

Att starta ett alumninätverk

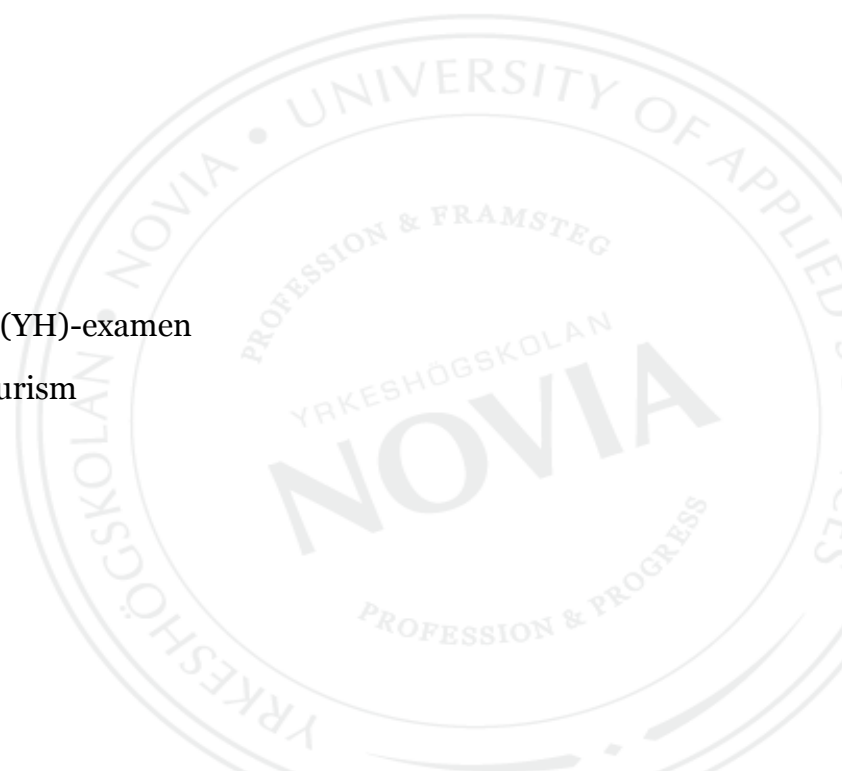
**En utredning över alumners och studerandes intresse för
ett alumninätverk vid restonomutbildningen vid
Yrkehögskolan Nova**

Linda Sjö

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för turism

Åbo 2015



EXAMENSARBETE

Författare: Linda Sjö

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Agneta Nyberg

Titel: Att starta ett alumninätverk – en utredning över alumners och studerandes intresse för ett alumninätverk vid restonomutbildningen vid Yrkeshögskolan Novia

Datum: 10.04.2015

Sidantal: 30

Bilagor: 2

Abstrakt

Att höra till nätverk är naturligt för människan. Vi söker oss till andra som delar våra åsikter, tankar och intresseområden för att finna nya vänner, råd och stöd. Nätverk formas ibland av sig själv bara genom att likasinnade råkar träffas men ibland finns det tydliga förutsättningar, exempelvis en grupp studerande inom samma utbildning - ett alumninätverk är ett av dem. Inom alumniverksamheten kan studerande och utexaminerade mötas i ett gemensamt nätverk där de kan växla tankar, hjälpa och uppmuntra varandra.

Syftet med mitt examensarbete är att kartlägga alumners och restonomstuderandes intresse för att starta ett alumninätverk vid restonomutbildningen. Mitt mål har jag nått genom litteraturstudier om nätverk, sociala medier och intervjuteknik. Jag utförde också en fokusgruppsintervju med studerande samt personliga intervjuer med alumner. Som arbetets uppdragsgivare fungerade programansvariga lektor Anna Karin Abrahamsson.

Resultaten av intervjuerna visar, att både alumner och studerande är positivt inställda till ett samarbete. I framtiden kunde gemensam verksamhet ske exempelvis i form av olika evenemang, verkstäder eller gästföreläsningar. Målet är, att det här examensarbetet skulle kunna användas som en grund när alumniverksamheten börjar planeras.

Språk: Svenska

Nyckelord: alumni, nätverk, sociala medier

BACHELOR'S THESIS

Author: Linda Sjö

Degree Programme: Tourism Management, Turku

Supervisors: Agneta Nyberg

Title: The alumni network – a report of alumni and students' interest in an alumni network for the Degree Programme in Tourism Management at Novia University of Applied Sciences

Date: 10.04.2015

Number of pages: 30

Appendices: 2

Summary

Being part of a network comes naturally to us. We seek the company of others who share our ideals, thoughts and interests in order to find new relationships, advice and support. Sometimes a network is formed almost by accident as the spontaneous result of a meeting between like-minded people but sometimes, there is a clear setting e.g. a group of students in the same field of education. This is the setting for the alumni network. Within the alumni network students and alumni come together to exchange thoughts, to help and encourage each other.

The aim of my thesis is to map out the potential interest that alumni and students have towards a future alumni network for the students of tourism management. I have reached my aim through literature studies concentrating on networking, social media and interview techniques. I also conducted personal interviews with alumni and a group interview with students. The commissioner for this thesis was Anna Karin Abrahamsson, Head of the Degree Programme in Tourism Management.

The results show that both alumni and students generally have a positive attitude towards co-operating. Some of the future actions could include different events, workshops or lectures. This thesis could hopefully serve as a source of information once the planning of the alumni network and its activities commences.

Language: Swedish

Key words: alumni, networks, social media

Innehållsförteckning

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Inledning..... | 1 |
| 1.1 | Syfte..... | 1 |
| 1.2 | Metod..... | 2 |
| 2 | Yrkeshögskolan Novia | 2 |
| 2.1 | Teaminläring på Novia | 2 |
| 2.2 | Befintlig alumniverksamhet | 3 |
| 3 | Nätverk..... | 3 |
| 3.1 | Att höra till ett nätverk..... | 4 |
| 3.2 | Expertnätverk..... | 6 |
| 3.3 | Nätverk inom olika yrkesgrupper..... | 6 |
| 3.4 | Alumninätverk..... | 7 |
| 3.5 | Hinder för att forma nätverk..... | 7 |
| 4 | Plattformer för nätverk | 8 |
| 4.1 | Fysiska plattformer..... | 8 |
| 4.2 | Digitala plattformer | 9 |
| 4.2.1 | Facebook | 9 |
| 4.2.2 | LinkedIn | 10 |
| 4.2.3 | Twitter | 10 |
| 4.2.4 | Bloggar..... | 10 |
| 4.2.5 | Instagram..... | 12 |
| 5 | Metod och genomförande | 12 |
| 5.1 | Personlig intervju | 12 |
| 5.2 | Fokusgruppsintervju..... | 13 |
| 5.3 | Intervjuguide | 14 |
| 5.4 | Val av respondenter | 15 |
| 5.5 | Min intervjuguide..... | 15 |
| 5.6 | Kvalitativ analys..... | 16 |
| 6 | Presentation av resultat | 17 |
| 6.1 | Fokusgrupp..... | 17 |
| 6.1.1 | Första intryck och tankar om ett alumninätverk | 17 |

1 Inledning

Att höra till nätverk tillsammans med andra som har liknande intressen som vi själv är viktigt. Teorin kring att forma och att höra till olika nätverk är fascinerande och berättar mycket om oss som personer. Att omringa oss själva med olika människor med olika styrkor ger oss mera än vad vi först kan förstå. Tankarna kring att starta ett alumninätverk vid Yrkeshögskolan Novia och speciellt för de utexaminerade restonomerna har en tid diskuterats på campuset. Förverkligandet av dessa planer har dock inte ännu kommit igång till fullo.

Business Dictionary.com definierar *alumni* som en grupp studerande som har utexaminerats ur en skola eller en utbildning. Uttrycket *alumni* används när gruppens könsfördelning är blandad, dock finns uttrycket *alumnus* för en grupp med bara manliga utexaminerade samt *alumna* för de kvinnliga motsvarande (Businessdictionary.com 2015).

Liknande nätverk för utexaminerade studeranden är vanliga utomlands men har också börjat ta fotfäste i Finland, men restonomutbildningen vid Yrkeshögskolan Novia saknar ännu ett eget. Att starta ett alumninätverk för utexaminerade studeranden och på så sätt hålla uppe kontakten mellan de olika årskurserna skulle vara en kontaktyta med arbetslivet.

Jag har själv studerat till restonom vid Yrkeshögskolan Novia tillsammans med mina teamkamrater i det första restonomteamet, Andelslaget Toptimal, vilket vi grundade efter vår studiestart hösten 2010. Jag är personligen intresserad av alumniverksamhet och de möjligheter som ett sådant samarbete utgör samt av olika nätverk och deras påverkan på vårt liv, både på det personliga och det professionella planet. Som uppdragsgivare för mitt examensarbete fungerar programansvariga lektor Anna-Karin Abrahamsson.

1.1 Syfte

Syftet med mitt examensarbete är att ta reda på utexaminerade restonomers (alumniers) intresse för ett alumninätverk och en framtida alumniverksamhet samt en hurdan plattform de skulle uppleva ändamålsenlig för nätverket. Jag vill veta vilka andra nätverk de utexaminerade hör till och ifall de har upplevt nätverken nyttiga med tanke på sin karriär och yrkesutveckling. Jag utreder också studerandes intresse för samarbete med utexaminerade.

1.2 Metod

Som min metod kommer jag att använda personlig intervju och fokusgrupp. Jag har läst in mig på teorier om nätverk och att nätverka samt den sociala medians roll i att forma nätverk som man kan ha nytta av både gällande karriären och i privatlivet. Fokusgruppen består av restonomstuderande vid Yrkeshögskolan Novia, de personliga intervjuerna utförs med restonomalumner med varierande utexamineringsår.

