

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Ammatillinen opettajakorkeakoulu

Loukusa-Ahola Anne  
Paavola Janne

Kehittämishanke

## **Oppilaitoksen vetovoimaisuus**

Oppimisympäristön kartoitus

Työn ohjaaja Jori Leskelä  
Tampere 11/2010

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Ammatillinen opettajakorkeakoulu  
Opettajankoulutuksen kehittämishanke

Loukusa-Ahola, Anne; Paavola, Janne  
Oppilaitoksen vetovoimaisuus  
Oppimisympäristön kartoitus  
50 sivua + 1 liitesivu  
Marraskuu 2010  
Työn ohjaaja Jori Leskelä

---

## TIIVISTELMÄ

Tarkastelemme kehittämistehtävässämme oppimisympäristön vaikutusta opiskelupaikan valintaan liittyvistä tekijöistä. Lähempänä tarkastelun kohteena on Huittisten ammatti- ja yrittäjäopisto, jonka vetovoimaisuutta ja siihen liittyviä tekijöitä yriteään kehittää oppilasmäärän lisäämiseksi. Kehittämistehtävän tarkoituksena on löytää oikeita keinoja ja palvella työelämän tarpeita.

Tutkimuksen tulosten johtopäätöksinä teimme tulkintoja siitä, mitkä tekijät vaikuttavat toisen asteen opiskelijoiden opiskelupaikan valintaan. Oppimisympäristö on laaja käsite, johon vaikuttavat mm fyysiset ja tekniset puitteet. Globaali tekninen kehittyminen antaa haasteita myös oppilaitoksille, jotka kamppailevat selviytymisestään kehityksen mukana. Oleellista ympäristölle on, että se muodostaa oppimista tukevan sosiaalisen yhteisön ja että ympäristön käyttö on didaktisesti ja pedagogisesti huolella mietitty. Suotuisat fyysiset, paikalliset ja sosiaaliset olosuhteet auttavat luovuuden ja innovatiivisuuden kehittämisessä.

Tässä laadullisessa tutkimuksessa selvitetään Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston opiskelijoiden verkkokyselyn avulla käsityksiä ja kokemuksia opiskelupaikan valintaan liittyvistä tekijöistä. Tavoitteena on tarkastella lähemmin miten oppimisympäristö vaikuttaa opiskelupaikan valintaan. Kehittämistehtävämme tarjoaa ratkaisuja, joiden avulla Huittisten ammatti- ja yrittäjäopisto voisi kehittää oppimisympäristöään ja antaa tuleville opiskelijoille varteen otettavan vaihtoehdon opiskelupaikan valinnaksi.

Kehittämistehtävän lopputuloksena on toimenpidesuosituksia, joiden tarkoituksena on antaa keinoja oppilaitoksen kehittämiseksi ja kehittymiseksi.

---

Avainsanat: Oppimisympäristö, toisen asteen opiskelupaikan valinta, oppilaitoksen markkinointi

# Sisällysluettelo

1 Johdanto .....	5
1.1 Yleistä .....	5
1.2 Lähtötilanne .....	5
1.3 Tavoitteet .....	7
1.4 Raportin rakenne .....	8
2 Mikä on oppimisympäristö? .....	9
2.1 Oppimista mahdollistavia ja rajoittavia tekijöitä .....	12
2.2 Oppimisympäristön fyysiset puitteet .....	14
2.3 Modernit oppimisympäristöt .....	15
2.4 Avoimen oppimisympäristön malleja .....	16
2.5 Tekniikka mahdollisuus vai mahdottomuus? .....	16
3 Oppilaitoksen markkinointi .....	18
3.1 Tuote ja palvelu kilpailukeinona .....	19
3.2 Markkinointiviestintä .....	20
4 Ammatillisen koulutuksen rahoitusjärjestelmä .....	22
4.1 Tuloksellisuus rahoituksen perustana .....	23
4.2 Mittarit uudistetussa rahoitusjärjestelmässä .....	25
4.3 Tuloksellisuuden tunnusluvut Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistossa .....	26
5 Kyselytutkimuksen taustaa kohdeorganisaatiosta .....	28
6 Kyselytutkimuksen tulokset .....	31
7 Johtopäätökset .....	34
7.1 Oppimisympäristöjen kehittäminen oppilaitoksessa .....	34
7.2 Oppilaitoksen markkinointiviestinnän kehittäminen .....	39
7.3 Oppilaitoksen kehittäminen .....	41
7.4 Toimenpidesuosituksat .....	44
8 Lopuksi .....	46
Lähteet .....	47
Liitteet .....	51
Liite 1 Kyselykaavake .....	51

# 1 Johdanto

Tämän kehittämishankkeen tarkoituksena on kartoittaa tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston opiskelijoihin valitessaan opiskelupaikkaa. Hankkeen teoreettisena viitekehyksenä tarkastellaan hanketta oppimisympäristöjen ja markkinointiviestinnän näkökulmasta. Oppilaitoksia voidaan verrata yrityksiin ja niiden markkinointiin voidaan soveltaa monia markkinoinnin keinoja. Kyselytutkimuksen avulla kartoitettiin lokakuussa 2010 Huittisten ammatti – ja yrittäjäopiston opiskelijoilta taustoja oppilaitoksen valintaan liittyvistä tekijöistä.

## *1.1 Yleistä*

Oppilaitoksien vetovoimaisuudet ovat yleisesti kehittämiskohteina niin paikallisesti, alueellisesti, kuin kansainvälisestikin. Elinkeinorakenteet ja työvoiman tarve kohdistuvat alueellisesti. Ammattitaitoista työvoimaa tarvitaan tietyille ammattialoille.

Opiskelijoiden on sijoituttavan elinkeinoelämän ja väestökehityksen muutosten mukaan niille koulutusaloille, jotka ovat tärkeitä alueelliselle, että kansalliselle kilpailukyvyille.

Yksilöiden, opiskelijoiden valinnat opiskelupaikastaan eivät ole yksinkertaisia, vaan siihen voi vaikuttaa monet tekijät. Nykypäivänä ei riitä yksi ammatin valinta, vaan on kehityttävä eteenpäin ja hankittava enenevässä määrin lisää koulutusta. Onnistunut koulutuksen ja ammatin valinta ei ole pelkästään yksilön etu, vaan se vaikuttaa myös koulutusorganisaatioihin ja elinkeinoelämään (Siikaniemi, L.)

## *1.2 Lähtötilanne*

Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopisto on monialainen toisen asteen oppilaitos, jonka koulutusaloja ovat yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, luonnontieteiden ala sekä luonnonvara- ja ympäristöala. Oppilaitoksen kokonaisopiskelijamäärä on noin 500 opiskelijaa, yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalla sekä luonnontieteiden alalla opiskelee 210 opiskelijaa (tilanne marraskuu 2010). Huittisten yksikössä järjestetään koulutusta liiketalouden perustutkinnossa ja tieto- ja viestintäteknikan

perustutkinnoissa. Opetusta toteutetaan sekä peruskoulu- että lukiopohjaisille opiskelijoille. Kyseisiä tutkintoja voi opiskella myös aikuisopiskeluna. Lisäksi on mahdollista suorittaa ammatillinen perustutkinto ja ylioppilastutkinto ammatilukiossa samanaikaisina opintoina. Kokemäen yksikössä voi suorittaa maatalousalan perustutkinnon, puutarhatalouden perustutkinnon ja talotekniikan perustutkinnon.

Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopisto muodostui 1.8.1997, jolloin yhdistettiin Huittisissa toimiva Etelä-Satakunnan Kauppaoppilaitos (kauppa ja hallinto, nykyisin yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala) ja Kokemäellä toimiva Satakunnan maa- ja metsäinstituutti (luonnonvara-ala, nykyisin luonnonvara- ja ympäristöala). 1.1.2009 oppilaitos liitettiin osaksi Sastamalan koulutuskuntayhtymää, joka muodostui seuraavista oppilaitoksista: Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopisto, Karkun kotitalous- ja sosiaalialan oppilaitos, Tyrvään käsi- ja taideteollisuusoppilaitos ja Vammalan ammattikoulu. Kuntayhtymällä on myös yhteinen aikuiskoulutus- ja oppisopimustoimisto. Ammatillisella nuorisoasteella opiskelijoita oli yhteensä noin 1320. Aikuiskoulutus- ja oppisopimustoimistolla on vuositasolla noin 430 opiskelijaa. Kuntayhtymän liikevaihto vuositasolla (2009) oli noin 16 miljoonaa euroa. Henkilöstömäärä on noin 230 henkilöä, joista opetushenkilöstön osuus oli noin 70 prosenttia. (Sastamalan koulutuskuntayhtymä 2010, 3.)

Vuoden 2010 alusta lähtien kuntayhtymään yhdistyi Mäntän seudun ammatillisen koulutuksen kuntayhtymä (Mäntän seudun koulutuskeskus). Ammatillisen nuorisoasteen opiskelijamäärä nousi 1935 opiskelijaan, liikevaihto noin 30 miljoonaan euroon ja henkilöstömäärä noin 350 henkeen. Yhdistymisen tavoitteena oli varmistaa riittävän vahva rakenteellinen ja taloudellinen perusta ammatillisen koulutuksen järjestämiselle koulutuskuntayhtymän alueilla eri toimialojen kannalta. Koulutuskuntayhtymän omistajakunnat ovat Huittinen, Juupajoki, Keuruu, Kiikoinen, Nokia, Mänttä-Vilppula, Multia, Punkalaidun, Ruovesi ja Sastamala. Perussopimuksen (1.1.2010) mukaan koulutuskuntayhtymän tehtävänä on ylläpitää, kehittää ja järjestää peruskoulutuksen jälkeen annettavaa toisen tai kolmannen asteen koulutusta, aikuiskoulutusta ja oppisopimuskoulutusta. Kuntayhtymä ylläpitää edellä mainittuja oppilaitoksia. Sastamalan koulutuskuntayhtymän strategiaraportissa todetaan yhdistymisten tavoitteena olevan riittävän vahvan rakenteellisen ja taloudellisen perustan varmistaminen ammatillisen koulutuksen järjestämiselle koulutuskuntayhtymän alueilla eri toimialojen kannalta. Koulutuksen tuloksellisuuden näkökulmasta kyseisessä raportissa pidetään tärkeänä periaatteena

·seudullista päätöksentekoa, vahvaa yrittäjäyhteistyötä sekä nopeaa reagointia alueen työelämän henkilöstötarpeisiin, jolloin voidaan katsoa parhaiten varmistettavan opiskelijoiden työllistyminen ja syrjäytymisen ehkäiseminen. (Sastamalan koulutuskuntayhtymä 2010, 3.)

### ***1.3 Tavoitteet***

Hankkeen laajana tavoitteena on hyödyntää Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston oppimisympäristöjen kehittämistä ja huomioida mahdollisuutta markkinoida oppilaitosta laajemmin potentiaalisena opiskelupaikkana. Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistolla on hyvät toimitilat, fyysiset puitteet sekä osaava henkilöstö. Oppilaitoksella on tarjota opiskelijoille erilaisia oppimisympäristöjä, palvelutoimintaa sekä mahdollisuuksia kansainväliseen työssäoppimiseen, jotka lisäävät ammatillista osaamista, muiden kulttuurien arvostusta ja myönteistä kansojenvälistä kanssakäymistä.

Osatavoitteena on kartoittaa tutkimuskohteena olevan Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston nykytilaa ja sen perusteella esittää kehittämistoimenpiteitä opiskelijamäärien kasvattamiseen markkinointia kehittämällä. Nykytilanteen kartoittamisen analysoinnissa mukaan on otettu oppilaitoksen tulosrahoitukseen liittyvien tekijöiden tarkastelu. Rahoitusnäkökulman pääpiirteittäinen huomioiminen on tärkeää sikäli, että oppilaitokset saavat valtionosuusrahoituksen lisäksi tuloksellisuusrahoitusta, joiden määrä on osittain opiskelijamääriin sidonnaista.

Työn teoreettinen osuus painottuu oppilaitoksen markkinointiin ja oppimisympäristöihin liittyviin kysymyksiin. Rahoitukseen vaikuttavien tulostittareiden huomioimisessa olisi tärkeää keskittyä myös sisäiseen markkinointiin ja oppilaitoksen laadun kehittämiseen liittyviin tekijöihin. Työn luonteen kannalta kyseisten seikkojen tarkastelu rajataan kehittämistehtävän ulkopuolelle. Rajauksen vuoksi tuloksellisuuden rahoitusta tarkastellaan työssä hyvin yleisellä tasolla.

Tavoitteena on, että Huittisten ammatti- ja yrittäjäopisto saa tämän kehittämishankkeen avulla keinoja kehittää oppilaitoksen oppimisympäristöjä ja sen markkinointikeinoja oppilasmäärän lisäämiseksi lähitulevaisuudessa ja pidemmällä tähtäimellä.

## ***1.4 Raportin rakenne***

Rakenteellisesti kehittämishankkeen raportointi jakaantuu kahteen osaan. Luvut 2-4 muodostavat raportin teoreettisen osan. Luvuissa 2-3 käsitellään tutkimuksen viitekehystä ja oppilaitoksen markkinoinnin teoriaa. Luvussa 4 on kuvattu koulutuksen tuloksellisuutta osatekijöineen. Kyseisen luvun tuloksellisuustarkastelussa kiinnitetään huomiota tarkastelun kohteena olevan oppilaitoksen tunnuslukuihin. Valmiina aineistona on käytetty erilaisia Tilastokeskuksen ja opetushallituksen tuottamia tilastoja.

Tutkielman empiirisen osion muodostaa kyselytutkimus. Sen lähtökohtia kuvataan luvussa 5 kohdeorganisaatiota kuvaavilla historia- ja tulevaisuusennusteilla. Varsinainen empiirinen osio on luvussa 6. Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston opiskelijoilta kysyttiin lokakuussa 2010 nettikyselyn avulla mielipiteitä niistä tekijöistä jotka ovat vaikuttaneet opiskelupaikan valintaan. Luvussa 7 kehittämishankkeen johtopäätöksinä ovat Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistolle sovellettavat toimenpiteiden suositukset, sen vetovoimaisuuden kartuttamiseksi.



## 2 Mikä on oppimisympäristö?

Oppimista tapahtuu kaiken aikaa ja lähes kaikkialla. Melkein mikä tahansa ympäristö oppilaitoksen ulkopuolellakin voi toimia oppimisympäristönä, jos siellä oleskelulle on asetettu oppimistavoitteita. Hyvää oppimista ei kuitenkaan tapahdu itsestään.

Opiskeluympäristölle on monenlaisia määritelmiä. Sitä voidaan kuvata esimerkiksi:

*”opiskelijan aktiivista opiskeluprosessia varten järjestetyksi tilaksi, jossa tavoitteena on opiskelijan oppimisen mahdollisuuksien edistäminen”*. (Vahtivuori, Wager & Passi 1999.)

Tai oppimisympäristöä voidaan kuvata:

*”Oppimisympäristö on paikka, tila, yhteisö tai toimintakäytäntö, jonka tarkoitus on edistää oppimista”*. (Manninen & Pesonen 1997)

Wilson (1996) määrittelee oppimisympäristön paikaksi tai yhteisöksi, jossa ihmisillä on käytössään erilaisia resursseja, joiden avulla he voivat oppia ymmärtämään erilaisia asioita ja kehittämään mielekkäistä ratkaisuja erilaisiin ongelmiin.

Oppimisympäristöjä voidaan ryhmitellä monella eri tavalla.

Mononen-Aaltonen (1999) käsittelee oppimisympäristöjä neljän eri metaforan mukaan.

- Oppimisympäristö ekosysteeminä
- Oppimisympäristö paikkana
- Oppimisympäristö virtuaalilana
- Oppimisympäristö dialogina

Ekosysteemissä oppimisympäristö käsitellään oppijaa keskipisteenä, jonka sosiaalisia tilanteita tarkastellaan. Kiinnostuksen tarkempana kohteena ovat oppilaan elämän piirissä vaikuttavat tilanteet ja sosiaaliset suhteet, joissa opitaan; koti, koulutustilanteet, työ, kaverit jne.

