin, että kaikki suorittavat harjoittelun, ja kumppaniyrityksiä oli sitä varten hankittu alun perin riittävä määrä. Vaikka harjoittelupaikan

hakumenettelystä ja keskinäisestä kilpailusta halutuimpiin yrityksiin kerrottiin opiskelijoille useaan kertaan ja opettajat auttoivat hakemusten kirjoittamisessa, kaikki eivät kokeneet tarpeelliseksi panostaa hakemuksiin ja työhaastatteluihin. He eivät antaneet itsestään hyvää kuvaa eivätkä tulleet valituiksi mihinkään kumppaniyrityksistä. Tästä seurasi parin yrityksen vetäytyminen, ja uusi tilanne pakotti uudelleenjärjestelyihin. Ilman harjoittelupaikkaa jääneille tarjottiin mahdollisuus osallistua samaan aikaan pidetylle kansainvälisten tutkinto-opiskelijoiden suomen kielen kurssille ja työharjoittelun seminaareihin.

Toinen lähtöoletus, joka vaikutti opiskelijoiden odotuksiin, liittyi kielenoppimiseen. Oppiiko kieltä substanssiopintojen yhteydessä, jos ei ole erillisiä kielen oppitunteja? Jotkut toivat palautekeskustelussa esiin toiveen Business Finnish -tyyppisestä kurssista, jolla opetettaisiin myynnin sanastoa. Ammattialakohtainen kieli on kuitenkin laajempi asia kuin pelkkä sanasto. Suomen kielen opiskelu oli koko koulutuksen ajan mukana substanssiopetuksessa, kielestä keskusteltiin yhdessä ja kirjoitettiin oppimispäiväkirjaan. Kielen käyttöä harjoiteltiin myös myyntikeskusteluissa. Tätä eivät kuitenkaan kaikki pitäneet kielen opiskeluna. Funktionaalinen lähestymistapa saattoi tuntua opiskelijoille vieraalta aiemmasta kielenopiskelutraditiosta johtuen, vaikka kielenoppisen tavoistakin keskusteltiin monesti koulutuksen aikana. Palautteista välittyi toki kokemus siitä, että suomen kielen taito oli parantunut koulutuksen aikana.

Käsitys myyntityöstä perustuu yleensä omiin kokemuksiin kuluttaja-asiakkaana ja on valitettavan usein stereotyyppinen ja suppea. Yritysten välisessä liiketoiminnassa myyntityö on monipuolista. Työ vaatii myyjältä kiinnostusta asiakkaan liiketoimintaa kohtaan, liiketoiminnan ymmärtämistä sekä tahtoa ja luovuutta asiakaskohtaisen tilanteen ratkaisuun ja asiakkaan odotusten ylittämiseen. Koulutukseen osallistuneista maahanmuuttajista vain yhdellä oli aikaisempaa kokemusta myyjän työstä ja sekin kuluttajamyynnistä. Tästä johtuen opiskelijoiden odotukset ja käsitykset myyntityöstä liittyivät kuluttajamyyniin. Työmahdollisuuksiin liittyi myös joitakin negatiivisia käsityksiä myyntityöstä, esimerkiksi puhelin- ja ständityöstä, eikä yritysmyynnin tarjoamia mahdollisuuksia välttämättä onnistuttu kuvaamaan ja havainnoimaan riittävästi koulutuksen aikana.

Opettajien odotukset: motivaatio ja sitoutuminen

Opettajat olivat suunnitelleet koulutuksen olettaen, että opiskelijoilla on korkeakouluopintoihin riittävät opiskelutaidot ja tietotekniset taidot. Opiskelijoilta odotettiin vähintään B1-tasoista suomen kielen taitoa ja valmiutta opiskella suomen kielellä. Koulutuksen teeman vuoksi opiskelijoilla oletettiin olevan kiinnostusta myyntityötä kohtaan, sisäistä motivaatiota uuden oppimiseen ja tahtoa myyntityöhön työllistymiseen. Lisäksi odotettiin sitoutumista paljon työtä vaativaan täyspäiväiseen opiskeluun.

