



Kristiina Roikonen

# KOODI OSAKSI LIIKOTALOUDEN KLUSTERIN ARKEA

Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Tradenomi  
Liiketalouden Koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Marraskuu 2010

Tekijä	Kristiina Roikonen
Otsikko	KOODI OSAKSI LIIKOTALOUDEN KLUSTERIN ARKEA
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalouden koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Talous ja rahoitus
Ohjaaja	Minna Kaihovirta-Rapo
<p>Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja oli Metropolia Ammattikorkeakoulun Liiketalouden klusteri. Työn tarkoituksena oli selvittää Metropolia Ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikön henkilöstön näkemys parhaista tavoista jalkauttaa klusterissa luotu normisto, eli Koodi. Tärkeänä osana oli selvittää kuinka Koodia voitaisiin hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla, esimerkiksi opetuksessa. Henkilöstöltä pyydettiin näkemyksiä Koodista osana arkea.</p> <p>Työ tehtiin kvantitatiivista, eli määrällistä, tutkimusmenetelmää käyttäen. Linkki sähköiseen e-kyselylomakkeeseen lähetettiin 50 Liiketalouden klusterin henkilökunnan jäsenelle. Vastauksia saatiin 32 kappaletta. Kyselylomake oli jaettu osiin, joissa tutkittiin opiskelijoiden, henkilökunnan sekä yritysten ja muiden ulospäin näkyvien toimintojen näkökulmia. Teoreettisena viitekehyksenä toimivat yritysvastuuseen, viestintään ja strategiaan liittyvä kirjallisuus sekä julkaistut artikkelit.</p> <p>Kyselyn tulosten perusteella suhtautuminen Koodiin oli varovaisen myönteistä. Vastausten perusteella henkilöstö vaikutti ymmärtävän sekä tuntevan Koodin pääosiltaan. Normiston toivottiin saavan yhteisössä maltillisen roolin, joka täydentäisi ammattikorkeakoulun perustehtävää. Vastaajat toivoivat normiston esittelyn tapahtuvan opiskelijoille esimerkiksi Internetissä, pelin avulla tai teemapäivänä. Koodin toivottiin olevan henkilöstön yhteinen asia, jota työstettäisiin esimerkiksi ryhmittäin.</p>	
Avainsanat	Vastuullisuus, Code of Conduct, ammattikorkeakoulu, Metropolia

Author	Kristiina Roikonen
Title	Code of Conduct to part of Economics and Business Administration
Degree	Bachelor of business administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation	Accounting and Finance
Instructor	Minna Kaihovirta-Rapo
<p>The mandator of this thesis was the Business School of Helsinki Metropolia University of Applied Sciences. The purpose was to survey how Helsinki Metropolia University of Applied Sciences Business Administration personnel saw the Code of Conduct part of the working environment. The Code of Conduct carries the name "Code". One of the purposes was to find out how to incorporate the Code in teaching. The personnel were asked to list different views about how to utilize Code as a part of everyday life.</p> <p>Quantitative research methodology was utilized in this study. The quantitative research data was gathered with the aid of a questionnaire. A motivation e-mail and the link to the questionnaire were sent to 50 Business School personnel. The total number of replies was 32. The survey was divided into different parts, where Student, Staff and Business points of view were studied. The theory part of the thesis consists of literature and articles of strategy, corporate responsibility and communication.</p> <p>The survey results show that the Business School personnel saw the Code in a positive way. Based on results, personnel seemed to understand the meaning of the Code. The results show that employees would like Code of Conduct training for students in the form of an Internet activity, a game or theme day. Personnel hope that the Code would be employee's mutual endeavor. Personnel support the arrangement of seminars in which companies share their experiences about working according to a Code of Conduct.</p>	
Keywords	Corporation responsibility, Code of Conduct, University of Applied Sciences, Metropolia

## Sisällys

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b>	<b>1</b>
1.1	Tutkimuksen tavoite ja tausta	1
1.2	Tutkimuksen rajaus ja näkökulma	2
1.3	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	2
1.4	Tutkimusmenetelmä ja aineisto	3
1.5	Keskeiset käsitteet	4
<b>2</b>	<b>KÄYTTÄYTYMISKOODIN TAUSTAA</b>	<b>5</b>
2.1	Metropolia Ammattikorkeakoulu	5
2.2	Projektin lähtökohta	5
2.3	Projektin eteneminen	6
2.4	Muutos korkeakouluyhteisössä	8
2.5	Sisäinen viestintä projektissa	8
<b>3</b>	<b>YRITYSVASTUU</b>	<b>9</b>
3.1	Vastuullisuuden ulottuvuudet	9
3.2	Sosiaalinen vastuu	11
<b>4</b>	<b>VIESTINTÄ TYÖYHTEISÖSSÄ</b>	<b>12</b>
4.1	Yhteisöviestintä	13
4.2	Sisäinen viestintä	15
<b>5</b>	<b>STRATEGIA</b>	<b>16</b>
5.1	Strategiatyö	17
5.2	Strategia toimeksi	18
<b>6</b>	<b>TUTKIMUS MENETELMÄ</b>	<b>20</b>
6.1	Kvantitatiivinen tutkimusote	21
6.2	Kvalitatiivinen tutkimusote	21
6.3	Validiteetti ja reliabiliteetti	22
<b>7</b>	<b>AINEISTON KERÄÄMINEN JA KÄSITTELY</b>	<b>23</b>
7.1	Tutkimuslomake	24

<b>8</b>	<b>TULOKSET</b>	<b>26</b>
8.1	Henkilöstönäkökulma	26
8.1.1	Koodin tuntemus	26
8.1.2	Sitoutuminen Koodiin	27
8.1.3	Sisällön ymmärtäminen	28
8.1.4	Tiedon saaminen Koodista	29
8.1.5	Koodin tärkeys Liiketalouden yksikössä	30
8.1.6	Koodin hyödyntäminen liiketalouden yksikössä	31
8.1.7	Oman käytöksen refleктоіminen	31
8.1.8	Koodin konkreettisuus työvälineenä	32
8.1.9	Perehdyttäminen henkilöstölle	34
8.1.10	Henkilöstön keskinäinen toiminta ja viestintä	35
8.2	Opiskelijanäkökulma	36
8.2.1	Jalkauttaminen yhteisöön	36
8.2.2	Opiskelijat mukaan jalkauttamiseen	37
8.3	Yritykset ja muu ulospäin suuntautuva toiminta	38
8.3.1	Koodin hyödyntäminen yritys yhteistyössä	38
8.3.2	Tapahtumat Koodin ympärille	39
8.3.3	Koodin näkyminen visuaalisessa ilmeessä	40
8.3.4	Koodin näkyminen Metropolian kotisivuilla	40
8.4	Sana on vapaa	41
8.5	Haastattelu	42
<b>9</b>	<b>JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>43</b>
9.1	Kyselyn onnistuneisuus	43
9.2	Henkilöstön näkökulma	45
9.3	Opiskelijanäkökulma	49
9.4	Yritys ja muu ulospäin suuntautuva toiminta	50
<b>10</b>	<b>EHDOTUKSIA TOIMENPITEIKSI</b>	<b>51</b>
	<b>LÄHTEET</b>	<b>54</b>
	<b>LIITTEET</b>	
	Liite 1. Kysymyslomake suomeksi	
	Liite 2. Kysymyslomake englanniksi	

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tavoite ja tausta

Tämän tutkimuksen tavoitteena on koota Metropolia Ammattikorkeakoulun liiketalouden yksikön Code of Conduct -projektin vaiheet ja kartoittaa henkilöstön näkemyksiä sen jalkauttamisesta kouluuyhteisön arkeen. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää parhaina pidettyjä tapoja, joilla Koodi nostetaan yhteisössä näkyviin ja parannetaan opiskelijoiden työelämän valmiuksia. Projektia tukee hyvin Metropoliasa valittu painopiste työelämän ja opetuksen välisen yhteyden tiivistämisestä (Vuosikertomus 2009, 24).