2 Yrkeshögskolan Novia

Yrkeshögskolan Novia är den största svenskspråkiga yrkeshögskolan i Finland. Skolan har verksamhet vid sina fem campus vilka ligger utspridda längs kusten; enheterna vid Åbo, Raseborg och Jakobstad samt två i Vasa. Utbildningsmöjligheterna utgörs vid Novia av 23 YH-examina samt 12 stycken högre YH-examina. Sammanlagt studerar ca 4000 studerande vid yrkeshögskolan. (Yrkeshögskolan Novia 2015)

Vid Yrkeshögskolan Novias enhet på Nunnegatan i Åbo kan studerande sedan år 2010 genom projektifierad teaminläring studera till restonom, företagsekonom och samhällspedagog; dessa tre utbildningar formar tillsammans Team Novia.

2.1 Teaminläring på Novia

Studierna består av tre delar; projekt, träningar och litteraturstudier. Tillsammans med utbildningarnas läroplan och kompetenser i hand hjälps teammedlemmarna åt att forma just sin utbildning. Teamets egna intresseområden och styrkor formar långt studiernas innehåll eftersom alla studerande själv får välja hurdana projekt de vill arbeta med. Träningarna är teamets gemensamma tid där medlemmarna övar dialog, uppdaterar varandra på projektens framskridning, bollar ideér med varandra och sköter andelslagets ärenden. Teamet delar sig själv i projektgrupper som träffas utanför träningstid för att arbeta. Litteraturstudierna ska komplettera de olika projekten och hjälpa varje teammedlem att nå kompetenserna. Olika verkstäder, träffar med andra team, besök och gästföreläsningar kan användas som en del av studierna. I början av sina studier grundar restonomer, samhällspedagoger och tradenomer sina egna andelslag eller föreningar. Varje studerandeteam handleds av en teamcoach och äldre studerande och redan utexaminerade hjälper också till (Team Novia 2014a). För tillfället finns

det 12 studerandeteam vid Nunnegatans enhet; tre turismteam, tre team för samhällspedagoger och sex tradenomteam (Team Novia 2014b). Alumner vid de olika utbildningarna skulle bli en naturlig kontaktyta med näringslivet och är en värdefull resurs vilken för tillfället inte utnyttjas till dess fulla potential. Genom alumnerna skulle studerande kunna hitta intressanta praktikplatser inom branschen, knyta kontakter och kanske bli anställda fortare efter studierna.

2.2 Befintlig alumniverksamhet

Vid Yrkehögskolan Novia har de första stegen till ett nätverk mellan alumner och studerande redan tagits, alumniverksamhet finns alltså redan på en nivå. Vid Nunnegatans enhet har exempelvis ordnats alumnidagar, d.v.s. tillställningar där restonomalumner har besökt skolan och berättat om sitt arbete eller sitt företag för de studerande. Självt har jag ordnat en sådan alumnidag på hösten 2013. Då bjöd jag in restonomer till Nunnegatan var de möttes av entusiastiska studerande. Alumnerna berättade först fritt om sig själv och sitt arbete varefter studerande fick ställa frågor. Tillsammans i grupper diskuterade studerande och alumner också möjligheten till det framtida alumninätverket och hur dess verksamhet kunde se ut.

3 Nätverk

I vårt liv kommer vi att höra till flera nätverk, både officiella och inofficiella. Exempel på officiella nätverk kan vara olika registrerade idrottsföreningar, Marthaföreningen, ett fackförbund eller kommunalpolitiken. Inofficiella nätverk är exempelvis vår vänskapskrets, en bokcirkel eller grannarna i husbolaget. Definitionerna på nätverk och samhörighet ändras rätt ofta. Ofta har definitionerna också gått hand i hand med olika tekniska och teknologiska framsteg (Heinonen 2008, s.13). Uppfinningen av telegrafan och senare telefonen gav helt nya möjligheter till att knyta nya kontakter och upprätthålla de gamla; innan dem var alternativen att kontakta varandra begränsade. Därpå bredde radio och TV på våra kretsar och senare svängde datorteknologin kommunikationen människor emellan på huvudet (Heinonen 2008, s. 45-52).

Både Gardner och Widoff (2007, s.21) och Silvennoinen (2008, s.17) jämför nätverk med spindelnät. Författarna vill att vi ser oss som spindlarna i mitten och våra kontakter som ett sammanvävt nät där kontakterna korrelerar med varandra på flera olika sätt. Vi kan också ha

flera olika nät vars syften är olika och vi använder oss av olika nät beroende på vad det är som vi just då är ute efter. Vi kanske tänker att vi egentligen inte känner så många människor att vi med gott samvete kan kalla det ett nätverk. Gardner och Widoff har uppskattat att var och en av oss känner minst 250 personer (2007, s. 44) medan Silvennoinen uppskattar vårt kontaktantal att vara lite högre, ca 300 vilka vi känner vid namn (2008, s. 61). Gardner och Widoff (2007, s. 17) menar att allt som vi någonsin behöver är det möjligt att nätverka sig till, oavsett om det är frågan om ett nytt jobb eller en ny partner. Enligt författarna är också ett gott kontaktnätverk värt mera än all marknadsföring och till en avsevärt mindre kostnad.

Ett klassiskt exempel på det som nätverk är bra för är arbetssökning. Om vi är ute efter en ny befattning lönar det sig att aktivt fråga. Sannolikheten är stor att någon i vårt kontaktnät åtminstone kan tipsa oss om något lämpligt. Samtidigt är det vanligt att rekrytering sker enbart på basen av kontakter eftersom det är smidigare att rekrytera inom organisationen eller alternativt genom direkta kontakter (Silvennoinen 2008, s. 61-62).

3.1 Att höra till ett nätverk

Det finns nätverk för flera olika behov, t.ex. ett nätverk för att dela intressanta nyheter, ett för att delta i volontärjobb och på så sätt hjälpa andra. Nätverk kan fungera som stöd exempelvis för patienter som lider av samma sjukdom. I nätverken kan vi erbjuda och ta emot hjälp, tjänster, information, skämt eller motivation. Nätverket måste skapa mervärde av något slag så att medlemmarna känner att de vill vara med. Vad som är värdefullt för en är kanske inte lika värdefullt för den andra; en önskar att få likasinnat sällskap medan den andra är ute efter tips på det nästa karriärsteget. Vi bygger själv nätverken som vi är med i och således kan vi själv påverka innehållet (Silvennoinen 2008, s.17-18).

Gardner och Widoff skriver om något som kallas för ”givers-gain” alltså om att den som ger ska också få tillbaka. De förklarar det bästa med att nätverka med att det inte finns några måsten. Men ett nätverk fungerar bäst när dess medlemmar både ger och tar. Gardner och Widoff menar att den bästa frågan du kan ställa åt dem i ditt nätverk alltid är vad du kan hjälpa dem med och att gientjänsterna nog hittar sin väg tillbaka till den som hjälpt och gjort gott i första plats (2007, s. 21). Silvennoinen skriver om samma princip men kallar det främst för gott sätt eller att ta hänsyn till gruppens andra medlemmar. Han väljer också att se det som en

tacksamhetsskuld mot den som först har hjälpt oss. Genom att arbeta tillsammans och samla på oss goda erfarenheter växer vår tillit till gruppen. Då blir det också lättare att ta emot eller erbjuda hjälp (Silvennoinen 2008, s. 36).

För människan är det viktigt att få känna sig som en del av en grupp. Trots att fokus idag ofta går till individuella behov betyder det här inte att vi vill vara ensamma. Idealet skulle vara en grupp med likasinnade människor där vi samtidigt kan förverkliga våra egna idéer men vid behov känna att vi är en del av något större. Vi dras lätt till sådana personer som delar våra intressen och det är också lättare för oss att upprätthålla de förhållanden som vi knyter med dem som liknar oss själva (Silvennoinen 2008, s. 33). Ibland räcker det bara med att veta, att vi vid behov kan ty oss till någon som vet vad vi går igenom och skulle kunna hjälpa oss om vi så skulle vilja (Silvennoinen 1999, s. 53). Den bästa sorts nätverk vi kan bilda är ett där medlemmarna inte tävlar sinsemellan utan stöder varandra och gläds ovillkorligt över vad de andra nått (Silvennoinen 2008, s.34).

Många olika faktorer kan få oss att känna samhörighet med en grupp; livsval, utbildning och religion för att nämna några. Om vi vill knyta kontakt till någon som vi inte känner från förr kan det vara enklast genom att plocka fram en gemensam nämnare, exempelvis restonomutbildningen (Silvennoinen 2008, s. 33). Vi kan dock höra till ett nätverk eller vara med i en gemenskap utan att känna av samhörighetskänslan. Hur var och en upplever sig som en del av en gemenskap är unikt (Heinonen 2008, s. 14).

Vi lever idag i ett konstant infoflöde som omger oss dag och natt. Det är omöjligt för oss att hela tiden hålla koll på det som händer och hur situationerna utvecklas, vårt fokus är selektivt. Vårt Nätverk hjälper oss även här. Inför en ny utmaning har vi nytta av ett brett utbud kontakter eftersom vi alla har olika styrkor och kunskaper. Att fråga en kompetent person kan ersätta en lång sökning på internet. Genom vårt egna kontaktnät har vi dessutom flera andra kontaktnät till vårt förfogan; någon känner alltid någon som vet eller känner till den informationen vi behöver (Silvennoinen 2008, s. 48). Nedan kommer jag att ta redogöra för några vanliga typer av nätverk.

3.2 Expertnätverk

Expertnätverk är en typ av nätverk som formas av professionella inom en viss bransch. Syftet kan vara att dela och förmedla information, tipsa om olika arbetsmöjligheter eller viktiga nyheter. Expertnätverk kan lika väl vara mångprofessionella (Silvennoinen 2008, s. 22).

