



Stipendiaattien kansainväliset kokemukset osana markkinoinnin kehittämistä

Rosa Tuominen

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Stipendiaattien kansainväliset kokemukset osana markkinoinnin kehittämistä

Rosa Tuominen
Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2021

Rosa Tuominen

Stipendiaattien kansainväliset kokemukset osana markkinoinnin kehittämistäVuosi 2021 Sivumäärä 35

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitolle (SAM). SAM ja erityisesti SAM apurahasäätiö on myöntänyt apurahoja suomalaisille korkeakouluopiskelijoille jo vuodesta 1945. Vuosittain jaettavien apurahojen yhteissumma on noin 130 000 dollaria. Stipendit on tarkoitettu SAM Suomen jäsenille lukuvuoden mittaisiin kauppatieteiden, tekniikan alan sekä humanististen tieteiden ja kulttuurin jatko-opintoihin ja/tai tutkimustyöhön amerikkalaisissa yliopistoissa ja korkeakouluissa. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten Yhdysvalloissa opiskelu on vaikuttanut stipendiaattien koulutukseen, uraan ja elämään, sekä mikä vaikutus apurahan saannilla on ollut Yhdysvalloissa opiskeluun. Tutkimus tehtiin ekyselynä, jonka kohderyhmäksi valikoitui vuosina 2010-2021 apurahoja saaneet opiskelijat. Tutkimuksen tavoitteena oli myös selvittää, ovatko apurahoja saaneet henkilöt päässeet hyödyntämään kansainvälisyyttään ja onko sitä arvostettu työelämässä tai muissa projekteissa.

Opinnäytetyössä kerrotaan Suomi-Amerikka Yhdistysten liitosta, SAM apurahasäätiön toiminnasta, kansainvälisyydestä opinnoissa ja työelämässä, markkinoinnista sekä Yhdysvalloista opiskelumaana. Opinnäytetyössä kerrotaan myös, mitä tarinallistaminen ja kokemuseräinen markkinointi ovat ja miksi niitä tulisi hyödyntää markkinoinnissa. Aineistona on käytetty laajasti eri kirjallisuutta, sekä artikkeleita. Tutkimustuloksista kävi ilmi, että kansainvälisyyttä arvostetaan erityisesti työelämässä ja ulkomailta saadut kontaktit ovat tuoneet paljon mahdollisuuksia myöhemmin elämässä. Tuloksista ilmeni myös kuinka tärkeitä myönnetyt apurahat ovat olleet ja kuinka ne ovat ylipäättään mahdollistaneet opiskelun toteutumisen Yhdysvalloissa.

Yhteenvetona voidaan todeta, että moni opiskelija ei pystyisi lähtemään opiskelemaan Yhdysvaltoihin ilman SAM Apurahasäätiön myöntämiä apurahoja. SAM Suomi tekee todella tärkeää työtä auttaakseen suomalaisia korkeakouluopiskelijoita kansainvälistymään.

Rosa Tuominen

Scholars International Experiences as a Part of Marketing

Year	2021	Pages	35
------	------	-------	----

This thesis was made for The League of Finnish Societies (SAM). SAM and especially The SAM Foundation has offered scholarships for Finnish students since 1945. The total amount of awarded scholarships annually is approximately 130 000 dollars. The scholarships are intended for SAM Suomi members for academic year long graduate studies in economics, technology, humanities science and culture studies and/or research work at American universities and colleges. The main purpose of this study was to research how studying in the United States of America has affected the lives and careers of the students who have been granted with scholarships and how much those scholarships have contributed to the possibility to be able to go and study abroad. The study was conducted by making a questionnaire in Google Forms and it was sent by email to all the students who got scholarships during the years of 2010-2021. The goal for this study was also to find out, if the students who got the scholarships been able to benefit from their international experience and use that in their studies, careers, or other projects.

In this Bachelor's thesis, there will be information about The League of Finnish Societies, the SAM Foundation, the importance of international experience in school- and work life as well as marketing and why students find it intriguing to study in the United States of America. In addition to that, there will also be information about storytelling and experiential marketing and why they should be used in marketing. Several different books and articles have been used as theoretical framework in this thesis. The results of the study that was made indicate, that international experience is appreciated especially in work life and the contacts that have been made in studying abroad, have brought up many possibilities later in life. The results also show how important the scholarships have been and how they have enabled the possibility to study in The United States in the first place.

The main conclusion is that many students wouldn't be able to study in The United States without the scholarships that SAM Foundation offers. SAM Finland does very important work to help Finnish students gain international experience.

Keywords: scholar, scholarship, The United States of America, internationality

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Suomi-Amerikka Yhdistysten liitto.....	7
2.1	Myönnettävät apurahat.....	7
2.2	Muu yhdistyksen toiminta	8
2.3	Yhdysvallat opiskelumaana	9
3	Kansainvälisyyden toteutuminen Suomessa	10
3.1	Kansainvälisyys opinnoissa	11
3.2	Kansainvälisyys työelämässä.....	13
4	Tarinallistaminen osana markkinointia.....	14
4.1	Stooripuu-menetelmä	15
4.2	Kokemusperäinen markkinointi	17
5	Tutkimusmenetelmät	18
6	Stipendiaattien ajatuksia	19
7	Yhteenveto	29
	Lähteet	30
	Kuviot.....	32
	Liitteet	33
	Liite 1. Kyselylomake.....	34

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö tutkii Suomi-Amerikka Yhdistysten liiton ja nimenomaan SAM apurahasäätiön avulla Yhdysvaltoihin lähteneiden stipendiaattien kokemuksia ulkomailla opiskelusta. Opinnäytetyö tutkii myös, miten Yhdysvalloissa opiskelu on vaikuttanut stipendiaattien urapolkuihin ja elämään ja kuinka suuri merkitys apurahan saannilla on ollut opintoihin lähtiessä. Kohderyhmänä oli vuosina 2010-2021 SAM apurahasäätiön kautta apurahoja saaneet opiskelijat. Opinnäytetyössä käsitellään myös kokemuseräistä markkinointia, tarinallistamista osana markkinointia sekä kansainvälisyyden merkitystä niin koulutuksessa kuin työelämässä. Työssä käsitellään myös Yhdysvaltoja opiskelukohteena ja miksi juuri kyseinen maa kiehtoo suomalaisia opiskelijoita.

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkimustulosten avulla saada selville, millaisia kokemuksia apurahan saaneilla stipendiaateilla on niin opiskelusta Yhdysvalloissa, kuin myös sen vaikutuksista urapolkuihin ja muuhun elämään. Näitä tuloksia on tarkoitus käyttää Suomi-Amerikka Yhdistyksen markkinoinnissa tulevaisuudessa, esimerkiksi artikkelin muodossa heidän jäsenlehdessään, joka ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Tämä tutkimus tuottaa myös mielenkiintoista tietoa kansainvälisyydestä ja kuinka tärkeää se on alasta riippumatta.

2 Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitto

Suomi-Amerikka Yhdistysten liitto (SAM) on poliittisesti sitoutumaton Suomen ja Yhdysvaltain välinen ystävyysjärjestö, jonka tavoitteena on syventää maiden välisiä suhteita, kulttuurien vaihtoa sekä edistää nuorten mahdollisuuksia päästä opiskelemaan tai työharjoitteluun Yhdysvaltoihin. SAM toimii myös jäsenyhdistyksensä valtakunnallisena keskusjärjestönä. SAM:n tavoitteena on tulla Suomen johtavaksi opiskelupaikkoja, kesätyöpaikkoja ja stipendiaatteja Yhdysvaltoihin välittäväksi keskuksesi ja tietolähteeksi. Lisäksi SAM tarjoaa monipuolisia tapahtumia sekä koulutusta ja jäsenille mahdollisuutta kehittää taitojaan paikallisyhdistysten toiminnassa. (SAM Suomi 2021.)

Koronapandemian takia myös SAM:n toimintaympäristö on muuttunut, koska ohjelmia ja tapahtumia on jouduttu perumaan. Tästä syystä hallitus päätti kokoontua loppukesästä 2020 ja tehdä tarvittavia uudistuksia. Vuosi 2021 on Suomi-Amerikka Yhdistysten liiton 78. toimintavuosi. Vuoden 2021 päätavoitteena ovat:

- siirtymäaika printistä digiviestintään
- tiiviimmät yhteistyömahdollisuudet muiden vastaavien organisaatioiden ja toimijoiden kanssa
- uuden rakennemallin työstäminen jäsenyhdistykselle
- toiminnan rahoituksen ja varainhankinnan laajaa-alainen kartoitus.

Näiden päätavoitteiden tarkoituksena on lisätä yhdistyksen toiminnan tunnettavuutta sekä varmistaa toiminnan jatkuvuus. (SAM Suomi 2021.)

2.1 Myönnettävät apurahat

SAM Suomi on myöntänyt apurahoja jo vuodesta 1945, mutta nykyinen SAM apurahasäätiö on perustettu vuonna 1970 ja se on itsenäinen säätiö, jonka toiminta tulee SAM:n missiota.

Omien apurahojensa lisäksi SAM apurahasäätiö hallinnoi kolmen organisaation Suomesta tulevia apurahahakemuksia. Nämä apurahat ovat: Björn Savén Finnish American Scholarship, American-Scandinavian Foundation (ASF) ja Thanks to Scandinavia (TTS). Joka vuosi jaettavien apurahojen yhteissumma on noin 130 000 dollaria.

Björn Savén Finnish American Scholarship. Ruotsalaisen Björn Savénin, IK Investment Partner-sin perustajan, nimeä kantava apuraha on tarkoitettu lahjakkaalle suomalaiselle 23-30-vuotiaalle kauppatieteiden, talouden tai tekniikan jatko-opiskelijalle tai tutkijalle lukuvuoden keskeisiin opintoihin amerikkalaisessa yliopistossa. Apuraha tulee käyttää lukukausimaksuun ja opintoihin liittyviin kustannuksiin. Apurahan suuruus: 1 x 35 000 EUR.

The American-Scandinavian Foundation Award. American-Scandinavian Foundationin (ASF) apurahat on tarkoitettu eri alojen jatko-opintoihin tai tutkimustyöhön amerikkalaisissa yliopistoissa. Myönnettyjen ASF:n apurahojen kokonaissumma on vuosittain noin 60 000 USD ja se jaetaan 4-6 apurahan saajan kesken.