Hakijat haastateltiin keväällä 2019. Hakijoiden vähyden vuoksi karsintaa ei käytännössä tehty, vaan kaikki hakijat, joilla oli korkeakoulututkinto, hyväksyttiin. Se johti kaikkien edellä mainittujen oletusten osalta erittäin heterogeeniseen opiskelijaryhmään. Oikean kohderyhmän tavoittaminen osoittautui yllättävän vaikeaksi, vaikka koulutus järjestettiin pääkaupunkiseudulla, missä asuu suurin osa Suomen maahanmuuttajista. Koulutuksesta tiedottamisessa oli käytetty mahdollisimman monia kanavia: TE-toimistoja, kotoutumiskoulutuksen järjestäjiä, maahanmuuttajajärjestöjä, rekrytointitapahtumia, SIMHE-verkostoa, tiedotustilaisuuksia ja oppilaitosten verkkosivuja. Joko tieto ei kuitenkaan välittynyt tai koulutuksen sisältö, myyntityö, ei herättänyt riittävästi kiinnostusta.

Kumppaniyrityksiltä opettajat odottivat myönteistä asennetta monikulttuurista henkilöstöä kohtaan ja valmiutta ohjata työharjoittelijaa seitsemän viikon ajan kolmena päivänä viikossa. Lisäksi toivottiin, että opiskelijalle tarjotaan mahdollisuus seurata päivittäistä työskentelyä mahdollisimman

monessa yrityksen tehtävässä ja osallistua työskentelyyn osaamisensa ja kiinnostuksensa mukaan. Kumppaniyritysten rekrytoinnissa käytettiin tutkintokoulutuksen myötä kertynyttä yrityspoolia. Harjoittelusysteemi oli samankaltainen kuin tutkintokoulutuksessa ja siksi kumppaniyrityksille entuudestaan tuttu. Harjoittelijoiden kielitausta herätti yrityksissä jonkin verran huolta siitä, miten paljon harjoittelijan ohjaaminen tulisi sitomaan työaikaa. Niissä yrityksissä, jotka ottivat harjoittelijan tai harjoittelijoita vastaan, yhteistyö sujui erinomaisesti. Työpaikkaohjaajat näkivät vaivaa rakentaakseen hyvän harjoitteluohjelman, ja harjoittelijan omat kiinnostuksen kohteet otettiin mahdollisuuksien mukaan huomioon ohjelmaa suunniteltaessa.

Mitä opittiin?

Opiskelijat saivat täydennyskoulutuksen ja erityisesti yritystyöskentelyn aikana näkemystä ja kokemusta siitä, millaisiin tehtäviin he voisivat tulevaisuudessa hakeutua, ja opiskelijoille tarjottiin tukea työnhakuun uraohjauksessa. Kukaan täydennyskoulutetuista ei työllistynyt heti koulutuksen jälkeen. Ajankohta muuttui työnhauulle haasteelliseksi koulutuksen päättymistä seuraavina kuukausina, sillä koulutus loppui juuri koronakevään kynnyksellä.

Jos vastaavaa täydennyskoulutusta järjestetään jatkossa, on hyvä tehdä selkeäksi sekä opiskelijoille että yrityksille, mitä he voivat odottaa täydennyskoulutukselta ja toisiltaan. Keskeinen onnistumisen eli työllistymisen edellytys on tavoittaa koulutukseen oikea, työllistymiseen motivoitunut kohderyhmä. Siihen tarvitaan tiedotusta useiden tahojen yhteistyönä ja paljon viestintää eri kanavissa. Myyntityöhön valmentavaan koulutukseen pitäisi saada osallistujia, joita juuri myyntityö kiinnostaa ja jotka ovat henkilökohtaisilta ominaisuuksiltaan myyntityöhön sopivia. Myyjäksi ei tarvitse syntyä, vaan myyntityötä voi opettaa ja oppia. Sen on Haaga-Helian pitkä kokemus tutkinto-opiskelijoiden koulutuksesta osoittanut.

Myyntityössä onnistuminen vaatii motivaation lisäksi tiettyjä henkilökohtaisia ominaisuuksia ja erityisesti oikeaa asennetta. Professori Fred Luthans on kollegoineen määritellyt käsitteen psykologinen pääoma, jossa on neljä ulottuvuutta. Ne ovat toivo, optimismi, sinnikkyys ja itseluottamus. Niiden kehittäminen lisää yksilön energiaa, luovuutta, ihmissuhteiden laatua, suorituskykyä ja terveyttä ja vaikuttaa siten myönteisesti myyntityössä toivottuun asenteseen, käyttäytymiseen ja suorituskykyyn. Toisaalta psykologinen pääoma vähentää stressiä, kyynisyyttä ja ahdistusta sekä ei-toivottua asennetta ja käyttäytymistä. (Avey, Reichard, Luthans & Mhatre, 2011.)