För att komma med i ett expertnätverk bör den nya medlemmen behärska kunskap eller tekniker som samtliga i gruppen värdesätter. Att ha ett nätverk med experter runt sig kan underlätta det egna arbetet i vardagen och samtidigt erbjuda ett oersättligt gott stöd vid en avvikande situation eftersom de i gruppen kan ha verktyg till att handskas med en likadan situation (Silvennoinen 1999, s.18).

Det går inte att ta för givet att en person i expertposition har ett brett nätverk trots att det oftast är de som skulle ha de bästa chanserna tack vare frekventa konferenser, resor och mångsidigt samarbete. Att investera tid på att nätverka och knyta kontakter av olika slag kan också av vissa upplevas som onödigt eller som bortkastad tid (Silvennoinen 1999, s. 19).

3.3 Nätverk inom olika yrkesgrupper

Nätverk inom olika yrkesgrupper uppstår naturligt. Att träffa andra från samma bransch fyller inte bara ett socialt behov hos oss, det gör det också lättare att hantera en avvikande situation eller söka råd till ett problem. Tröskeln för att framföra nya idéer och förbättringsförslag förblir också lägre (Silvennoinen 2008, s.16). En form av mervärde som kan tillföras är möjligheten att få påverka praktiskt och att få känna, att de egna förslagen tas i beaktande och övervägs på allvar (Silvennoinen 1999, s. 14).

Ett inofficiellt nätverk på arbetsplatsen förblir en plattare organisation än den officiella. Om bara en person förses med ansvaret att svara på alla förfrågningar kring ett ämne så kommer svaren att dröja och informationen som delas ut kan vara begränsad. Ett nätverk bland kollegorna leder ofta till ett snabbare och mera uttömmande svar (Silvennoinen 1999, s. 11). På arbetsplatsen kan kontakterna i det egna nätverket vara av mycket högre värde än officiella förhållanden, exempelvis de mellan arbetstagare och förman. De inofficiella kontakterna toppar nästan alltid de officiella när det kommer till jämställdhetsfrågor eller att genuint glädjas över gemensamma upplevelser och mål (Silvennoinen 1999, s. 11).

3.4 Alumninätverk

Alumninätverk för högskolor klassas även de inofficiella. Matti Hynynen säger i Silvennoins bok (Silvennoinen 2008, s.11) att inofficiella nätverk kan formas på basen av vilket intresse som helst och som exempel använder han fritidsintressen, politiska åsikter eller utbildning. Alumner kommer ofta ihåg att nämna var de har studerat och det utgör en lätt kanal för att hitta andra likasinnade. Ett alumninätverk utgör ett gott exempel på ett nätverk där personer med lika intressen och expertisområde kan finna varandra för exempelvis rekrytering eller olika projekt.

Alumninätverk finns redan i andra högskolor; Turun Ammattikorkeakoulu, Laurea, Arcada och Haaga-Helia för att nämna några. I Haaga-Helia och Laurea kan alumnerna exempelvis fungera som stödpersoner och mentorer åt studerande eller som gästföreläsare (Laurea 2015). Alumner kan också direkt anställa studerande som praktikanter eller examensarbetskribenter (Haaga-Helia 2014).

3.5 Hinder för att forma nätverk

Inga nätverk eller grupper kommer undan risken för fallgropar. Ibland går det att rätta till problemet, men till nätverkens livscykel tillhör också att någon lämnar gruppen. Att gå ur en grupp eller ett nätverk är inte enbart dåligt eftersom medlemmens tid som en del av nätverket kan ha kommit till en sådan punkt där medlemskapet bara belastar och känns som ett jobb i sig utan att ändå tillföra någon nytta eller känsla av mervärde. Det händer att medlemmarna i gruppen har uppskattat nyttan eller relationerna djupare än vad de egentligen är. Det här har oftast skett som en konsekvens av önsketänkande (Silvennoinen 1999, s. 36). Att våra relationer och förhållandesätt till andra inom våra nätverk ändras är naturligt. Men ibland kan en grundläggande förändring vara för mycket och kontakten upplevs inte längre som något naturligt. Det här kan ske som en konsekvens av exempelvis en skilsmässa, karriärbyte eller en ny livsstil. Dynamiken inom nätverket kan också ha ändrat så, att den inte längre upplevs värdefull. En medlem kanske utnyttjar nätverket själviskt eller fryser ut andra (Silvennoinen 1999, s. 36).

Att vara med i ett nätverk förutsätter bindning och genom att ansluta sig till en gemenskap binder medlemmen sig också till att ge, inte bara ta. Problem kan uppstå om två parter inte

upplever förhållandet lika viktigt, på grund av rädslor, tidigare dåliga erfarenheter eller tidsbrist. Att försöka starta ett samarbete vid fel tidpunkt kan förstöra en potentiellt fungerande kontakt; det är värt att tänka efter om tiden är inne för båda parterna för att undvika onödig harm (Silvennoinen 1999, s. 41-42). Ibland förblindas vi av våra egna mål, antingen temporärt eller så ligger det i vår personlighet att vara speciellt tävlingsinriktade. Med tanke på ett harmoniskt nätverk är det inte bra. En extremt driven medlem kan göra sitt allt för att nå sitt mål, även uppoffra sina kontakter och sitt hela nätverk. Undantagsvis kan det här beteendet fungera, men enbart om samarbetsparterna inte har som avsikt att hålla kontakten i ett senare skede och samarbeta flera gånger (Silvennoinen 1999, s. 55).

4 Plattformer för nätverk

Alla nätverk behöver en plattform där de kan fungera. Vilken plattform som fungerar bäst för nätverket avgör dess medlemmar; tidsresurser, program och hur aktivt nätverket är bara några faktorer som kan påverka valet. Digitala plattformar utgör en bra kanal för exempelvis olika grupper för fritidsintressen medan en stödgrupp för insjuknade patienter kanske bäst fungerar om deltagarna är på plats i samma utrymme. En grupp och ett nätverk förutsätter inte alltid fysisk närvaro för att kunna fungera ändamålsenligt och skapa det önskade mervärdet åt medlemmarna.

4.1 Fysiska plattformar

Olika grupper som vi kan medvetet gå med i för att vidga vårt nätverk kompletterar naturligt de på internet. Ofta blir det tvärtom, d.v.s. att de personliga kontakterna kommer först och sedan utvecklas de till digitala kontakter; exempelvis leder studierna och våra kontakter i skolan till att vi går med i fakultetsföreningen varigenom vi kanske träffar utexaminerade från samma bransch och får nya kontakter och nätverk.

Hobbyverksamhet och fritidsaktiviteter är naturliga plattformar för personliga kontakter. Idrottsföreningar och sportklubbar är ofta aktiva nätverk där medlemmarna deltar på en hög nivå exempelvis i form av talkoarbete. Den fysiska plattformen utgörs då t.ex. av en innebandyarena eller en ishall.

År 2000 grundades Suomen Restonomit (SURE Ry). SURE är restonomernas och restonomstuderandenas egen intressebevakningsförening. Genom sitt medlemskap har föreningens restonomer tillgång till bl.a. rådgivning i lag- och lönefrågor, utbildningsmöjligheter och hjälp med arbetssökning (SURE 2015a).

4.2 Digitala plattformar

De sociala medierna är inget att underskatta när det kommer till att forma nätverk idag. Många företag övergår, om inte helt men delvis, till marknadsföring vid olika sociala plattformar. Det har blivit enkelt och effektivt att nå kunder via t.ex. Facebook eller en blogg, dessutom är kostnaderna för att ta sig ut till sociala medierna låga eller som bäst gratis (Juslén 2011, s. 16).

De sociala plattformarna på Internet är många i antal och alla av dem har speciella drag som gör att de lämpar sig bäst för en viss typ av nätverk. Ibland kan en kombination av flera plattformar vara det optimala.

4.2.1 Facebook

Facebook är för tillfället världens största sociala nätverk; år 2012 firade Facebook sin första hela miljard medlemmar och sedan dess har antalet bara ökat (Facebook, 2015a). Grundat år 2004 av Harvardstuderande Mark Zuckerberg var Facebook först menat som en plattform där Harvards egna studerande kunde knyta kontakter med andra studerande, inte bara sin närmaste vänskapskrets. Fr.o.m. 2006 har Facebook varit öppen för hela allmänheten oavsett bakgrund (Juslén, 2011, s. 239). Idag när Facebook är öppen för hela världen är dess mission är att hjälpa vänner, nära och kära att hålla kontakten och dela med sig av det som känns viktigt (Facebook, 2015b).

Det bästa sättet att skapa kontakter på Facebook exempelvis med en specifik yrkesgrupp är att skapa en egen grupp åt dem. Vem som helst kan skapa en grupp och bjuda in dem som önskas höra till gruppen. Grupperna kräver alltid minst en moderator som t.ex. godkänner nya medlemmar och editerar gruppens information (Juslén 2011, s. 251-252).

4.2.2 LinkedIn

LinkedIn är det professionella nätverket vars syfte är att knyta ihop arbetsgivare och arbetstagare med varandra genom att skapa sk. stigar mellan olika parter (Zarrella 2009, s. 71).

På LinkedIn kan användarna skapa sin egen profil, det som syns utåt när arbetsgivare bläddrar bland potentiella arbetstagare. Förutom basinformationen om utbildning, arbetserfarenhet och CV kan användarna lägga till exempelvis bloggtexter eller bokreflektioner. Även på LinkedIn finns det grupper kring olika yrkesområden (Juslén 2011, s. 269).

LinkedIn själv marknadsför sig som det största yrkesnätverket i världen och beräknar att det har mer än 300 miljoner användare i över 200 länder (LinkedIn, 2015).

4.2.3 Twitter

Twitter är vad som också kallas för en mikroblogg. Det mest karakteriserande är att storleken på inläggen är begränsade och i Twitters fall kan en uppdatering, en *tweet*, endast omfatta 140 tecken (Zarrella 2009, s. 31). Twitter kräver bara en liten tidsmässig insats av sina medlemmar och tröskeln att gå med är därför låg. På Twitter kan medlemmarna dela korta uppdateringar med åsikter, intressanta länkar eller nyheter fort och en intressant tweet kan fort få stor spridning (Zarrella 2009, s. 31).