Olen itse ollut mukana projektissa sen alusta lähtien. Kiinnostustani aiheeseen lisäsi myös työpaikallani lanseerattu Code of Conduct. Konsepti oli siis jo entuudestaan tuttu lähtiessäni mukaan ja sen soveltaminen korkeakouluun oli mielestäni perusteltua. Projektin tavoitteena on lisätä opiskelijoiden työelämä valmiuksia ja saada yhteinen käytöksen ohjenuora helpottamaan arjen tilanteita, joissa ei ole selvää miten tulisi toimia. Kiinnostuin tavoitteesta pyrkiä turvaamaan monikansallistuvalla työelämälle sujuva arki yhteisen ohjeistuksen avulla.

Projektin tavoitteena on onnistuneesti jalkauttaa Koodi sekä opiskelijoiden että henkilöstön piiriin. Tämän työn tarkoitus on tehdä pohjustavaa työtä, kartoittamalla miten henkilökunta näkee Koodin jalkauttamisen onnistuvan parhaiten.

## 1.2 Tutkimuksen rajaus ja näkökulma

Koodin jalkauttamista voisi tutkia käyttäen niin henkilöstön kuin opiskelijoiden näkökulmaa. Tämän tutkimuksen rajaus on kuitenkin rajattu henkilökuntaan. Tämä on perusteltavissa henkilöstön roolilla projektissa. Organisaation muutokset ja onnistuminen käytännön tasolla lähtee henkilöstöstä. Opiskelijoilla on ollut merkittävä osa projektissa muutoksen käynnistävänä voimana, eikä sitä voi väheksyä. Koodi on kuitenkin nähtävä pitemmän aikavälin projektina kuin yhden ryhmän kolmen ja puolen vuoden hankkeena. Tutkin opinnäytetyössäni minkälaista suunnitelmaa ja toimintaa tarvitaan, jotta Koodin jalkauttaminen toteutuu onnistuneesti.

Tutkimuksen kohderyhmänä on liiketalouden yksikön henkilökunta, jolta kartoitetaan näkemystä Koodista, sen tuntemisesta ja jalkauttamisesta opiskelijoille. Tutkimuksella otetaan koko henkilöstö mukaan kehitysprojektiin ja annetaan heille mahdollisuus vaikuttaa. Opinnäytetyö toimii lisäksi projektin kirjallisena taltiointina alusta nykyhetkeen ja vilkaisuna tulevaisuuteen.

Tutkimuksen näkökulmana olisi voitu käyttää opiskelijoiden näkemyksiä, hyödyntäen samaa kyselylomaketta. Tutkimukseen muita mahdollisia näkökulmia olisivat voineet olla aiheen tarkastelu haastatteluin projektia vetäneiden opettajien näkökulmasta, yksikön johdon tai Internet-pohjainen kysely opiskelijoille. Samantyyppinen kysely olisi mahdollista teetättää myös yritysyhteistyö kumppaneille. Näin tieto Code of Conductin soveltamisesta korkeakoulussa leviäisi yhteistyökumppaneille. Lisäksi saataisiin yritysten puheenvuoroja näkemyksestään aiheen tärkeydestä sekä toteutumisesta työelämässä.

## 1.3 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Työllä haluan ratkaista seuraavan kysymyksen:

## **Miten Code of Conductia voidaan hyödyntää opetuksessa ja muussa toiminnassa?**

Tarkentavia tutkimuskysymyksiä ovat ”Miten Koodista saadaan mahdollisimman suuri hyöty irti?” ja ”Miten Koodista saadaan tehtyä osa arkea?”.

### 1.4 Tutkimusmenetelmä ja aineisto

Tutkimuksessa kartoitetaan kvantitatiivisella tutkimusotteella Metropolian liiketalouden henkilöstön näkemyksiä koodiston jalkauttamiseksi toiminnan suunnittelemiseksi. Kvantitatiivisen, eli määrällisen, tutkimuksen tunnusmerkkeinä ovat suuri otos, keruumenetelmänä lomake ja tulosten luonteen olevan kartoittavia (Heikkilä, 2008). Tutkimukseni täyttää nämä kvantitatiivisen tutkimustavan kriteerit. Tutkimuksella juuri pyritään kartoittamaan henkilöstön näkemystä ja asennoitumista Koodia kohtaan.

Kvantitatiivisena tutkimusaineistona käytän e-lomakkeella henkilöstöllä teetettyä kyselyä. Tutkimus lähetetään kuudellekymmenelle henkilöstöön kuuluvalle sähköpostilinkkinä. Tutkimuksessa keskitytään henkilöstöön, sen kartoittavan luonteen takia. Tämä tutkimus ei tavoittele tulosten laajaa yleistettävyyttä, vaan on yhden koulutusalan toiminnan suunnittelua varten tehty kartoitus.

Kvalitatiivisena osuutena tehdään haastattelu henkilölle, joka kertoo näkemyksensä Koodi -projektista. Näin saadaan e-lomakkeen tuomiin tuloksiin syvyyttä. Haastattelu tukee ja syventävää määrällisen tutkimuksen tuloksia. Tällöin voidaan myös saada selityksiä ja syvennettyä kysymyksiä. Haastattelujen avulla pyritään selittämään paremmin henkilöstön vastauksien syitä. Haastatteluilla laajennetaan määrällisen tutkimuksen tuomaa näkemystä yksilöistä yhteisöön. Työn painopisteenä on erityisesti löytää tapoja parantaa opiskelijoiden työelämävalmiuksia.

Tavoitteena ei ole luoda varsinaista suunnitelmaa toiminnan toteuttamisesta vaan kyselyn on tarkoitus kartoittaa miten jalkautus henkilökunnan mielestä tulisi toteuttaa. Osaksi kysely myös sitouttaa koko henkilöstöä mukaan Koodin jalkauttamisprojektiin ja lisää tietoisuutta siitä.

## 1.5 Keskeiset käsitteet

### Strategiasta toiminnaksi

Åberg määrittelee ennakoivan ja tavoitteellisen strategiatyön neljä rakennuspuuta. Tarvitaan tavoittelemisen arvoinen visio, joka vaatii toteutuakseen omien sisäisten ja ulkoisten vahvuuksien kuin heikkouksien tuntemista. Johtamisen tulee toimia, joka sisältää luotausta, arviointijärjestelmän. Henkilöstön sitoutuminen tarvitaan projektissa ja sitä tukemaan henkisen kasvun mahdollistava osallistumis- ja palkitsemisjärjestelmä. Ympäristön muutoksia varten tarvitaan toimintamahdollisuuksien ylijäämä, joka sisältää vararahaston kuin puskurivaraston uusien mahdollisuuksien kuin uhkien varalle. (Åberg 1997, 45)

### Yhteisöviestintä

Tässä opinnäytetyössä yhteisöviestintä käsittää kaiken sen viestinnän, joka tapahtuu yhteisön sisällä sekä yhteisön ja sen ulkopuolisen maailman välillä. (Kaihovirta-Rapo&Lohtaja 2007, 11.)

## 2 KÄYTTÄYTYMISKOODIN TAUSTAA

### 2.1 Metropolia Ammattikorkeakoulu

Metropolia Ammattikorkeakoulu kouluttaa pääkaupunkiseudulla kulttuurin, liiketalouden, sosiaali- ja terveysalan sekä tekniikan asiantuntijoita ja kehittäjiä. Metropolia Ammattikorkeakoulu on Suomen suurin ammattikorkeakoulu, josta käytän tässä työssä jatkossa nimeä Metropolia. Korkeakoulun kunnianhimoisena visiona on olla Suomen arvostetuin ammattikorkeakoulu ja uudistumiskykyisin oppimisyhteisö. (Metropolia Ammattikorkeakoulu - Yhteisö, uudistaja ja kumppani.)