Thanks To Scandinavia Scholarship. Thanks To Scandinavia -apurahat on suunnattu eri alojen jatko-opintoihin amerikkalaisissa yliopistoissa ja apuraha tulee käyttää lukukausimaksuun ja muihin opintoihin liittyviin kustannuksiin. Apurahan suuruus: 2 x 20 000 USD. (SAM Suomi 2021.)

2.2 Yhdistyksen muu toiminta

SAM Suomi järjestää myös paljon muuta toimintaa stipendien/apurahojen ohella. Heillä on work & travel-kesätyöohjelma, jonka avulla 21-26-vuotiaat suomalaiset opiskelijat pääsevät kolmeksi kuukaudeksi töihin Yhdysvaltoihin. Työpaikat ovat asiakaspalvelutehtäviä ja ne sijaitsevat Wisconsinin Dellsissä (WI) tai Ocean Cityssä (MD). Töiden päätyttyä on mahdollista jäädä vielä matkustelemaan Yhdysvaltoihin kuukauden ajaksi. SAM järjestää työpaikat sekä viisumiasiat ja amerikkalainen työnantaja/viisumisponsori majoituksen. (SAM Suomi 2021.)

Amerikkalaiset korkeakoulut käyttävät yhtenä opiskelijavaihdon kriteerinä standardoituja testejä, eivätkä niinkään pääsykokeita. SAM tarjoaa ainoana organisaationa Suomessa SAT, GRE ja CISA/CISM-kieli- ja tasotestejä. Testeihin osallistuu joka vuosi noin 600 henkilöä. (SAM Suomi 2021.)

SAM Magazine on neljä kertaa vuodessa ilmestyvä jäsenlehti. Siinä on koottuna uusia jäsenpaamisia, haastatteluja, sekä mielenkiitaisia artikkeleita käsitellen erilaisia ajankohtaisia asioita Yhdysvalloissa.

Uutiskirje ja Webinaarit. Uutiskirje ilmestyy kymmenen kertaa vuodessa ja se toimii ennen muuta uusien jäsenten rekrytointivälineenä. Uutiskirjeessä kerrotaan tulevista tapahtumista ja uutisista liittyen yhdistyksen toimintaan. (SAM Suomi 2021.) Microsoft Teams alustalla toimivat Webinaarit tulivat vuonna 2020 korvaamaan peruuntuneita tapahtumia. Webinaareissa on ollut puhumassa erilaisia asiantuntijoita ja Yhdysvalloissa asuvia jäseniä. Webinaareissa on esiintynyt mm. Ylen Yhdysvaltain -kirjeenvaihtajana toimiva Mika Hentunen.

Paikallistoiminta. Suomi-Amerikka Yhdistyksellä on useita paikallisyhdistyksiä, jotka järjestävät mielenkiitollisia esitelmä- ja puhujatilaisuuksia, ajankohtaisia taide- ja kulttuuritapahtumia sekä kansallisten amerikkalaisten juhlapyhien viettoa (Halloween, 4th of July, Thanksgiving). Tiedot tulevista tapahtumista löytyy yhdistyksen nettisivuilta tapahtumakalenterista (SAM Suomi 2021.)

2.3 Yhdysvallat opiskelumaana

Yhdysvallat on kautta aikojen kiehtonut monia maana, koska se on ollut niin paljon esillä niin uutisissa kuin eri kulttuuri muodoissa. Yhdysvalloista tulee aina ajankohtaista ja suosittua musiikkia, tv-sarjoja ja elokuvia. Monen opiskelijan mielessä onkin varmasti elokuvissa nähdyt kohtaukset Harvardista tai Stanfordin yliopistosta.

Kaikkia maailman yliopistoja vertaileva Shanghain lista Arwu (Academic Ranking of World Universities) asettaa yliopistot paremmuusjärjestykseen kuusiosaisen mittariston perusteella. Yliopistot saavat pisteitä tuotetuista julkaisuista, viittauksista, matematiikan alan Fieldsin mitalista, Nobel-palkinnoista sekä luonnontieteen alan Nature- ja Science-tiedelehdissä julkaistuista artikkeleista. Edellä mainitut mittarit suhteutetaan kunkin yliopiston akateemisen henkilöstön määrään. (Härkönen 2021).

Vuonna 2021 kymmenen parhaan yliopiston joukossa on kahdeksan Yhdysvalloissa sijaitsevaa koulua.

10 parhaan joukkoon pääsivät:

1. Harvardin yliopisto, Yhdysvallat
2. Stanfordin yliopisto, Yhdysvallat
3. Cambridgen yliopisto, Britannia
4. Massachusettsin teknillinen korkeakoulu (MIT), Yhdysvallat
5. Kalifornian yliopisto, Berkeley, Yhdysvallat
6. Princetonin yliopisto, Yhdysvallat
7. Oxfordin yliopisto, Britannia
8. Columbian yliopisto, Yhdysvallat
9. Kalifornian teknologiainstituutti, Yhdysvallat
10. Chicagon yliopisto, Yhdysvallat (Shanghai Ranking, 2021).

Ei siis ole ihme, että Yhdysvallat kiinnostaa kovasti opiskelijoita ympäri maailmaa. Monella suurin haaste vaihto-opiskeluvuodelle on kuitenkin rahoitus. Yhdysvalloissa opiskelu maksaa

noin 20 000-30 000 dollaria per vuosi. Korkeimmat maksut ovat yksityisissä yliopistoissa. (Fulbright Finland Foundation 2021.)

Korkeiden lukuvuosimaksujen takia SAM Suomen tarjoamat apurahat voivat olla todella tärkeä apu ja ratkaista pystyykö vaihtoon edes lähtemään. Opetushallituksen tekemässä tutkimuksessa selvitettiin, miten ulkomaille lähteneet opiskelijat rahoittivat opintojaan. Kaikki tähän kyselyyn vastanneet rahoittivat opintojaan Kelan opintorahalla ja sen jälkeen yleisimmät rahoitusmuodot olivat opintolaina (67%), omat säästöt (58%), sekä vanhempien tuki (52%). (Faktaa express 2018, 4). Varsinkin Yhdysvalloissa työskenteleminen voi olla todella haastavaa niin opiskelun näkökulmasta, kuin myös työlupien puolesta. Apuraha on hyvä vaihtoehto, jotta opiskelija ei joudu ottamaan niin paljon lainaa.

Education USA on Yhdysvaltain ulkoministeriön ylläpitämä sivusto liittyen Yhdysvalloissa opiskeluun. Sivulla kerrotaan kattavasti kaikesta opiskeluun liittyvästä ja myös muista tekijöistä, joita tulee ottaa huomioon, kun kohteena on Yhdysvallat. Sivuilta löytyy esimerkiksi ”viisi askelta Yhdysvalloissa opiskeluun” joka sisältää opintojen suunnittelun tärkeimmät vaiheet:

1. Etsi ja kartoita eri vaihtoehdot
2. Suunnittele rahoitus
3. Viimeistele hakemus
4. Hae opiskelu viisumia
5. Valmistaudu lähtöön. (Education USA 2021.)

Jokainen aihe käsitellään erikseen ja sivuilta saa paljon tietoa liittyen juuri hankaliksi miellettyihin hakemuksiin ja viisumien hakuun liittyen. On mielenkiintoista huomata, että rahoitus on laitettu toiseksi tärkeimmäksi asiaksi ennen varsinaisen hakemuksen lähettämistä tai viisumin hakuja. Tämä kuvastaa hyvin sitä, että hakijan halutaan tietävän, kuinka kallista opiskelu tulee olemaan heti suunnittelun alkuvaiheessa. SAM Suomen sivuilla lukee myös, että voit hakea apurahaa, vaikka koulupaikkasi vahvistuisi vasta hakuaajan päätyttyä (SAM Suomi 2021). On siis tärkeää olla ajoissa liikkeellä myös rahoituksen kanssa, että hakuprosessi etenee kaikilta osin sutjakkaasti eikä mahdollisuus apurahaan jää käyttämättä aikataulutuksen virheen vuoksi.

3 Kansainvälisyyden toteutuminen Suomessa

Kansainvälisyys on todella tärkeää niin koulu- kuin työelämässä. Uutisissa puhutaan, kuinka Suomeen tarvitaan lisää kansainvälisiä osajia. Yhtenä tärkeimmistä tehtävistä koulussa on kannustaa niin oppilaiden, kuin opettajien kansainvälistä verkostoitumista ja yhteistyötä. Kansainvälinen toiminta edellyttää erilaisia taitoja, tietoja ja asenteita, jotka kehittyvät käytännön yhteistyössä harjoitellen eikä vain lukemalla. Onkin todella tärkeää nähdä

kansainvälisyys osana maailmankansalaiseksi kasvamista. Kokonaisuudessaan siihen liittyvät vahvasti eri kulttuurien kunnioitus, vastuullisuus ja eettisyys. (Opetushallitus 2021.)

Eri selvityksissä on huomattu, että osaajien saatavuus on yksi suurimmista yritysten ja muiden organisaatioiden kasvun sekä kansainvälistymisen haasteista. Työikäisten määrä Suomessa vähenee ja väestönlisäys tapahtuu yksinomaan maahanmuuton kautta. Todellisuus on, että Suomi kilpailee parhaista osaajista koko muun maailman kanssa. Yritykset ja muut organisaatiot tarvitsevat myös erityisosaamista, jota ei ole saatavissa Suomesta. Näiden erityisosaajien maahanmuutto vahvistaa ja kansainvälistää Suomen innovaatiotoimintaa sekä tukee tärkeiden kansainvälisten investointien saamista Suomeen. Kokonaisuutena nämä asiat edistävät uusien työpaikkojen syntymistä ja suomalaisten yritysten kansainvälistymistä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021.)

Yksi tärkeä väylä, jolla Suomi kiinnittyy muuhun maailmaan, on tieteellisen tutkimuksen julkaiseminen. Yliopistojen kautta syntyy vastuullista ja myönteistä Suomi-kuvaa. Tehty tiede kertoo suomalaisesta osaamisesta ja välittää ymmärrystä maailmankuvasta. (Niinimäki 2019.)