Att skapa ett nätverk inom Twitter händer både genom att själv följa andra användare och få följare åt sig själv. Vem som helst kan följa vem som helst och genom sökfunktionerna kan användaren hitta tweets som handlar om ett intressant ämne eller andra användare som verkar ha lika intressen. Kontakterna är alltså inte begränsade till enbart dem som känner varandra utanför Twitter; ditt nätverk kan omfatta hela världen (Zarrella 2009, s.39).

4.2.4 Bloggar

Bloggar möjliggör ett mera direkt ställningstagande till ett aktuellt ämne än en hemsida. Bloggen har en lägre tröskel och kan snabbt bjuda på nytt, speciellt om skribenterna är flera eller om det inte är så noga vem som är i tur att skriva. Populära plattformar för bloggar världen runt är exempelvis WordPress och Blogger, båda kostnadsfria att börja använda. Blogger är en av de första plattformarna som år 1999 satt igång bloggarnas succé (Zarrella 2010, s. 11-25). Bloggen ger en chans att använda ett vardagligare, lättsammare språk vilket läsare kan uppleva som lättare att närma sig. Genom en blogg kommunicerar också skribenten

och läsaren dubbelriktat i.om. möjligheten att kommentera inläggen, något som saknas hos den traditionella hemsidan (Ström 2010, s. 30).

Det som gör en blogg till chansen för ett nytt nätverk är möjligheten att kommentera texterna. Kommentarererna låter läsarna fråga, kritisera och undra och på så sätt starta diskussion som kan leda till nya kontakter (Zarella 2010, s. 15). Anonymiteten på internet är ett hot för genuin konversation i kommentarerna. Att inte tillåta kommentarer på texterna är det enklaste sättet att slippa handskas med potentiella oönskade och obehagliga inslag. Genom att göra så riskerar bloggarens skribent att bli sedd som arrogant och separerad från sina läsare, något som inte är önskvärt speciellt om det är frågan om en företagsblogg (Ström 2010, s. 38-39).

Bloggosfären delas in i många olika typer och en blogg kan samtidigt höra till flera olika kategorier. Förutom företags-, marknadsförings-, och branschbloggar som är allvarligare och mera kommersiella till naturen finns det lättsammare kategorier. En temablogg riktar sig starkt på bara ett tema; inte bara en matlagningsblogg utan inriktad på veganska bakverk. En tillfällig blogg existerar och uppdateras bara under en begränsad tid. Ett gott exempel är en blogg som skrivs kring ett evenemang, då kan uppdateringarna handla om evenemangets tidtabeller, vilka som uppträder och praktiska arrangemang under dagen. Bakom kulisserna-bloggen går ihop med den tillfälliga bloggen. Bakom kulisserna-inläggen kan bestå av presentationer över evenemangets ansvariga och uppdateringar på uppbyggandet av evenemangens scen. Den lättsamma bloggen skrivs med humor. Den handlar ofta om sådant som personen, eller varför inte företaget, upplever som roligt och underhållande. Många personliga bloggar som inte direkt nischer sig på matlagning, mode eller sport utan mera behandlas som elektroniska dagböcker faller i den här kategorin (Ström 2010, s. 31-36).

Att skapa nätverk genom bloggar kan ske på flera sätt. Förutom kommentarerna till andra likasinnade bloggare kan en s.k. blogroll användas. Blogroll är en lista på bloggar som skribenten själv läser och tycker om och har listat på sidan av sin egen blogg så att också andra lättare kan hitta dem (Zarella 2010, s. 19). Att andra som är intresserade av ämnet ska kunna hitta bloggen är det bra att använda sig av nyckelord. Inläggen kan märkas med nyckelorden och då hittas de enklare med sökmotor (Ström 2010, s. 39).

4.2.5 Instagram

Instagram är en tjänst där användarna delar bilder och skulle även kunna kallas för en sorts bildblogg. Instagram är riktat mot alla som vill använda fotografier och bilder som ett utlopp för sin kreativitet och beräknas ha över 300 miljoner medlemmar (Instagram 2015a).

Instagram vill hjälpa sina användare att skapa minnen och visa, att det inte krävs dyr apparatur eller lång utbildning för att ta en bra bild eller en underhållande videosnutt (Instagram 2015b).

Även här förser användarna sina bilder med nyckelord, hashtags. Att söka bilder med hjälp av en hashtag kan hjälpa användaren att hitta andra intressanta användarkonton vilka publicerar bilder med liknande intresen. Fitness är idag ett hett ämne och i.om. det har fitspiration, fitness inspiration, vuxit fram. En snabb sökning på #fitspiration ger över 4 100.000 träffar; bilder, videon och textsnuttar inlagda av andra motionsentusiaster för att hjälpa sina medmänniskor att hålla humöret högt (Instagram 2015b).

5 Metod och genomförande

I mitt examensarbete kommer jag att utföra olika typer av intervjuer. Intervjuerna kommer att utföras både i form av gruppdiskussioner med studeranden och med alumnerna antingen personligen eller som telefonintervjuer. Syftet med intervjuerna och diskussionerna är att samla studerandes och alumners tankar och åsikter gällande den alumniverksamhet som kommer att starta för Yrkehögskolan Novias restonomer. Den form av intervjuer som jag har valt att utföra är alla strukturerade intervjuer med öppna frågor. Den typen av intervju kallas även för en kvalitativ intervju (Krag Jacobsen 1993, s. 19).

5.1 Personlig intervju

För att kunna producera en lyckad intervju behöver vissa regler följas. Krag Jacobsen (1993, s. 11) påstår att det viktigaste är att båda parterna håller sin roll, något som kan vara svårt exempelvis om intervjuaren är oerfaren eller diskussionens ämne kontroversiellt.

Det är möjligt att styra intervjun ifall intervjuaren och respondenten verkar löpa risk att byta om sina roller. Vid en kritisk fråga kan respondenten känna sig hotad och antingen vägra svara eller komma med ett trotsande motargument. Intervjuaren bör då inte börja ursäkta sig själv

eller backa ut med frågan. Ett stiligt sätt att försöka få koll på rollerna kan vara att exempelvis konstatera att det är många som gärna hör svaret på just den här frågan (Krag Jacobsen 1993, s. 130-131).

Karakteristiskt för en bra intervju är att den känns trovärdig och genuin. Den som senare läser resultaten får inte börja tvivla på att resultaten skulle vara påhittade. En god intervju ska också vara sammanhängande och det ska vara enkelt att följa med i den. Intervjuaren ska ha förberett sig på ämnet och ta till sig modet att fråga just de rätta frågorna. En god intervju ska tillföra något nytt för läsaren, helst ska det också kännas av värde att läsa (Krag Jacobsen 1993, s. 13). Ibland kan intervjuaren ha en personlig anknytning till ämnet vilket kan vara på gott och ont. Den personliga anknytningen kanske gör att intervjuaren är mera insatt och förstår att fråga mera relevanta eller detaljerade frågor än en intervjuare utan de tidigare erfarenheterna (Dalen 2007, s. 12)

Dalen (2007, s. 42-43) påminner också om gott sätt vid intervjutillfället. Till dessa hör att presentera sig och berätta varför intervjun görs. Respondenterna måste också påminnas om att de får behålla sin anonymitet och vad som kommer att hända med det material som samlas in. Intervjuarens egen attityd och beteende kan vara skillnaden på en lyckad eller misslyckad intervju.

5.2 Fokusgruppsintervju

En intervju med en fokusgrupp lämpar sig väl vid insamling av grundläggande information och åsikter samt som en början till att skapa upp helt nya idéer för kommande koncept (Christensen & Andersson & Carlsson & Haglund 1998, s. 144).

För att uppnå en lämplig dynamik inom fokusgruppen rekommenderas ett deltagarantal på åtminstone sex personer. Ifall det är meningen att gruppen ska diskutera känsliga ämnen så som missbruk eller ekonomi kan det vara lämpligt att jobba med en mindre grupp; i min fokusgrupp behandlar vi dock inga känsliga ämnen utan håller diskussionen kring allmänna ämnen så det finns inget behov för en liten grupp (Christensen et.al. 1998, s. 144-145).

För att kunna utföra en lyckad fokusgruppsintervju bör atmosfären vara avslappnad och trygg så att intervjuaren, även kallad för diskussionens moderator, kan etablera en bra kontakt med

gruppen. Att tänka på gällande en fokusgrupp är också att inte välja alltför olika eller varandra alltför närstående deltagare eftersom detta kan påverka diskussionen negativt (Christensen et.al. 1998, s. 145-146).

Både Dalen (2007, s. 31) och Krag Jacobsen (1993, s. 19) styrker betydelsen av en intervjuguide. I guiden ska framgå frågorna som kommer att behandlas. Dalen tycker att frågorna dessutom ska ordnas så, att mera allmänna teman behandlas först och mot slutet tas noggrannare och mera specifika frågor upp. På så sätt används energin rätt och först på de mest väsentliga frågorna varefter andra synvinklar kan tas upp.

5.3 Intervjuguide

Dalen (2007, s. 9) har brutit ner konceptet av intervju till en ”utväxling av synpunkter”; två personer som växlar åsikter och känslor sinsemellan. Att välja rätt typ av metod för rätt målgrupp kan vara svårt. Där som en respondent kan uppleva den personliga kontakten i en telefonintervju generande, tycker den nästa respondenten att det skulle kännas mycket bättre att få tala med intervjuaren istället för att exempelvis svara på ett anonymt frågeformular (Dalen 2007, s. 10).