Uudistumiskykyä on Koodin projektin myötä osoittanut Liiketalouden yksikkö, jonka oppimisyhteisössä vuonna 2009 oli mukana 1 404 opiskelijaa ja 61 henkilöstön jäsentä. Ilmoitetussa opiskelijamäärässä on sekä läsnä että poissa olevat opiskelijat (Vuosikertomus 2009, 4). Yksikössä opiskelee tradenomeja ja ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittavia tradenomeja, joilla on hyvät mahdollisuudet toimia kansainvälisessä toimintaympäristössä (Vuosikertomus 2009, 23).

### 2.2 Projektin lähtökohta

Alkusysäyksen projektille antoivat opiskelijatytyväisyystutkimuksen tulokset, joista nousi esiin tarve Liiketalouden oppimisympäristön kehittämiseksi. Tulosta tuki myös huomio opiskelijoiden antamasta palautteesta koskien muun muassa käyttäytymistä ja viestintää (Salo 2010, 12). Täydentävänä palautejärjestelmän osana toimii myös opiskelijapaneeli (Vuosikertomus 2009, 23). Oppimisilmapiiristä saadut palaukset otettiin haastavana mahdollisuutena, ja aloitettiin kartoittaminen tulosten syistä.

Keväällä 2009 koottiin jokaisesta kolmannen vuoden liiketalouden opiskelijoiden ryhmistä kaksi edustajaa. Projektille annettiin oppilaitoksessa painoarvoa niin paljon, että klusterin johtaja Helena Kuusisto-Ek osallistui kartoittamiseen. Opiskelijoiden ryhmää vetämään oli valittu vastuopettajiksi Tiina Suurnäkki ja Raisa Varsta.

Lähdettiin kehittämään ajatusta sääntötaulusta, jossa kiteytyisivät hyvän sekä muita huomioivan käytöksen perusteet. Tavoitteena oli luoda kirjallinen materiaali, joka antaisi epäselviin tilanteisiin käyttäytymismallin. Säännöillä turvattaisiin oppimisrauha ja taattaisiin opettajille rauha keskittyä opetukseen. Kartoituksessa selvisi arjen sujuvan pääosin oppimisrauhan sallien. Kuitenkin jo ryhmän ensimmäisillä tapaamiskerroilla selvisi, jo yhdenkin oppilaan häiriökäyttäytyminen vaikeutti koko muun ryhmän keskittymistä.

### 2.3 Projektin eteneminen

Ryhmän järjestäytyttyä opiskelijat saivat tehtäväkseen haastatella ryhmäänsä kehitetystä tai parannusta vaativista asioista. Näistä keskusteluista kerättiin työstettävien asioiden lista. Parannusehdotukset koskivat niin koulun alkamisaikaa, lukujärjestysten julkaisuajankohtaa kuin ryhmätöiden määrää. Ehdotukset koskivat siis oppimisyhteisön arkea. Monet saadut ehdotukset olivat pieniä asioita, mutta niillä saattaa olla suuri merkitys esimerkiksi työn ja opiskelun yhdistämisessä. Asiat, joihin oli mahdollisuus vaikuttaa välittömästi, muutettiin opiskelijaystävällisempään suuntaan. Muun muassa lukujärjestysten julkaisuajankohtaa aikaistettiin oppilaiden toiveesta, jotta opiskelun ennakoiminen helpottuisi.

Yhteistä pohdintaa vaativat kehitysehdotukset koottiin aihepiireittäin erillisille papereille ja laitettiin kiertämään aivoriihimäisesti työryhmässä. Ajatuksia jatkojalostettiin, kyseenalaistettiin ja tarkennettiin. Käytiin myös keskustelua siitä, mitä sääntöjen

rikkomisesta seuraisi. Keskustelujen syvetessä kävi ilmi, ettei sääntöjen koettu sopivan ammattikorkeakouluun.

Korvaaviksi ilmaisumuodoiksi hahmoteltiin ohjeistusta tai ohjeistoa. Vastuuopettajilta nousi uutena ratkaisuna yritysmaailmassa käytetyn Code of Conductin mukauttaminen ammattikorkeaan soveltuvaksi. Idea sai kannatusta, sillä se vastaisi myös oppilaiden toiveisiin paremmasta valmentautumisesta työelämän vaatimuksiin. Luokassa nousseiden huomioiden pohjalta koottiin asioita isoille papereille. Koodia työstänyt ryhmä aloitti aivoriihen, jossa paperit kiersivät kaikilla ja sai lisätä omia ajatuksia sekä tarkennuksia aiheeseen. Työstön jälkeen osa-alueista vielä juteltiin yhteisesti.

Ajatusriihen tuotoksia hyödynnettiin Koodi-vihkosen sisällön tuottamisessa. Minna Kaihovirta-Rapo veti kurssin, jolla opiskelijaryhmä työsti annetusta aivoriihen osa-alueesta tekstiversion Koodia varten. Työstämiseen kuului aihealueista keskusteleminen sekä yhteinen visioiminen.

Code of Conductin jalkauttamiseksi opiskelijoiden arkeen kehitettiin seminaari, jossa esiteltiin työelämän haasteita. Samaisessa seminaarissa julkaistiin painettu Koodi vihkonen. Viivakoodia muistuttavan ulkonäön loi graafisen suunnittelun opiskelija Ilona Sundell. Opiskelijavetoisesti toteutettu opetusvideo kiteytti mitä mahdollisuuksia voi käytöksellään luoda tai yhtäläillä menettää. Videon ohjasi ja leikkasi Ville Lahtinen.

Samaan aikaan Koodin kehittämisen kanssa Metropolia Ammattikorkeakoulun hallitus aloitti arvotyön koulun yhteisten arvojen määrittelyksi. Code of Conduct -projektin ajankohtaisuus näkyy jo näiden kahden hankkeen samanaikaisuutena.

Ammattikorkeakoulun hallituksen vahvistettua arvotyön tulokset ne olivat hyvin samansuuntaiset kuin Liiketalouden yksikössä pohjustettu Code of Conductin sisältö.

## 2.4 Muutos korkeakoulu yhteisössä

Vuosi sääntötaulun kehittämisen aloittamisesta Koodi on julkaistu ja se on saanut oppilastyönä kirjallisen muodon. Projektina Code of Conductin soveltaminen korkeakouluun on tällä hetkellä ainutlaatuista. Koodi on saanut huomiota Opetushallitusta ja Vantaan kaupunkia myöten. Saadusta huomiosta voinee todeta, että yhteiselle toimintatavan ohjeistukselle näyttäisi olevan tarvetta myös muualla.

Opiskelijoilla Koodin tuoma muutos näkyy kurssien tasaisemmalla sijoittelulla lukuvuoden aikana ja lukujärjestysten aiemmalla ilmenemisellä. Aiemmin pidettiin projektiviikko opetuksen loputtua ennen koetta. Ehdotusten mukaisesti viikko on poistunut, jolloin koeviikko pidetään opetuksen loppumisesta seuraavalla viikolla.

## 2.5 Sisäinen viestintä projektissa

Suurien projektien tiedottamisessa on erityisiä haasteita. Tämä korostuu, kun tiedotuksen tulisi tavoittaa laaja yhteisö. Koodin tiedottamisessa helpottavana tekijänä on ollut korkeakoulun johdon sitoutuminen projektiin. Projekti on ollut henkilöstön ja oppilaiden yhteinen, mikä nostaa sen painoarvoa sisäisessä tiedottamisessa. Tiedonkulun väylinä ovat olleet sähköiset kanavat, kuten sähköposti ja Tuubi, seminaari sekä painettua materiaalia. Koodi on otettu kattavasti Liiketalouden yksikön arkeen mukaan, mistä kertoo myös videossa kannanotto ruokajonossa käyttäytymiseen. Lisäksi työntekijä ruokalan henkilökunnasta sai avoimessa äänestyksessä kunniaininnan esimerkin omaisesta käyttäytymisestä asiakaspalvelussa.