3.1 Kansainvälisyys opinnoissa

Kansainvälinen osaaminen nähdään kilpailutekijänä yksilöiden, organisaatioiden kuin yhteiskunnankin kannalta. Kyse on kielitaidosta, kulttuurisesta osaamisesta ja vuorovaikutustaidoista, mutta myös muista työelämävalmiuksista, kuten kyvystä ratkaista ongelmia ja sietää epävarmuutta. Kaikilla aloilla pitää tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa ja osata ajatella omaa kokemuspöytä laajemmin. (Opetushallitus 2021.)

OECD:n mukaan korkeakoulujen kansainvälistyminen edistää tiedostavan, osaavan ja globaalin työvoiman tuottamista. Koulutuksella on myönteinen vaikutus sekä yksilön hyvinvointiin, tulo-tasoon ja yhteiskunnalliseen aktiivisuuteen, kuin myös kansantalouteen. Koulutuksen kansainvälistyminen luo hyvän pohjan Suomen kansainväliselle kilpailukyvyllä globaalissa kilpailussa. (Teeri 2019.)

Opetushallitus käynnisti vuonna 2016 selvityshankkeen suomalaisten tutkinto-opiskelusta ulkomailla. Kysely lähetettiin vuonna 2016 noin 3800 opiskelijalle, jotka olivat saaneet Kelan tukia opiskeluun. Heiltä kysyttiin, miksi opiskelupaikka valittiin ulkomailta eikä Suomesta. Suurim-pina tekijöinä esiin nousivat: halu saada uusia kokemuksia, halu parantaa mahdollisuuksia kansainväliseen uraan, mielenkiinto opiskella ulkomaisessa ympäristössä, ulkomaiseen oppilaitokseen oli helpompi päästä sisälle ja seikkailunhalu. (Faktaa express 2018, 2.)

Opiskelijoiden mahdollisuus lähteä vaihto- ja harjoittelujaksoihin ulkomaille on ensiarvoisen tärkeitä kielitaidon kartuttamiseksi ja kansainvälisen kokemuksen saamiseksi. Vaihdoissa

suoritetut opinnot on saatava helposti sisällytettyä mielekkääksi osaksi tutkintoa. Kansainvälistyminen ei kuitenkaan aina tarkoita muualle matkustamista, vaan kansainvälistyä voi myös omassa kotiyliopistossa mm. monipuolisen kieliohjelmatarjonnan avulla. (Trey 2021.)

Omalla kotikampuksella voi kansainvälistyä monella eri tavalla: Kielitaitoa voi hankkia eri kieli- ja viestintäopintojen kursseilla. Vaihto-opiskelijoille suunniteltu englanninkielinen opetus on yleensä avointa myös kaikille yliopiston omille opiskelijoille. Voit suorittaa kokonaisen opintokokonaisuuden englannin kielellä tai voit halutessasi toimia kansainvälisten opiskelijoiden tuutorina eli tukihenkilönä. (Turun Yliopisto 2021.)

Opetushallituksen informaatio-ohjauksessa kansainvälisyyttä on hahmotettu jo kauan ns. kansainvälisen toiminnan pyramidimallilla.



Kuvio 1. Opetushallituksen kuva kansainvälisyydestä kouluissa

Kuviossa 1 olevan pyramidin pohjakerroksen ainekset löytyvät opetussuunnitelmasta, johon on linkitetty mm. YK:n ihmisoikeuksien julistus, Lapsen oikeuksien yleissopimus ja Euroopan neuvoston kulttuuriyleissopimus, joka sisältää kielelliset oikeudet. Seuraavassa kerroksessa on kotikansainvälisyys. Ideana on tarjota kansainvälistäviä oppimisympäristöjä, opetusta ja toimintakulttuuria kaikille opiskelijoille. Kolmas kerros on lähes kuin suomalaisten koulujen yhteinen työtila, jossa jokainen voi antaa ja saada osuutensa kansainvälisyyteen liittyvän osaamisen kehittämisestä. Voi löytyä myös uusia ja parempia ratkaisuja ja tavoitteita kuten harvinaiset kielet. Apuna ovat yhteiset kouluttautumiset ja tapahtumat sekä kurssit ja tempaukset

opiskelijoille. Pyramidin ylin kerros pitää sisällään kansainvälistä toimintaa, jossa konkreettisesti matkustetaan toisiin maihin. (Opetushallitus 2021.)

3.2 Kansainvälisyys työelämässä

Suomessa on viime vuosina lisääntynyt keskustelu siitä, miten saataisiin kansainvälisiä osaajia lisää Suomeen, sekä miten saataisiin pidettyä koulutetut osaajat lähtemästä muihin maihin töihin. Kansainvälisyyttä arvostetaan työelämässä yhä enemmän ja enemmän. Esimerkiksi Business Finland on käynnistänyt yhteistyökumppaneidensa kanssa Fast Track -kampanjan, jossa houkutteellaan Yhdysvaltalaisia ICT- ja pelialan erityisosaajia Suomeen. Kampanjassa tarjotaan valituille erityisosaajille pikakaistaa maahanmuuton lupaprosesseihin, jolloin oleskeluluvalla saataisiin päätös kahden viikon sisällä. Kansainväliset osaajat kasvattavat Suomen kilpailukykyä sekä he tuovat arvokasta osaamista aloille, joissa työvoimapula korostuu. Kansainvälinen kasvu ja maailmalla menestyminen vaatii parhaat osaajat. Työpaikan monimuotoisuus rikastuttaa työyhteisöä huomattavasti, jolloin yrityksiin saadaan uudenlaista osaamista ja näin myös tiettyjen markkinoiden ja kulttuurin tuntemusta. (Business Finland 2021.)

Kansainvälisistä osaajista on siis pulaa ja sen takia ulkomailla opiskelu ja/tai työskentely on todella tärkeää ja ajankohtaista. Myös Työ- ja elinkeinoministeriön, sekä opetus- ja kulttuuriministeriön koordinoima Talent Boost-toimenpideohjelman tavoitteena on nostaa Suomen houkuttelevuus osaajille ja heidän perheilleen täysin uudelle tasolle. Ohjelma on suunniteltu tukemaan hallituksen 75 %:n työllisyystavoitetta. Talent Boost-ohjelman kolme tavoitetta ovat:

1. Suomi on kansainvälisesti houkutteleva paikka työskennellä, tutkia, opiskella ja yrittää
2. Työnantajat ovat kykeneviä ja halukkaita rekrytoimaan kansainvälisiä osaajia
3. Kansainvälisten osaajien tuottama asiantuntemus vahvistaa suomalaisten yritysten ja organisaatioiden kansainvälistymistä ja uudistumista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021.)

Kansainvälisyydestä puhuessa kannattaa ottaa myös huomioon kontaktit. Ulkomailla asuessa tai opiskellessa tulee tavattua paljon uusia ihmisiä, joista voi muodostua tärkeitä kontakteja myöhemmin elämässä. Monet työpaikat eivät koskaan tule avoimeen hakuun, joten verkostoja ja piilotyöhaun kanavia kannattaa kehittää. (Insinööriliitto 2021).

Agronomiliitto haastatteli työnantajia opiskelijoiden kansainvälisestä kokemuksesta. Vastauksista käy ilmi erityisesti se, että kielitaito on todella arvostettu piirre työntekijässä. Myös

kansainväliset suhteet ja kontaktit, ulkomailta saatu kokemus ja rohkeus, itsensä kehittäminen ja sosiaaliset taidot saavat maininnan. (Agronomiliitto 2021.)

Kansainvälisyyden arvostus käy imi myös muista tutkimuksista. EU-komission vuonna 2015 syksyllä julkistama Erasmus -selvitys osoitti, että kansainvälistä kokemusta omaavat ihmiset työllistyvät helpommin, sekä he saavat parempaa palkkaa ja vastuullisempia työtehtäviä. Työttömyysaste oli viisi vuotta valmistumisen jälkeen 23 prosenttia muita alhaisempi ja vaara joutua pitkäaikaistyöttömäksi jopa puolta pienempi. Työnantajista yli 60 prosenttia piti kansainvälistä kokemusta jo itsessään tärkeänä palkkaamisperusteena, mutta vielä enemmän työllistymistä saattaa selittää se, että ulkomaan kokemus oli opettanut myös muita todella tärkeitä työelämätaitoja, kuten ongelmanratkaisua, uteliaisuutta, päättäväisyyttä ja sitkeyttä. (Virkkunen 2015.)

4 Tarinallistaminen osana markkinointia

Kun tarkoituksena on saada joku asia herättämään mielenkiintoa, täytyy se markkinoida hyvin. Yhdysvalloissa opiskelu on tullut paljon esille TV-sarjoissa ja elokuvissa. Kun mietitään maailman parhaita yliopistoja, tulee aika monelle heti mieleen Harvard. Elokuvissa nähdyt kohtaukset ovat kuitenkin viihdettä, eikä todellisuutta. Siksi onkin tärkeää tuoda aidot ja rehelliset ihmisten kokemukset osaksi markkinointia. Tarinallistaminen tukee elämyksellistämistä ja erilaistumista sekä tuo palveluihin inhimillisyyttä ja merkitystä. Nykymaailmassa tarvitsemme tarinan yhteen kokoavaa voimaa, punaista lankaa. (Kalliomäki 2014, 6.)

Tarinallistaminen on strategia, joka auttaa fokusoimaan toiminnan ja tuottamaan sitä kautta asiakkaille täysin uudenlaisia palvelukokemuksia, jotka välittävät yrityksen tarinaa eteenpäin. Tarinallistaminen on aina liiketoiminta-, arvo- ja asiakaslähtöistä, ja siinä tarinan voima valjastetaan kokonaisuudessaan yrityksen käyttöön: tarinan avulla johdetaan, tehdään valintoja niin palveluiden kuin markkinoinnin suhteen tarinalähtöisesti. Tarina liittyy koettuun aitouteen: hyvin kerrotun tarinan kautta kokija motivoituu osallistumaan ja uskaltaa heittäytyä osaksi tarinaa. (Kalliomäki 2014, 11.)

Da Costa, C. (2019.) on listannut 3 syytä, minkä vuoksi tarinankerronta on markkinoinnin tulevaisuus:

1. Täytyy erottua joukosta. Yritykset käyttävät biljoonia dollareita markkinointiin ja on vaikeaa erottua massasta. Sen sijaan, että esität numeroita ja faktoja, keskity esittämään brändisi syvällisellä ja mieleenpainuvalla tavalla. Käytä siinä brändisi historiaa, haasteita ja menestyksiä - kukaan muu ei voi kopiaida sinun tarinaasi.