Jag kommer att använda mig av öppna frågor vilka ger mera frihet till intervjun. Krag Jacobsen (1993, s.99) kallar öppna och slutna frågor även för breda och smala frågor vilket förklarar frågornas natur och hur mycket utrymme det finns för svar. Exempel på breda respektive smala frågor kan vara ”Berätta om dina studier i gymnasiet” och ”Vilken gymnasieskola studerade du vid?”.

Att frågan ställs som öppen behöver inte nödvändigtvis ge ett långt svar, eftersom en noggrann fråga ibland framkallar flera och noggrannare minnesbilder (Krag Jacobsen 1993, s. 100). Det är ändå säkrare att, om möjligt, ställa frågorna som mera öppna för att undvika att för mycket leda intervjun och kringgå möjliga på förhand formade åsikter. Krag Jacobsen ger en intressant guide till att forma frågorna så att intervjun i princip kan hålla på hur länge som helst; börja frågorna med bokstäverna V, N eller H. I praktiken kommer frågorna då att vara i stilen med Var, när, hur, varför, hur många o.s.v. (Krag Jacobsen 1993, s. 103).

Bland de öppna frågorna kan det ibland vara bra att ställa en sammanfattande fråga. En sammanfattande fråga summerar upp viktiga punkter som har behandlats i intervjun. De sammanfattande frågorna kan fungera som slutsatser eller som ett test av intervjuarens teori (Krag Jacobsen 1993, s. 103-104).

Också ett väl utvalt citat ur intervjumaterialet kan användas för att summera upp något viktigt. Att använda citat till det syftet och hitta det rätta kräver dock ett vältränat öra och ett aktivt beslut att hålla ögonen öppna vid analyseringen av materialet (Dalen 2007, s. 106). Att inte heller frukta en tystnad under intervjutillfället är bra att komma ihåg. En paus kan bli ett naturligt hopp från ämne till ämne eller också kan den fungera som en tyst tillägsfråga (Krag Jacobsen 1993, 106-107).

Slutligen är det viktigt att komma ihåg att formulera sina frågor så, att varje fråga faktiskt bara innehåller en fråga. Ifall respondenterna frågas flera frågor på samma gång är det inte bara förvirrande, utan också sannolikt att intervjuaren blir utan svar på den som ställdes först (Krag Jacobsen 1993, s. 116).

5.4 Val av respondenter

Mina respondenter valde jag ut på basen av deras utexamineringsår. Från skolan fick jag en lista med de utexaminerades namn och utexamineringsår och på basen av den kontaktade jag respondenterna. Jag ville att respondenternas erfarenheter skulle skilja sig från varandras, d.v.s. att några av dem redan hade hunnit göra en längre karriär inom branschen medan andra först nyligen hade kommit ut i arbetslivet. Exempelvis var respondenternas ålder eller kön inte väsentliga valkriterier för mig, däremot önskade jag få en viss geografisk spridning så att inte alla respondenter skulle vara bosatta i Åbotrakten. De jag kontaktade var överlag intresserade av mitt arbete. Av dem som jag kontaktade och som nekade en intervju gjorde det på basen av tidsbrist och opassande tidtabeller.

5.5 Min intervjuguide

Vid mina intervjutillfällen arbetade jag på basen av två frågeguider, en för fokusgruppen och en till för alumnernas personliga intervjuer. Sinsemellan skilde sig frågeguiderna en del fastän båda behandlade samma teman; närmast var vinklandet av frågorna olika (se bilagor).

Jag planerade frågorna så att de skulle vara enhetliga med arbetets syfte. Jag ville ta reda på intresse för och tankar kring att skapa och arbeta med ett alumninätverk. Jag ville kartlägga nyttor samt lämpliga plattformar för det framtida nätverket. Beroende på svaren ställde jag olika följdfrågor men utgångsläget och – frågorna var samma för alla.

Alla intervjuer skedde på Nunnegatan i campusets utrymmen. Längden på alumnernas intervjuer varierade något: den längsta dröjde ca 30 minuter medan den kortaste varade i 24 minuter. Fokusgruppsintervjun tog sammanlagt 42 minuter. För att kunna lyssna på diskussionerna i efterhand och för att underlätta transkriberandet bandade jag in diskussionerna på en diktafon som jag hade med mig vid varje intervjutillfälle.

5.6 Kvalitativ analys

Kvalitativ data är beskrivande data, exempelvis kan den med ord eller figurer beskriva intervjuobjektets åsikter, tankar och känslor. Analysen strävar också till att finna och närmare undersöka olika återkommande mönster i intervjumaterialet. Kvalitativ analys koncentrerar sig på kontexten av ett ting och kontexten är speciellt viktig eftersom samma ord, uttryckt av två olika människor, kan få två alldeles olika meningar (Christensen et.al. 1998, s.234-235). Den kvalitativa analysen är också processuell, d.v.s. att analysen egentligen sker samtidigt som insamlingen av data. Detta sker naturligt exempelvis när intervjuaren jämför de olika respondenternas svar med varandra (Christensen et.al. 1998, s. 236).

Viktigt att tänka på vid en kvalitativ analys är att hålla tankarna öppna och inte haka upp sig på färdiga rubriker. Istället bör intervjuaren söka nyckelord och andra upprepande teman och låta informationen själv falla på plats och gruppera sig; vad informationen senare ska kallas är inte ännu viktigt däremot kan färdiga försök till grupperingar bara begränsa (Christensen et.al. 1998, s. 238-239).

6 Presentation av resultat

Härnedan kommer jag att presentera resultaten av intervjuerna temavis, en frågeställning i taget. Jag inleder med resultaten från fokusgruppsintervjun varefter jag presenterar alumnernas intervjusvar.

6.1 Fokusgrupp

Min fokusgrupp bestod av fyra stycken studerande vars svar jag redogör för ett tema i taget. Fokusgruppsintervjun ägde rum den 6.3.2015. Frågorna jag ställde för fokusgruppen finns med som bilaga (se bilaga 1).

6.1.1 Första intryck och tankar om ett alumninätverk

Som första intryck kom gruppen på att tänka på verksamhet som funnits i deras tidigare skolor. En del hade haft äldre studerande av blandade åldrar in på lektionerna i gymnasiet, där hade de berättat om sitt arbete och sina karriärsteg. En gruppmedlem minns föreläsningarna med yrkespersoner, men hade inte då associerat talarna till att vara alumner vilket de i självverket hade varit. Samma gruppmedlem upplevde att hen först efter studiestarten i Åbo hade förstått att ordet alumni används och vad det egentligen betyder. Informationen hade kommit via Alumnidagen som ordnades hösten 2013. En gruppmedlem tyckte att det var intressant att se hur utexaminerade hade hållit kontakten trots att studierna tagit slut medan en annan upplevde att kontakten inte brukar hålla och därför lät första intrycket av ett alumninätverk jobbigt.

6.1.2 Samarbetets betydelse för studerande

Ett samarbete med utexaminerade upplevdes unisont positivt inom gruppen med inspiration och motivation som stora gemensamma nämnare. Med tanke på inläring tyckte gruppen att de kunde spegla sig i alumnerna och på så sätt tänka tillbaka till den egna studiestarten och inse hur mycket inläring som egentligen har skett. Också den kunskap som alumner besitter utgör en mätare för hur mycket som finns att lära sig om den egna branschen. Gruppen upplevde att det likaså var intressant att höra utexaminerade och äldre studerandes tankar kring deras egen studiestart och de hade upplevt studietiden. Studiebesök till alumners arbetsplatser upplevdes som en möjlighet eftersom alumnerna bättre visste vad studierna gick ut på och kunde således ge mera för besökarna. En gruppmedlem poängterade att det kanske

kunde vara bra att mera fokusera på intressanta personer och karaktärer istället för företag när det gäller besök Alumnernas berättelser om den egna karriären och det egna arbetet upplevdes som en motivator att studera och att satsa på de egna studierna. Att höra att livet ibland tagit en annan väg än den som alumnen planerat var också något som gruppen gärna skulle höra. Gruppen upplevde att alumnerna verkligen ville hjälpa dem och att de skulle förstå studeranden väl eftersom de själv har varit i samma sits en gång.

6.1.3 Önskat samarbete

Samarbete önskade gruppen främst med sådana alumner som fortfarande arbetade inom den egna branschen, dock ansågs mångprofessionalitet inte som något dåligt. Intresset för regelbundet samarbete uttrycktes av varje medlem, men gruppen insåg också att alumnerna kanske inte har lika mycket tid att ge åt nätverket som studerande själv har. Det som önskades mest av gruppen var en möjlighet att samarbeta med olika projekt. Studerande skulle utgöra en förmånlig och bra arbetskraft till alumnernas företag och själv skulle de få flera intressanta erfarenheter. Också gästföreläsare och olika verkstäder var eftertraktade. Alumnernas erfarenhet uppskattades och en gruppmedlem tyckte att det skulle vara fint, ifall alumnerna via nätverket kunde hjälpa till med olika problem som uppstår i teamen, t.ex. med frågor gällande beskattning och entreprenörskap. Gruppen önskade att tröskeln till att kontakta varandra skulle vara låg och att samarbetet inte skulle lida av att ingen vågar ta det första steget.

6.1.4 Studerandes eget deltagande

Gruppen var enad om att det ibland kan vara svårt att motivera studerande till att delta, trots att det är för deras eget bästa. Intresset måste komma inifrån för att informationen ska fastna, tycker de. Gruppen var också ense om att det borde få vara studerande själv som bjuder in alumner och fixar inför besöken, på så sätt skulle det kännas mera personligt och mera motiverande. Efter att de första steget är taget tycker gruppen att det måste finnas en utsedd person som ser till att nätverket hålls vid liv och ser till det nu som då. Enade var de om att den ansvariga inte skulle vara enbart en lärare eller coach som håller i trådarna. Coachens hjälp vid behov var däremot önskvärt. Gruppen upplevde att kontakten skulle bli mera genuin och personlig och att gästerna skulle känna sig mer välkomna ifall kontakten gick mellan dem och studeranden istället för lärarna. Alla kände som att lärarna skulle påverka träffarnas innehåll alltför mycket, men ifall studerande själv fick ordna kunde de också mera påverka och få höra om just det som de själv upplever nyttigt just då. Valet av evenemangens tidpunkt

tyckte gruppen att var viktig med tanke på deltagarantalet. Höstterminen under det första studieåret upplevdes för kaotiskt så gruppen enades om att första årets vår kunde vara bästa tidpunkten att presentera alumniverksamheten, efter det kunde träffar m.m. ske även på höstterminen.