Sähköpostitiedottaminen on toteutettu henkilökohtaisten sähköpostien kautta henkilökunnalle. Juholinin mukaan perinteisesti sisäisen viestinnän kohderyhmänä on

ollutkin henkilöstö. Työyhteisöjen muuttuessa monessa paikassa toimiviksi ja kansainvälisiksi, viestien sisällön tulee mukautua kohderyhmän mukaan. Juholinin mukaan verkostorakenne kuljettaa viestejä nopeammin kuin muut organisaatio muodot. (Juholin 2006, 140.) Viesteissä on tiedotettu Koodin etenemisestä sekä mainittu kiinnostuksesta, jota projekti on saanut aina opetushallitukseen asti. Viestien sisältöjen tulee olla suunnattuna viestin saajalle.

### **3 YRITYSVASTUU**

Yritysvastuun tavoitteen on toimia vastuullisesti ja kestäväällä tavalla sidosryhmien kanssa. Samalle asialle on monta synonyymiä: yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, vastuullinen yritystoiminta ja kestävä kehitys. (Tanskanen 2010, 8.)

Kestävän kehityksen käsite on otettu käyttöön 1980-luvulla kansainvälisessä keskustelussa. Tuolloin ympäristön ja kehityksen maailmankomissio (The World Commission on Environment and Development) eli niin sanottu Bruntlandin komissio julkaisi raportin ”Yhteinen tulevaisuutemme”. Komission määritelmän mukaan ”kestävä kehitys tarkoittaa kehitystä, joka täyttää nykyisten sukupolvien tarpeet vaarantamatta kuitenkaan tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa”. (Meadows ym. 1992 teoksessa Rohweder 2004, 15.) Bruntlandin komission julkaisun mukaan taloudellinen kestävä kehitys ei ole mahdollista ilman kahden muun osa-alueen huomioimista. (Tanskanen 2010, 9)

#### **3.1 Vastuullisuuden ulottuvuudet**

Kestävän kehityksen määrittely perustuu ihmiskeskeisyyteen. Kuitenkin puhutaan ihmisten tarpeista ja niiden tyydyttämisestä. Tarpeet ja reunaehtojen koostuvat ekologiselle, taloudelliselle ja sosiaaliselle ulottuvuudelle. (Rohweder 2004, 15.)

Ekologisella ulottuvuudella tarkoitetaan riittävän monimuotoisen ympäristön turvaamisen, luonnonvarojen kestävästä käytöstä, nykyisten ympäristö-ongelmien ratkaiseminen ja tulevien ennaltaehkäisy. (Rohweder 2004, 15.) Huomio kiinnittyy yritysten käyttämiin voimavaroihin, kuten energia ja raaka-aineet. Painoarvoa annetaan sille käytetäänkö uusiutuvia vai uusiutumattomia raaka-aineita. Tietysti yritykset pyrkivät minimoimaan kulutustaan, mutta osa on myös lähtenyt kehittämään palvelujensa tarjontaa ympäristöä vähemmän kuluttavaksi. (Tanskanen 2010, 15.)

Sosiaalisella vastuulla Monni määrittelee tarkoitettavan yrityksen huolehtimista työntekijöistä. Toisaalta kyse on myös yrityksen liittymisestä negatiivisiksi miellettyihin ilmiöihin kuten lapsityövoima. Hyvinä esimerkkeinä Monni pitää työn ja perheen yhdistäminen, työhyvinvoinnista huolehtiminen, oikeudenmukaiset irtisanomistilanteet sekä yrityksen toiminnan ennustettavuus. (Tanskanen 2010, 10.)

Taloudellisella vastuullisuudella tarkoitetaan lyhyesti kannattavaa toimintaa. Laajemmin ajateltuna puhutaan yrityksen vaikutuksesta yhteiskuntaan: kuinka monelle työntekijälle se maksaa palkkoja ja millaista hyvinvointia se luo. (Tanskanen 2010, 10). Sidosryhmiin kuuluu myös ympärillä oleva kunta kuin yritykseen sijoittaneet. Etelä-Karjalan Osuuskaupan eli Eekoon toimistujohtaja Antti Manninen on kiinnittänyt juuri taloudelliseen vastuuseen huomiota. "Olen huolestunut, että toimitaan osakkeenomistajien ehdoilla. Yhteiskuntavastuu toki lisääntyy, mutta toisaalta voiton tavoittelu kasvaa ja kun se on päällimmäisenä, niin tuskin yhteiskuntavastuu siitä parane" kuvailee Manninen. (Tanskanen 2010, 11.)

Susanna Monni Kestävä Oy:stä kuvaa yritys vastuuta haasteelliseksi työksi, koska sen sisältö määrittyy yhteistyössä sidosryhmien huolenaiheiden kanssa. Sidosryhmiä ovat ne tahot ja henkilöt, jotka ovat yrityksen vaikutuspiirissä. Näitä ovat esimerkiksi osakkeen omistajat, työntekijät, asiakkaat, media ja kansalaisjärjestöt. Sidosryhmien kaikkia odotuksia ei voida täyttää, mutta niitä pitää kuunnella. Jokin asia voi nousta keskeiseksi kysymykseksi yrityksen toiminnassa. (Tanskanen 2010, 9.)

Kestävää kehitystä arvostetaan, mutta sen kannattavuuden laskeminen ei ole niin helppoa. Muutos näkyy yrityksen toimintatavoissa, joka ei heti välity osakkeenomistajille tulostettuihin raportteihin. Muutoksen pitäisi tosin alkaa näkymään tuloksen paranemisena. Monni toivookin että tulevaisuudessa yritysten tilinpäätöstiedoissa eriteltäisiin millä hinnalla tulos tehtiin. (Tanskanen 2010, 10.)

Yritysviestinnän kehittäjä Joep Cornelissen katsoo, että sidosryhmien kriittisen katsantotavan oivaltaminen avaisi yrityksille paljon mahdollisuuksia yritysviestinnän onnistumiseen. Yhteiskunnallinen ymmärrys auttaa johtoa tunnistamaan ympäristön kuin yhteiskunnan muutoksia, joihin yrityksellä on mahdollisuus vaikuttaa. Nämä voivat olla myös yritykselle menestymisen avaimia. (Kuvaja & Malmelin 2008, 60.)

### 3.2 Sosiaalinen vastuu

Työelämässä painotetaan sosiaalisuutta. Ryhmässä työkavereiden kesellä viihtyviä tyyppejä pidetään hyvinä. Tämä harha on kasvanut niin isoksi kuplaksi, että kaikista ujoimmatkin työnhakijat kuvaavat itseään sosiaalisiksi. ”Kasvava joukko ihmisiä voi huonosti, kun ei riitä, että he tekevät työnsä hyvin, vaan heidän odotetaan olevan persoonaltaan tietynlaisia”: toteaa aiheesta kirjan kirjoittanut Keltikangas-Järvinen. (Moster 2010, 34.)

Sosiaalisuus ja sosiaaliset taidot ovat kuitenkin kaksi eri asiaa, jotka Keltikangas-Järvisen mukaan ovat menneet sekaisin. Sosiaalisuus on synnynnäinen piirre, joka asettaa muiden ihmisten kanssa yhdessä olon yksin olemisen edelle. Tätä voisi kutsua toiselta nimeltään seurallisuudeksi. Sosiaaliset taidot taas tarkoittaa kykyä tulla toisten ihmisten kanssa toimeen. Tällainen henkilö ratkaisee ongelmia tavalla, jota kaikki arvostavat. Aina lopputulos ei ole kaikkien kannalta suotuisa, mutta sosiaaliset taidot omaava ihminen huomioi tekijät ja tekee kaikkien oman ymmärryksensä mukaan kaikkien kannalta parhaimpia ratkaisuja. (Moster 2010, 34.)