2. Rakenna yhteisö, älä vain yksittäisiä asiakkaita. Kun pohdit viestintääsi, mieti mitä asiakaskuntasi todella tarvitsee sinulta. Jotta brändisi menestyy, sen täytyy tulla suuremmaksi kuin vain sen tuotteet tai palvelut. Tässä kohtaa tarinallistaminen tulee esiin. Mieti mitä tunteita, arvoja ja ideoita voit tarjota asiakkaillesi. Käytä tarinoita saavuttamaan syvempiä tunteita, kuten aloittamaan keskustelua.
3. Ole tuottoisa ja inhimillinen. Nykypäivänä erottuminen joukosta markkinoinnin kilpailukyvyyn avulla ei enää riitä. Asiakkaat vaativat yrityksiä todistamaan, mihin heidän vaivannäkönsä todellisuudessa vaikuttavat, miten he voivat tukea jotain asiaa/aatetta tai mitä muuta he voivat saavuttaa rahallisen tuloksen lisäksi. Kuluttajat kääntyvät brändien puoleen, jotka ovat inhimillisiä ja toteuttavat asettamiaan arvoja.

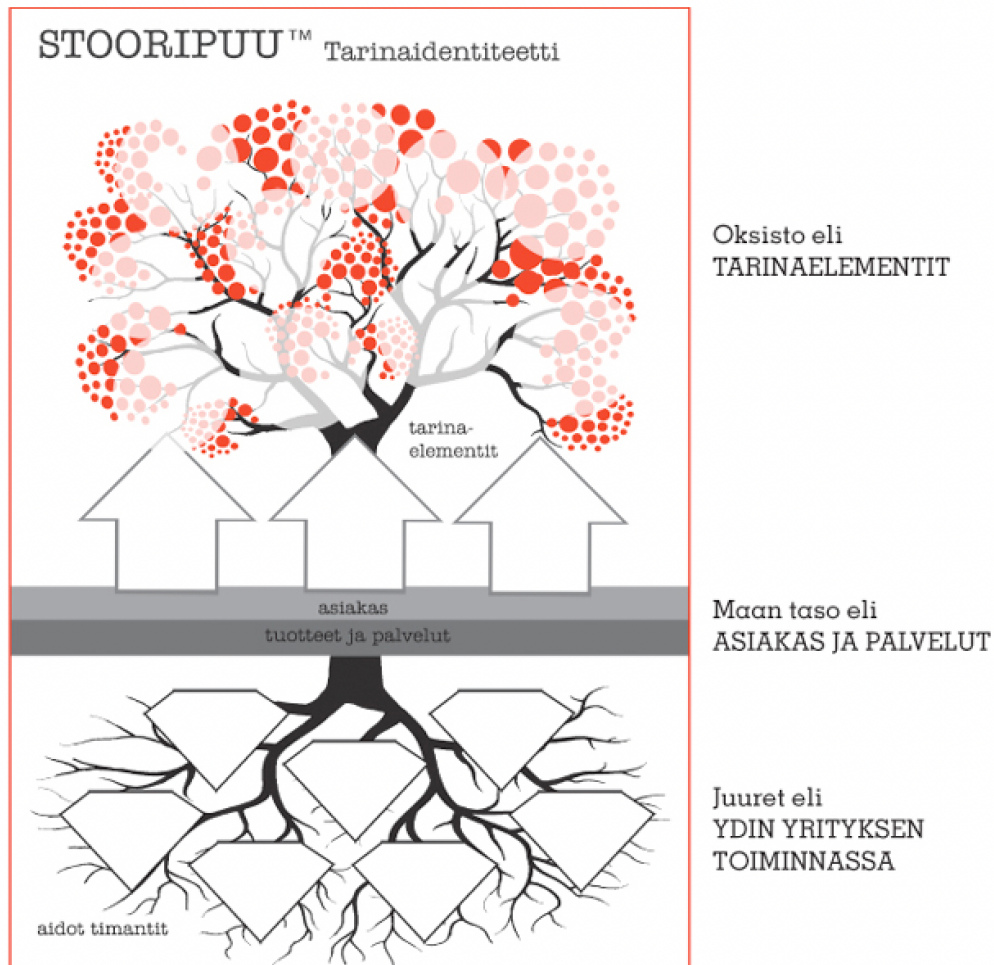
Tarinallistaminen on yksi vanhimpia ja voimakkaimpia työkaluja. Muistettava brändin tarina on juuri se, mitä ihmiset tarvitsevat tunteakseen yhteyden yritykseesi, saavuttamaan positiivisen mielikuvan siitä, kuka sinä olet, mitä sinä puolustat ja saavuttamaan lojaalin asiakaskunnan. Tarinallistaminen on siis kokonaisvaltaista ja se linjaa yrityksen toiminnan palvelusta markkinointiin. Se fokusoituu kokonaisvaltaisen palvelukokemuksen luomiseen, arvon lisäämiseen ja elämyksellisyyden tuottamiseen. Tarinallistamisessa eli tarinalähtöisessä palvelumuotoilussa on siis kyse erottumisesta. Yritykselle luodaan elämyksellinen, tarinallinen kehys, joka heijastelee yrityksen arvoja, asiakkaiden elämäntyyliä ja arvoja sekä sitä muutosta, jota asiakkaille palveluiden kautta ollaan tarjoamassa. Tarinallistaminen on siis merkittävä osa yrityksen toimintoja; se on osa strategiaa, palvelumuotoilua, tuotteistamista, markkinointia ja brändäämistä. (Kalliomäki 2014, 11.)

Loistava tuote ei toimi yksinään. Jonkun muun asian tulee luoda jotain uniikkia mikä herättää kuluttajien huomion. Tuotteet eivät toimi yksinään. Tarvitaan tarinoita joihin ihmiset voivat samaistua. Tarinankerronta voi tehdä tuotteesta hauskan ja saada asiakkaan muistamaan sen paremmin. (Design From Finland, 2018.)

4.1 Stooripuu-menetelmä

Stooripuu-menetelmä on apuna tarinaintiteetin tunnistamisessa ja hahmottelussa. Se auttaa etenemään vaiheittain sekä pitämään fokuksen olennaisessa. Puu rakentuu juurista runkoon ja rungoista oksistoon. Stooripuu on tarinaintiteetin suunnittelun ensimmäinen vaihe. Se tukee arvo- ja asiakaslähtöistä ajattelua pakottaen samalla kiteyttämään asioita. Yrityksellä tulisi olla selkeä kuva liiketoiminnasta, tuotteista ja palveluista sekä

asiakaskohderyhmästään ennen stooripuun rakentamista. On silti hyvä huomioida, että Stooripuu pystyy olemaan avuksi myös alkavan yrityksen liiketoiminnalle. (Kalliomäki 2014, 79.)



© Tarinakone/Tiina Hoskari

Kuvio 2: Stooripuu-menetelmä

Tarinallistamisessa tuodaan yrityksen näkymättömissä olevat arvot ja historia esiin tarinatekojen keinoin. Usein se, mikä yrityksessä on aitoa ja arvokasta, ei näy asiakkaalle vaan se on kuten puun juuret, näkymättömissä. Yrityksen on saatava näkyviin nämä aidot timantit, eli tärkeimmät tekijät. Timantit kirjataan siis sanoina Stooripuun juuriin. Nämä juuret kuvastavat sitä, mihin koko yrityksen olemassaolo perustuu. Stooripuussa arvot kasvavat loppujen lopuksi näkyväksi puun oksistoon, jossa ne saavat vertauskuvallisen muodon tarinaelementteinä. Juuriin kirjataan avainsanoiksi se, mikä on tärkeintä ja olennaisinta liiketoiminnassa. Kun juuret on määritelty, siirrytään runkoon. Rungon keskelle määritellään pääasiakaskohderyhmä, eli kuvaillaan tyypillinen asiakas, jota ollaan palvelemissa. Stooripuun rungon maan tasolle kirjataan yrityksen tuotteet ja palvelut, pelkät avainsanat riittävät. Tarinallistamisen tärkein vaihe on oksisto. Siihen kirjataan sellaisia elementtejä, joista saattaisi syntyä

tarinallisuutta yrityksen palveluihin. Kirjataan siis muistiin asiakkaan mainitsemia konkreettisia yksityiskohtia ja joskus myös isompia teemoja. Näiden ympärille rakennetaan mind mappeja eli miellekarttoja. Niiden avulla syy-seuraus-suhteet syntyvät kuin itsestään. (Kalliomäki 2014, 61-64.)

4.2 Kokemusperäinen markkinointi

Kaikista yksinkertaisimmassa muodossaan, kokemusperäinen markkinointi on pitkälle kehittyntä yritysten tarinankerrontaa. Kokemusperäinen markkinointi vaatii uudella tavalla ajattelua koskien markkinointia, luovuutta ja ylipäättään median roolia. Se vaatii paljon työtä, mutta ne yritykset, jotka ovat vaihtaneet toimintatapojaan ovat huomanneet, kuinka tuottoisaa se on. Asiakkaat ovat sitoutuneempia ja markkinointi on tehokkaampaa ja tuottoisampaa. (Smith & Hanover 2016, 10.)

Tarinankerronta on ollut kautta aikain yksi parhaista markkinoinnin keinoista. Nykypäivän digitaalisessa ympäristössä yrityksillä, työntekijöillä ja johtajilla on enemmän mahdollisuuksia kuin koskaan erottua joukosta tarinallistamisen keinoin. Hyvät tarinat yllättävät meidät, ne saavat meidät ajattelemaan ja tuntemaan. Ne painautuvat mieliimme ja auttavat meitä ymmärtämään ideoita ja konsepteja tavalla, jolla arkiset PowerPoint esitykset eivät koskaan pysty. (Lazauskas & Snow 2018, 20.)

Opiskelu Yhdysvalloissa on mielenkiintoista ja kiehtovaa. Kun asiasta kiinnostunut ihminen lähtee tutkimaan, millaista opiskelu kyseisessä maassa on ja miltä se saattaa näyttää, hän lähtee etsimään ihmisten kokemuksia. Kukaan muu ei voi tietää aiheesta, kun sen kokenut ihminen. Kokemukset kannattaa ehdottomasti ottaa osaksi markkinointia, koska ne motivoivat, kiinnostavat, ja kiehtovat kuulijaa tavalla, millä mainospuhe ei pysty.