Oppimisympäristön tarkastelua paikkana metafora on taas fyysinen paikka, jossa oppijalla on erilaisia välineitä, resursseja ja verkostoja apunaan.

Virtuaalitullassa oppimisympäristöä tarkastellaan illuusiona, joka on luotu teknologian avulla. Se voi olla esimerkiksi virtuaaliluokka Internetissä.

Dialogina oppimisympäristö nähdään ihmisten välisenä ja jopa yksilön sisäisenä dialogina. Tällöin ei tarvita mitään fyysistä tai virtuaalista paikka/tilaa. Dialogin tukena on oma ”the other voice”.

Metaforat voivat olla päällekkäin, vaikka voivat korostaa jotakin tiettyä näkökulmaa.

Oppimisympäristön perustyyppinä (Manninen 1996b; 1998; Matikainen & Manninen 2000) voidaan käsittää teknologinen, avoin tai kontekstuaalinen ympäristö. Kuten edellisessä jaottelussa, niin myös tässä ne voivat olla osaa omaa käsitettä, mutta myös levittäytyä leikkauspinnaltaan toisten oppimisympäristön alueelle.

Avoimessa ja suljetussa oppimisympäristössä annetaan vastuu opiskelun suuntautumisesta ja tavoitteiden asettamisesta. Oppimistehtävä ei ole selkeästi rajattu vaan se on soveltavaa, erilaisia oppimiseen vaadittavien resurssien tehtävää. (Manninen & Pesonen 2000, Veermans & Tapola 2006.)

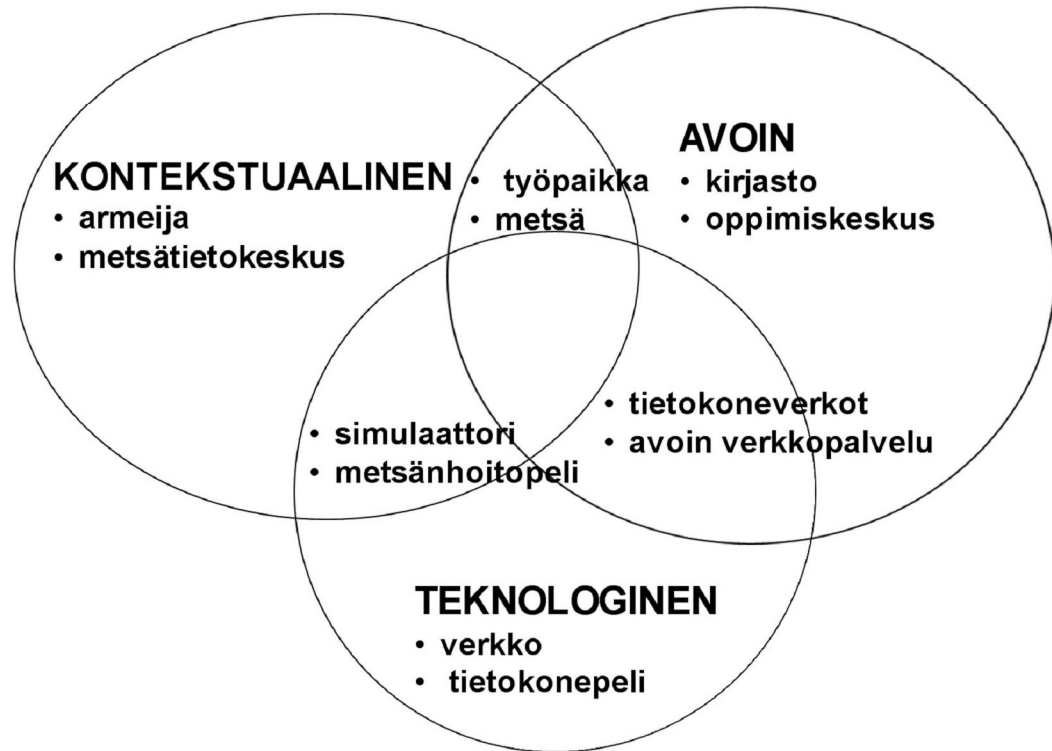
Tässä oppimisympäristön perustyyppissä puuttuu selkeät opetussuunnitelmat. Se on prosessikeskeistä ja siinä sovelletaan monimuotoisia opetusmenetelmiä. Oppimisympäristöt ovat verkostoituneita, oppijan ohjauksetähtöjä tuetaan ja ihanteeksi asetetaan oppijan oma aktiivisuus ja itse ohjautuvuus. (Manninen 1998 B.)

Kontekstuaalisessa oppimisympäristössä on ideana siirtää oppiminen luokkahuoneista todellisiin ympäristöihin tai niitä jäljitteleviin tiloihin. (Kauppi 1993 ja 1995.)

Tässä lähestymistavassa tunnusomaista ovat oppiainekeskeisyyden ja tenttien puuttuminen. Opiskelija joutuu sen sijaan etsimään, soveltamaan ja yhdistelemään erilaisia tietoja. Kontekstuaalisen oppimiskäsityksen taustalla on kognitiivinen oppimiskäsitys. Sillä on yhteyksiä PBL:ään (Problem-based learning). Lähestymistapaa pidetään tärkeänä osana työelämässä. (Dunlap & Grabinger 1996.)

Teknologiapohjaisessa oppimisympäristössä käytetään tietotekniikkaa oppimisen hyväksi. Verkkopohjainen oppimisympäristö toteutetaan internetissä ja verkkoteknologiaa hyödyntäen. Oppimateriaali on verkkosivustoilla, ongelmia ratkotaan keskustelemalla verkossa, oppimisen edistymistä tarkastellaan sähköposti-keskusteluissa tai oppimis-

päiväkirjan avulla. Myös multimediasovellukset, videoneuvotteluyhteys tai mobiililaitteiden hyväksikäyttäminen tunnustavat teknologisen oppimisympäristön tunnusmerkit.



Kuvio 1. Oppimisympäristön perustyyppit

(Burman, Koivunen, Kuittinen, Luukannel, Manninen, Pasi & Särkkä. 2007, 30.)

Seuraavassa jaottelussa näkökulmat jaotellaan eri mielikuvien mukaisesti. Näissä jaottelu on tehty erilaisten mielikuvien mukaan (Karvonen 2000) tai ihmisten yksilöllisistä käsityksistä oppimisympäristöistä (Marton 1981). Nämä näkökulmat ovat syntyneet lähinnä aikaisemmin esitettyjen ulottuvuuksien pohjalta (Manninen & Pesonen 1997). Ne ovat:

1. Fyysinen
2. Sosiaalinen
3. Tekninen
4. Paikallinen
5. Didaktinen

Oppimisympäristöä tarkastellessa tilana ja/tai rakennuksena, arkkitehtuurin ja tilasuunnittelun toimiessa taustateorioina, täyttää tämä fyysisen oppimisympäristön tunnusmerkit.

Sosiaalisessa oppimisympäristössä tarkastellaan kohdetta vuorovaikutuksena, jonka teoriapohjana ovat sosiaalipsykologia, ryhmäprosessit ja kommunikaatio.

Opetusteknologian näkökulmasta oppimisympäristön tunnusmerkkejä opetuksessa ovat tieto- ja viestintätekniiikan käyttäminen opetuksessa.

Kun taas oppimisen tiloina nähdään koulun ulkopuolella olevat paikat, kuten luonto tai yritys, on tällöin täytetty paikallisen oppimisympäristön käsite.

Didaktisessa oppimisympäristössä tarkastelun kohteena ovat oppimista tukevat asiat kuten erilaiset oppimateriaalit, oppimista edistävä tuki ja pedagogiset haasteet (Burman, Koivunen, Kuittinen, Luukannel, Manninen, Passi & Särkkä. 2007, 36).

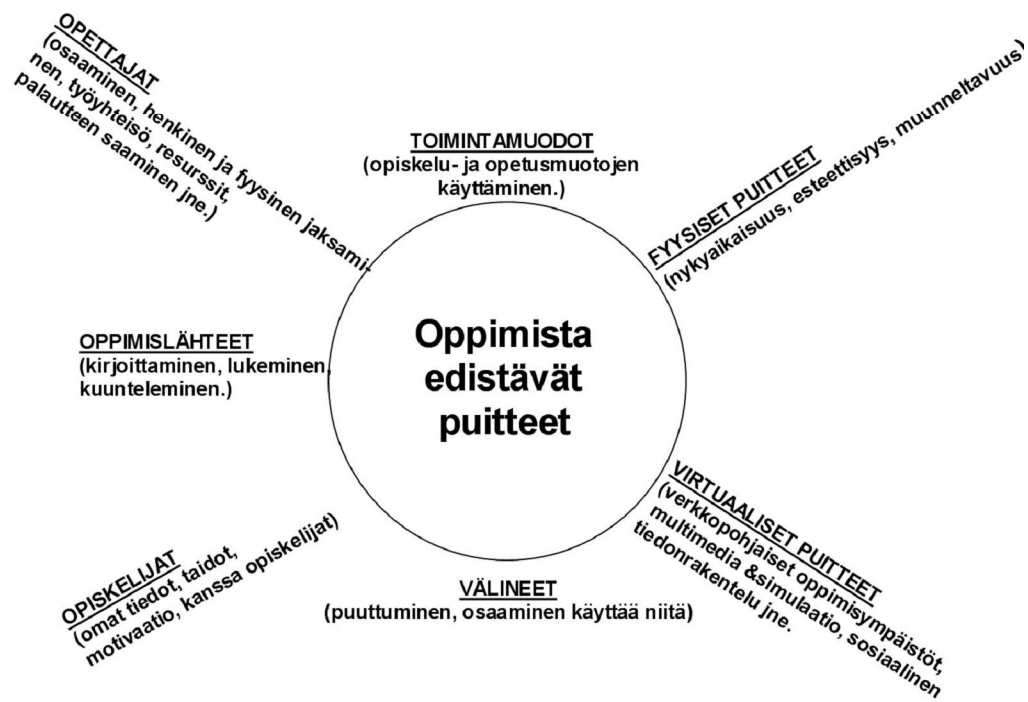
## ***2.1 Oppimista mahdollistavia ja rajoittavia tekijöitä***

Oppimisympäristö tarkoittaa fyysisistä, psyykkisistä ja sosiaalisista tekijöistä koostuvaa ympäristöä, jossa opiskelu ja oppiminen tapahtuvat. Oppiminen voi olla joko virallisen ja epävirallisen opetuksen seurausta tai arkioppimista.

Suomen perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa oleva kolmikantainen jako voidaan jaotella seuraavalla tavalla:

- oppimista mahdollistavia ja rajoittavia
  - fyysisiä elementtejä: koulurakennus, koululuokka välineineen
  - teknisiä elementtejä: kynä, kumi, vihko, liitutaulu, tietokone, verkkopohjainen oppimisalusta jne.
- oppimista ulkoisesti muokkaavia
  - sosiaalisia elementtejä: luokkatoverit, opettajat, vanhemmat, kaverit
  - kulttuurisia elementtejä: koulun vakiintuneet toimintatavat
- oppimista sisäisesti muokkaavia
  - kognitiivisia elementtejä: omat tiedot ja taidot
  - affektiivisia elementtejä: motivaatio, tavoitteet, vireys, tunnetila

(Internetsivut: Wikipedia. Oppimisympäristö.)



Kuvio 2. Oppimista edistävät puitteet

## ***2.2 Oppimisympäristön fyysiset puitteet***

Oppimisympäristö tilana ja rakennuksena korostuu mielikuvana fyysisestä oppimisympäristöstä. Oppilaitoksen yhteydessä on kyse rakennuksen ja tilojen suunnittelusta. Työpaikoilla ja työssä tapahtuvassa oppimisessa voidaan tarkastella työpisteiden ja huoneiden suunnittelua siitä näkökulmasta, kuinka erilaiset tilaratkaisut edistävät tai estävät oppimista. Modernissa koulusuunnittelussa huomioidaan erilaiset ryhmätyön ja keskustelun mahdollistavat tilaratkaisut perinteisiin luokkahuoneisiin verrattuna. Oppimisympäristön fyysisissä puitteissa on huomioitava myös turvallisuus, viihtyvyys, mukavuus ja terveellisyys. Oppilaitoksen fyysisiä puitteita suunniteltaessa on huomioitava arkkitehtuuri, tila ja sisutussuunnittelu sekä ergonomia (Burman, Koivunen, Kuittinen, Luukannel, Manninen, Passi & Särkkä. 2007, 38).

Fyysisten elementtien kuten koulurakennuksen tulee olla puitteiltaan sellainen, että se edistäisi oppimista. Parhaimmassa tapauksessa koulurakennuksen suunnitteluvaiheessa on hyväksikäytetty henkilökunnan mielipiteitä ja asiantuntijoita. Ei riitä, että luokkahuoneessa on tarvittavat pöydät ja tuolit, vaan on ajateltava pidemmälle. Mitkä tekijät vaikuttavat siihen että tila on viihtyisä, innostava ja vireystilaa ylläpitävä tila. Opetuksessa korostuvat yhä enemmän oppilaskeskeiset työmuodot, kuten pienryhmä-työskentely, aktiivinen tiedonhalu- ja haku erilaisista lähteistä. Oppilaiden ja opettajien yksilölliset erot tulisi huomioida ja tilan tulisi olla mahdollisimman joustavasti muunneltavissa. Opettajalla on mahdollisuus eriyttää opiskelijoita, eikä tila estä tätä mahdollisuutta. Pienryhmätiloille voi löytää monipuolisia käyttötarkoituksia. Se voi olla pienryhmän aivoriihi-tila, maahanmuuttajaopiskelija-ryhmän kokoustila tai erityistä tukea tarvitsevan oppilaan opiskelutila. Entistä enemmän pienryhmätiloja tarvitaan erityistä tukea tarvitseville oppilaille, kuin maahanmuuttajaopiskelijoillekin.

Oppilaitoksen tulisi myös fyysisesti olla sellaisessa paikassa, jonne on hyvät kulkuyhteydet. Niin suuremmissa mittakaavassa maan sisällä, kuin esimerkiksi kaupungin sisällä. Koulun tulisi kooltaan olla sellainen, että sen sisällä pystytään toimimaan eikä mm. tilan ahtaus, niiden puute tai käyttäminen ole uhattuna. Tiloiltaan oppilaitoksen tilojen tulisi olla yhtenäisiä, jossa on helppo kulkea ja löytää luokkatilat. Erityisesti alimitoitettut tilat ja lisärakentaminen vanhaan oppilaitokseen antavat sokkeloisen tilan. Osa tiloista on uutta, nykyaikaista ja taas osa vanhanaikaista. Tähän vaikuttavat myös

rakennus -ja sisustamismateriaalinen käyttö. Sisustustekstiileillä ja mm. taiteella voidaan lisätä tilan tunnelmaa. Tärkeä huomio on myös oppilaiden omien töiden esillepanton koulutiloihin. Kun näytteillä on aikaansaannoksia omista ja muiden töistä, on tällä vaikutusta oman kehittymisen kannalta. Tähän tulisi kiinnittää huomiota, myös siihen millä tavoin ne ovat laitettu esille. Koulurakennus kokonaisuudessaan tulisi olla laadukas ja esteettisesti miellyttävä. Nykyaikaiset opetuskäyttöön suunnitellut kalusteet huomioivat mm. jokaisen oppilaan henkilökohtaisen oikean työskentelyistumisen ja mm. työpöydät voidaan nostaa korkeudelle jossa opettajan ei tarvitse kumarrella. Opetussuunnitelmat tulisivat olla mahdollisuus, eikä niinkään este erilaisten opetusmenetelmien käyttämiselle. Eritysopetukselle ja oppilashuollolle tulisi huomioida omat niihin soveltuvat tilat, jotka ovat käytössä juuri näihin tarkoituksiin. Tärkeää on myös oppilaitoksen henkilökunnan kokoontumis- ja työtilojen huomioiminen. Nämä tilat tulisi olla käytössä vain näihin tarkoituksiin, eikä ottaa esimerkiksi puuttuvaksi työryhmä tai yksilöopetustilaksi, edes väliaikaisesti. Oppilaitoksen piha ja lähimetsät voivat tarjota yllättävän positiivisen oppimisympäristön ideoimiseen tai oppimisen sisäistämiseen. Ympäristöllä on aina mahdollisuuksia tai oppimista rajoittavia tekijöitä.