Sosiaaliset taidot eivät ole synnynnäisiä temperamentin piirteitä. Toisin kuin sosiaalisuus voi sosiaalisia taitoja oppia. Omataksaan loistavat sosiaaliset taidot henkilön ei tarvitse olla sosiaalinen. Ujokin henkilö voi olla omata loistavat sosiaaliset taidot, kun ulospäin suuntautunut voi aiheuttaa paheksuntaa omalla käytöksellään. (Moster 2010, 36.)

Keltikangas-Järvinen ei pahastuisi, jos työpaikoille laadittaisiin käyttäytymissäännöt. Hänen näkemyksensä mukaan yliopiston kampuksella peruskäytöstävät ovat vain joillakin hallussa. (Moster 2010, 36.) Minun täytyy omien kokemusteni pohjalta nostaa esille huomio, ettei asia ole näin yksioikoinen. Osa myöskään yrityksen esimiehistä ei hallitse sosiaalisia- tai esimiestaitoja. Tällöin heillä ei ole kykyä kuunnella alaisiaan, eivätkä he osaa johtaa. Vaikka joukossa olisi tällöin kuinka paljon hyviä tyyppejä, eivät rivit voi olla yhtenäiset ilman hyvää johtajaa.

#### **4 VIESTINTÄ TYÖYHTEISÖSSÄ**

Yhteisöviestintää voidaan lähestyä jakamalla se sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sisäinen tiedottaminen on henkilöstön motivoiminen, muutosviestiminen ja hyvän ilmapiirin luomiseen. Ulkoinen viestintä tapahtuu yhteisön ulkopuolisten henkilöiden kanssa. Tätä on muun muassa uutisoiminen. Tiedottaminen on yksisuuntaista, kun taas viestiminen on kaksisuuntaista. (Kaihovirta-Rapo & Lohtaja 2007, 13-14.)

Opinnäytetyössäni kartoitan erityisesti sisäistä viestintää osana yhteisöviestintää. Koodi on projektina Liiketalouden yksikön sisäinen hanke. Viestinnän tulee tavoittaa sekä henkilökunta että opiskelijat yhteisten toimintatapojen saavuttamiseksi. Lisäksi käsittelen yhteisöviestintää, sillä uranuurtavasta hankkeesta tiedotetaan niin Metropoliasissa kuin opetusministeriöön.

Pro.com, viestinnän ammattilaiset ry, jakaa viestinnän neljään osa-alueeseen:

- pitkäjänteinen profilointi ja maineen hallinta
- ulkoinen ja sisäinen viestintä
- luotaus
- viestinnän tutkimus ja mittaus. (Juholin 2006, 36 )

Vaikka Koodin jalkauttaminen on vasta aluillaan, se on jo herättänyt huomiota niin Vantaan kunnassa kuin muissa oppilaitoksissa. Huomion herättämisen vaikutusta yksikön itsestään antamaan mielikuvaan ei voi väheksyä. Liiketalouden koulutusohjelma on projektin myötä osoittanut profiloitumista entistä vahvemmin edelläkävijäksi. Kuitenkin katson maineen hallinnan olevan työn tutkimuksen kannalta sivuosassa. Tutkimuksellinen osa käsittää myös viestinnän osa-alueista viestinnän saavuttavuutta, kun mitataan henkilöstön tietoisuutta projektista.

#### 4.1 Yhteisöviestintä

Työyhteisönä on ihmisryhmittymä, jonka toiminnalla on tavoite, se toimii korvasta vastaan, sillä on määritelty vallanjako, viestintä on rakenteellista ja ryhmän jäsenet pystyvät täyttämään omat tavoitteensa ja tarpeensa toimiessaan osana ryhmää. Näitä yhteisöistä jotka muodostuvat yhteisen tavoitteen eteen työskentelevistä ihmisistä kutsutaan myös työorganisaatioksi. (Åberg 2003, 48-49). Yhteisöviestintä tarkoittaa erityisesti yritysten, julkisyhteisöjen ja järjestöjen viestintää. Yhteisöviestinnän alalukuna katsotaan olevan yritysviestintä, joka käsittää taasen yksityisen yritystoiminnan viestinnän. (Juholin 2006a, 17).

Viestinnän ammattilaisten liitto (ennen Suomen tiedottajien liitto ProCom) määrittelee yhteisöviestinnän seuraavasti: "Yhteisöviestintä on työyhteisöjen viestintätoimisto eli funktio, jossa viestinnän keinoin tuetaan työyhteisön strategioiden ja tavoitteiden saavuttamista". Lisäksi Viestinnän ammattilaisten liitto on määritellyt yhteisöviestinnän

tärkeimmiksi keinoiksi profiloinnin, maineenhallinnan ja viestinnän tutkimuksen sekä mittaus. Juholin tuo esiin Jyväskylän yliopiston näkemyksen yhteisöviestinnästä: "Yhteisöviestintä tutkii yhteisöjen tiedottamista ja julkisuustyötä sekä viestintää työyhteisöissä ja yhteiskunnan eri organisaatioiden toiminnassa". (Juholin 2006, 18.)

Viestintä voidaan jakaa myös viralliseen ja epäviralliseen viestintään. Virallisen viestinnän kanavina ovat palaverit, asiakkaiden tekemät reklamaatiot sekä kehityskeskustelut. Epävirallinen viestintä on esimerkiksi kahvipöytäkeskusteluja, joka tulee hitaasti johdon tietoon ja siihen voi vaikuttaa hitaasti. Epävirallinen keskustelu ulottuu myös yhteisön ulkopuolelle kuten yhteisön jäsenten koteihin. (Lohtaja&Kaihovirta-Rapo 2007, 14.)

Yhtenä viestinnän jaottelun tapana Lohtaja ja Kaihovirta-Rapo esittelevät jaottelun osaluokkiin. Näkökulmana voidaan pitää markkinointi- tai vaihtoehtoisesti yhteisöviestintä, riippuen siitä kumpaa pidetään laajempina käsitteenä. Markkinointiviestinnän kohderyhmänä ovat pääosin nykyiset ja tulevat asiakkaat. Yhteisöviestintää voidaan pitää myös osana markkinointiviestintää, sillä kaikki viestintä tukee viimeiseksi liiketoimintaa. Yhteisöviestintä terminä kuvaa yrityksen tai yhteisön toimintaa yleisesti. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 15-16.)

Erilaisista näkemyksistä huolimatta käytän tässä työssä viestintä - termiä koskemaan niin sisäistä kuin ulkoista viestintää yleisesti. Se voi koskea esimerkiksi arkista tiedon välittämistä, muutos- tai hätäviestintää. Åberg (2003, 109–110) kuvaa kirjassaan pizzan mallissa kokonaisviestinnän mallia, siinä yhdistyvät viestinnän suunta ja painopiste. Viestinnän suunnalla tarkoitetaan kohderyhmää, onko viesti suunnattu sisäiseen - vai ulkoiseen tiedotukseen. Painopiste tarkoittaa tiedon vastaanottajien ryhmää koskemaan jotain palvelun tai tuotteen ympärillä työntekijöitä.

## 4.2 Sisäinen viestintä

Korkeakoulun kaltaisessa yhteisössä viestitään arkisista asioista, joilla on tavoite tiedottaa tai olla osana muutosviestintää. Arvojen selkeyttäminenkin viestii yhteisössä tahdosta saavuttaa tietty toiminnan taso. Koodi muodostaakin uudenlaisen haasteen toiminnan yhdenmukaisuudesta. Tällä tavoin toiminnan voidaan täyttävän yhteiset laatuvaatimukset riippumatta ryhmästä ja opettajasta. Juholinin (2006, 38) mukaan sisäisen viestinnän keskeisiä tavoitteita onkin jäsenten sitouttaminen työhön, työyhteisöön ja tavoitteisiin. Sitoutunut työntekijä antaakin helpommin työpaikallaan enemmän kuin pelkän työpanoksensa ja tuo uusia ideoita toiminnan kehittämiseksi.