Omaehtoisen kokemisen ja elämyksellisen ympäristön kautta syntyy muistoja, niin tuotteisiin kun koko brändiin liittyen. Muistot vahvistavat yhteyttä asiakkaan ja brändin välillä. Kokemukselliset tapahtumat myös synnyttävät uutta ja kiinnostavaa brändimyönteistä sisältöä, josta nykypäivänä mielellään kirjoitetaan, keskustellaan ja jaetaan sosiaaliseen mediaan. (Helsingin tapahtumatuotanto, 2021.)

Nykymaailman vaihtoehtojen runsaudesta johtuen tunteiden merkitys kasvaa entisestään ja ostopäätökset tehdään tutkitusti tunteella. Hyvä brändi sitouttaa asiakaskuntansa luomalla halutun tunteihin perustuvan mielikuvan yrityksestä. Digitalisoituneessa maailmassa kaikki kommunikaatio tapahtuu edelleen ihmiseltä ihmiselle -tekniikasta huolimatta. Asiakastilaisuudet ja erilaiset tapahtumat ovat upea tilaisuus luoda asiakkaalle kokemus, jonka hän kokee arvokkaaksi ja muistaa pitkään. (Aittola 2021.)

5 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus toteutettiin käyttäen kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää ja kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, joten se edellyttää tarpeeksi suurta ja edustavaa otosta. Yleisesti aineiston keruussa käytetään standardoituja tutkimuslomakkeita valmiilla vastausvaihtoehdoilla. Tuloksia voidaan havainnollistaa erilaisilla taulukoilla ja kuviolla (Heikkilä 2014, 15)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään käyttäytymisen ja päätösten syitä. Yleensä otanta on pienempi, koska aihetta pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineisto on yleensä tekstimuotoista. (Heikkilä 2014, 15.)

Avoimia kysymyksiä käytetään usein kvalitatiivisissa tutkimuksissa. Avoimille kysymyksille on tyypillistä, että ne houkuttelevat vastaamatta jättämiseen, sanallisten vastausten luokittelu on vaikeaa ja niitä on työläitä käsitellä (Heikkilä 2014, 47.)

Tämä tutkimus toteutettiin e-kyselynä Google Formsilla. Kysymykset suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Yksityisyyden suojaksi toimeksiantaja lähetti sähköpostitse linkin e-lomakkeeseen yhdessä saatekirjeen kanssa 72:lle vuosina 2010-2021 apurahan saaneelle stipendiaatille. Lomakkeessa oli 10 kysymystä, joista kuusi ensimmäistä oli monivalintakysymyksiä. Kahdessa monivalintakysymyksistä oli vapaaehtoinen lisäkysymys, johon sai halutessaan vastata omin sanoin. Neljä viimeistä kysymystä olivat avoimia kysymyksiä, joihin pystyi vastaamaan vapaasti.

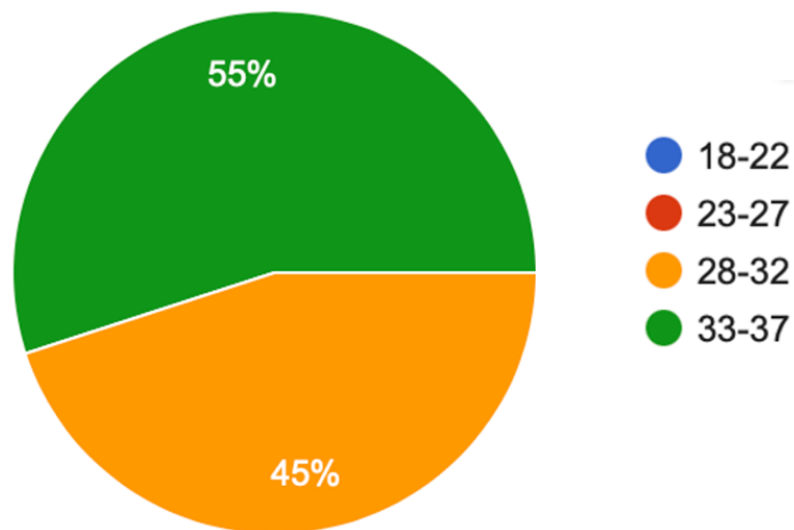
Onnistuneen tutkimuslomakkeen perusedellytykset ovat hyvät kysymykset, oikea kohderyhmä ja jopa kyselylomakkeen ulkonäkö. Lomakkeen alkuun kannattaa sijoittaa helpompia kysymyksiä, joiden avulla pystyy herättämään vastaajan mielenkiinnon tutkimusta kohtaan. Hyvä tutkimuslomake on selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen, kysymykset ovat selkeitä ja etenevät loogisesti, eikä lomake ole liian pitkä. (Heikkilä 2014, 45-46.)

6 Stipendiaattien ajatuksia

Kyselyn tuloksia on tarkasteltu prosentuaalisesti yhden desimaalin tarkkuudella. Valintakysymyksissä on käytetty Likertin asteikkoa 1-5 (1=täysin samaa mieltä, 5=täysin eri mieltä). Kysely lähetettiin yhteensä 72:lle vuosina 2010-2021 apurahan saaneelle stipendiaatille. Vastauksia kyselyyn tuli 20 eli vastausprosentti oli 27,8%.

Vastaajista 55% oli 33-37 vuotiaita ja 45% oli 28-32 vuotiaita (katso kuvio 3). Useimmat apurahan saaneet tekevät maisteri tason tutkintoa, minkä vuoksi heidän ikänsä on vähän korkeampi. Tässä kyselyssä ei ollut yhtään 18-27-vuotiasta vastaajaa.

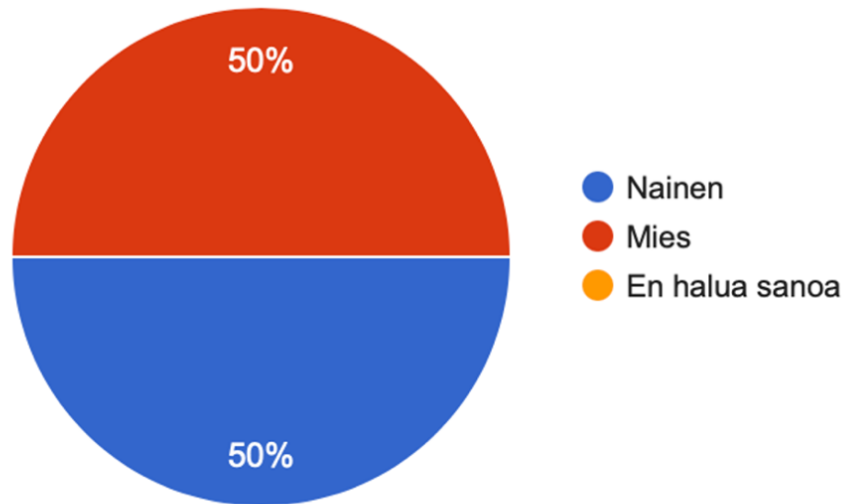
1. Minkä ikäinen olet?



Kuvio 3: Vastaajien ikäjakauma

Kyselyyn vastanneista 50% oli miehiä ja 50% naisia (katso kuvio 4).

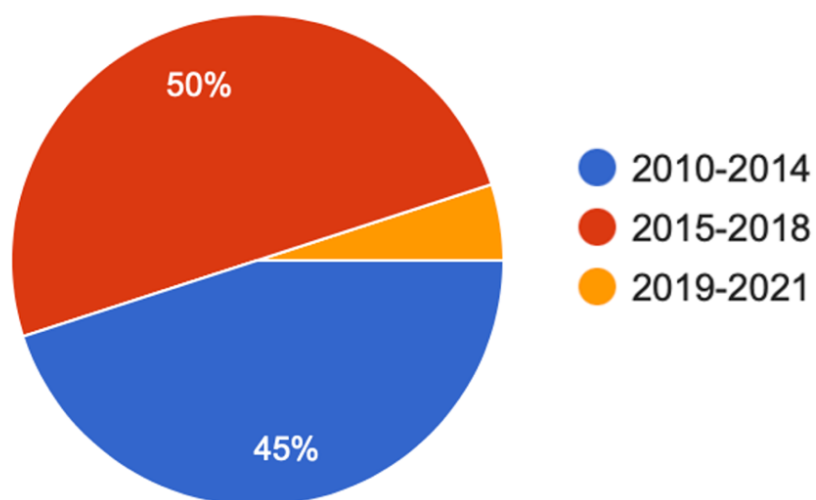
2. Sukupuoli?



Kuvio 4. Vastaajien sukupuoli

Kyselyyn vastanneista puolet (50%) oli lähtenyt opiskelemaan vuosina 2015-2018 (katso kuvio 5). Hieman alle puolet (45%) oli lähtenyt opiskelemaan 2010-2014 ja vain 5% vuosina 2019-2021 (Kuvio 5). Yhdysvaltain viime vuosien poliittiset muutokset ja korona-pandemia ovat vaikuttaneet negatiivisesti suomalaisten opiskelijoiden kiinnostukseen lähteä Yhdysvaltoihin opiskelemaan.

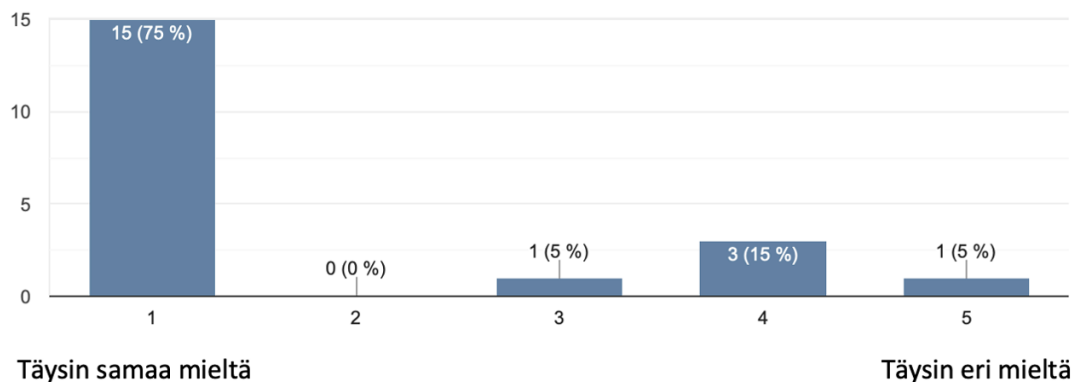
3. Minä vuonna lähdit opiskelemaan Yhdysvaltoihin?