### ***2.3 Modernit oppimisympäristöt***

Modernilla oppimisympäristöllä tarkoitetaan arkkitehtuurisia, pedagogisia ja teknisiä ratkaisuja. Pedagoginen arkkitehtuuri määrittelee käytännön ratkaisut ja periaatteet, joilla saadaan aikaan monipuolinen opiskelua innostava kokonaisuus. Arkkitehtuurisesti ympäristön tulee tukea oppilaan vapautta tehdä mielekkäitä valintoja ja auttaa itsenäiseen oman toiminnan ohjaukseen ja tarjota monipuolisia teknisiä ratkaisuja niiden toteuttamiseen (Meisalo, Sutinen & Tarhio. 2003, 77).

Oppimisympäristön on tarkoitus tukea oppimista mahdollisimman monella tavalla. On otettava huomioon koko yleissivistyksen alue, johon kuuluvat tiedot, taidot, arvot ja asenteet (Meisalo & Lavonen 1995).

Avoimesta oppimisympäristöstä voidaan puhua silloin kun opiskelijalla on mahdollisuus valita välineet ja materiaalit, jotka auttavat sisäistämään opiskelemissaan kokonaisuuden (Meisalo & Tella 1988). Oppimisympäristöstä voidaan puhua avoimena myös silloin kun ei puhuta työtavoista, -välineistä tai materiaaleista. Opiskeluprosessi suun-

tautuu aina kohti tavoitteita. Avoimessa oppimisympäristössä on näiden tavoitteiden lisäksi korostettava spontaania oheisoppimista. Avoin oppimisympäristö antaa uusia piirteitä myös opiskelijan ja opettajan rooleille. Jos oppimisen tarkkaa suuntausta ei osata ennakoita saa opettajan rooli oppimisen ohjaajana uuden roolin.

## ***2.4 Avoimen oppimisympäristön malleja***

On tärkeää tietää avoimen oppimisympäristön käyttäjistä, opiskelijoiden heidän kontekstistaan ja tarpeistaan sitä suunniteltaessa. Tämä vaikuttaa ratkaisevasti siihen, millaiseen perusmalliin pedagoginen arkkitehtuuri rakentuu (Meisalo, Sutinen & Tarhio. 2003, 81).

Avoimen oppimisympäristön vahvuutena voidaan pitää sen soveltuvuutta luovaan ongelmaratkaisuun, omien valintojen mahdollistamiseen, se tarjoaa erilaisia työvälineitä ja mahdollistaa yksilölliset opiskelupolut. Mahdollisuutena avoimilla oppimisympäristöillä ovat itsenäisyyden kehittämien, antaa mahdollisuuden liittää opiskelijat ohjausjärjestelmään, antaa haasteita motivoituneelle opiskelijalle ja korostaa sisäisiä motivaatioita. Sen heikkoutena voi olla opettajan vähäinen ohjaus. Se voi olla opiskelijan kannalta tylsää eikä se kanna tarinaa tai juonta. Uhkina avoimimmilla oppimisympäristöillä on opiskeluprosessin mahdollinen jumiutumisen sekä elementtien väliin sisään rakennetut riippuvuudet (Meisalo, Sutinen & Tarhio. 2009, 90).

## ***2.5 Tekniikka mahdollisuus vai mahdottomuus?***

Oppimisympäristö käsitteessä erilaiset tieto- ja viestintä tekniikkaa hyödyntävät opetus- ja opiskelumenetelmät ja välineet katsotaan kuuluvan käsitteeseen. Teknisistä puitteista puhuttaessa voidaan puhua verkkopohjaisista, virtuaalisista, digitaalisista, moderneista, mobiili tai vaikkapa immerssiivistä oppimisympäristöistä. Kaikella tällä terminologialla tarkoitetaan yhtä ja samaa asiaa. Kyse on siitä kuinka tieto- ja viestintätekniikkaa hyödynnetään opetuksen ja oppimisen tukena.

Tietotekniikka antaa mahdollisuudet virtuaali-, mobiili- ja monimuoto-opetukselle. Se edistää koulutuksellista tasa-arvoa. Tärkeänä voidaan pitää myös tekniikan tuen avulla



verkostoitumista niin tosiinsa kuin muun yhteiskaunan instituutioihin, myös kansainvälisesti. Tietotekniikka mahdollistaa opiskelijan edetä itselle sopivien menetelmien ja aikataulun mukaan ilman yhteisöllisyyden puuttumista. Etä- ja monimuoto opetus on kaksisuuntaista vuorovaikutusta. Vuorovaikutuksen tarkoituksena on

- antaa ohjaajalle mahdollisuuden tukea opiskelijan motivaatiota ja tehtävään sitoutumista välittömän palautteen avulla
- antaa opiskelijalle mahdollisuuden soveltua oppimiaan tietoja ja taitoja ja saada tukea oman edistymisensä arviointiin
- auttaa opiskelijaa sitoutumaan opiskelijoiden ja opettajan muodostamaan työyhteisöön ja sitä kautta tavoitteiden saavuttamiseen

(Meisalo, Sutinen & Tarhio. 2003, 181.)

### 3 Oppilaitoksen markkinointi

Oppilaitoksen markkinoinnista on niukasti kirjallisuutta. Koulutuksenmarkkinointiin voidaan soveltaa perinteitä markkinointiteoriaa.

Koulutuksen markkinoinnista voidaan käyttää Davies & Ellisonin (1997, 3) määritelmää: ”*Keinot joilla koulu aktiivisesti mainostaa ja viestii tarkoituksestaan, arvoistaan ja tuotteistaan opiskelijoille, vanhemmille, henkilökunnalle ja laajemmalle yhteisölle*”.

Markkinoinnin kilpailukeinot ovat välineitä, joita yritys hyödyntää kohdemarkkinoiltaan saavuttaakseen markkinoinnille asettamansa tavoitteet. Perinteisesti markkinoinnin kilpailukeinot on jaoteltu seuraavasti: tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä.

Oppilaitoksen merkittävimpiä kilpailukeinoina voidaan pitää tuotteiden markkinointia (koulutuksen) ja markkinointiviestintää. Markkinointiviestinnän eri keinoja ovat henkilökohtainen myyntityö, mainonta, myynninedistäminen, suhdetoiminta ja suoramarkkinointi.

On kuitenkin muistettava, että oppilaitokset ovat kuitenkin omanlaisensa ympäristö, kun puhutaan markkinoinnista. On sovellettava eri markkinointiteorioita ja näkemyksiä palveluiden markkinoinnista.

Koulutuksen markkinoinnissa on huomioitava, että koulutus vastaa työelämän tarpeita. Erikoistuminen ja erilaistuminen voivat olla voimavara oppilaitoksen koulutusten kehittämisessä. On huomioitava ettei se kuitenkaan ole itseisarvo. Eri ratkaisuja tulee punnita tarkasti koulutusohjelmien suunnittelussa (Vuokko 2004, 135.)

Markkinointia tulee kohdistaa ja löytää uusia potentiaalisia kohderyhmiä. Kohderyhmälle kohdistetaan mahdollisimman paljon heidän tarpeisiin soveltuvia tuotteita tai palveluita (Vuokko 2004, 134). Kohdistamisen avulla voidaan löytää uusia markkinoita ja potentiaalisia asiakkaita eli opiskelijoita.

### ***3.1 Tuote ja palvelu kilpailukeinona***

Tuote on markkinointi-miksin keskeinen kilpailukeino. Muut kilpailukeinoratkaisut rakentuvat tuotteen ympärille. Bergström & Leppänen (2003) määrittelevät tuotteen seuraavasti: "Tuote on markkinoitava hyödyke, jota tarjotaan markkinoille arvioitavaksi, ostettavaksi ja/tai kulutettavaksi niin, että asiakkaiden tarpeet, odotukset ja mielihalut tyydytetään."

Tuote ja palvelu koostuvat kolmesta eri kerroksesta. Tuotteen yhteydessä puhutaan ydintuotteesta, avustavista osista (varsinaisesta tuotteesta) ja mielikuvatuotteesta (laajennetusta tuotteesta). Ydintuote käsittää ydinhödyn tai ongelman ratkaisevan palvelun, jota asiakas tuotetta ostaessaan ensisijaisesti hakee (esim. porakonetta ostettaessa hankitaan itse asiassa reikiä). Avustavat osat sisältävät tuotteen ominaisuudet, laadun, tuotemerkin, muotoilun ja pakkauksen eli kaikki ne osat, jotka yhdessä antavat kuluttajalle ydintuotteen hyödyt. Mielikuvatuote käsittää lisäpalvelut ja hyödyt, joita on rakennettu ydintuotteen ja sen avustavien osien ympärille (esim. takuu, myynnin jälkeinen palvelu). Mielikuvat muodostuvat tiedosta, asenteista, tunteista, kokemuksista, uskoksista ja ennakkoluuloista. Palvelulla vastaavat kerrokset ovat ydinpalvelu, lisäpalvelut ja tukipalvelut. Lisäpalvelut koostuvat esim. saavutettavuudesta ja palveluun liittyvistä tavaroista ja materiaaleista. Tukipalveluihin kuuluu mm. kanta-asiakasedut, myyntipaikka tai -kanava sekä brändi. Tuotteeseen kuuluu olennaisena osana tuotemerkki, joka tarkoittaa tuotteen nimeä, käsitettä, symbolia, kuvaa tai niiden yhdistelmää. Tuotemerkin tarkoituksena on yksilöidä myyjän tavarat ja palvelut ja erottaa ne kilpailijoiden tarjonnasta. Samalla tuotteelle luodaan arvoa ja houkuttelevuutta. AMA:n mukaan brändi on nimi, käsite, merkki, symboli tai muu piirre, joka erottaa myyjän tuotteen tai palvelun muista tuotteista ja palveluista. Määrittely on samanlainen tuotemerkin määrittelyn kanssa. Huomattavaa kuitenkin on, että tuotemerkki tehdään yrityksessä, brändi sen sijaan syntyy vasta markkinoilla eli ostajan mielessä. Brändi syntyy, kun asiakkaat osaavat yhdistää tuotteen ulkoisiin tunnuksiin selkeitä mielikuvia tuotteesta ja yrityksestä. Brändien kautta asiakkaalle pyritään luomaan arvoa, joka koostuu käyttöarvosta (koostumus, teho, ulkonäkö, hinta), näyttöarvosta (muodikkuus, urheilullisuus) sekä perusarvoista (rakkaus, rehellisyys, vapaus). Näitä eri arvoja yhdistämällä tuotteesta tehdään mahdollisimman vetoava kohderyhmälle. Brändien katsotaan olevan myös merkittäviä pääomia yrityksille, koska vahvat brändit luovat asiakasuskollisuutta. Brändin arvo perustuukin juuri brändiuskollisuudelle, tunnettuudelle, koetulle arvolle,

assosiaatioille, tasearvoille, patenteille, tavaramerkeille ja markkinointikanavasuhteisiin. Bändin arvoa ei voida mitata, mutta oppilaitoksen brändäys on merkittävä kilpailukeino oppilaitoksen markkinoinnissa.

### ***3.2 Markkinointiviestintä***

Markkinointiviestintä pyrkii tekemään tuotteiden ja yritysten myönteisiä piirteitä tunnetuksi ja näin edistämään myyntiä. Kysymyksessä on tietojen lähettäminen ja niiden vastaanottaminen jonkin viestintävälineen avulla. Viestintä on aina kaksisuuntainen tapahtuma, joka edellyttää lähetettyjen tietojen tai sanoman ymmärtämistä ja ymmärretyksi tulemistä. Yrityksellä on käytettävissään useita erilaisia markkinointiviestinnän keinoja. Näitä ovat henkilökohtainen myyntityö, mainonta, myynninedistäminen, suhde- ja tiedotustoiminta sekä suoramarkkinointi. Viestintäkeinojen valinnassa tärkeintä on se, miten kyseinen keino kykenee välittämään yrityksen viestisisällön oikealle kohderyhmälle.

Henkilökohtainen myyntityö on kasvokkain tapahtuvaa vuorovaikutusta mahdollisten asiakkaiden kanssa, jonka tavoitteena on esitellä yrityksen tuotetta, vastata kysymyksiin ja saada aikaan myyntiä. Henkilökohtaisella myyntityöllä on selkeitä etuja esimerkiksi mainontaan verrattuna, kuten henkilökohtainen kontakti asiakkaaseen ja asiakassuhteiden kehittäminen.

Henkilökohtaisen myyntityön myyntiprosessi voidaan jakaa seuraaviin vaiheisiin: 1) suunnittelu- ja valmisteluvaihe (kuten asiakkaan taustatietojen selvittäminen ja tulevan myyntineuvottelun valmistelu), 2) yhteydenotto asiakkaaseen, 3) myyntineuvottelu, 4) kaupan päättäminen (mahdollisen sopimuksen allekirjoittaminen) ja 5) jälkihoitovaihe. Kaupan päättämisen jälkeen myyjän tulee vielä harjoittaa ns. jälkimarkkinointia varmistakseen asiakkaan tyytyväisyyden ja asiakassuhteen jatkuvuuden. Jälkimarkkinointia voidaan tehdä esimerkiksi asiakaslehtien tai erilaisten kanta-asiakasjärjestelmien (esimerkiksi Plussa) avulla.

Mainonta on tunnistettavan lähettäjän maksamaa ei-henkilökohtaista kaupallista viestintää, jonka tavoitteena on edistää yrityksen/tuotteen tunnettuutta, rakentaa haluttua mielikuvaa ja saada aikaan myyntiä. Mainonta on useimmiten massaviestintää, jolla

pystytään nopeasti välittämään tietoa isoillekin asiakasjoukoille esimerkiksi uusista tuotteista. Mainosvälineistä merkittävimpiä ovat:

1. lehdet eli ilmoittelumainonta (sanomalehdet ja aikakauslehdet)
2. televisiomainonta
3. radiomainonta
4. elokuvamainonta
5. ulko- ja liikennemainonta
6. verkkomainonta (Internet-mainonta)
7. suoramainonta (osoitteellinen tai osoitteeton).

Näiden lisäksi mainontaa voi tapahtua myös myymälässä ja messujen ja näyttelyiden yhteydessä, esimerkiksi erilaisten esitteiden, videoiden ja mainostaulujen avulla. Myös tuotteen pakkaus voi toimia mainontana.

Mainonta on siirtynyt perinteisistä medioista erikoisempiin paikkoihin ja keinoihin. Mainoksia saattaa tulla vastaan vaikkapa Internetissä tai jopa ravintolan WC:ssä. Verkkomainonta voidaan jakaa kahteen erilliseen osioon: Internet-sivuihin ja Internet-mainontaan. Verkkomainonta on kehittynyt ja lisääntynyt huomasti viime vuosina, ja nykyisin omat Internet-sivut ovat lähes välttämättömiä yritykselle ja oppilaitokselle. Yrityksen oman Internet-sivuston merkitys tiedon välittäjänä ja mainoskanava kasvaa edelleen. Internet-mainonnaksi kutsutaan puolestaan esimerkiksi ponnahdus- eli pop-up-ikkunoita tai julisteita eli bannereita, joiden käyttö on lisääntynyt huomasti. Internet-mainonta on lisännyt esimerkiksi portaalissa eli aihepiiriperusteisilla sivustoilla. Nuorille sosiaalinen media on tärkeä osa tätä päivää. Oppilaitoksen nettisivujen ulkoasulla ja niiden markkinoinnilla on suuri vaikutus opiskelupaikan valintaan vaikuttavana tekijänä (Internetsivut: Etälukio-yrittäjyysväylä).

## 4 Ammatillisen koulutuksen rahoitusjärjestelmä

Kehittämishankkeemme tavoitteenasettelun kannalta ammatillisen koulutuksen rahoitusjärjestelmän tarkastelu ei ole tutkielmamme painopisteenä, mutta seuraavassa kuvataan ammatillisen peruskoulutuksen rahoitusjärjestelmää pääpiirteittäin.