Perinteisesti yritysten viestintä on jaettu ulkoiseen ja sisäiseen viestintään, jolloin huomio kohdistuu niihin tahoihin, jotka ovat viestinnän vastaanottajina. Tällainen ajattelu korostaa viestin vastaanottajien erilaista asemaa. Sisäpiirissä olijat ovat tiedotettavan asian tiimoilta lähemmin tekemisissä. Juholin kuitenkin toteaa että yrityksen ympärillä toimiva henkilöstö voi olla lähes samassa asemassa kuin yrityksen oma henkilöstö. (Juholin 2006, 35). Soveltaakseni teoriaa ammattikorkeakouluun voisin verrata oppilaitoksen henkilökuntaa sisäpiiriin ja ostettujen palveluiden henkilökuntaa ulkopiiriin. Vaikka siistijät ja vahtimestari olisivat ostettuja palveluja, heidän toimintansa on oppilaitoksesta riippuvainen. Tällöin voisi olla parempi puhua sidosryhmäviestinnästä, tarvitseehan ostettujen palvelujenkin henkilökunta tiedon palohälytys harjoituksista kuin ammattikorkeakoulun oma henkilöstö.

## 5 STRATEGIA

Kuten aiemmin toin esiin, yhteisöviestintä voidaan mainita strategian keinona. Strategia voidaan mieltää kuuluvaksi kortti- tai jääkiekkopeliin, yrityksiin tai määrittelemään tekemistä. Näitä kaikkia tilanteita yhdistää strategian merkitys selviytymiseen, tai voittoisan toimintatavan löytämiseen. Strategian toteuttaminen ammattikorkeayhteisössä vaatii samat perusaineokset kuin yritysmaailmassa: vision ja strategian. Visiota voisi helposti lähestyttävästi kuvata päämääräksi ja strategia on taas suunnitelma, jolla päämäärä saavutetaan.

Åberg kuvaa visiota mielikuvalla tavoitetilasta tulevaisuudesta, joka on tavoittelemisen arvoinen. Tavoitetilan toteutumisen onnistuneisuutta on vaikea arvioida etukäteen, ja historia pystyy vasta jälkikäteen varmimmin toteamaan onnistumisen. Käsitykset tulevaisuudesta vaihtelevat, eikä minkään niiden toteutumisesta ole varmuutta. Se tuo haasteen myös yritysten toiminnalle, joiden tulee päättää pitkän aikavälin sijoituksista tässä hetkessä ilman varmaa tietoa markkinoiden muutoksista vuosien päästä. Parhaiten arvioinneissaan onnistuneet yritykset muistetaan, ja epäonnistuneet yritykset unohtuvat pahimmillaan konkurssin myötä. (Åberg 2000,77.)

Strategia ulottuu nykyhetkestä vuosien päähän, suunnittelemalla ja asettamalla tavoitteita saadaan yrityksen kehitys pysymään jatkuvasti käynnissä. Strategioiden jaottelusta esittelen seuraavaksi Kehusmaan (2010, 14) malleja joilla strategioita, voidaan jaotella ja mitkä ovat niiden tunnusmerkkejä. Mallien avulla strategiasta on erotettavissa osa-alueita ja suuntautuminen tulevaan.

Ensimmäisenä jaottelun keinona strategiat voidaan jakaa klassisiin ja kyvykkyystrategioihin. Perinteisellä strategiamallilla määritellään yrityksen

tulevaisuuden tila markkinoilla ja kohderyhmät. Kyvykkyystrategia perustuu yrityksen muuntumiskykyyn markkinoiden, teknologian kehityksen ja asiakkaiden toiveiden mukaan. Tällä muuttumisella yritys takaa johtoaseman ja kilpailuedun itselleen. (Kehusmaa 2010, 14.)

Toisena mallina on strategian resurssinäkökulma, johon liittyy läheisesti myös termi ydinosaaminen. Tämän mallin loivat Hamel ja Prahalad 1990-luvulla. Mallissa ajatellaan strategialla voivan saavuttaa sellaisen kilpailuedun, jota muilla ei ole tai muilla voi olla vaikea saavuttaa vastaavaa edistymistä. Tämän osaamiseen varaan rakennetaan yrityksen onnistumista. Erityinen osaaminen ei välttämättä kohdistu yrityksen osaamisen ydinalueelle vaan voi olla tukitoiminnoissa nopeuttava ja asiakkaita helpottava toiminto. (Kehusmaan 2010, 14.)

Kolmantena mallina on Kaplanin ja Nortonin tasapainotettu mittaristo, Balanced Scorecard. Mittaristoa käytetään strategian suunnittelussa. 1990-luvulla kehitetyssä mittaristossa strategia kuvataan neljän eri näkökulman kautta: taloudellinen, asiakas, sisäinen prosessi sekä oppimis- ja kasvun näkökulma. (Kaplan & Norton 1996 teoksessa Kehusmaa 2010, 14.) Mittaristoa pitkäjänteisesti seuraamalla voidaan nähdä projektien vaikutus mittariston arvojen kehittämisessä. Kuvaa myös aineettomien mittareita, tosin tarvitsee taustalleen tietojen keräykseen sopivan järjestelmän. Sen etuna voitaneen pitää mukautumiskykyä mittareiden asettamisessa.

## 5.1 Strategiatyö

Strategian ohjaavaa vaikutusta toimintaan vahvistetaan kirjoittamalla se näkyväksi. Tämä helpottaa päätöksen tekoa ja yhdenmukaistaa viestintää. Valpola (2010, 15) kiteyttää strategian peruspilareiksi seuraavat kysymykset, joihin tekstin tulisi vastata:

- Mistä olemme tulossa?
- Missä olemme nyt?
- Mihin haluamme päästä?

- Miten pääsemme sinne?
- Mistä tiedämme, että olemme perillä? (Valpola 2010,15.)

Strategian ohjaukseen haetaan mukaan tärkeimmät yhteistyökumppanit ja toteutukseen koko organisaatio. Tavallisesti strategiaa toteutetaan operatiivisella tasolla, jolloin on tärkeää myös tällä tasolla olevien työntekijöiden osallistuminen suunnitteluun, kehittämiseen ja sitoutua tehtyyn. Toteutukseen tarvitaan riittävä taloudellinen kuin työvuosina mitattu panos. (Valpola 2010, 15.)

## 5.2 Strategia toimeksi

Valpola (2010, 19) erittelee strategian johtamisen seuraaviin vaiheisiin:

- businesssitilanteen ymmärtäminen
- strategisenjohtamisen näkemys
- strategiset analyysit
- strategiset valinnat ja viestiminen sekä
- strategian toteuttaminen. (Valpola 2010,19.)

Yksi johtamisen peruskivistä on oman aseman tunnistaminen kilpailijoihin nähden. Asemoimalla yrityksen pystyy profiloitumaan. Kiinnitä huomiota yrityskulttuuriin onko se kannustava vai tukahduttaako se uudet ajatukset. Strategia työ koskettaa useimmiten Valpolan mukaan operatiivista tasoa, siksi tulisi kiinnittää huomiota että he saavat osallistua kokouksiin ja heille jaetaan operatiivista tasoa koskeva tieto. (Valpola 2010, 20).