Kuvio 5. Vuosi, jolloin vastaaja lähti opiskelemaan Yhdysvaltoihin

Selkeästi suurin osa, kolme neljäsosaa vastaajista (75%) on täysin samaa mieltä siitä, että Yhdysvalloissa opiskelu on auttanut heitä urallaan (katso kuvio 6). Kolme vastaajaa (15%) on lähes samaa mieltä, yksi vastaaja ei osaa sanoa (5%) ja yksi vastaaja on täysin eri mieltä (5%).

4. Yhdysvalloissa opiskelu on auttanut minua urallani



Kuvio 6. Yhdysvalloissa opiskelu on auttanut minua urallani

Tämän kysymyksen jälkeen oli vapaaehtoinen lisäkysymys: **Jos koet että on auttanut, millä tavalla?** Vastauksissa tuli esille, että Yhdysvalloissa opiskelu on avannut ovia eri työpaikkoihin ja projekteihin.

”Sain akateemisen työpaikan Amerikkalaisesta yliopistosta.”

”Avannut ovia, verkoston kautta on voinut lähestyä eri ihmisiä, antanut laajempaa perspektiiviä, jota voi peilata takaisin Suomeen.”

”Työmahdollisuuksien kanssa paljonkin.”

”Yhdysvaltalaisen huippuyliopiston brändi on avannut monia ovia kansainvälisillä työ-, rahoitus- ja yhteistyömarkkinoilla.”

”Vaihdoin urapolkua ja onnistuin siinä.”

Verkostoituminen on mainittu useamman kerran ja saadut kontaktit ja näkökulmat ovat olleet erityisen tärkeitä alasta riippumatta.

”Kohdeyliopistossani on erinomainen asiantuntemus tutkimusalallani sekä laajat arkistot ja verkostot.”

”Opin paljon uusia tutkimusalueisiini liittyviä asioita ja näin, millaista tutkimustyö on maailman huipulla. Lisäksi kielitaitoni ja yleissivistykseni parantuivat. Koen hyötyneni näistä asioista ja uskon niiden auttavan minua urallani myös tulevaisuudessa.”

”Täällä on maailman parhaat yliopistot. Suoritan täällä tohtorintutkintoa. Erityisesti Yhdysvalloissa opiskeleminen on kasvattanut verkostojani. Olen oppinut tuntemaan monia alani ihan ehdottomia huippunimiä. En usko, että tämä olisi näin mittavassa määrin mahdollista Suomessa.”

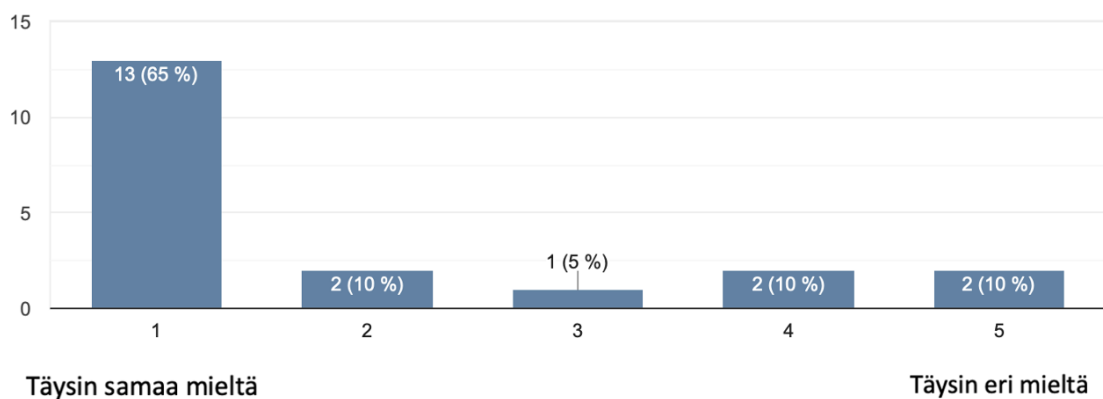
”Työssäni tutkijana opiskelu Yhdysvalloissa mahdollisti kontaktien luomisen samalla alalla olevien tutkijoiden kanssa. Lisäksi vierailu avasi maailmankuvaa, joka helpottaa kokonaisuuksien hahmottamista ja eri toimintatapojen ymmärtämistä.”

”Tutkijavaihtoni yhdysvaltalaisessa huippuyliopistossa edesauttoi ennen kaikkea väitöskirjatyötäni. Lisäksi seminaarityöskentely ja yhdysvaltalaisiin tieteellisiin konferensseihin osallistuminen auttoi minua kehittymään suullisessa viestinnässä. Olen Yhdysvaltoihin keskittynyt kulttuurintutkija, joten pidempiaikainen asuminen Yhdysvalloissa auttoi myös ymmärtämään yhdysvaltalaista kulttuuria syvällisemmin.”

”Laajentanut huomattavasti näkemystäni lääketieteen tutkimuksen suhteen.”

Selkeästi yli puolet vastaajista (65%) kokee, että heidän kansainvälistä kokemusta on arvostettu työelämässä tai muissa projekteissa (katso kuvio 7). Kymmenesosa vastaajista on jokoseenkin samaa mieltä (10%), jokoseenkin eri mieltä (10%), tai täysin eri mieltä (10%). Vain yksi vastaaja (5%) ei ole samaa eikä eri mieltä.

5. Kansainvälistä kokemustani on arvostettu työelämässä tai muissa projekteissa



Kuvio 7. Kansainvälisen kokemuksen arvostus

Tämän kysymyksen jälkeen oli myös vapaaehtoinen lisäkysymys: **Jos koet, että on arvostettu, millä tavalla?** Vastauksissa tuli esille, että Yhdysvalloissa opiskelu on ollut arvostettua Suomessa ja kokemus ulkomailla opiskelusta katsotaan eduksi.

”Asun itse asiassa nykyään Yhdysvalloissa ja Stanford kokemus on tuonut paljon uskottavuutta ja auttanut täällä eteenpäin. Suomessa työnantajat ja yhteistyökumppanit myös arvostivat sitä syvästi.”

”Yleisesti tutkijavierailuuni on suhtauduttu positiivisesti. Lopullisen vastauksen osaisin kuitenkin antaa vasta väitöskirjani valmistumisen jälkeen, kun haen seuraavia työpaikkoja. Uskon kuitenkin, että kokemusta tullaan arvostamaan.”

”Minua on pyydetty osallistumaan moneen projektiin, kysely haastateltavaksi, tutkimusta on siteerattu.”

”Kv-kokemus jo sinällään positiivista ja arvostettua, erittäin korkeatasoinen kohdeyliopisto tutkimusalallani.”

”Minua on kuunneltu tapaamisissa ja olen muutenkin saanut tapaamisia järjestettyä.”

”Sitä tuodaan usein esille.”

”Kokemusta Yhdysvalloissa arvostetaan alallani (jazzmusiikki) paljon.”

”Kansainväliseen kokemukseeni on kiinnitetty huomiota niin työnhaussa kuin työprojektien puitteissakin.”

Vastauksista käy ilmi, että kansainvälisyyttä arvostetaan laajasti kuten Virkkunen (2016) mainitsi. Yhdysvaltalaisissa kouluissa painotetaan myös esiintymistaitoa, joka sai erityismaininnan. Myös kielitaito sekä verkostot mainittiin useasti.

”Olen asunut kolmella eri mantereella, ja minulla on varsin laaja kielitaito. Erityisesti haluaisin suitsuttaa Yhdysvaltalaisista korkeakoulujärjestelmää siitä, että se kehittää esiintymiskykyjä aivan eri tavalla kuin esim. suomalainen järjestelmä. Tämä on todella tärkeä taito, ja Yhdysvalloissa sille annetaan asianmukainen painoarvo.”

”Korkeampi palkka: ihmiset tietävät, että osaamiseni on harvinaista ja suhteeni arvokkaita.”

”Olin Fulbright-vaihdossa Yhdysvalloissa ja sen arvostus on erittäin suuri sekä Yhdysvalloissa että Suomessa.”

”Olen ollut pääsääntöisesti suomalaisissa, Suomen markkinoilla toimivissa yrityksissä töissä, joten kokemuksen hyödyt ovat siinä mielessä olleet rajallisia. Kielitaidon kehittyminen on toki aina hyödyksi.”

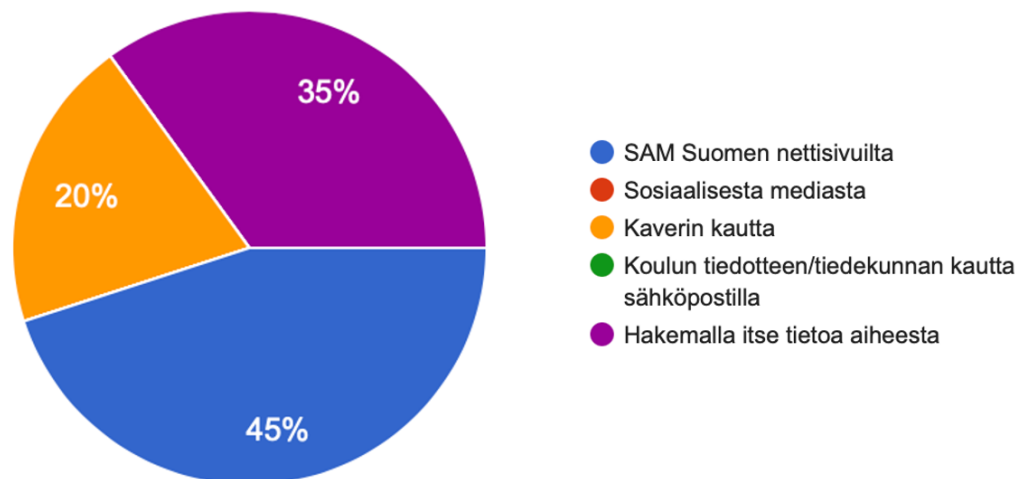
”Ulkomailla suoritetun post doc -jakson merkitys akateemisella uralla on hieman epäselvä; epäsuorasti sitä edellytetään, mutta käytännössä sitä ei ainakaan minulta ole vielä kyselty sairaala- tai yliopistotyössä. Ehkäpä professorin viran täyttövaiheessa sitten kysytään.”