Opetus- ja kulttuuritoimen rahoitusjärjestelmä on osa kuntien valtionosuusjärjestelmää. Kuntien lisäksi rahoitusjärjestelmä kattaa myös yksityiset koulutuksen järjestäjät ja kuntayhtymät. Myös ammatillisen peruskoulutuksen rahoitus järjestetään opetus- ja kulttuuritoimen järjestelmällä. Keskeisenä periaatteena järjestelmässä on korostettu opetuspalveluita tarjoavien yhteisöjen päätöksenteon itsenäisyyttä. Periaatetta korostaa se, ettei rahoitusta allokoida tiettyyn ennakoitua määrättyyn tarkoitukseen, vaan rahoituksen saaja saa päättää sen kohdentamisesta. Rahoitus muodostuu koulutusmuodoittain rahoituksen perusteena olevien suoritteiden ja yksikköhintojen tulosta. Suoritteiksi on määritelty tyypillisesti opiskelijamäärät, opetustunnit ja opiskelijatyövuodet, - vuorokaudet tai -viikot. (Opetushallitus. [www-sivu]. [viitattu 5.11.2010] Saatavissa: [http://www.oph.fi/rahoitus/valtionosuudet/tietoa\\_jarjestelmasta](http://www.oph.fi/rahoitus/valtionosuudet/tietoa_jarjestelmasta).)

Oppilaitosmuotoisena järjestettävän ammatillisen peruskoulutuksen rahoituksen perustana on koulutuksen järjestäjien ilmoittama opiskelijamäärä tilastointiajankohtana ja opetus- ja kulttuuriministeriön kullekin koulutuksen järjestäjälle määräämiin laskennallisiin yksikköhintoihin. Yksikköhintojen perusteena toimivat koulutusmuodon keskimääräiset valtakunnalliset käyttökustannukset. Yksikköhinnoissa huomioidaan erilaiset palvelujen kustannuksiin vaikuttavat tekijät ja olosuhteet, koska ne voivat vaihdella kunnittain ja koulutuksien järjestäjittäin. Vuonna 2010 ammatillisen peruskoulutuksen keskimääräinen yksikköhinta oli 10 452 euroa. (Opetushallitus. [www-sivu]. [viitattu 5.11.2010] Saatavissa: [http://www.oph.fi/rahoitus/valtionosuudet/tietoa\\_jarjestelmasta](http://www.oph.fi/rahoitus/valtionosuudet/tietoa_jarjestelmasta); [http://www.oph.fi/rahoitus/valtionosuudet/tietoa\\_jarjestelmasta/valtionosuuden\\_perusteiden\\_muodostumisesta](http://www.oph.fi/rahoitus/valtionosuudet/tietoa_jarjestelmasta/valtionosuuden_perusteiden_muodostumisesta).)

#### ***4.1 Tuloksellisuus rahoituksen perustana***

Ammatillisessa koulutuksessa tuloksellisuus otettiin ensimmäisen kerran osaksi yksikköhinnan määräytymisperustetta vuoden 2006 rahoituksessa. Tuloksellisuuden mittareita on kehitetty vuosien aikana, mutta tärkeimmät elementit ovat pysyneet samoina. Tuloksellisuuden kannalta ammatillisen koulutuksen keskeisimpinä tekijöinä on pidetty sitä, kuinka hyvin valmistuneet työllistyvät tutkinnon suorittamisen jälkeen, mikä on jatko-opintoihin siirtymisen aste, saadaanko koulutus suoritettua määräajassa, keskeytetäänkö opinnot sekä kuinka pätevää opetushenkilöstö on ja kuinka paljon henkilöstön kehittämiseen panostetaan (Opetushallitus 2010, 3).

**Tuloksellisuuden** peruselementteinä voidaan erottaa tuottavuus, taloudellisuus ja vaikuttavuus. Tuloksellisuus ja sen alakäsitteet kuvaavat rajallisten tuotantomahdollisuuksien käyttämistä mahdollisimman hyvin yhteiskunnan ja kansalaisten tarpeiden suuntaisesti. Taloudellisuus merkitsee suoritteiden aikaansaamista mahdollisimman alhaisin yksikkökustannuksin. Tuottavuudella voidaan ilmaista yksinkertaisimmillaan tuotantotekijöiden käytön tehokkuutta eli tuotosten ja panosten välistä suhdetta. Vaikuttavuus puolestaan ilmaisee sen, minkälaisia vaikutuksia aikaansaaduilla suoritteilla on kansalaisiin ja koko yhteiskunnan toimintaan. (Meklin 2002, 79-86.)

**Opetushallituksen** määrittelemissä arviointikohteissa koulutustoiminnan prosessituloksellisuutta mitataan opiskelijoiden läpäisymittarilla, jolla tarkoitetaan opintojen keskeyttämisastetta ja opintoajan kestoa. Opintojen keskeyttämisellä on yhteiskunnallisia negatiivisia ulkoisvaikutuksia, koska siitä saattaa seurata syrjäytymistä. Läpäisyllä katsotaan ilmentävän toimenpiteitä, joilla koulutuksen järjestäjä tukee opintojen suorittamista, koska koulutuksen järjestäjän toimin voidaan merkittävästi vaikuttaa keskeyttämiseen ja opintojen venymiseen yli määriteltyjen ohjeaikojen. (Opetushallitus 2010, 4.)

**Vaikuttavuus** voidaan yhtäältä ilmaista tavoitteiden saavuttamisen asteena. Vaikuttavuus edellyttää siten aina jotakin tavoitetta ja siihen verrattavaa toteutunutta asiantilaa. Vaikuttavuus on määritelty tarkoittamaan järjestelmien kykyä saada aikaan haluttuja vaikutuksia. Meklinin mukaan tässä määrittelyssä on kyse vain kyvystä ja mahdollisuudesta saada aikaan vaikutuksia, mutta itse vaikutuksista ei ole kyse, vaikka kyvyillekin

voidaan antaa selvä tavoite. Meklin kirjoittaa, että vaikuttavuus on mahdollista samais-  
taa vaikutukseen, mikä on yleisin lähtökohta vaikuttavuuden käsitteelle. Vaikuttavuus  
on jonkin uhrauksen tai toimenpiteen seuraus. (Meklin 2002, 89.)

**Opetushallituksen** tulostittariselosteessa koulutuksen vaikuttavuutta mitataan työelä-  
mään sijoittumisella ja jatko-opintoihin siirtymisellä. Koulutuksen ja työelämän koh-  
taamisen vahvistaminen edellyttää koulutuksen järjestäjiltä yhteistyötä yritys- ja elin-  
keinoelämän kanssa ja tietoa elinkeinoelämän tarpeista sekä kykyä ohjata toimintaansa  
näiden pohjalta. Jatko-opintoihin siirtymisen arviointi liittyy tavoitteeseen vahvistaa  
ammattillisen koulutuksen roolia vaihtoehtoisena väylänä korkeakouluopintoihin. Hen-  
kilöstöä koskevassa kohdassa tuloksellisuutta arvioidaan opettajakunnan muodollisen  
kelpoisuuden ja henkilöstön kehittämisen näkökulmasta. Henkilöstön kehittämistä mi-  
tataan kohdennettujen voimavarojen perusteella muodostetulla mittarilla. Tulokselli-  
sessa oppimisessa ammattitaitoinen ja motivoitunut opettajakunta katsotaan keskeiseksi  
osatekijäksi. Tulostittariselosteessa korostetaan muodollisen kelpoisuuden merkitystä  
esimerkiksi rekrytoinnissa ja että koulutuksen järjestäjä huolehtii koko henkilöstön am-  
mattitaidon ajan tasalla pitämisestä, koska toimintaympäristöt muuttuvat nopeasti.  
(Opetushallitus 2010, 4-5.)

**Tuloksellisuuden** käsitteen ristiriitaisuudesta johtuen on esitetty jopa siitä luopumista.  
Näsi, Hokkanen ja Latvanen (2001, 17–18) kirjoittavat, että tuloksellisuus on käsitteenä  
epämääräinen, koska mikä tahansa positiivinen suoritus voi olla tuloksellista. Heidän  
mukaansa käsitteestä tuloksellisuus voitaisiin luopua, koska tuottavuus ja vaikuttavuus  
voidaan yhdistää termillä tehokkuus. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna tehokkuus  
tarkoittaa kykyä yhdistellä tuotannontekijöitä tavoitteiden mukaisesti eli tehdä asioita  
oikein. Julkisyhteisöjen organisaatioiden toimintaa voidaan panospuolella mitata  
menoina ja kustannuksina, mutta tuotoksen määrittäminen ja rahassa mittaaminen on  
usein vaikeaa. Yksittäisten toimintayksiköiden taloudellisuutta, tuottavuutta ja  
vaikuttavuutta tulisikin vertailla muiden vastaavien yksiköitten tuloksiin ollakseen  
päättöksenteon kannalta hyödyllistä.



## ***4.2 Mittaristot uudistetussa rahoitusjärjestelmässä***

Ammatillisen peruskoulutuksen ohjaus -ja rahoitusjärjestelmää on uudistettu siten, että se kannustaisi koulutuksen järjestäjiä nykyistä tehokkaammin toiminnan tuloksellisuuden ja laadun kehittämiseen. Laskennallista valtionosuusjärjestelmän rinnalle on kehitetty sitä täydentävä tuloksellisuusrahoitusjärjestelmä, joka muodostuu määrällisiin indikaattoreihin perustuvasta tulosrahoituksesta sekä laatupalkinnosta. (Virtanen & Paliranta 2006, 3.) Tavoitteena on tukea koulutuksen laadun ja vaikuttavuuden parantamista sekä kannustaa koulutuksen järjestäjiä pitkäjänteiseen ja tavoitteelliseen kehittämistyöhön. Tavoitteena on myös edistää ammatilliselle koulutukselle asetettävien tavoitteiden saavuttamista. Tulostittaristo tuottaa kehittämis- ja ohjausinformaatiota niin koulutuksen järjestäjien kuin opetushallinnon käyttöön (Opetushallitus 2010, 4).

Vuoden 2011 ammatillisen peruskoulutuksen tuloksellisuusrahoitusta on uudistettu. Vaikuttavuusmittarissa aikaisemmat työllistymis-, jatko-opiskelu-, keskeyttämis- ja läpäisymittarit on yhdistetty yhdeksi mittariksi. Mittariston toteutus poikkeaa huomattavasti aikaisemmasta. Yhtenä tärkeänä tavoitteena kehittämistyössä on ollut koulutuksen järjestäjien vertailtavuuden parantaminen. Uudistuksesta johtuen koulutuksen järjestäjien sijoitukset paremmuusjärjestyksessä voivat poiketa merkittävästi aikaisemmasta.

Uudessa vaikuttavuusmittarissa koulutuksen järjestäjien arviointi perustuu siihen, miten tarkastelujakson alun opiskelijat jakautuvat reilun kolmen vuoden tarkastelujakson lopussa viiteen tulosryhmään. Kuten aiemminkin koulutuksen järjestäjän suoritusta pidetään sitä parempana, mitä useampi opiskelijoista suorittaa tutkinnon ja mitä suurempi osa opiskelijoista on työssä tai jatko-opiskelemassa tarkastelujakson lopussa. Koulutuksen järjestäjät poikkeavat toisistaan sijainnin, koulutusalarakenteen, koulutusmuodon ja opiskelijaominaisuuksien suhteen. Järjestäjien keskinäiseksi vertaamiseksi opiskelijoiden sijoittumisen todennäköisyys tulosryhmiin lasketaan lineaarisella regressiomallilla, jossa otetaan huomioon nämä mittarituloksiin vaikuttavat taustatekijät. Mittari ei kuvaa laadullisia seikkoja, kuten esimerkiksi työllistytäänkö tutkintoa vastaavaan ammattiin tai vastaako tutkinnossa hankittu osaaminen ammatin vaatimuksia, eikä sitä, ovatko opiskelijat, työnantajat tai opetusviranomaiset tyytyväisiä annettuun opetukseen. (Opetushallitus 2010, 3-7.)

### ***4.3 Tuloksellisuuden tunnusluvut Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistossa***

Opetushallitus julkaisee vuosittain vertailukelpoisia tulosmittaristoja ja niiden perusteella määriteltyjä tulosrahoitusmittareita ja -indeksejä eri koulutusasteilla. Työllistymismittari kertoo oppilaitoksesta valmistuneiden työllistymisestä. Tavoitteena on mahdollisimman korkea järjestäjäkohtainen työllistymisprosentti. Työllistymismittari osoittaa koulutuksen järjestäjän opintoalarakenteen osuvuutta ja toiminnan laadullisia piirteitä työmarkkinoiden näkökulmasta. Mittari kuvaa koulutuksen järjestäjän vaikuttavuutta. Jatko-opiskelumittari kuvaa valmistuneiden sijoittumista korkea-asteen opintoihin. Järjestäjäkohtaisesti tavoitteena on mahdollisimman korkea jatko-opiskelu-prosentti. Mittari kertoo koulutuksen järjestäjän vaikuttavuudesta. Läpäisymittari kertoo tietyn aloittamisvuoden ja sen jälkeisen kolmen seuraavan kalenterivuoden aikana valmistuneiden opiskelijoiden osuuden aloittaneista. Henkilöstön kehittämismittarin tarkoituksena on kuvata koulutuksen järjestäjän taloudellista panostamista henkilöstönsä ammattitaidon uudistamiseen ja ylläpitämiseen. Keskeyttämistasteen indeksi osoittaa niiden opiskelijoiden osuuden, jotka ovat päättäneet opinnot tutkintoa suorittamatta tai työllistymättä. (Opetushallitus 2010, 7-14.)

Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston osalta standardimittarit vuosilta 2004- 2009 ovat nähtävissä taulukossa 1. Työllistymismittarin, jatko-opiskelumittarin, läpäisymittarin, opettajien kelpoisuusmittarin ja henkilöstön kehittämismittarin arvo vaihtelee nollan kahta puolta, jossa mittarin nolla-arvo osoittaa keskimääräistä tulosta ja alle nollan arvot keskimääräistä heikompaa tulosta. Arvon ollessa pienempi kuin - 2 se osoittaa poikkeuksellisen heikkoa tulosta ja poikkeuksellisen hyvää tulosta arvon ollessa suurempi kuin + 2. Keskeyttämismittarissa nolla-arvo on keskimääräinen tulos, miinusmerkkinen keskimääräistä heikompi tulos ja plus-merkkinen arvo ilmaisee keskimääräistä parempaa tulosta. Taulukossa 1 kunkin mittarin tunnusluvut on esitetty ensin ammatti- ja yrittäjäopiston osalta vertailukohtanaan tunnusluvun keskimääräinen arvo.

Taulukko 1: Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston tulosrahoitusindeksi ja standardimitarit vuosilta 2004–2009 (<http://www.vos.uta.fi/rap/>)

	2004	2006	2007	2008	2009
	Hayo / Keskim.	Hayo / Keskim.	Hayo / Keskim.	Hayo / Keskim.	Hayo / Keskim.
Työllistymismittari (40 %)	-0,678 / 0	-0,815 / 0	-0,603 / 0	-1,438 / 0	-1,447 / 0
Jatko-opiskelumittari (15%)	-0,560 / 0	-0,272 / 0	-0,108 / 0	0,031 / 0	-0,069 / 0
Läpäisymittari (13%)	-1,130 / 0	-0,528 / 0	-0,694 / 0	-0,181 / 0	-0,456 / 0
Kelpoisuusmittari (11%)	-0,445 / 0	-0,616 / 0	-0,244 / 0	-0,868 / 0	-0,956 / 0
Henkilöstön kehittäminen (6%)	0,600 / 0	-0,190 / 0	-0,443 / 0	-0,300 / 0	0,008 / 0
Keskeyttämisaste (15%)	0,065 / 0	-0,511 / 0	-1,049 / 0	-0,890 / 0	-1,056 / 0
TULOSINDEKSI	896 / 1000	879 / 1000	885 / 1000	827 / 1000	813 / 1000

Ammatti- ja yrittäjäopiston mittarien tulokset ovat jokaisella osa-alueella keskimääräistä huonompia. Erityisesti työllistymismittarin kehitys näyttää huonolta. Positiivista kehitystä on tapahtunut vuoteen 2009 asti jatko-opiskelu-, läpäisy- ja henkilöstön kehittämismittareissa, joskaan mittausarvot eivät ole henkilöstön kehittämistä lukuun ottamatta erityisen lähellä keskimääräistä tulosarvoa nolla. Tulosindeksin pistearvo on tarkastelujaksolla kaikkein alhaisin jakson päättymisvuonna 2009. Indeksiin vaikuttaa painoarvoltaan suuren työllistymismittarin arvon heikentymisen selkeästi keskimääräistä huonommaksi.