Mielestäni Valpolan perusteella yrityskulttuurin avoimuutta on helppo testata seuraavalla kysymyksellä: Kuinka monta ehdotusta toimintatavoista ja niiden uudistuksista on tullut henkilökunnalta viimeisen vuoden aikana? Entä kuinka monta niistä on toteutettu? Avoimessa ilmapiirissä ehdotuksia olisi tullut ja niiden

osoittautuessa toimiviksi voitaisiin harkita käyttöön ottoa. Tukahduttavassa ilmapiirissä ehdotuksia ei tule, koska niitä ei huomioida.

Strategisen johtamisen tapaan vaikuttaa niin yrityksen koko, toimiala kuin profiloituminen. Isoissa organisaatioissa strategiatyö on pitkäjännitteistä kun yhden miehen yrityksessä työskennelleet ovat tottuneet nopeaan päätöksen tekoon. Esimerkiksi fuusioitumisen yhteydessä voi tulla esille varsin erilaiset yrityskulttuurit strategiaan vaikuttamisessa kuin sen tuomisessa esille. Innovatiivisesti taas profiloituneen yrityksen ei riitä vain lainailevan hyviä strategia ajatuksia muilta vaan markkinajohtajan asemassa tulee olla suunnan näyttäjänä. (Valpola 2010, 20.)

Valpola mainitsee myös kiinnittäneensä huomionsa siihen, että suomalaisessa yrityskulttuurissa tehdään analyysejä, mutta johtopäätöksiin ei kiinnitetä hänen mukaansa paljoa huomiota. Monesti johto aliarvioi avainhenkilöntymäärän joka on jo kaikissa mahdollisissa työryhmissä ja yrittää siinä samalla tehdä omia töitään. Tästä voitaneen vetää johtopäätöksen että strategiatyökin kärsii jos sille ei löydy tarpeeksi aikaa johtopäätöksiin. (Valpola 2010, 22.)

Strategialla voi olla saman organisaation eri osissa eri nimiä, riippuen näkemyksestä ja strategian toteutumisen onnistuneisuudessa. Näitä voivat olla esimerkiksi dokumentti, taikasauva, kartta, yhteispeli tai kasvun väline (Valpola 2010, 14–15).

Saadakseen työyhteisössä mahdollisimman positiivisen mielikuvan tulee johtajienkin olla mukana hankkeessa. Strategiabarometrilla ([www.ssjs.fi](http://www.ssjs.fi)) selvitetään yritysjohtajilta vuosittain strategisen johtamisen tilaa Suomessa. Vuonna 2009 siihen osallistui 1200 yritysjohtajaa eri toimialoilta. Kyseisenä vuonna tuloksista nousi selvästi esiin että strategian toteutuminen epäonnistuu usein. Strategian toteuttamisen kymmenen suurimman ongelman listalla ovat muun muassa: puutteelliset johtajuustaidot organisaation eri tasoilla, odottamattomat toimintaympäristön muutokset, ongelmat

organisaation sisäisessä viestinnässä ja nykyisen kulttuurin jäykkyys. (Valpola 2010, 18.)

Olli Remonen kuvaa osuvasti yksilön oman arvomaailman ja Code of Conductin suhdetta, jota vertaa maalaisjärkeen: ”käyttäytyään kohteliaasti, pukeudutaan siististi, saavutaan ajoissa <...> Toisaalta voidaan ajatella, että me kaikki tulemme eri maakunnista, jolloin meillä on myös erilaisia maalaisjärkiä. Tavoitteena onkin ollut ikään kuin suodattaa ne kaikki yhdeksi tiivistetyksi maalaisjärjeksi ja pukea se kirjalliseen muotoon, jolloin niiden noudattaminen siirtyy ihmisten selkärankaan.” (Salo 2010, 12-13.)

Elisa Juholinkin (2006, 141) nostaa esille teoksessaan, että yhteinen kulttuuri on saanut kannatusta aina yritysjohtajia asti. Heidän mukaansa yhtenäisyys tuo toimintaan vahvuutta, jonka tueksi laaditaan yhteisiä arvoja. Hän kutsuukin tätä yritysjohtajien tapaan arvojohtamiseksi. Työyhteisö ohjautuu käyttäytymään yhteisesti sovittujen normien mukaan, eikä käskyjä enää tarvita ihmisten oman ohjautumisen ansiosta.

## **6 TUTKIMUS MENETELMÄ**

Ennen kuin pääsee keräämään tutkimusaineistoa, on mietittävä tutkittavan kohteen tutkimusote, eli paradigma. Tutkimusotteet voidaan jakaa kahteen päähaaraan. Kvantitatiivinen tutkimusote on laaja, tilastollinen ja yleistettävissä oleva. Se tuottaa numeraalisia arvoja. Kvalitatiivisessa, eli laadullisessa, tutkimuksessa otos voi olla vain yksi yritys, ilmiö tai tapahtuma joka analysoidaan perusteellisesti.

Tutkimukseni yleisen ja kartoittavan luonteen takia keskityn tässä jaksossa erityisesti kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään, jolla kartoitetaan tuloksia. Koen myös tärkeäksi nostaa kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, jolla voidaan syventää kvantitatiivisen tutkimuksen tuloksia. Kvantitatiivinen kokoaa numeroiden selittämiä kokemuksia, arvostuksia ja näkemyksiä. Siksi kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä on tärkeä rooli selittää saatuja yleisiä vastauksia. Luvussa kerron teoriapohjaa tutkimuslomakkeesta, sillä se on olennainen osa tutkimuksen toteuttamista.

## 6.1 Kvantitatiivinen tutkimusote

Opinnäytetyön tutkinnallinen osuus on toteutettu kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella. Tutkimusotetta voidaan kutsua myös positivistiseksi (Koskenoja 2010a). Henkilöstön näkemysten kokoamisessa Koodista on 50 henkilöstön jäsenen joukko, jonka vastauksista muodostetaan kuvaajia ja taulukoita. Kvantitatiivisen tutkimuksen luonnetta kuvaillaan Heikkilän kirjassa tulosten osalta yleistettäväksi ja kartoittaviksi. Heikkilä kiteyttää kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän vastaavan kysymyksiin ”Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka suuri?”. (Heikkilä 2008, 16–17). Tämän tutkimuksen osalta tulokset ovat nimenomaan kartoitettavia, sillä Koodin ainutlaatuisuuden takia ammattikorkeakouluissa ei ole aikaisempaa kerättyä tietoa vastaavasta projektista.

Kvantitatiivisen tutkimuksen tiedon keruussa käytetään usein tutkimuslomaketta, jolloin aineisto on strukturoidummin esitettävissä tutkimuslomakkeessa annettujen vastausvaihtoehtojen ansiosta ja lisäksi vastaukset ovat jo kirjallisessa muodossa. Tutkimuksen aineistona voitaisiin käyttää myös johonkin muuhun tutkimukseen tuotettua aineistoa. Yhtenä kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän vahvuutena on tulosten yksiselitteisyys, verrattuna kvalitatiiviseen tutkimustapaan. Lisäksi määrällisen tutkimuksen vaiheet ovat selvästi erotettavissa toisistaan: keruu, käsittely ja päättely. (Heikkilä 2008, 17–18).

## 6.2 Kvalitatiivinen tutkimusote

Kun määrällinen tutkimusote uskoo mitattavuuteen, niin laadullinen tutkimus uskoo "objektiivisuuden saavuttamismahdollisuuteen". Tavoitteena onkin löytää havainnoille mahdollisimman ristiriidaton selitysmalli. Haastattelijan argumentointi korostuukin laadullisessa, eli fenomenologisessa, tutkimuksessa tulkittaessa erilaisten havaintojen puolesta tai vastaan. (Koskenoja 2010a). Laadullisessa tutkimuksessa ei käytetä suljettuja kysymyksiä, vaan annetaan haastateltavalle vapaus kuvailla ja kertoa vastauksen, ilman haastattelijan odottamaa kaavaa.