6.1.5 Lämplig plattform

Alla i gruppen höll med om att Facebook skulle vara den enklaste och bästa plattformen för att starta samarbetet. Senare kunde gruppen tänka sig en helt egen hemsida för alumninätverket. En medlem uttryckte att det heller inte får finnas för många olika kanaler och plattformar, då glöms de fort bort. Plattformarna borde också vara välkända och enkla att följa, exempelvis upplevdes en blogg för jobbig. Instagram var en annan plattform som gruppen upplevde intressant och lätt att följa med i. Gruppen tyckte om tanken att få se helt vanliga arbetsrelaterade vardagsbilder uppladdade av alumnerna. En idé som uppstod i gruppen var att de alumner som redan besökt skolan kunde skriva en kort text om sig själv och sitt besök. Texterna kunde sedan arkiveras, exempelvis på Facebook, så att studerande kunde läsa dem på egen tid alltid vid behov. En gruppmedlem poängterade att syftet framförallt borde ligga i att inspirera varandra.

6.2 Alumni

De alumner som jag har intervjuat är utexaminerade vid olika tillfällen, mellan åren 2005 och 2014 och har således olika långa erfarenheter av arbete inom turistbranschen. Här presenterar jag intervjuresultaten ett tema i taget. Intervjuerna ägde rum vid fyra olika tillfällen; den 5.3.2015, den 10.3.2015, den 18.3.2015 samt den 19.3.2015. De frågor som jag ställde alumnerna finns med som bilaga (se bilaga 2).

6.2.1 Intresse för alumninätverk och deltagande i det

Alla alumner ville delta i verksamheten och tyckte alla att alumniverksamhet i grund och botten endast är något positivt. Alla nämner de olika positiva sidor, så som möjligheten till att reflektera med andra branskmänniskor, möjligheten att utveckla sig själv och idka produktutveckling samt mångprofessionalitet. En av respondenterna tyckte att arbetssökandet kunde förenklas ifall det skulle finnas ett nätverk med restonomer att vända sig till; det eftersom lediga befattningar inom turistbranschen sällan annonseras ut offentligt, säger hen.

En annan respondent tyckte att möten mellan alumner och i senare fall också studerande, kunde i bästa fall resultera i helt nya arbetsplatser. En av alumnerna påpekar dock att deltagandet i nätverket inte ska få ta alltför mycket tid eller innehålla alltför mycket arbete, då skulle glädjen av att höra till gruppen lida; ”*Det beror kanske på hur mycket jobb det sen blir sist och slutligen. Jag menar, om man går med och sedan märker att man kanske hamnar bygga upp en hel del så då tror jag att den där glädjen att bara vara med far i det*”.

6.2.2 Nyttor med ett samarbete med studerande, personliga och de för företaget

Alumnerna nämner var och en flera potentiella nyttor, både för studerande, sig själv och för företaget; två nämner också att de själv saknade en liknande verksamhet under sin egen studietid. Att få byta åsikter och dela information med varandra samt att kanske hjälpa en studerande hitta något nytt intresseområde tyckte alumnerna att var viktigt. Alumnerna håller med om att det skulle bli enklare att hitta motiverade praktikanter och sommararbetare. Några alumner nämner också att de gärna skulle ta emot möjligheten till att fungera som uppdragsgivare för en examensarbetskribent. Möjligheten att samarbeta inom olika projekt som gynnar både studerande och uppdragsgivare tycker alumnerna också att låter bra, två nämner också att de kunde tänka sig att gästföreläsa eller ordna olika verkstäder för studerande. En av alumnerna blickar längre fram och tycker att det kunde vara enklare att anställa ny arbetskraft till sina företag om alumnerna hade fått knyta kontakter till studerande redan under studietiden.

Med tanke på företagets nyttor nämner två alumner att studerande kan vara mera insatta i aktuella branschrelaterade nyheter och forskning, vilket skulle hjälpa företaget att hålla sig uppdaterat. ”*Genom att också ha nära kontakt och samarbete med studerande så håller man sig (...) på den där utvecklingsbanan själv också samtidigt och tar hjälp av studerande automatiskt*”. En alumner hoppades på att studerande kunde göra studiebesök och sedan komma med förbättringsförslag vilka de sedan tillsammans kunde utveckla till projekt. Att fungera som uppdragsgivare till ett examensarbete tyckte två av alumnerna att skulle vara ett ypperligt sätt att utveckla delar inom den egna verksamheten eller verkställa ett projekt som den egna personalen inte har tid eller möjlighet att ta an. Om en studerande skulle söka praktikplats vid någon av alumnerna så tror en av de intervjuade att även företagen skulle kunna få mera ut av tiden eftersom de är bättre insatta på praktikantens studier och kompetenser.

6.2.3 Motiverande verksamhet

Alumnerna verkar överlag öppna till att delta i flera olika typer av verksamhet och tillställningar. Två nämner att de speciellt gärna skulle komma tillbaka till Åbo för att hålla kontakten med de egna studiekompisarna och för att träffa andra utexaminerade. Två tycker att de gärna kunde fungera som gästföreläsare ifall studerande så skulle önska, en kunde däremot inte alls tänka sig att föreläsa men nog att fungera som en sorts stödperson som studerande kunde vända sig till ifall de t.ex. har problem med ekonomifrågor. En av alumnerna skulle gärna ge studerande lite omväxling i rutinerna just genom föreläsningar. Att ordna olika aktiviteter tillsammans med studeranden låter som en rolig grej men alumnerna bör vara försiktiga att de inte tar över tutorverksamheten, påpekar en av de intervjuade. Däremot tycker hen att ett samarbete med tutorerna i ett senare skede kunde vara värt att överväga.

Gällande tillställningar som skulle ordnas för både studerande och alumner så önskar de intervjuade att de skulle byggas upp av både arbete och nöjen. En av de intervjuade påpekade att det skulle vara önskvärt om arrangörerna också bjöd in sådana talare som alumnerna kunde ha nytta av och intresse för. Exempelvis kunde ett två dagar långt evenemang innehålla en dag med föreläsningar och diskussion medan den andra dagen kunde innehålla ett friare program med möjlighet till att knyta kontakter och mingla. Viktigast är att tillställningarna skulle göra det möjligt att gå in på djupet lite mer, att de inte enbart består av att byta visitkort säger en av alumnerna.

6.2.4 Lämplig tidpunkt

Alumnerna är alla av den åsikten att hösten skulle vara den bästa tiden för att ordna olika evenemang. Sommaren skulle de däremot utesluta helt. Sitt val motiverar de med att den hektiska sommarsäsongen då är över och man kan börja blicka mot nästa år och på samma gång kunde de involvera studerande i kommande projekt och verksamhet. Alumnerna skulle ändå vänta med att inleda arbetet med förstaårsstuderande till vårterminen eftersom de upplevde att nya studerande redan hade tillräckligt på agendan den första höstterminen. Äldre studerande kunde alumnerna tänka sig att arbeta med redan under hösten. En av alumnerna lyfte också upp att tidpunkten på året kanske inte är lika relevant ifall det är frågan om ett evenemang enbart för alumner; dock inte då heller helst sommaren.

6.2.5 Lämplig plattform för alumniverksamhet

Eftersom det ännu inte finns någon plattform alls för samarbetet, tycker en av alumnerna att det skulle vara bäst att vänta och se hur verksamheten blir och på basen av den sedan skapa en plattform med medlemmarnas önskemål i tankarna. Gällande sociala medier tog alumnerna upp Facebook och LinkedIn och ansåg att ingendera helt var vad de skulle önska. LinkedIn ansågs för begränsat och Facebook för oseriöst; två kunde ändå tänka sig att en grupp på Facebook kunde vara bra att ha. Några andra kriterier som en av alumnerna önskade, var att plattformen ska vara ändamålsenlig och skapad med restonomernas behov i tankarna. Plattformen ska vara enkel för dem att hitta till, men inte så privat att utomstående inte skulle kunna ta kontakt vid behov. Plattformen bör också vara tillräckligt känd så att den inte lika lätt glöms bort, säger en av de intervjuade. Hen medger att exempelvis Facebook har den fördelen att många redan har en vana att logga in där nu som då, så är inte fallet med helt nya plattformar och då skulle nätverket lätt bli inaktivt och oaktuellt.

Andra förslag till plattformar var ett enkelt register där alla kunde lista upp sig och sina kunskaper, en egen hemsida eller en egen flik i samband med Åboenhetens hemsida samt en sorts e-postjour som studerande kunde skriva till, även anonyma om de så önskar. En av alumnerna föreslog, att en helt egen förening kunde grundas ifall verksamheten skulle växa.

6.2.6 Tillhörande till andra nätverk samt nyttan av dem för den egna karriären

Alumnerna hör själva till flera olika nätverk, både på fysiska och digitala plattformar. Av de sociala medierna nämns Facebook, Instagram och LinkedIn. På sin fritid verkar de inom olika sportföreningar och – grupper och Marthorna. Utbildningsrelaterade nätverk som alumnerna anser sig höra till är studerandegrupper från tidigare och nuvarande utbildningar samt studerandekårer. Av arbetsrelaterade nätverk nämndes kollegor från tidigare arbetsplatser, personaluthyrning, det egna kontaktnätverket som har skapats med tiden inom branschen samt olika branschorganisationer.