Koulutuksen järjestäjän ammatillisen koulutuksen yksikköhintaan sisältyvä tulosrahoitusporrastus perustuu tulosindeksiin, joka on yhdistetty edellä mainituista tuloksellisuuden arviointialueiden mittareista. Kukin mittari osoittaa tuloksellisuutta tietyistä näkökulmista. Mittareiden painoarvot (taulukossa sulkeissa kunkin mittarin jäljessä) puolestaan kertovat, millainen merkitys tuloksellisuuden osa-alueille on annettu (Opetushallitus 2010, 5). Tulosindeksin pisteluku 1000 osoittaa keskimääräistä tuloksellisuusarvoa ja sen alle menevä keskimääräistä heikompa tuloksellisuutta, kun puolestaan pisteluvun 1000 ylittävä arvo osoittaa keskimääräistä parempaa tulosta.

Vuodelta 2005 ei jaettu ammatillisen peruskoulutuksen tulosrahoitusta, joten kyseessä olevan vuoden mittaristoja ei ole saatavilla.

## 5 Kyselytutkimuksen taustaa kohdeorganisaatiosta

Kehittämistehtävässämme rajaamme tutkielman empiirisen osion aineistoa koskemaan kuntayhtymän oppilaitoksista Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopistoa ja siinäkin ainoastaan yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon sekä luonnontieteiden alalla opetusta tarjoavaa yksikköä. Rajauksen syynä ovat puhtaasti käytännön intressit, sillä tavoitteena on selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat nuoren valintoihin opiskelupaikkaa haikiessa, jotta oppilaitoksen markkinoinnissa kyettäisiin tuomaan esille oikeansuuntaisia tekijöitä.

Kuten taulukosta 2 ilmenee, oppilaitoksen oppilasmäärät ovat olleet viime vuosina laskusuhdanteisia. Taulukon mukaisina laskentapäivien tilanteina kokonaisopiskelijamäärät ovat laskeneet vuodesta 2004 vuoteen 2009 28 %. Erityisen huolestuttavaa on ollut yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alan opiskelijamäärien vähentyminen, sillä kyseisellä aikavälillä lasku on ollut suhteellisesti lähes 38 %. Vastaavasti luonnontieteiden alalla lasku on ollut noin 14 %. Vuodesta 2009 lähtien Ammatti- ja yrittäjäopistossa on annettu näyttötutkintona suoritettavaan perustutkintoon valmistavaa koulutusta aikuiskoulutuksessa. Näyttötutkintoperusteisessa koulutuksessa opiskelijoiden määrä vuonna 2009 oli 25 opiskelijaa, mikä luku sisältyy taulukossa 1 ilmoitettuun 111 opiskelijaan.

Taulukko 2: Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston opiskelijamäärät vuosina 2004–2009 tilastointipäivän 20.9. mukaan  
(Opetushallitus, Laskentapalvelut [www-sivu].[viitattu 4.11.2010] Saatavissa: <http://vos.uta.fi/raps/02ts0988947795.html>)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Yhteiskuntatiet., liiket. ja hall. ala</b>	178	132	125	118	120	111
<b>Luonnontieteiden ala</b>	125	144	135	134	113	107
<b>Yhteensä</b>	303	276	260	252	233	218

Taulukossa 3 on esitetty vastaavat luvut koko maan opiskelijamäärät mainituilla koulutusaloilla. Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alalla oppilasmäärät ovat kasvaneet kyseisellä aikavälillä noin 5 %. Luonnontieteiden alalla opiskelijamäärät ovat

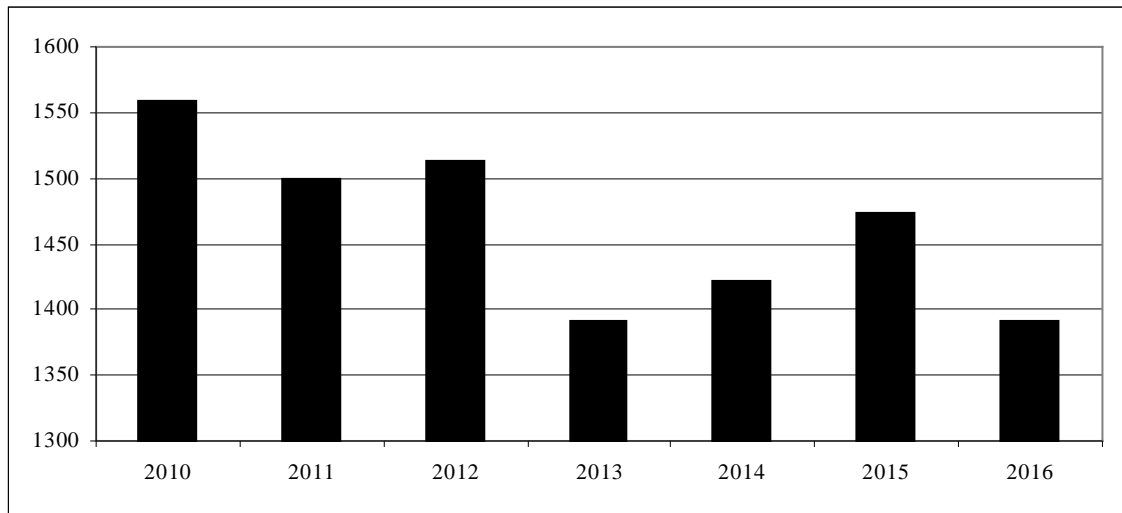
puolestaan vähentyneet koulutustarpeen vähentymisestä ja siten ilmeisesti koulutuspaikkojen määrällisestä vähentämisestä johtuen neljänneksellä eli 25 %. Valtakunnallisessa tilastossa on huomioitava, että siinä on huomioitu opetussuunnitelmaperusteisen ammatillisen peruskoulutuksen aloittaneet opiskelijat.

Taulukko 3: Ammatillisen peruskoulutuksen uudet opiskelijat koulutusaloittain vuosina 2004–2009 (<http://www.tilastokeskus.fi/til/aop/tau.html>)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Yhteiskuntatiet., liiketal. ja hall.ala</b>	5 380	5 188	5 278	5 039	5 263	5 668
<b>Luonnontieteiden ala</b>	2 314	2 303	2 178	1 988	1 827	1 734
<b>Yhteensä</b>	7 694	7 491	7 456	7 027	7 090	7 402

Opintonsa keskeyttäneiden määrä Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopistossa on ollut hie- man keskimääräistä enemmän (10,3 % - 15,3 %) jokaisella tarkastelujaksolla kun verran- taan ammatillisen koulutuksen keskeyttäneitä aikaväleillä 21.9.2004–20.9.2005, 21.9.2005–20.9.2006 ja 21.9.2006–20.9.2007. Myöhempiä tilastotietoja ei ollut (marraskuu 2010) saatavilla. Tilastossa on kuvattu vuoden aikana tapahtunutta perusasteen jälkeisen tutkintotavoitteisen koulutuksen keskeyttämistä. Mikäli henkilö ei jatkanut opiskeluaan tai ei suorittanut tutkintoa tuona aikana, hänet on laskettu keskeyttäneeksi. Keskeyttämistiedot kultakin lukuvuodelta on saatu seuraamalla edellisen vuoden syyskuussa opiskelleiden tilannetta seuraavan vuoden syyskuussa. (<http://www.tilastokeskus.fi/til/kkesk/tau.html>.)

Kuviossa 4 on kuvattu 16-vuotiaan väestön määrän kehitystä Huittisten lähialueiden osalta (nykyisten opiskelijoiden kotipaikkakuntien mukaisesti, tilanne marraskuu 2010) vuosina 2010–2016. Ikäluokan pientyminen Huittisten lähialueilla on Tilastokeskuk- sen väestöennusteen mukaan vuodesta 2010 vuoteen 2016 verrattuna lähes yksitoista prosenttia. Lähtövuoteen 2010 verrattuna ikäluokan väestön määrä on ennusteen mu- kaan vuosittain pienempi. Erityisesti vuosi 2013 on oppilaitoksen opiskelijarekrytoinnin kannalta haasteellinen vuosi, koska ikäluokan väestön määrä laskee nykytilanteeseen verrattuna miltei yksitoista prosenttia.

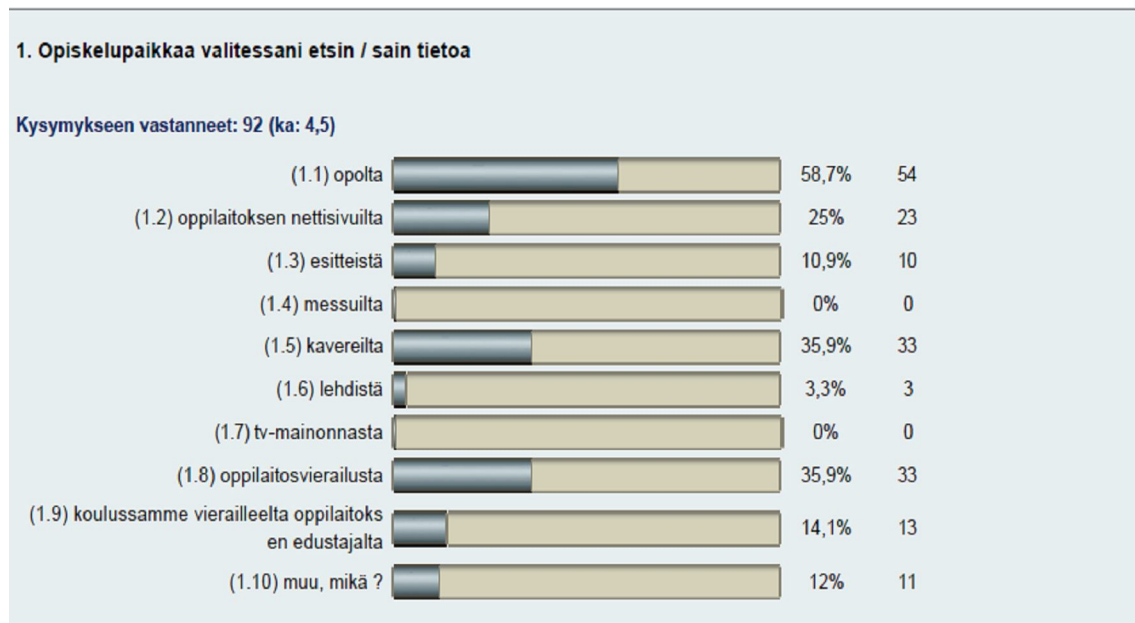


Kuvio 3. 16-vuotiaan väestön määrän kehitys Huittisten lähialueilla vuosina 2010–2016 (Tilastokeskus, marraskuu 2010)

Sastamalan koulutuskuntayhtymän talousarviossa vuodelle 2011 Ammatti- ja yrittäjäopiston tulosalueen vetovoimaisuuden lisäämiseksi on esitetty koulutuksen esittelyiden järjestäminen koulukäyntien, tutustumispäivien ja erilaisten tapahtumien yhteydessä, näkyvyyden lisääminen mediassa, yhteistyön lisääminen alueen yritysten ja yhteisöjen kanssa, kaupallisen koulutuksen teemapäivien toteuttaminen perusopetuksen kouluissa ja taitaja-kilpailuihin osallistuminen (Talousarvio vuodelle 2011, Sastamalan koulutuskuntayhtymä 2010, 43).

## 6 Kyselytutkimuksen tulokset

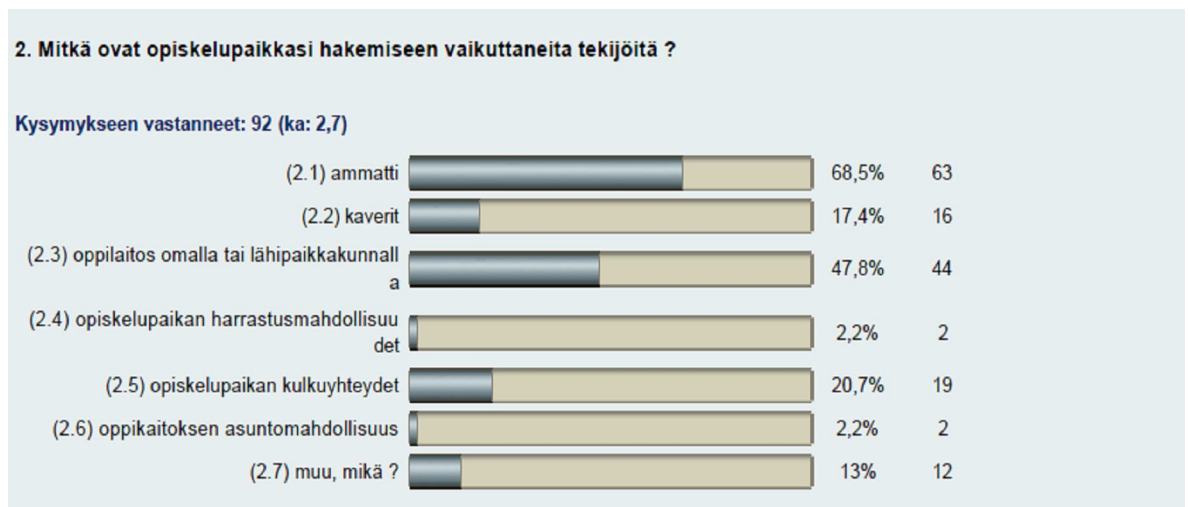
Tutkimuksen aineisto kerättiin sähköisesti Webropol-ohjelmalla. Aineisto on kerätty 20.10.2010 Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopiston Huittisten yksikön (kaupan ja hallinnon ala) ensimmäisen ja toisen vuosikurssin opiskelijoilta. Eri ryhmille kyselyt toteutettiin samana ajankohtana. Kyselyyn osallistui yhteensä yhdeksänkymmentäkaksi opiskelijaa. Kysymykset ovat kehittämistehtävän liitteenä.



Taulukko 5: Opiskelupaikan valintaan vaikuttaneet tiedot

Kuviossa 5 on opiskelupaikan valintaan vaikuttaneet kysymykset. Selkeästi merkittävin tekijä tiedonsaantikanavana on oppilaitoksen opinto-ohjaaja. Noin kuusikymmentä prosenttia vastaajista ( $n = 54$ ) ilmoitti saaneensa tietoa oppilaitoksesta opinnohjaajilta. Kohdeorganisaation opinnohjaaja vierailee syys- ja kevätlukukauden aikana oppilaitoksen lähialueiden yläkoulujen vanhempien illoissa ja oppitunneilla esittelemässä oppilaitosta. Kuitenkin ainoastaan neljätoista prosenttia ( $n = 13$ ) ilmoitti tiedonsaantikanavakseen oppilaitoksen edustajan vierailut. Mielenkiintoisena tietona kyselyn taustamuuttujana olisi saattanut olla vastaajan peruskoulun paikkakunta. Tiettyjen yläkoulujen opinnohjauksessa on ollut havaittavissa jopa selkeää liiketalouden perustutkimuksen opintojen vastaisuutta. Merkittävänä tekijänä voidaan pitää myös oppilaitosvierailuiden merkitystä. Ammatti- ja yrittäjäopistolla järjestetään kerran lukuvuodessa ylä-

koulujen vierailuita. Yläkoulujen yhdeksännen luokan oppilaat osallistuvat eri koulutusohjelmien järjestämiin tietoisuuksien kaltaisiin "pajoihin", joissa kukin oppiaine esittelee omaa alansa mahdollisimman kattavasti ja ymmärrettävästi. Vierailut on koettu pääosin erittäin positiiviseksi etenkin kahden viimeisen vuoden aikana. Oppilaitoksen markkinoinnissa vierailujen merkitys on koettu hyvin merkittäväksi tapahtumaksi ja niihin onkin aikaansaatu selkeää järjestelmällisyyttä. Vastausten perusteella markkinoinnissa on edetty selkeästi tavoitteelliseen suuntaan. Tätä kuvastanee myös lukuvuodelle 2010–2011 ajoittunut hakijamäärän kasvu. Yhdeksäsluokkalaisten lisäksi oppilaitos järjestää kahdeksännen luokan opiskelijoille yksittäisiä vierailupäiviä. Yhtenä markkinoinnin kohderyhmänä voisi selkeästi huomioida myös tiettyjen oppilaitosten opinnohjauksesta vastaavat henkilöt. Tiedonsaantilähteinä lehtimainonnan ja messujen merkitys on hyvin vähäinen, sillä lehdistä tietoa katsoi saaneensa ainoastaan noin kolme prosenttia (n = 3) vastanneista. Muita merkittäviä tiedonsaantikanavia ei avointen kysymysten osalta tullut esille. Yksittäinen opiskelija vastasi aiempien kokemusten vaikuttaneen oppilaitoksen valintaan.