Täydennyskoulutuksessamme oli nähtävissä joidenkin opiskelijoiden pitkään jatkuneen työttömyyden ja suomalaisen tukijärjestelmän negatiivinen vaikutus itseluottamukseen, aloitteellisuuteen ja motivaatioon työllistyä. Olisi siksi kaikkien osapuolten kannalta toivottavaa, että maahanmuuttajat pääsisivät kiinni työelämään mahdollisimman pian Suomeen muutettuaan.

Usein sisääntuloammatit tarjoavat maahanmuuttajille ensimmäisen väylän työelämään. Moni korkeastikin koulutettu maahanmuuttaja kuitenkin juuttuu työrallan johonkin sisääntuloammattiin, kuten siivoustyöhön, kaupan varasto- ja hyllytystehtäviin tai erilaisiin työkokeiluihin vähäistä osaamista vaativissa tehtävissä. Tällaista kehitystä oli nähtävissä myös meidän opiskelijajoukossamme. Työskentely suomalaisessa asiantuntijaorganisaatiossa oli lähes kaikille uusi kokemus huolimatta siitä, että monet olivat asuneet Suomessa useita vuosia, jopa kymmenen vuotta. Sisääntuloammateissa on vain rajallinen mahdollisuus kehittyä suomen kielen taidossa (ks. esim. Strömmer 2017), eikä työ kerrytä meriittejä vaativampien tehtävien hakemista varten. Myyntityön täydennyskoulutuksella haluttiin auttaa siirtymisessä suorittavasta työstä asiantuntijatehtäviin. Opiskelijat saivat ansioluettelonsa merkinnän työkokemuksesta ja

mahdollisuuden laajentaa verkostoaan kontakteilla esimiestehtävissä toimiviin henkilöihin ja alan työmarkkinajärjestön työntekijöihin.

Yhteiskunnassa menetetään valtavasti osaamista, ellei maahanmuuttajien työpanosta osata hyödyntää myös asiantuntijatehtävissä. Kielitietoisista työpaikoista on onneksi alettu puhua yhä enemmän. Tarvitaan hyviä esimerkkejä ja toimivia malleja sen suhteen, kuinka työnantajat voivat tukea suomea toisena kielenä käyttäviä työyhteisön jäseniä. Työnantajia tulisi rohkaista työllistämään korkeakoulutauksia maahanmuuttajia koulutustaan vastaaviin tehtäviin. Koulutuksessamme mukana olleet työnantajat kertoivat palautteissaan olleensa erittäin tyytyväisiä harjoittelujaksoon. He arvostivat opiskelijoiden osoittamaa sinnikkyyttä ja osasivat hyödyntää opiskelijoiden osaamista ja monipuolista kielitaitoa: suomen taidon lisäksi myös esimerkiksi englannin, espanjan ja venäjän kielen taitoa.

”Tällainen yhteistyö opettaa yrityksiä näkemään miten upeita, töitä haluavia maahanmuuttajia on. Minuun teki vaikutuksen harjoittelijan suomen kielen taito, vaikka hän on ollut vasta alle neljä vuotta Suomessa. Heissä on valtava potentiaali.” (Kumppaniyrityksen edustajan palaute)

Tuula Jäppinen on suomen kielen ja viestinnän lehtori Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa.

Pirjo Pitkäpaasi on myyntityön lehtori Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa.

Lähteet

Avey, James, Reichard, Rebecca, Luthans, Fred & Mhatre, Ketan 2011. Meta-Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes, Behaviors, and Performance. Human Resource Development Quarterly, vol 22, no.2.

Ronkainen, Reetta & Suni, Minna 2019. Kotoutumiskoulutus kielikoulutuksena: kehityslinjat ja työelämäpainotus. Teoksessa Kazi, Villiina & Alitolppa-Niitamo, Anne & Kaihovaara, Antti (toim.). Kotoutumisen kokonaiskatsaus 2019: Tutkimusartikkeleita kotoutumisesta. TEM oppaat ja muut julkaisut 2019:10. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-487-7>

Strömmer, Maiju 2017. Mahdollisuuksien rajoissa: neksusanalyysi suomen kielen oppimisesta siivoustyössä. Jyväskylä Studies in Humanities 336. Jyväskylän yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-7265-3>