Tre av alumnerna medger att nätverken inte ännu har hjälpt dem med tanke på karriären, men att de nog har utvidgat sitt kontaktnät och fått tips och råd i arbetssökningen. De ser en god möjlighet till att de i framtiden nog kommer att ha nytta av sina nätverk när de söker nya utmaningar på arbetsmarknaden. Möjligheten till att kunna utnyttja nätverk skulle enligt en alumn också växa ifall hen flyttade till en större stad. En av alumnerna däremot har haft mycket nytta av sitt nätverk och har genom det fått flera olika arbetsmöjligheter.

En av de intervjuade nämner också, hur även alumnerna kunde ha nytta av varandra i det framtida nätverket. Där kunde de exempelvis tipsa varandra om kortare vikariat, perfekt ifall man vill testa på något nytt under en kortare tid. En annan av alumnerna vill också påminna, att det viktigaste som var och en själv kan göra gällande nätverk är att själv vara aktiv, bjuda på sig själv och hjälpa andra för det leder ofta vidare till nya möjligheter. Det är inte möjligt att veta från vilket håll den nästa stora chansen kommer och från vem så det är viktigt att hålla sig öppen för olika människor och chanser, säger hen. *”Det handlar om att vara aktiv och vara öppen för idéer och skaffa kontakter helt enkelt. Hur man gör och var man gör det så är inte lika betydelsefullt än att man faktiskt gör det”*.

7 Analys

Syftet med intervjuerna och fokusgruppen var att kartlägga ifall studerande och alumner hade ett intresse att mötas i ett gemensamt alumninätverk för restonomer. Som avsikt var också att ta reda på vilka nyttor som upplevdes med arbetet och vilken plattform som bäst skulle tillämpa sig för samarbetet. Svaren var intressanta och en del av dem också oförväntade.

7.1 Intresse och nyttor

Alla de intervjuade alumnerna var positivt inställda till ett samarbete med studerande. Inga negativa åsikter yttrades i de här intervjuerna, dock nämnde en av alumnerna att deltagandet i alumninätverket inte ska få ta alltför mycket tid eller kräva alltför mycket arbete. Samma alumn konstaterade också att hen inte skulle vilja delta i att starta eller desto mer aktivt driva nätverket men att hen gärna skulle delta som medlem. Fokusgruppens studerande konstaterade också att alumnerna knappast har lika mycket tid att lägga på nätverket som de själv skulle ha. Förståeligt, tyckte de, samtidigt som de skulle vilja se mera av alumnerna i sin vardag i skolan. Två av alumnerna berättade att de själv hade saknat ett liknande samarbete under sin studietid och det var en av orsakerna varför de gärna skulle ställa upp och hjälpa studerande. En av alumnerna specificerar, att hen gärna hjälper till så länge som hen arbetar inom turismbranschen men var något tveksam om studerande längre skulle ha nytta av en alumn som senare bytt bransch. Studerande skulle däremot välkomna mångprofessionalitet och samarbete över branschgränserna. Ifall alumnerna skulle vilja vara med trots ett branschbyte skulle ett mångprofessionellt expertnätverk kunna skapas.

Enligt Silvennoinen och Heinonen (se s. 4) finns det olika fördelar med att höra till nätverk med andra likasinnade. Alumnerna nämnde flera av de positiva sidorna som jag också har tagit upp, så som stöd, samhörighet och självutveckling. En av alumnerna lyfter upp att det kanske i slutändan inte är så viktigt att själv få ut något av att delta, viktigare var det som andra får. Också att kunna erbjuda nya synvinklar och kanske hjälpa studerande att hitta något nytt som skulle intressera dem nämndes som viktigt. Två alumner nämner specifikt hur bra det är att studerande skulle gå hand i hand med dem i arbetslivet eftersom de kunde vara en värdefull resurs och bättre hålla sin arbetsgivare eller projektpartner uppdaterad gällande aktuella nyheter inom branschen: Alumnerna vet redan delvis hur studierna vid Novia går till och genom ett samarbete skulle ett kunskapsutbyte om exempelvis inlärningsstilar kunna ske. Den nya kunskapen kunde alumnerna i sin tur föra vidare till sina arbetsplatser och på så sätt kanske hjälpa ett annat nätverk.

Alumnerna önskade också att studerande skulle hjälpa dem utveckla verksamheten och produkterna i företagen som de arbetade för. Förbättringsförslagen kunde leda till olika sorters projekt och samarbete; alumnerna uttryckte att de gärna skulle erbjuda studerande olika projekt och fungera som uppdragsgivare medan studerande gärna skulle ta emot flera uppdrag. En av alumnerna uttrycker speciellt sin önskan att kunna få fungera som uppdragsgivare för en examensarbetsskribent. Alumnen säger att ett examensarbete kunde vara ett bra sätt att verkställa ett projekt eller utforska en ny del inom den egna verksamheten. Svaret motiverar hen med att examensarbetsskribentens intressen kan vara sådana som går lämpligt ihop med ett område som skulle behöva utvecklas inom företagets verksamhet. Genom ett alumninätverk skulle utbud och efterfrågan gällande examensarbeten också kunna mötas. Studerande som skapar sig ett gott rykte som flitiga praktikanter eller sommararbetare tycker en av alumnerna att kunde s.a.s. head-huntas och anställas rakt efter examen.

7.2 Verksamhet och dess tidpunkt

Verksamheten som kunde ske inom alumninätverket verkar på basen av intervjuerna mångsidig. Varje alumner nämner flera olika sätt hur de kunde delta och stöda studerande. På basen av alumnernas svar på frågan om motiverande verksamhet ser verksamheten ut att formas till ett yrkesnätverk, d.v.s. ett nätverk som utgörs av personer vilka arbetar inom samma bransch och känner således till arbetets vardag, de relaterade riskerna och problemen

(se Silvennoinen, s.6). Förslag på gemensam verksamhet från alumnernas sida var exempelvis möten alumnerna emellan samt olika typer av turisdagar som skulle byggas upp på basen av studerandes önskemål men även innehålla en friare tillställning där meningsutbyte kunde ske ostört. Studerande önskade gästföreläsare, verkstäder och stödpersoner vilka de med låg tröskel kunde kontakta med olika problem som uppstod vid t.ex. projektarbetet.

Vad gäller lämplig tidpunkt för träffarna, tycker tre av fyra att sommaren helt borde uteslutas. Alumnerna fann att sommaren är en alltför hektisk tid inom branschen och under en hektisk period är människan inte mottaglig för nya idéer och samarbetsmöjligheter; båda parterna bör ha tid för samarbetet eller så riskerar samarbetsmöjligheten att rinna ut i sanden (se avsnitt 3.5, s.7).

Bland alumnerna upplevdes hösten som den bästa tidpunkten för att ordna gemensam verksamhet. Våren och vintern upplevdes som nästbästa alternativ, helt beroende på hurdan verksamhet som låg i planerna. En av alumnerna motiverade sin åsikt med att det är under hösten som branschen börjar blicka mot nästa högsäsong och då kunde det vara bra för båda parterna att få med studerande i planeringen. Dock tycker alumnerna att hösten under det första studieåret inte är den rätta tidpunkten för att introducera alumniverksamhet; då har studerande tillräckligt med annat att vänja sig med. Alumnernas svar är eniga med fokusgruppens; gruppen tyckte att introduktionen av ännu ett till tema under första höstterminen, fastän roligt, skulle kunna vara att ta vatten över huvudet eftersom studiestarten redan tar upp mycket energi. En av alumnerna föreslog att alumniverksamheten kunde introduceras efter jul, ändå innan det är aktuellt att söka den första praktikplatsen och sommarjobben senare på våren. Att ordna ett separat evenemang för äldre studerande redan under hösten upplevdes överlag som en god idé. Studerande i fokusgruppen tyckte lika även här och skulle vara öppna för flera evenemang om året.

7.3 Plattform och nätverk

När det är frågan om ett alumninätverk kommer samarbetet att ske både fysiskt och digitalt (se avsnitt 4, s.8). Den plattform som oftast dök upp i diskussionerna, både med studerande och alumner var som förväntat Facebook. Men trots mycket diskussion och sina fördelar, upplevdes Facebook också delvis för oseriöst eller att den saknade just de delarna som

respondenten tyckte att var de viktigaste med tanke på ett alumninätverk. Studerande i fokusgruppen var de, som unisont upplevde att Facebook skulle bli den bästa plattformen. Därefter föreslog de även ett konto på Instagram och en egen hemsida. Eftersom alumnerna hade flera förslag på plattformar, hade de också mera att poängtera med tanke på plattformarnas för- och nackdelar. Som en av fördelarna med en gemensam digital plattform kunde vara den låga tröskeln att ta kontakt, något som studerande önskade. Som en klar fördel med ett känt nätverk, så som Facebook, är att många redan har som vana att logga in flera gånger om dagen för att se vad som händer. Informationen skulle via en sådan kanal löpa fortare och nå målgruppen effektivare. Ett register kunde vara enkelt att skapa om det bara skulle vara frågan om att varje studerande och alumn listar upp sig själv och sina kunskaper men i praktiken kunde det bli klumpigt och ineffektivt att använda. En egen förening skulle vara ett ändamålsenligt förslag men skulle kräva avsevärt mycket mer arbete än en plattform på sociala medierna. Den ping-funktion som en av alumnerna önskade skulle vara viktig att förverkliga ifall en helt ny plattform skapas.

De nätverk som alumnerna sade sig höra till liknade mycket dem som jag beskrev i avsnitten 3.2 och 3.3 (se s. 5-6), alltså expertnätverk och nätverk inom olika yrkesgrupper. En del av nätverken, exempelvis Marthorna och idrottsklubbarna, fungerade också på fysiska plattformar som jag tog upp i avsnitt 4.1 (se s. 8). Nätverken överlappade också delvis varandra, exempelvis studerandekåren och de egna studiekamraterna eller sportklubben med affärsverksamheten.