Taulukko 6: Opiskelupaikan hakemiseen vaikuttaneet tekijät.

Opiskelupaikan hakemiseen vaikuttaneista tekijöistä kuviossa 6 merkittävin on ammatillisen pätevyyden hankkiminen. Vastanneista lähes seitsemänkymmentä prosenttia (n = 63) piti ammatillista mielenkiintoa vaikuttavana tekijänä opiskelupaikan hakemisessa. Tulos on sikäli yllätyksellinen, että oletetusti harva nuori kokee tärkeänä opintojen jälkeisen työuran tai ammatinvalinnan. Vastaukset osoittavat päinvastaisia viitteitä. Oppilaitoksen parantuneet tulostulokset lienevät ainakin osittain selitettävissä opiskelijo-



den kohonneella motivaatiolla ja ammattiorientoituneisuudella. Opiskelupaikan sijainnin merkitys korostui vastauksissa, koska lähes viisikymmentä prosenttia ( $n = 44$ ) vastanneista koki oppilaitoksen läheisyyden kotipaikkaan nähden hakemiseen vaikuttavaksi tekijäksi. Vähiten merkittävät tekijät liittyivät opiskelupaikan harrastusmahdollisuuksiin ja oppilaitoksen asuntomahdollisuuksiin. Ulkoisista tekijöistä kavereiden vaikutus oli yllättävän vähäinen, koska vastanneista kuusitoista koki ystävien vaikuttaneen hakemiseensa.



Taulukko 7: Kriteerit oppilaitoksen valintaan vaikuttaneina tekijöinä.

Kuviossa 7 on esitetty oppilaitoksen valintaan vaikuttaneita tekijöitä. Vajaa viidennes ( $n = 18$ ) koki oppilaitoksen fyysiset puitteet tärkeänä tekijänä. Oppilaitoksen internet-sivustojen kehittämisessä on kyselyn perusteella tarvetta, sillä noin yhdeksän prosenttia ( $n = 8$ ) vastanneista koki www-sivujen vaikuttaneen valintaan. Tässä kohden on syytä huomata kysymyksen sekoittamisen mahdollisuus hakemiseen vaikuttaneeseen kysymykseen. Toisaalta opintojen sisällöstä saa hyvin tietoa internet-sivuilta. Vastanneista seitsemänkymmentäkuusi prosenttia ( $n = 70$ ) piti opintojen sisältöä tärkeänä tekijänä. Noin kolmannes piti oppilaitoksen opettajien merkitystä tärkeänä. Edelleen näissäkin kohden oppilaitosvierailujen yhteydessä tehtyjen koulutusohjelmaesittelyiden merkitys lienee suuri opintojen sisällön ja opetushenkilökunnan tutuksi tekemisessä.

## 7 Johtopäätökset

Voidaan olettaa yleisesti, että oppimisympäristöjen kehittämisessä eri näkökulmat ja korjausehdotukset voivat tuoda parannuksia oppilaitoksen kehittymiseen. Halu muutokseen tulee oppilaitoksen sisältä. Kysymys kuuluukin, haluaako oppilaitos askeltaa strategisen kehittymisen portaita ja onko siihen resursseja? Toimenpiteet oppilaitoksen kaikessa kehittämisessä on sisäistettävä organisaation sisältäpäin. Henkilökunnan on sisäistettävä uusia asenteita ja ajattelutapoja. Muutosprosessi voi viedä pitkän ajan, mutta siitä saatava hyöty on markkinoinnin kannalta merkittävä.

### *7.1 Oppimisympäristöjen kehittäminen oppilaitoksessa*

Oppimisympäristö voidaan jaotella ja käsitellä monella eri tavoin kuten edellisestä huomataan. Malcolm Knowles haluaa korostaa oppimisympäristön henkistä puolta. Tämä täytyy ottaa huomioon nykypäivänä, jolloin oppilaitokselle annetaan uusia haasteita elinikäisen oppimisen prosessissa. Erityisesti aikuisilla oppimisympäristön merkitys korostuu opiskelussa. Oppilaitokset kilpailevat keskenään tuloksilla, jonka mittarina voitaneen mitata siten, kuinka paljon oppilaitoksesta valmistuu oppilaita. Oppilaitokset panostavat fyysisiin puitteisiin ja mm. tietotekniikan käyttö opiskelunapuna on enemmänkin sääntö kuin poikkeus. Onko siis oppimisen ilmapiirillä merkittävää vaikutusta, jos oppilaitoksen fyysiset puitteet täyttävät tarvittavat kriteerit.

Knowles määrittelee erityisesti aikuisten oppimista tukevan ilmapiirin seuraavasti:

- molemminpuolisen kunnioituksen ilmapiirin tarkoituksena on edistää oppimista, jossa aikuiset tuntevat arvostusta ja kunnioitusta ryhmän taholta.
- yhteistyön ilmapiiri: kilpailevasta asenteesta siirrytään yhteistyöhön, jossa kanssa opiskelijoilta saada rikkainta oppimisen lähdettä, mielipiteitä ja kokemusta.
- molemminpuolisen luottamuksen ilmapiiri -. opiskelijat opettajat luottavat toisiinsa jotta annettaisiin mahdollisuus tehokkaille oppimisille.
- tukea tarjoava ilmapiiri, jossa ryhmän ja vetäjän tulee pyrkiä tukemaan ja kannustamaan opiskelijoita.

- avoimuuden ja luonnollisuuden ilmapiiri, jossa tunnetaan voivan olla avoimia ja luonnollisia. Ollaan valmiita kokeilemaan uusia asioita ja oppimaan tämän kautta uutta.
- mielihyvän ilmapiiri, jossa oppimisen tulee olla miellyttävä kokemus.
- ihmisyyden ilmapiiri, jossa tunnetaan tulla kohdelluksi ihmisinä.

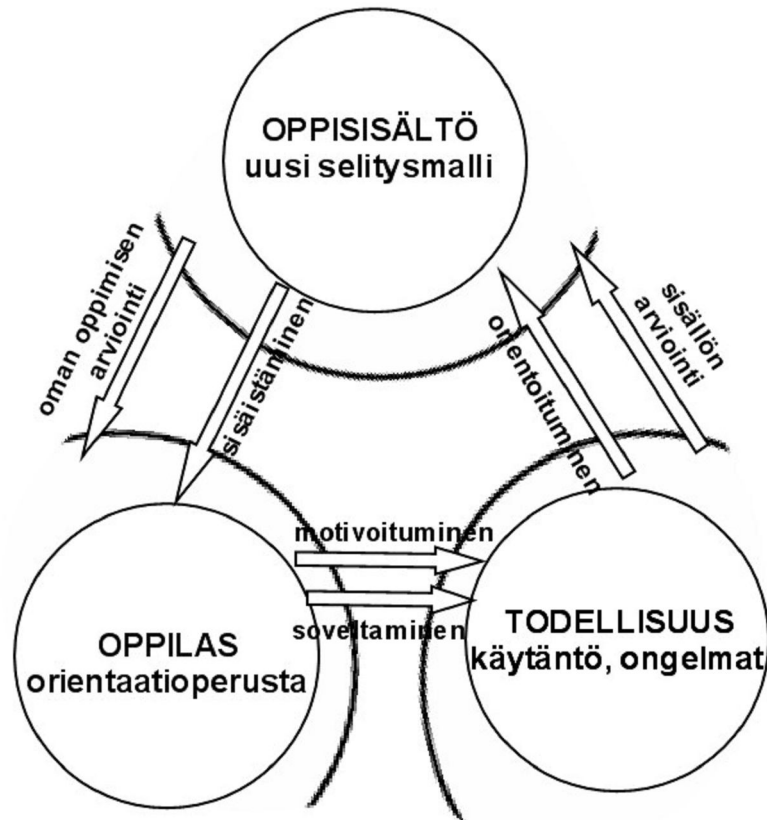
Tärkeää on, että oppimisympäristö, joka luodaan yhdessä oppilaiden ja opettajien kesken, olisi avoin uusille ideoille ja kannustaisi oppijoita ihmettelemään ja pohtimaan. Tutkiva oppimisen keskeisenä periaatteena voidaan pitää oppijoiden omia kysymystenasettelua, opettajan kysymysten sijaan. Opettajalle tuleekin haasteeksi se seikka miten näitä erilaisia sosiaalisia konteksteja saadaan luotua, joista kysymykset heräisivät.

Hyvä oppimisympäristö luo oppijalle sellaisen ilmapiirin, jossa hän tuntee olonsa turvalliseksi. Oppijan on erittäin tärkeä kokea että hänen omat käsiteltävissä olevaan aiheeseen liittyvät kysymykset ja mielipiteet ovat tervetulleita ja tärkeitä. Se miten opettaja suhtautuu näihin kysymyksiin, on erittäin merkittävää.

Vuorovaikutus luokan kesken on avainasemassa. Tähän on kiinnitettävä huomiota jos tavoitteena ovat itseohjautuvasti työskentelevät pienryhmät. Opettajan tärkein tehtävä onkin tällöin luoda ja edistää innostavaa vuorovaikutusta (Internetsivut: Minkälainen oppimisympäristö edistää tutkivaa oppimista?).

*Oppimisympäristön pitäisi tukea oppijan mahdollisuuksia ymmärtää erilaisia asioita ja kehittää mielekkäitä ratkaisuja erilaisiin ongelmiin (Wilson 1996, 3).* Tällä hetkellä yleisesti käytännössä oleva opetus ei kuitenkaan täytä näitä kriteereitä. Asiasta puhutaan, opiskellaan ja siitä on paljon kirjallisuutta. Miksi tieto ja käytäntö eivät kuitenkaan kohtaa? Onko kyse resursseista vai kyvyttömyydestä muuttaa oppilaitokset monipuolisiksi oppimisympäristöiksi. Investointeja ei tarvita tähän muutokseen merkittävästi. Onko kyse uskalluksesta, tahtotilasta? Oppimisympäristöajattelua ei tarvitse muuttaa kerta heitolla, vaan voidaan ottaa käyttöön uusia käytänteitä joiden mahdollisuutta kokeillaan ja laajennetaan eri vaihtoehtoihin. On kuitenkin muistettava ettei oppimisympäristökehittämisessä ei taata opiskelijoiden oppimista, eikä mikään yksittäinen malli sovellu kaikille oppijoille (Piipari 1998, 10). Oppimisympäristöjen kehittämisessä tulee huomioida aina kohteen fokus oppijaan itseensä. Oma itsesarvoa ei pitäisi ajatella olevan oppimisympäristön kehittämisessä vaan päämääränä on

opiskeluprosessi, oppiminen ja ympäristön välinen vuorovaikutus. Ympäristön on tuettava opiskelijan oppimista. Hyvä oppimisympäristö kokoaa yhteen kaikki ne palaset jotka tarvitaan oppimisprosessin toteutumiseen.



Kuvio 4. Engströmin täydellisen oppimisenmalli

Oppimisympäristön erottaa luokka- ja kurssipohjaisesta opetuksesta se, että oppimisympäristössä

- korostuu oppijan oma aktiivisuus ja itse ohjattu opiskelu
- opiskelu tapahtuu ainakin osittain joko simuloitussa tai autenttisessa reaalimaailman tilanteessa
- opiskelijalla on mahdollisuus olla suoraan vuorovaikutuksessa opittavan asian kanssa
- opetuksen suunnittelussa korostuu ongelmakeskeisyys oppiainekeskeisyyden sijasta

- opiskelu on kokonaisvaltainen ja ajallisesti pitkäkö prosessi jaksotettujen lyhytkestoisien oppituntien sijasta
- opiskelijan tukena on erilaisten tukihenkilöiden mentoreiden ja asiantuntijoiden verkostoja
- opettajan rooli muuttuu tiedon jakajasta organisaattoriksi, tukihenkilöksi ja oppimisympäristön suunnittelijaksi

(Burman, Koivunen, Kuittinen, Luukannel, Manninen, Pasi & Särkkä. 2007, 19.)

Kyse on paljon pitkälti didaktisista muutoksista, jotka korostuvat oppilaskeskeinen, ongelmalähtöinen tutkiva oppiminen, sosiaalinen vuorovaikutus, yhteistoiminnallinen ja yhteisöllinen oppiminen sekä oppimisen siirtyminen tai verkottuminen myös luokkahuoneen ja oppilaitoksen ulkopuolelle.

#### Oppimista tukeva ympäristö

- mahdollistavat erilaiset toiminnot käyttäjän taidoista riippuen
- ohjaa oppijaa
- tukee sosiaalista vuorovaikutusta
- suuntaa tarkkaavaisuutta
- tukee oppija pääsemään tasolle, johon ei yksin pääsisi
- tarjoaa ajattelun tukivälineitä tukien mm. muistamista
- huomioi oppijan senhetkisen kehitystason

Oppimisympäristöjen on tarkoitus tukea oppimisen prosessia mahdollisimman paljon. Oppimista mahdollistavia ja rajoittavia tekijöitä ovat fyysiset elementit, kuten koulurakennus ja luokkahuonetila välineineen. Teknisiä elementtejä ovat niin muistiinpanovälineet kuin tietokoneen ja verkkopohjainen oppimisalusta. Oppimista muokkaavat ulkoisesti myös sosiaaliset elementit, kuten luokkatoverit, opettajat kaveripiiri jne., mutta myös kulttuuriset elementit kuten koulun vakiintuneet toimintatavat. Oppimista sisäisesti muokkaavia tekijöitä ovat kognitiiviset elementit, opiskelijan omat tiedot ja taidot sekä affektiiviset elementit. Näitä taitoja ovat: Opiskelijan motivaatio, tavoitteet, vireys

ja tunnetila. On siis todella monta tekijää ja muuttujia, joihin tarvitsee kiinnittää huomiota, jotta opiskelijalla olisi mahdollisimman suotuisat olosuhteet oppimisenprosessissaan.

Tarkastellessa oppimisympäristöjä minkä tahansa lajittelun mukaan, voi kiistatta sanoa, että hyvässä oppimisympäristössä ovat mukana kaikki siihen tarvittavat ulottuvuudet. Käytännön tasolla kaikki näkökulmat täydentävät toisinaan ja mikään ei ole yksinään vahva.

On pyrittävä myös rakentamaan sellaisia oppimisympäristöjä jotka antavat haasteita oppijoille. Tällöin voidaan rikkoa omia rajoja ja oppiminen voisi tuoda onnistumisen elämyksiä. Kaikessa oppimisessa ympäristön tulisi tarjota sellaisia oppimishaasteita, että ne ovat sopivan haastavia mutta eivät ylivoimaisia (Burman, Koivunen, Kuittinen, Luukannel, Manninen, Pasi & Särkkä. 2007, 122).