”Nykyään merkitys suhteellisen pieni, kun lähes kaikilla kansainvälistä kokemusta.”

”Verkosto ja suhteet nähty kiinnostavina, kielitaito plussaa.”

Kysymys kuusi oli markkinoinnin näkökulmasta tärkein kysymys. Vastajista suurin osa (45%) sai tietää SAM apurahasäätiön stipendimahdollisuudesta SAM Suomen nettisivuilta (katso kuvio 8). Vähän yli kolmannes (35%) hakemalla itse tietoa netistä ja viidennes (20%) kaverin kautta. Vastauksista käy ilmi, että SAM Suomen nettisivut ovat tärkeä kanava apurahoista kiinnostuneille. Ottaen huomioon sen, että yli kolmannes etsii itse tietoa aiheesta, kertoo että markkinointia ja näkyvyyttä voisi vielä lisätä. Kokemusperäinen markkinointi olisi todella sopiva ja kiinnostava markkinointi näkökulma apurahojen markkinointiin.

6. Miten sait tietää SAM apurahasäätiön stipendimahdollisuuksista?



Kuvio 8. Tietoisuus SAM apurahasäätiön stipendeistä

Seitsemäs kysymys oli avoin kysymys: **Mikä merkitys SAM apurahasäätiön stipendin saamisella oli opintojesi toteutumiseen Yhdysvalloissa?** Vastauksista käy ilmi, että apurahan saamisella on ollut suuri merkitys siihen, onko Yhdysvaltoihin meno ollut ylipäätään mahdollista.

”En olisi pystynyt toteuttamaan opiskelua Yhdysvalloissa ilman SAM stipendiä.”

”SAM-stipendi mahdollisti opintoihin lähtemisen. Ilman tätä stipendiä en olisi voinut vastaanottaa opiskelupaikkaa.”

”Valtava, en olisi pystynyt lähtemään Yhdysvaltoihin ilman Thanks to Scandinavia -stipendiä.”

”Erittäin iso. Viimeinen vuosi oli mahdollinen vain sen takia.”

”Perheellisenä jatko-opiskelijana apurahalla oli aivan kriittinen merkitys siihen, että pystyin ylipäätään aloittamaan opinnot.”

Osa vastaajista koki apurahan hyödylliseksi, mutta ei välttämättömäksi. Monet mainitsivat myös, kuinka hienoa oli pystyä keskittymään opintoihin täysillä ilman huolta rahasta.

”Siitä oli apua, mutta olisin mahdollisesti selvinnyt ilman jotenkin.”

”Apuraha mahdollisti sen, että pystyin keskittymään täysillä opintoihin sen sijaan, että olisin tehnyt ohella töitä tai muuten murehtinut rahoitusta. Kevyempi henkinen taakka auttoi siinä, että uskalsin valita kurssit puhtaasti mielenkiinnon ja hyödyllisyyden perusteella miettimättä työmääriä.”

”SAM apurahan avulla pystyin keskittymään opiskeluun.”

”Tutkijavierailuni olisi todennäköisesti toteutunut myös ilman stipendiä, mutta stipendin ansiosta minun ei tarvinnut hakea lisärahoitusta vierailulleni, vaan pystyin keskittymään tutkimukseen ja tohtoriopintoihin paremmin sekä ennen vierailulle lähtöä että sen aikana.”

Kahdeksas kysymys oli mitä alaa opiskelit ja missä?

Vastaukset jakautuivat aika laajasti, mutta yleisimmät opiskeluaineet tässä kyselyssä olivat kauppatieteet ja teknilliset opinnot (katso kuvio 9).

Cornellin yliopisto	Political Science
Michiganin Yliopisto	Politiikan teoria
University Of Chicago	Public Policy
University Of Florida	Vero-oikeus
Duke	Tilastotieteet
Boston University	Taloustiede
Stanford	Kauppatiede
Stanford	Kauppatiede
University Of Virginia	Konetekniikka
Stanford	Management science and engineering
Stanford	Management science and engineering
Manhattan School Of Music	Musiikki
Manhattan School Of Music	Jazz-musiikkia
Los Angeles	Elokuva-ala
Los Angeles	Elokuva ohjausta
School of Visual Arts	Dokumenttielokuvaa
Harvard	Kasvatustieteiden maisteriohjelma
University Of California, Berkeley	Neuvostoliiton historia
Columbian yliopisto	Luova kirjoittaminen
Thomas Jefferson University Hospital	Lääketiede/Radiologia/Post doc -vaihe

Kuvio 9. Yliopistot ja opiskeltu aihe

Yhdeksäs kysymys oli, miksi halusit juuri Yhdysvaltoihin opiskelemaan. Eniten mainintoja sai Yhdysvalloissa sijaitsevat huippuyliopistot.

”Huippuyliopistot, kansainväliset mahdollisuudet, englanniksi opiskelu.”

”Maailman parhaat yliopistot.”

”Pääasiallisesti siksi, että siellä on maailman arvostetuin opetus ja halusin nähdä, mitä se tarkoittaa.”

”Opiskelun taso.”

”Harvard on huippukoulu ja halusin opiskella maailman parhaiden sekä professoreiden että opiskelijoiden kanssa.”

Osa vastaajista oli sitä mieltä, että juuri tietty koulu tai sijainti takasi parhaimmat edellytykset oman alan opiskeluun. Monet Yhdysvalloissa sijaitsevat koulut ovat tunnettuja ympäri maailmaa niiden korkeasta tasosta.

”Kyseisessä koulussa oli minulle sopiva linja.”

”AFI on Yhdysvaltojen #1 koulu elokuva-alan opintoihin. Esim. TV-kirjoittamista ei ole voinut opiskella samalla tasolla Euroopassa.”

”Jazzmusiikki on USA:sta kotoisin ja New Yorkissa se on kaikista kovatasoisinta, samoin kun musiikin koulutus.”

”Henkilökohtaisiin tavoitteisiin sopivimmat tutkinto-ohjelmat.”

”Koska New York on alani toimijoiden merkittävin keskus.”

”Olen Yhdysvaltoihin erikoistunut kulttuurintutkija, joten jatko-opintojen aikainen tutkijavaihto nimenomaan Yhdysvalloissa oli erityisen tärkeä.”

”Kieli, tunnetut verotutkijat.”

”Esimieheni suositteli, ja halusin nähdä, miten kliinistä lääketieteellistä tutkimusta tehdään Yhdysvalloissa, joissa potilasmäärät ovat suuret.”

Kymmenes kysymys oli, minkälaista osaamista/uraasi edistäviä taitoja koet saaneesi opinnoistasi Yhdysvalloista, joita et olisi saanut Suomesta?

Agronomiliiton tekemässä työnantajien haastattelussa tuli ilmi, että laajat verkostot ovat arvostettu piirre työntekijässä (Agronomiliitto 2021). Tämä kävi myös ilmi stipendiaattien vastauksista.

”Verkosto on todella tärkeä, olen tällä hetkellä perustamassa omaa yritystä ja muutamia päiviä sitten olin yhteydessä yhteen kontaktiin, jonka opin tuntemaan Stanford aikani johdosta.”

”Tiettyä oma-aloitteisuutta ja paljon kontakteja elokuva-alalta kansainvälisesti.”

”Perinnetietoutta ja verkostoitumistaitoja.”

”Verkostat (okei, tämä ei ole taito, mutta tärkein yksittäinen asia mitä olen saanut) 2: Oman oppialani erikoisosaaminen (olisi varmaan sinällään ollut mahdollista Suomessakin, mutta se olisi vienyt huomattavasti enemmän aikaa) 3: Yhdysvaltalaisten yliopistojen toiminnan ymmärrys (eroaa merkittävästi esim. suomalaista esim. rahoituksen osalta.) 4: Esiintymiskokemuksista 5: Kulttuurien tuntemus (erit. Yhdysvallat. Hyödyllinen ”pehmeä taito”).”

Kiitosta sai myös Yhdysvaltalaisten koulujen kurssitarjonta, laajat opintokokonaisuudet ja mahdollisuus keskustella Yhdysvaltalaisten tukijoiden kanssa.

”Vaikka luin samaa pääainetta kuin Suomessa, oli Stanfordissa mahdollisuus valita kursseja paljon laajemmalta tieteelliseltä spektriltä, ja luin esimerkiksi sosiologiaa ja etiikkaa, mikä oli äärimmäisen avartavaa ja yleissivistävää ja vaikutti henkiseen kasvuuni. Johtotehtävissä henkisestä kypsyydestä ja laajasta kokemuspohjasta on ollut merkittävää etua. Lisäksi ”maailman parhaassa yliopistossa” opiskeleminen antoi perspektiiviä siihen, että Suomessakin on paljon osaamista, mikä lisää rohkeutta ja kunnianhimoa. Myös amerikkalaisen kulttuurin syvällisemmästä ymmärtämisestä on ollut paljon hyötyä, ja se on auttanut tulkitsemaan sikäläistä ammatillista kirjallisuutta oikeanlaisten silmälasien läpi, jolloin ajatuksia pystyy suodattamaan paremmin Suomeen sopiviksi.”

”Erittäin kovatasoinen ja kansainvälisesti tasokas ohjelma, teoreettisesti ja metodologisesti hyvin laaja opintokokonaisuus, verkostat.”

”Mahdollisuus keskustella yhdysvaltalaisten tutkijoiden kanssa ja saada heiltä palautetta Yhdysvaltoja koskevasta tutkimuksesta oli ensiarvoisen tärkeää. Yhdysvaltalainen yliopistokulttuuri myös poikkeaa monin tavoin suomalaisesta. Suuntaan akateemiselle uralla nimenomaan Yhdysvaltoihin erikoistuneena kulttuurintutkijana, joten opin paljon kohdatessani näitä

eroja käytännössä. Lisäksi pidempiaikainen asuminen Yhdysvalloissa auttoi ymmärtämään yhdysvaltalaisista kulttuuria syvällisemmin.”

”Monipuolinen tohtoriohjelma, joka yhdisteli insinööritieteitä, ohjelmointia, politiikan tutkimusta ja taloustiedettä.”

”Kaiken mahdollisen tietotaidon kirjoittamisesta. Vastaaventyypeistä luovan kirjoittamisen maisteriohjelmaa ei ole olemassa Suomessa.”