En av alumnerna poängterade speciellt det, hur viktigt det är att vara aktiv i sina nätverk. Att vara intresserad och intressant, att hjälpa andra med deras problem betalar sig i längden tillbaka. I bästa fall ger det kanske tillgång till ett helt nytt nätverk. Det som alumnen beskrev går ihop med Gardner och Widoff's "givers- gain" (se s. 4).

Av de intervjuade alumnerna var det endast en som upplevde sig ha haft nytta av sitt nätverk när det kom till arbetssökning. De som inte ännu hade upplevt direkt nytta medgav, att nätverken nog hade varit nyttig med tanke på nya kontakter och tips. De tyckte också att de nog i framtiden kunde se att nätverk skulle kunna hjälpa dem hitta nya utmaningar. Ofta fylls lediga befattningar genom intern rekrytering eller på annat sätt genom kontakter, så som även Silvennoinen förklarar (se s.3).

7.4 Sammanfattning av analys

Intervjuerna med alumnerna och fokusgruppen bekräftar att alla de deltagande parterna har en vilja att samarbeta med varandra. Inställningarna till alumninätverket var överlag positiva. De olika formerna för samarbetet är många och i intervjuvaren framgick en tydlig länk mellan studerande och alumner; det som studerande önskade var alumnerna villiga att ställa upp med. Bland det som märktes bäst i intervjuerna var viljan att hjälpa och stöda. Alumnerna ville hjälpa studerande med tips, råd, projektuppdrag och arbetsplatser, studerande däremot ville erbjuda motiverade praktikanter och idérika projektgrupper. De intervjuade var inte på det klara gällande vem som skulle ta första steget och starta verksamheten, inte heller var de helt ense om vilken plattform som skulle vara den bästa och mest ändamålsenliga. Trots det hade deltagarna en flexibel inställning och verkade villiga att anpassa sig enligt de andra gruppmedlemmarnas behov och önskemål.

7.5 Förslag till verksamhet

Såväl studerande i fokusgruppen som de intervjuade alumnerna uttryckte en tydlig önskan till att gemensam verksamhet skulle bli av, att bakgrundsarbetet inte ska gå förgäves eller att de framtida tillställningarna skulle förbli ytliga. De intervjuade kom också med flera förslag till möjlig verksamhet. För att få igång samarbetet kunde som första åtgärd en Facebook-grupp skapas. Till gruppen kunde studerande och alumner bjudas in med ett önskemål om att alla lägger till någon som de känner. Alternativt kunde den redan existerande Turister-gruppen användas, då behöver dock alumnerna bjudas in. I gruppen kunde diskussionen fortsätta, bl.a. kunde medlemmarna rösta om en ny eller förbättrad plattform. Också idéer för kommande träffar, evenemang eller utbildningstillfällen kunde delas här. Studerande kunde ställa öppna frågor till alumnerna, alternativt skicka ett direktmeddelande, ifall de önskar hjälp eller råd. Alumnerna i sin tur kunde använda gruppen för att söka potentiell arbetskraft eller projektgrupper. Gästföreläsare och verkstäder kunde också vara lämpliga att börja med, kanske redan som en första åtgärd. Med coachens hjälp kunde studerande bjuda in en eller några alumner, alternativt kunde studerande få sköta kontakten själv. På våren kunde planeringsarbete påbörjas med tanke på den inkommande hösten och det nya läsåret. Redan innan jul kunde andra och tredje årets studerande träffas med alumnerna exempelvis i form av

en mindre alumnidag eller mer informellt genom att bjuda någon alumn med som gäst till teamens träningar eller verkstäder.

En del av förslagen kräver mera arbete gällande arrangemang, exempelvis större alumnidagar och årliga träffar. Ifall en egen alumniförening skulle grundas kunde större evenemang bli på dess ansvar men innan det kunde arrangemangen eventuellt överlåtas till en grupp studerande som ett projekt. Flera olika projektgrupper kunde bildas eftersom evenemangens karaktär ändras lite med tanke på om träffarna gäller studerande, studerande och alumner tillsammans eller en dag enbart alumner emellan. En eller två studerande kunde möjligen få ett uppdrag till examensarbete av större evenemangsarrangemang och planering för verksamheten längre fram.

8 Sammanfattning

Mitt syfte med det här examensarbetet var att kartlägga alumners och studerandes intresse och åsikter för ett framtida samarbete inom ett alumninätverk. Svaren jag fick av alla intervjuade var intressanta och det var fascinerande att märka hur många som hade liknande åsikter och tankar.

Jag är nöjd med de intervjuerna som jag utförde, men jag hade med fördel kunnat utföra flera. Ett större antal intervjuer skulle ha garanterat flera och kanske också mer varierande åsikter. Alla de intervjuade alumnerna är bosatta och arbetar inom Finlands gränser men det hade varit bra att intervjua en eller flera alumner som för tillfället arbetar utomlands. Speciellt nyttigt skulle det ha varit med tanke på motiverande verksamhet; hurdan verksamhet skulle vara så intressant att alumnerna skulle vara villiga att resa till Finland för att kunna delta. Jag är också nöjd med fokusgruppsintervjun och det ända som jag eventuellt skulle ändra på kunde ha varit att ha 1-2 deltagare mera i gruppen. Jag är också nöjd med verksamhetsförslagen och tycker att de tydligt utgör olika möjligheter att gå tillväga i fortsättningen; det finns förslag med låg tröskel till en början samt förslag som kräver mera arbete och kunde vara lämpliga lite längre fram.

Källförteckning

Business dictionary.com, 2015, *Alumni*. Tillgänglig:

<http://www.businessdictionary.com/definition/alumni.html> (hämtat 03.02.2015)

Christensen, L., Andersson, N., Carlsson, C. & Haglund, L. 1998 *Marknadsundersökning – en handbok*. Lund: Studentlitteratur

Dalen, M. 2007 *Intervju som metod*. Malmö: Gleerups Utbildning Ab

Facebook 2015a, *Milestones*. Tillgänglig:

<https://www.facebook.com/facebook/info?tab=milestone> (hämtat 29.01.2015)

Facebook, 2015b. *About*. Tillgänglig:

https://www.facebook.com/facebook/info?tab=page_info (hämtat 29.01.2015)

Gardner J. & Widoff K. 2007 *Bli en skicklig nätverkare*. Stockholm: Schibsted Förlagen AB

Haaga-Helia 2014. *Palvelumme alumneille*. Tillgänglig: <http://www.haaga-helia.fi/fi/palvelut/palvelumme-alumneille?userLang=fi> (hämtat 26.02.2015)

Heinonen, U. 2008 *Sähköinen yhteisöllisyys*. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy

Ihanainen, P., Kalli, P. & Kiviniemi K. (red.) 2011 *Sosiaalinen media ja verkostoituminen*. Helsingfors: Saarijärven Offset Oy

Instagram 2015a. *About Us*. Tillgänglig: <http://instagram.com/about/us/#> (hämtat 12.02.2015)

Instagram 2015b. *FAQ*. Tillgänglig: <http://instagram.com/about/faq/#> (hämtat 12.02.2015)

Juslén, J. 2011. *Nettimarkkinoinnin karttakirja*. Esa Print

Krag Jacobsen, J. 1993 *Intervju. Konsten att lyssna och fråga*. Lund: Studentlitteratur

Laurea 2015. *Alumnitoiminta*. Tillgänglig: <https://www.laurea.fi/palvelut/alumnitoiminta> (hämtat 26.02.2015)

LinkedIn 2015. *About*. Tillgänglig: https://www.linkedin.com/about-us?trk=hb_ft_about
(hämtat 29.01.2015)

Silvennoinen, M. 2008 *Löydä aarteesi – verkostoidu!*. Tavastehus: Karisto Oy

Silvennoinen, M. 1999 *Elämää verkostoissa – toimivat ihmissuhteet*. Helsingfors: Oy Edita Ab

Ström, P. 2010 *Sociala medier*. Malmö: Liber AB

SURE Ry 2015a. *Edut jäsenille*. Tillgänglig: <http://www.restonomit.fi/sureedut-jasenille#>
(hämtat 23.02.2015)

Yrkeshögskolan Novia, 2015. *Om Novia*. Tillgänglig: <http://www.novia.fi/om-novia/> (hämtat
08.04.2015)

Yrkeshögskolan Novia, Team Novia 2014a. *Studiesättet*. Tillgänglig: <http://teamnovia.fi/hur-studerar-vi/> (hämtat 12.01.2015)

Yrkeshögskolan Novia, Team Novia 2014b. Tillgänglig: <http://teamnovia.fi/> (hämtat
12.01.2015)

Zarrella, D. 2010 *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Bilaga 1: Intervjufrågor för fokusgrupp

- Vad är era åsikter om ett alumninätverk? Vilka tankar väcker det?
- Vad upplever ni att ett samarbete med utexaminerade studerande skulle kunna ge studerande som ännu är kvar i skolan?
- Hurdant samarbete skulle ni önska? Hur ofta?
- Hur tycker ni att studerande kan bidra till nätverket?
- En hurdan plattform tycker ni att skulle passa bäst för den här typen av samarbete?

Bilaga 2: Intervjufrågor för alumner

- Tycker du att ett alumninätverk för Novias restonomer är något som du skulle vilja vara med i?
- Vilka nyttor kan du se med att samarbeta med studerande?
- Hur skulle du/ditt företag kunna dra nytta av nätverket?
- Hurdan verksamhet skulle kännas motiverande för dig att delta i?
- Vilken tid på året skulle du tycka att skulle vara bäst att eventuella träffar el.dyl. skulle ordnas?
- En hurdan plattform tycker du att skulle bäst lämpa sig för den här typen av samarbete?
- Vilka andra nätverk hör du till?
- Har du tyckt att nätverken har varit nyttiga med tanke på arbete och karriärutveckling?