Oppimisympäristöjen ja niiden rakenneosien laatua voidaan kehittää kiinnittämällä huomiota pedagogiseen, tekniseen ja sisällölliseen näkökulmaan. Oppimistulosten kannalta on tärkeää, että tulevaisuudessa pyritään selkeästi suuntaamaan tieto- ja viestintätekniikkaa niin, että se tuottaa lisäarvoa opetus-oppimisprosessiin kuin myös sisältöön ja laatuun. Tähän tavoitteeseen pyrkiessä on tärkeää huomioida opiskelijan kulttuuri-konteksti (Meisalo, Sutinen & Tarhio. 2006, 241). ”Miten nykyistä opetus- ja opiskelukäytäntöjä tulisi kehittää, jotta ne paremmin tukisivat luonnollista ja siten varmaan myös tehokkainta tapaa oppia?” (Manninen ym. 2007, 20). ”Paljolti on kyse myös siitä, miten olemassa olevia resursseja ja ympäristöjä (luokka, koulu, lähiympäristö teknologia) hyödynnetään eli opettajan luovuudesta” (Manninen ym. 2007, 108).

”Oppimisympäristöjä kehitettäessä joudumme toteamaan sen, että parhaimmillaankin suunniteltuna oppimisympäristö antaa oppijalle mahdollisuuksia, mutta ei takaa oppimista. Mikään yksittäinen oppimisympäristön malli ei sovellu kaikille oppijoille yhtä hyvin (Piipari 1998, 10)

”Oppimisympäristön tulisi olla sen verran oppijan tavallisesta toimintaympäristöstä poikkeava, että se haastaa oppijan ylittämään omia rajojaan, jotta oppiminen voisi tuoda onnistumisen elämyksiä”. (Manninen ym. 2007, 122.)

”Oppimisympäristöjen etu on kokonaisvaltaisuus: ne limittyvät yleensä koko elämänpiiriin, jolloin oppimisen pilkkominen 45 minuutin pätkiin ei ole aina relevanttia. Oppimisympäristö mahdollistaa yksilöllisen eriyttämisen helpommin kuin perinteinen luokkaopetus. Samalla se mahdollistaa sosiaalisen vuorovaikutuksen, jonka merkitys oppimiselle on kiistaton. Teknologia mahdollistaa myös todellisuutta kuvaavat simulaatiot ja multimedian hyödyntämisen tilanteissa, joissa yhteys oikeaan ympäristöön on hankalaa, vaarallista tai kallista toteuttaa”. (Manninen ym. 2007, 122–123.)

## ***7.2 Oppilaitoksen markkinointiviestinnän kehittäminen***

Oppilaitoksen markkinointiviestinnän kehittämisessä on oleellista että se kohtaa potentiaaliset asiakkaat l. opiskelijat. On tehtäväsuunnitelmia siitä, millä keinoilla oppilaitoksen koulutusmahdollisuuksia tuodaan tunnetummaksi. Oppilaitoksen imagoa voidaan nostaa kiinnittämällä huomiota näkyvyyteen. Tyytyväiset asiakkaat, oppilaitoksen opiskelijat voivat markkinoida oppilaitosta monin eri keinoin, sen arvo on merkittävä kuten tutkimuksessa tuli ilmi. Lisäksi on huomioitava pitkät asiakassuhteet, jolloin lisäkoulutusta hankittaessa Huittisten ammatti- ja yrittäjäopisto huomioidaan kilpailukykyisenä osaajana lisäkoulutuksen tarjonnassa. Henkilöstön motivaatiota tulee tarkkailla ja tehdä ratkaisuja henkilökunnan osaamisen ja motivaation eduksi. Yrityksen, tässä tapauksessa oppilaitoksen imagon mielikuva syntyy monesta eri tekijästä. Oppilaitoksen markkinoinnissa on mietittävä, minkälaisen imagon se haluaa rakentaa itsestään viestinnän avulla. Imago on monen osa-alueen tekijä. Siihen vaikuttavat yhtäläillä oppilaitoksen henkilöstö, sen nettisivujen ulkoasu, kuin tunnettuus.

Internetin tarjoamat mahdollisuudet infomäärään välittämiseksi tarjoaa myös asiakkaille mahdollisuuden globaaliin valintaan. Internet tarjoaa opiskelijoille suuren määrän eri koulutusvaihtoehtoja, mutta samalla se tarjoaa laajat koulutusvalintamahdollisuudet. (Ahola. 2003, 38).

"Imago on henkilön, liikeyrityksen tm. usein tietoisesti itsestään antama kuva". (Suomen kielen perussanakirja, 1990)

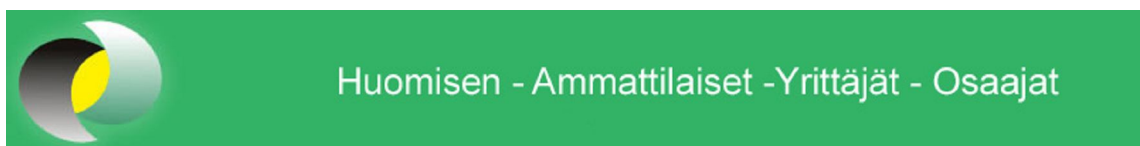
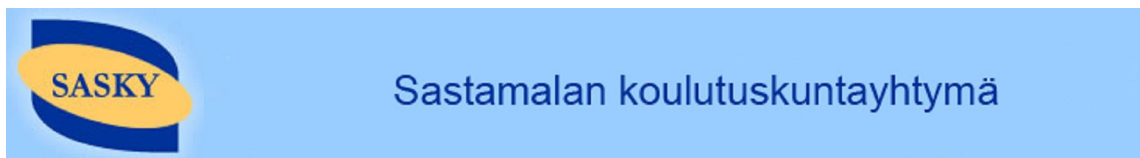
Oppilaitoksen markkinoinnin kehittämisessä tehdään lähtökohta-analyysi, suunnitellaan tavoiteohjelmat, toimenpidesuunnitelmat markkinoinnille, toteutetaan, valvotaan ja lopuksi arvioidaan sen onnistumista.

Sosiaalisen median, internetin käyttö tulee olemaan enenevässä määrin nuorten tapa kommunikoida, verkostoitua ja saada informaatiota. Tähän mahdollisuuteen tulee kiinnittää huomiota. Markkinoinnilla ei riitä, että se on hyvä. Sen on oltava parempi kuin kilpailijat (Rainisto 2004, 60–61).

Kotler on määritellyt kymmenen markkinoinnilta kokonaisuutta, joihin lukeutuu mm. tavarat, elämykset ja informaatio. Kotlerin mukaan juuri informaatio on koulujen ja yliopistojen toimialaa. Informaatiota voidaan tuottaa ja markkinoida samalla tavoin kuin tuotettakin (Kotler 2003, 7).

Oppilaitoksen tulee verrata omaa opetustarjontaa muihin oppilaitoksiin ja muotoilla omat markkinointiviestinnän keinot näiden viestien pohjalta.

Markkinointi on nykypäivänä oleellinen osa koulutuksen kenttää. Oppilaitoksen markkinointiviestien tulee vasta oppilaitoksen linjauksia ja tavoitteita. Markkinointiviestintä on enenevässä määrin erilaisten mielikuvien tuottamaa imagoa. Markkinointiviestinnän avulla tavoitellaan onnistunutta bändiä. Brändiä ja mielikuvia voidaan luoda markkinointiviestinnän avulla. Voidaan ajatella, että markkinointiviestintä on brändin ääni (Virkkunen 2002, 17). Brändi tunnetaan usein merkin, logon tai tunnusvärin pohjalta.



On pyrittävä erottamaan toisistaan mielikuvien rakentaminen ja rakentuminen. Imagon rakentaminen viittaa siihen tarkoituksenmukaiseen prosessiin, jolla markkinointistrategiassa pyritään välittämään tietty kuva organisaatiosta. Imagon rakentuminen sen sijaan on riippumaton prosessi, jonka lopputulosta ei voida tietää etukäteen (Karvonen. 1991, 51).



Työntekijät ovat ulkoisten sidosryhmien tärkein tietolähde, sillä henkilöstön lähipiirin kautta organisaation asiat ja erityisesti organisaatiossa vallitseva henki välittyvät nopeasti ja laajalle.

Kun kyse on koulutusorganisaatiosta, opiskelija nousee imagon rakentamisessa yhdeksi merkittävimmistä viestintäkanavista. Yhä tärkeämpää on, miten hän viestii muille oppilaitoksesta. Opiskelijan on koettava imago omakseen, tai muuten hänestä tulee tukimedian sijaan vastamedia. Opiskelija tarvitsee välineitä kertoakseen osaamisestaan. Yksinkertaisimmillaan se voi tarkoittaa esimerkiksi kynien, kalvopohjien ja muun brändiä tukevan materiaalin antamista mukaan niille opiskelijoille, jotka esittelevät osaamistaan erilaisissa tilaisuuksissa.

### ***7.3 Oppilaitoksen kehittäminen***

Oppilaitoksen kehittämisen tarkoituksena on tehostaa ja uudistaa jatkuvasti toimintaansa. Sen tulisi vastata asiakaslähtoisempää, joustavampaa, mutta myös tuloksellista oppivaa organisaatiota, jolloin myös henkilöstöllä on vastuuta ja valtaa vaikuttaa omaan työhönsä.

Parhaimmassa tapauksessa seurauksena syntyy hallinnon sulautumista, päätösvaltaa yksilöille, tulosta, laatua, verkostoitumista, yhteistyötä, koordinoitua, innovatiivisuutta, visioitua, kilpailukykyä jne.

Tämä edellyttää oppilaitokselta tulosajattelun sijaan asiakaslähtöistä ajattelutapaa, eri organisaatioiden yhteisiä visioita, toiminnan uudelleen organisointia ja itsearviointia, mutta myös ulkoista arviointia. Tarvitaan henkilökunnan osaamiseen panostamista, työyhteisön tiimityötä ja jatkuvaa kehittämistä ja kehittymistä eteenpäin.

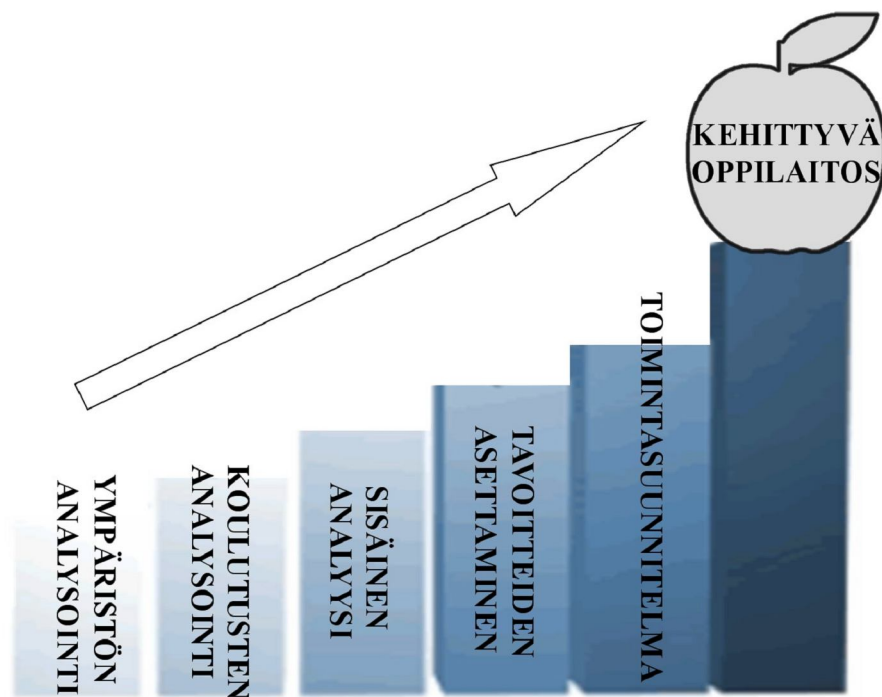
Oppilaitoksen strategista kehittäminen tulee aloittaa ympäristön analysoinnilla, jossa tarkastellaan sosiaalisia, taloudellisia, poliittisia ja demograafisia trendejä. Mitkä ovat oppilaitoksen arvot, missio, visio ja perustehtävä? Mikä on nykytila, ennakoitavat keskeiset muutokset ja kehitystrendit koulutuksessa sekä työ- ja elinkeinoelämän ja opiskelijoiden kehittymisen näkökulmasta katsottuna.

Tämän jälkeen tulee kiinnittää huomiota koulutuksen analysointiin. Mitkä ovat keskeiset tulokset, asetetut tavoitteet, vertaamista kilpailijoihin ja näiden tulosten mittaaminen.

Millaisia oppimistuloksia ja koulutustilastoja on tehty ja mitä ne kertovat (mm. keskeyttämiset). Millainen vaikuttavuus koulutuksella on ollut (asiakastyytyväisyys). Markkinoinnin ja palvelujen ydinnäkökulma on asiakasarvon syntyminen niistä näkökulmista, jonka asiakkaat kokevat tarjoaman heille tuottavan. Tällainen tarjonta koostuu palveluista, tiedoista, tuotteista, huomion kohteena olemisesta ja muista tekijöistä (Grönroos 2003, 26). Mitkä ovat keskeiset kriittiset menestystekijät alueella, jossa oppilaitos toimii.

Seuraavaksi tarkastelun kohteeksi tulee asettaa oppilaitoksen sisäisen analyysi. Sen vahvuudet ja heikkoudet. Osaaminen ja toimintatavat (mm. johtaminen ja tiimityö).

Näistä lähtökohdista asetetaan tavoitteet eri aikavälille, niin lähitulevaisuuteen, kuin pidemmällekin ajanjaksolle. Näillä työkaluilla päästään tekemään toimintasuunnitelmaa, joka sisältää yksityiskohtaiset tavoitteet, vaiheet, aikataulut ja resurssivaatimukset oppilaitoksen kehittämiseksi. Millä keinoilla eli strategialla aloitetaan toteuttaa oppilaitoksen visiota. Mitkä ovat strategian toteuttamiseen jo olemassa olevat ja mitä resursseja tarvitaan. Miten strategia toteutetaan ja miten vastuu toteuttamisesta jaetaan.



Kuvio 5. Oppilaitoksen strategisen kehittymisen portaat

Alueellisen yhteistyön voimaa ei voi olla korostamatta. On pohdittava mitä muita yhteistyötahoja oppilaitos voi verkostoonsa liittää, jo olemassa olevien yhteistyötahojen kanssa. Onko hyväksi käytetty alueellisesti muiden koulujen, oppilaitosten, työpaikkojen, työpaikkaohjaajien, TE-keskuksen, yhteyshenkilöiden, opettajien ja oppijoiden mahdolliset yhteistyöverkot, joita oppilaitos voisi käyttää hyväksi? Onko kilpailu edistävää vai estävää? Voisiko kilpailija ollakin yhteistyökumppani? Koulutustarpeita suunniteltaessa on pyrittävä ennakointiin sen kokonaisvaltaiseen suunnitteluun, toteutukseen ja arviointiin. Pitkälle aikavälille suunniteltaessa tulisi tehdä myös skenaariotyyppistä arviointia ja riskien analysointia vaihtoehtojen kartuttamiseksi ja varautumiseksi. Oppilaitoksen tulevaisuuden visiolle ja sen vetovoimaisuuden tavoittelulle on asetettava välitavoitteita, joissa huomioidaan niin hanke-, kuin toimenpidesuunnitelmat.

## ***7.4 Toimenpidesuosituks***

Käytännön kehittämistoimenpiteitä pohdittaessa lähtökohdaksi on otettu kyselytutkimuksen tulokset sekä luvuissa 7.1 ja 7.2 esitettyjen oppimisympäristöjen ja markkinointiviestinnän kehittäminen. On myös todettava, että oppilaitoksessa on aloitettu selkeät ja järjestelmälliset toimenpiteet tulosmittareiden arvojen parantamiseksi. Opintojen keskeyttämisastetta pyritään alentamaan vakiinnuttamalla ja hyödyntämällä ohjauspalavereja opiskelijan ohjauksessa ja tiedonkulussa. Koulutusohjelmakohtaisia ohjelmavereja pidetään kuukausittain, samoin opiskelijahuoltoryhmä kokoontuu kerran kuukaudessa.