”Laadukkaat tohtoritason kurssit ja Suomea laajempi tutkimusseminaarien tarjonta.”

Myös tämän kysymyksen vastauksissa tuodaan esille esiintymistaidot ja argumentaatio opetus. Yhdysvalloissa opetetaan kykyä väitellä ja argumentoida.

”Kommunikaatiokykyjä, analyysitaitoja ja kykyä debatoida ja argumentoida.”

”Perinnetietoutta ja verkostoitumistaitoja.”

”Yhdysvaltojen työtahdin hallitsemisen, verkostoitumisen, esiintymisen jne. kaikkien opintoihin liittyvien oppien lisäksi.”

”Globaali näkökulma, teorian ja käytännön sitominen yhteen, halu tehdä merkittävästi hyvää maailmassa.”

7 Yhteenveto

Tutkimuksen tuloksista päätellen on selvää, että Yhdysvalloissa opiskelulla on ollut todella positiivisia vaikutuksia stipendiaattien uriin ja elämään. Opiskelu on saattanut avata ovia työpaikkoihin, tuonut paljon arvokkaita kontakteja elämän varrelle tai antanut kokemusta mil-laista on opiskella/työskennellä kansainvälisessä ympäristössä. Lähes jokainen vastaaja on kiitollinen karttuneesta kielitaidosta ja kaikista kokemuksista, mitä ulkomailla opiskelu on heille antanut.

Tutkimuksen tärkein kysymys oli kuitenkin, miten tärkeitä SAM Suomen myöntävät apurahat ovat olleet. Vastauksista kävi ilmi, että moni vastaaja ei olisi pystynyt lähtemään Yhdysvaltoihin ilman apurahaa/stipendiä. SAM Suomi tekee todella tärkeää työtä auttaakseen suomalaisia korkeakouluopiskelijoita kansainvälistymään ja saavuttamaan unelmiaan.

Tämän tutkimuksen tulosten pohjalta olisi suositeltavaa, että SAM Suomi ottaisi kokemusperäisen markkinoinnin ja tarinallistamisen osaksi markkinointiaan vielä vahvemmin, koska heidän stipendiaattinsa ovat parhaita markkinoimaan apurahoja kokemuksillaan.

Lähteet

Sähköiset

Aittola, J. Kokemuksellinen markkinointi hurmaa asiakkaan. Woltti Goup. Viitattu 1.10.2021. <https://wolttigroup.fi/kokemuksellinen-markkinointi-hurmaa-asiakkaan/>

Business Finland. Pikakaistaa Yhdysvalloista Suomeen. 2021. Viitattu 10.8.2021. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2021/pikakaistaa-yhdysvalloista-suomeen>

De Costa, C. 3 Reasons Why Brand Storytelling is The Future Of Marketing. Forbes. Viitattu 30.7.2021. <https://www.forbes.com/sites/celinnedacosta/2019/01/31/3-reasons-why-brand-storytelling-is-the-future-of-marketing/?sh=57c361b855ff>

Design From Finland. Article Tell it in a story, 2018. Viitattu 20.10.2021. <https://designfromfinland.com/2018/06/25/tell-it-in-a-story/>

Education USA. Your 5 steps to U.S study. Viitattu 28.8.2021. <https://educationusa.state.gov/your-5-steps-us-study>

Faktaa express- mikä vei ulkomaille, mikä toisi takaisin Suomeen, 2018. Opetushallitus. Viitattu 30.8.2021. https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/faktaaexpress5a_2018.pdf

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. E-kirja. Edita Publishing Oy.

Härkönen, A. 2021. Helsingin yliopiston sijoitus kansainvälisessä yliopisto-vertailussa laski neljättä vuotta putkeen - ”Huipputiedettä on hirveän vaikea tehdä laskevilla resursseilla”, sanoo vararehtori. Helsingin Sanomat. Viitattu 18.8.2021. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000008195386.html>

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen Palvelukokemuksen punainen lanka. E-kirja. Talentum Media Oy ja Anne Kalliomäki.

Kannattaako kansainvälistyö -työnantajat vastaavat. Agronomiliitto. Viitattu 1.9.2021. <https://www.agronomiliitto.fi/opiskelijat/apua-tyonhakuun/kannattaako-kansainvalistya/>

Kansainvälisyys opinnoissa. Turun Yliopisto. Viitattu 4.9.2021. <https://www.utu.fi/fi/opiskelijaksi/kansainvalisyys-opinnoissa>

Kokemuksellinen markkinointi. Helsingin tapahtumatuotanto. Viitattu 30.9.2021. <http://www.tapahtumatuotanto.com/whoweare/kokemuksellinen-markkinointi/>

Lazauskas, J. & Snow, S. 2018. Storytelling Edge. E-kirja. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Mitä on koulujen kansainvälisyys? Opetushallitus. Viitattu 6.8.2021. <https://www.oph.fi/fi/opettajat-ja-kasvattajat/mita-koulujen-kansainvalisyys>

Niinimäki, J. 2019. Yliopistojen kansainvälisyyden merkitystä on vaikea yliarvioida. Viitattu 4.9.2021. <https://www oulu.fi/blogs/rehtorin-blogi/yliopistojen-kansainvalisyyden-merki-tysta-on-vaikea-yliarvioida>

Shanghai Ranking. 2021 Academic Ranking of World Universities. Viitattu 18.8.2021. <https://www.shanghairanking.com/rankings/arwu/2021>

Smith, K & Hanover, D. 2016. Experiental marketing. E-kirja. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitto. Toimintasuunnitelma 2021. Viitattu 2.8.2021. <https://samsuomi.fi/toimintasuunnitelmat/>

Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitto. Kesätyö Yhdysvalloissa. Viitattu 2.8.2021. <https://samsuomi.fi/kesatyo-yhdysvalloissa/>

Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitto. Kieli- ja tasotestit. Viitattu 2.8.2021. <https://samsuomi.fi/kieli-ja-tasotestit/>

Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitto. Paikallistoiminta. Viitattu 2.8.2021. <https://samsuomi.fi/paikallistoiminta/>

Suomi-Amerikka Yhdistysten Liitto. Apurahat. Viitattu 23.7.2021. <https://samsuomi.fi/apurahat/>

Talent Boost-toimenpideohjelma. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 25.8.2021. <https://tem.fi/talent-boost>

Teeri, T. 2019. Opetus- ja kulttuuriministeriö Helsinki 2019. Viitattu 12.8.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161526/OKM_2019_15_Jokaiselle_mahdollisuus_kansainvalistymiseen.pdf

Trey. Kansaivälisyys. Viitattu 28.8.2021. <https://trey.fi/edunvalvonta/kansainvalisyys>

Ulkomaille töihin. Insinööriliitto. Viitattu 2.9.2021. <https://www.ilry.fi/tyoelaman-tilanteet/tyosuhdepalvelut/tyosuhdeneuvonta/ulkomaille-toihin/>

Virkkunen, H. 2015. Kansainvälinen kokemus on valttia. Viitattu 1.9.2021. <https://www.hennavirkkunen.fi/2015/04/28/kansainvalinen-kokemus-on-valttia/>


Kuviot

Kuvio 1: Opetushallituksen kuva kansainvälisyydestä kouluissa	12
Kuvio 2: Stooripuu-menetelmä	16
Kuvio 3: Vastaajien ikäjakauma	19
Kuvio 4: Vastaajien sukupuoli.....	20
Kuvio 5: Vuosi, jolloin vastaaja lähti opiskelemaan Yhdysvaltoihin	20
Kuvio 6: Onko Yhdysvalloissa opiskelu on auttanut uralla.....	21
Kuvio 7: Kansainvälisen kokemuksen arvostus.....	22
Kuvio 8: Tietoisuus SAM apurahasäätiön stipendeistä.....	24
Kuvio 9: Yliopistot ja opiskeltu aihe	26

Liitteet



Liite 1: Kyselylomake..... 34

Liite 1: Kyselylomake



SAM apurahasäätiön avulla Yhdysvalloissa opiskelleiden stipendiaattien kokemukset

Tämän kyselyn tavoitteena on tutkia ja kerätä tietoa SAM apurahasäätiön avulla Yhdysvalloissa opiskelleiden stipendiaattien kokemuksista ja mielipiteistä. Suomi-Amerikka Yhdistysten liitto toivoo saavansa tämän tutkimuksen tuloksista materiaalia markkinointiinsa ja näin myös tavoittamaan lisää vaihto-opiskelusta kiinnostuneita opiskelijoita.

***Pakollinen**

1. Minkä ikäinen olet? *

18-22

23-27

28-32

33-37

2. Sukupuoli? *

Nainen

Mies

En halua sanoa

3. Minä vuonna lähdit opiskelemaan Yhdysvaltoihin? *

2010-2014

2015-2018

2019-2021

4. Yhdysvalloissa opiskelu on auttanut minua urallani *

1 2 3 4 5

Täysin samaa mieltä Täysin eri mieltä

Jos koet, että on auttanut, millä tavalla?

Oma vastauksesi _____

5. Kansainvälistä kokemustani on arvostettu työelämässä tai muissa projekteissa *

1 2 3 4 5

Täysin samaa mieltä Täysin eri mieltä

Jos koet, että on arvostettu, millä tavalla?

Oma vastauksesi

6. Miten sait tietää SAM apurahasäätiön stipendimahdollisuuksista? *

- SAM Suomen nettisivuilta
- Sosiaalisesta mediasta
- Kaverin kautta
- Koulun tiedotteen/tiedekunnan kautta sähköpostilla
- Hakemalla itse tietoa aiheesta

7. Mikä merkitys SAM apurahasäätiön stipendin saamisella oli opintojesi toteutumiseen Yhdysvalloissa? *

Oma vastauksesi

8. Mitä alaa opiskelit ja missä? *

Oma vastauksesi

9. Miksi halusit opiskelemaan juuri Yhdysvaltoihin? *

Oma vastauksesi

10. Minkälaista osaamista/uraasi edistäviä taitoja koet saaneesi opinnoistasi Yhdysvalloista, joita et olisi saanut Suomesta? *

Oma vastauksesi

Lähetä

Tyhjennä lomake

Älä koskaan lähetä salasanaa Google Formsin kautta.

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä. [Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Tietosuojakäytäntö](#)

Google Forms