Kyselytutkimus osoitti, että oppilaitoksessa on saavutettu melko hyvin molemminpuolisen kunnioituksen ilmapiiri, joka edistää oppimista. Tätä väittämää voi perustella sillä, että kolmannes kyselyyn vastanneista opiskelijoista valitsi oppilaitoksen opetushenkilökunnan vuoksi. Tämä osoittaa hedelmällisen yhteistyön ja tukea tarjoavan ilmapiirin olemassaolon oppilaitoksessa, joista käytännön osoituksena voi mainita opintojaksoittain pidettävät ryhmäohjaajan tunnit.

Kyselyn tulosten perusteella yli kolmanneksen opiskelijoista voi katsoa pitävän oppilaitoksen oppimisympäristöjä opiskeluprosessiin positiivisesti vaikuttavana tekijänä. Vastausten perusteella oppimisympäristöjä tulisi suunnata uusia haasteita tarjoaviksi. Oppimisympäristöjen kehittämiseksi tulisi henkilöstön verkko-opetusvalmiuksia parantaa. Aikuiskoulutuksen osalta verkko-opetusta on kehitetty järjestelmällisemmin. Kehittämistyötä olisi siten suhteellisen vaivatonta siirtää myös nuorisoasteen koulutukseen, ovathan verkkoympäristöt nuorten hyvin arkipäiväisiä ja luonnollisina koettuja asioita. Teknologiset puitteet tämän kaltaisten oppimisympäristöjen luomiseen oppilaitoksessa ovat hyvät.

Oppilaitoksen markkinointiviestintä ei kohtaa potentiaalisia asiakkaita. Kyselyn perusteella neljännos vastaajista ilmoitti etsineensä tietoa opiskelupaikasta internet-sivustojen perusteella. Ainoastaan 8 % piti sitä merkittävänä tekijänä oppilaitosta valitessaan. Näkyvyyden lisääminen mediassa ja erityisesti internet-sivustoja kehittämällä voisi lisätä oppilaitoksen vetovoimaisuutta. Esimerkiksi Taitaja-kilpailuihin osallistuminen on yksi keino medianäkyvyyden lisäämiseen. Toisaalta oppilaitoksesta on osallistunut Taitajakisoihin opiskelijoita kolmen vuoden aikana.

Oppilaitosvierailut ovat merkittävä tekijä oppilaitoksen valinnassa. Ne luovat elämyksellisiä tuntemuksia, joiden perusteella oppilas voi tehdä päätöksen mahdollisessa valintatilanteessa. Lisäksi koulutuksen esittelyiden järjestäminen koulukäyntien yhteydessä on keino, jotta oppilaitos tunnettaisiin paremmin. Osaltaan markkinointia on mahdollista hyödyntää oppilaitoksen asiakaspalvelun ja markkinoinnin koulutusohjelman opiskelijoiden opinnäytteiden yhteydessä.

## 8 Lopuksi

Nykyistä koulua säättävät lait (1.1.1999) määrittelevät koulutuksen tarkoituksena olevan väestön ammatillisen kasvun osaamisen kohottaminen, työelämän kehittäminen, työllisyyden edistämien ja elinikäisen oppimisen tukemisen. Jos tarkastelemme näistä lähtökohdista oppilaitoksen päämäärän tavoittelemasta, on lähtökohtana eri asetelmat kuin se, kuinka paljon oppilaitoksesta syntyy valmistuneita. Voiko ammatillista kasvua kohottaa, jos tartuntapintaa on heikonlaisesti oikean työelämän kanssa? Miten työelämää voi kehittää? Tarvitaanko siihen innovatiivisia visionäärejä? Miten oppilaitos voisi vastata näihin haasteisiin? Auttaako oppimisympäristöjen kehittämien tavoitteiden saavuttamisessa? Elinikäinen oppiminen määritellään koko elämän ajan jatkuvaksi yksilön prosessiksi, jossa hän yksin tai yhdessä yhteisöjensä kanssa eri tavoin hankkimaansa tietoa prosessoiden tuottaa uutta osaamista, joka voi ilmetä taitojen kehittymisenä, ymmärryksen lisääntymisenä, kykynä tulkita asioita ja ilmiöitä sekä kykynä suhtautua niihin uudella tavalla” (Mika Pantzar, Elinikäisen oppimisen komitea). Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi on oppilaitoksella iso pähkinä purtavaksi. Oppimisympäristön ja oppilaitoksen markkinoin kehittämällä voidaan merkittävästi edistää oppilaitoksen kehittämistä ja kehittymistä.

## Lähteet

- Ahola, H., Koivumäki, T. & Oinas-Kukkonen, H. 2002. markkinointi, liiketoiminta ja digitaalinen media. Helsinki: WSOY.
- Auvinen, P. 2004. Ammatillisen käytännön toistajasta monipuoliseksi aluekehittäjäksi?
- Grabinger R. S. and Dunlap J. C. (1995) Rich Environments for Active Learning: A Definition, ALT-J Association for Learning Technology Journal, 3, No. 2
- Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo. WSOY.
- Hytönen, Kari & Isoviita, Antti & Lahtinen Jukka 1991. Asiakassuuntainen markkinointi. Tampere: Avaintulos Oy.
- Internetsivut: Etälukio-yrittäjyysväylä.  
<http://www2.edu.fi/etalukio/yrittajyysvayla/?page=303>
- Internet sivut: Minkälainen oppimisympäristö edistää tutkivaa oppimista?  
 Jenni Collin, Kati Korhonen, Laura Penttinen & Virve Vakiala 2003  
<http://www.tutkiva.edu.hel.fi/oppimisymparisto.html>
- Internet sivut: Teema 04. Elinikäinen oppiminen.  
<http://www.fng.fi/fng/rootnew/fi/kehys/teema04/materiaalit/elinikainen.pdf>  
 Lähteenä: Ojala, L. Oppimisen etu - kilpailukykyä muutoksessa. WSOY 2000.
- Internetsivut: Wikipedia. Oppimisympäristö.  
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Oppimisymp%C3%A4rist%C3%B6>  
 Jaatinen, Päivi: Kolme näkökulmaa, kolme todellisuutta: Haastattelututkimus opintojen etenemistä edistävästä ja haittaavista tekijöistä
- Jahnukainen, I., Junnelius, C. & Sonkin, L. (1988). Liiketoiminnan kehittäminen liikeidean pohjalta. Helsinki: Weilin + Göös. Jaikumar, R. (1988).
- Kamnsky, M. 2008. Strateginen johtaminen: menestyksen timantti. Talentum Oyj.
- Kauppi, A. 1993. Mistä nousee oppimisen mieli? – Kontekstuaalisen oppimiskäsityksen perusteita. Teoksessa Aikuisen oppimisen uudet muodot. Helsinki: Aikuiskasvatuksen Tutkimusseura & Kansanvalistusseura.
- Kauppi, A. 1995. Monimutkaiset yritys ympäristöt avoimina oppimisympäristöinä. Helsinki: Opetushallitus.
- Karvonen, E. (1999). Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Gaudeamus, Helsinki 1999.

- Kotler, P.: Fox, K. A. 1995 Strategic marketing for Educational Institutions: New York: Prentice hall Inc.
- Kotler, P. 2003. Marketing management. 11. painos. Upper Saddle River ( NJ). Pearson Education Inc, Prentice Hall.
- Knowles, M. 1984. The adult learner: a neglected species. Houston : Gulf Publishing Company
- Manninen, J., Burman, A., Koivunen, A., Kuittinen, E., Luukannel, S. Passi, S. & Särkkä, H. (toim.) 2007. Oppimista tukevat ympäristöt – Johdatus oppimisympäristöajatteluun. OPH.
- Manninen, J. & Pesonen, S. 1997. Uudet oppimisympäristöt. Aikuiskasvatus 4/97
- Manninen, J. 1996b. Virtuaalididaktiikka? Ote-opetus ja teknologia 6/96. oppimisympäristöjen suunnittelun taustaa. Teoksessa Matikainen Janne & Manninen Jyri.(toim.) Aikuiskoulutus verkossa. Verkkopohjaisten oppimisympäristöjen teoriaa ja käytäntöä.
- Manninen, j. 1998b. Itseohjautuminen avoimissa oppimisympäristöissä kotiin, töihin vai koulutuksen? Teoksessa – Manninen, J. (toim.). Aikuiskoulutus modernin murroksessa. Näkökulmia työllistymistä edistävän koulutuksen ja ohjauksen merkityksiin ja vaikuttavuuteen. Helsingin yliopiston kasvatustieteen laitoksen tutkimuksia 158.
- Matikainen, J. & Manninen, J. 2000. Johdanto. Teoksessa J. Matikainen & J. Manninen (toim.) Aikuiskoulutus verkossa. Verkkopohjaisten oppimisympäristöjen teoriaa ja käytäntöä. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus
- Marton Ference. (1981): "Phenomenography – Describing conceptions of the world around us". Instructional science 10: 177–200
- Meisalo, V. & Tella, S. 1988. Tietotekniikka opettajan maailmassa. Tietotekniikan opetus käytön ja didaktiikan perusteita. Otava.
- Meisalo, V. & Lavonen, J. (toim.) 1995. Näytön edessä. Tieto- ja kasvatusalalla. Helsingin yliopisto. Opettajankoulutuslaitos ja Vantaan täydennyskoulutuslaitos. Studia Paedagogica 9.
- Meisalo, V. Sutinen, E. ja Tarhio, J. 2003. Modernit oppimisympäristöt. Tieto- ja viestintäteknikka opetuksen ja opiskelun tukena. Tietosanoma
- Meklin, Pentti 2002. Valtiontalouden perusteet. 4. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Mononen-Aaltonen. M. 1999. Learning environment - A euphemism for instruction or a potential dialogue? Tella S. Aspects of media education. Media Education Publication 8. Helsinki: Opettajankoulutuslaitos



- Näsi, Salme, Hokkanen, Arja & Latvanen, Jaana 2001. Johdon laskentatoimen hyväksikäyttö ja kehittämistarpeet erilaisissa kunnallisissa toimintayksiköissä. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta n:o 125.
- Oesch, Klaus: Virtuaalinen voimaantuminen: tapaustutkimus ammattikasvatuksen oppimisympäristön toimintaedellytysten ja tietokäytäntöjen kehitysmahdollisuuksista vuorovaikutteisen tieto- ja viestintäteknologian näkökulmasta Oplatka, I. Hemsley-Brown, J. 2004. The Research of School marketing. Journal of Educational Administration 42 (3).
- Opetushallitus 2010. Ammatillisen peruskoulutuksen tulosrahoitus. Tulostietokanta vuodelle 2011. [pdf-tiedosto] [viitattu 7.11.2010].  
[http://www02.oph.fi/asiakkaat/rahoitus/tulosr11/Tulostietokanta\\_vuodelle\\_2011.pdf](http://www02.oph.fi/asiakkaat/rahoitus/tulosr11/Tulostietokanta_vuodelle_2011.pdf)
- Opetushallitus 2010. Ammatillisen peruskoulutuksen tulosrahoitus. Tulostietokanta vuodelle 2011. [pdf-tiedosto] [viitattu 7.11.2010].  
[http://www02.oph.fi/asiakkaat/rahoitus/tulosr11/Tulostietokanta\\_vuodelle\\_2011.pdf](http://www02.oph.fi/asiakkaat/rahoitus/tulosr11/Tulostietokanta_vuodelle_2011.pdf)
- Opetushallitus, tieto ja rahoitus -yksikkö 2009. Opetus- ja kulttuuritoimen rahoitus. Yksikköhintojen ja rahoituksen määräytyminen vuonna 2009. [pdf-tiedosto] [viitattu 7.11.2010].  
<http://www02.oph.fi/asiakkaat/rahoitus/rahjulk09/rahoitusjulkaisu%202009.pdf>
- Opetushallitus. [www-sivu]. [viitattu 5.11.2010] Saatavissa:  
[http://www.oph.fi/rahoitus/valtiosuudet/tietoa\\_jarjestelmasta](http://www.oph.fi/rahoitus/valtiosuudet/tietoa_jarjestelmasta)
- Patrikainen, R. 1999. *Opettajuuden laatu*. Ihmiskäsitys, tiedonkäsitys ja oppimiskäsitys opettajan pedagogisessa ajattelussa ja toiminnassa. Ps-kustannus oy.
- Piipari, M. 1998. Avoimet oppimisympäristöt. Teoksessa: Jyrkiäinen, P., Laine, T., Liukko, S., Piipari, M. & Toivonen, V. Avoimet oppimisympäristöt: Kehittyvät prosessit. Hämeenlinnan normaalikoulu: Tampereen yliopisto.
- Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1997. Nykyaikainen markkinointi. Porvoo: WSOY
- Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. Talentum Media
- Sastamalan koulutuskuntayhtymä 2010. SASKY 2012 Taitoa työelämään - Osaamista tulevaan. Toimintamme tarkoitus ja tavoite.
- Sastamalan koulutuskuntayhtymä 2010. Talousarvio vuodelle 2011.
- Vahtivuori, S., Wager, P. & Passi, A. 1999. "Opettaja, opettaja telettiimi 'Tellus' kutsuu..." Kohti yhteisöllistä opiskelua virtuaalikoulussa.
- Veermans, M. & Tapola, A. (2006). Motivaatio, emootiot ja oppimisen itsesäätely teknologiaympäristössä. Motivaatio ja kiinnostuneisuus. Teoksessa S. Järvelä, P. Häkkinen & E. Lehtinen (toim.), Oppimisen teoria ja teknologian opetusikäyttö. Helsinki: WSOY.

- Virkkunen, S. 2002. Merkillisiä tarinoita brändeistä. Teoksessa Markkinointiviestinnän toimistojen liitto (toim.). Merkit. Brändikirja. Markkinointiviestinnän 2002.
- Virtanen, Hanna & Paliranta Mika 2006. Tulorahoitusmittariston arviointi. Palkkiomuotoinen tulorahoitus ammatillisessa peruskoulutuksessa. Helsinki: Taloustieto Oy. *[pdf-tiedosto]* *[viitattu 5.11.2010]*.  
[http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Koulutus/ammattillinen\\_koulutus/hallinto\\_ohjaus\\_ja\\_rahoytus/liitteet/tulorahoitus.pdf](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Koulutus/ammattillinen_koulutus/hallinto_ohjaus_ja_rahoytus/liitteet/tulorahoitus.pdf)
- Vuokko, P. (2004): Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOY.
- Wilson, B. (Ed.) (1996). Constructivist learning environments: Case studies in instructional design. New Jersey: Educational Technology Publications.

# Liitteet

## Liite 1: Kyselykaavake

**Kysely**

**Mitkä ovat opiskelupaikkaasi valintaan vaikuttavia kriteereitä ?**  
Rastita oikea vaihtoehto/vaihtoehdot.

**1) Opiskelupaikkaa valitessani etsin / sain tietoa \***

- opolta
- oppilaitoksen nettisivuilta
- esittelystä
- messuilta
- kavereilta
- lehdistä
- tv-mainonnasta
- oppilaitosvierailusta
- koulussamme vierailleilta oppilaitoksen edustajalta
- muu, mikä ?

**2) Mitkä ovat opiskelupaikkaa hakemiseen vaikuttaneita tekijöitä ? \***

- ammatti
- kaverit
- oppilaitos omalla tai lähipaikkakunnalla
- opiskelupaikan harrastusmahdollisuudet
- opiskelupaikan kulkuyhteydet
- oppilaitoksen asumismahdollisuus
- muu, mikä ?

**3) Mitkä kriteerit ovat tärkeitä oppilaitoksen valintaan liittyvissä tekijöissä ? \***

- kavereiden suosittelet
- oppilaitoksen fyysiset puutteet
- opintojen sisältö
- oppilaitoksen nettisivut
- monipuoliset oppimisympäristöt
- oppilaitoksen opettajat

**4) Kerro minkälaisia mielikuvia sinulle tulee mieleen Huittisten ammatti- ja yritysjoopistosta ?**

**5) Mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että olet valinnut Huittisten ammatti- ja yritysjoopiston opiskelupaikaksi ?**

**6) Vapaa sana. Tässä voit kertoa vapaasti opiskelupaikan valintaan liittyviä tekijöitä:**