Tutkimuksen suunnitteluun ja toteutukseen tutkijalla on erityistä joustavuutta (Eskola & Suoranta 2005, 20). Lopputuloksena voi tulla paljon pitkiä vastauksia ja kuvauksia tutkittavasta aihepiiristä. Vaikka kvalitatiiviseen tutkimukseen ei tule tarkasti mitattua numeerista dataa, se tarvitsee paljon perusteluja ollakseen uskottava. Ilman argumentaatiota kvalitatiivinen tutkimus voi jäädä leikekirjaksi, jossa käsitellään asiaa, mutta ei tule loppupäätelmiä.

### 6.3 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti ja reliabiliteetti ovat hyvän tutkimuksen perusvaatimuksia tutkimusotteesta riippumatta, ne rakentuvat alusta alkaen huolellisella suunnittelulla. Validiteetti ilmaisee niinkin perustavan laatuista asiaa, kuin "mittaako tulos sitä mitä se sanoo mittaavansa" (Koskenoja 2010a). Tutkimuksen puutteellinen suunnittelu voi johtaa tulosten hajanaisuuteen ja heikkoon validiteettiin. Heikkilä korostaakin, ettei pätevyyttä saa tutkimukseen enää jälkikäteen vaan se syntyy jo perusjoukon tarkalla määrittelyllä, edustavan otoksen saamisella ja korkealla vastausprosentilla (Heikkilä 2008, 30).

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen tarkkuutta. Yhtenä tarkkuuden tunnusmerkkinä ovat niin tarkat merkinnät kyselyn kulusta, että sen voi toistaa kuka tahansa toinen henkilö saaden samansuuntaiset tulokset. Tarkkuutta voivat heikentäviä virheitä voi tulla kerätessä aineistoa, syötettäessä tai tuloksia tulkittaessa. Hyvillä tilasto-ohjelmilla saa tulosteita aineistosta, tutkijalle tärkeintä onkin oikeanlainen tulkintatapa tulosten suhteen. (Heikkilä 2008, 30.)

Kyselytutkimuksissa tulee etenkin huomioida vastauksissa tapahtuva kato. Kaikki otantaan kuuluvat eivät mahdollisesti täytäkään kaavaketta, jolloin otantaan tulee poistumaa eli katoa. Kato on sitä suurempi mitä suurempi määrä on jättänyt lomakkeen palauttamatta. Tämä vaarantaa tulosten luotettavuuden etenkin jos otannan koko on ollut muutenkin jo ennestään pieni. Tulosten on edustettava myös koko tutkittavaa perusjoukkoa. Vain tietyn osan vastatessa kyselyyn tai tietyn osan jättäessä vastaamatta käytetään termiä tuloksen vinoumasta. (Heikkilä 2008, 30-31)

Kvalitatiivinen tutkimuksen luonteen takia sen toistettavuus on vaikea. Siksi tavoitteena onkin korkea sisäinen validiteetti, jolloin korostuu mittareiden oikein asettelu Koskenojan mukaan fenomenologinen paradigma tähtää teorian hahmottamiseen tai ilmiön rakenteen ymmärtämiseen. (Koskenoja 2010a).

## **7 AINEISTON KERÄÄMINEN JA KÄSITTELY**

Tutkimusaineistoa kerättiin 11.–26.5.2010 välisenä aikana e-lomakkeella, joka lähetettiin sähköpostin liitteenä kyselyyn osallistuville. Kyselyyn osallistui Liiketalouden klusterin henkilökunta. Lomake koottiin ja kehitettiin Raisa Varstan sekä Minna Kaihovirta-Ravon kanssa. Pertti Vilpas auttoi erityisesti kysymysten vastausvaihtoehtojen asettelussa. Osa-alueina henkilökunnalta kysyttiin näkemyksiä Koodin jalkauttamisesta henkilöstön, opiskelijan ja yritys yhteistyön näkökulmasta. Lomakkeen testitäyttäjänä oli Elina Taponen, joka antoi myös palautetta.

Vastausprosentti kipusi 56 prosenttiin. Vastaajia kutsuttiin mukaan kaikkiaan 50 mukaan, joista 28 osallistui kyselyyn. Vastausprosenttiin on saattanut vaikuttaa kesälomien alkamisen läheisyys, sekä opetuksen loppuminen, jolloin säännöllinen työpaikalla käyminen saattaa jäädä ja kokeiden korjaaminen työllistää. Toisaalta

kyselystä muistuteltiin ja lisäksi vastaajien kesken arvottiin kylpylalahjakortti palkintona.

Saatuani tutkimustulokset keräsin ne Excel-taulukkoon helpottaakseni käsittelyä. Kaikki kysymykset, joissa tuli valita sopivin vaihtoehto 1-5 laskin yhteenlasketun pistemäärän vastauksittain. Näin sain koottua tiedon eniten kannatusta saaneista vastausvaihtoehdoista.

Avoimissa kysymyksissä kävin vastaukset läpi ja kokosin samansuuntaisia vastauksia allekkain. Jaottelun jälkeen mietin palaute ryhmille yhteisen pääotsikon. Tässä työssä olen käyttänyt suoraan joitakin palautteita kyselystä tuomaan konkreettisuutta vastauksista mukaan.

Kyselyn tuloksista koottiin heti valmistumisen jälkeen yhteenveto. Kesäkuun ensimmäisellä viikolla järjestetyssä henkilöstön seminaarissa käytiin muun muassa tutkimuksen tuloksia läpi.

## 7.1 Tutkimuslomake

Teknologian kehittymisen myötä yhä useammin kysely- ja haastattelututkimusten olennainen osatekijä tutkimuslomake on sähköisessä muodossa. Se ei kuitenkaan vähennä lomakkeen huolellisen suunnittelun tärkeyttä ja tutkimusaiheeseen perehtymisen olennaisuutta. On varmistuttava kysymysten muodostavan kokonaisuuden, joihin vastaamalla saadaan kattava ja toivotunlainen kuva tutkittavasta aiheesta. Tutkittaviin, eli selitettäviin, muuttujien vaikuttajana voi olla taustatekijöitä, eli selittäviä muuttujia. Ilman taustatietoa näistä taustatekijöistä voi tutkimuksen tulokset olla vinoutuneet ilman havaittua syytä, mikä vaikeuttaa tulosten analysointia. Harmillisesti vasta analysoidessa tuloksia voi huomata kysymysten tai kysymysten asettelun puutteet, jolloin niitä ei voi enää parannella tai muuttaa. (Heikkilä 2008, 47.)

Kuten edellä mainittiin, lomakkeen käytössä tutkimuksessa tulee olla tarkka jo kysymysten asettelussa, silti onnistuneet kysymyksetkään eivät takaa lomakkeen soveltuvuutta kaikkiin tutkimuksiin. Lomakkeen tavoitteena on saada jokaiseen kysymykseen vastaus tutkimuksen toteuttajan antamassa järjestyksessä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77). Mitä enemmän kyselyn tekijä rajoittaa vastaajaa vastausvaihtoehdoilla, sitä strukturoidumpi kysely on. Toisaalta suljetuilla kysymyksillä voidaan estää kysymyksen ohi vastaamisen virhe ja tieto on nopeampaa lajitella (Heikkilä 2008, 50). Asteikko kyselyiden nopean vastaamisen kuin käsittelyn kääntöpuolena on vastaajan rajatut vastausvaihtoehdot. Oman mielipiteen jaottelu tai kuvaaminen ei ole mahdollista, kun tulee valita sopivin annetuista vaihtoehdoista. Kysymysten asettajan huomatessa ettei ei pysty tekemään aukottomia vastausvaihtoehtoja on parempi tehdä tarkka avoin kysymys. Kuten tutkimuksessani päädyin tekemään (ks. Liite 1 ja Liite 2).

Avoimia kysymyksiä käytetään erityisesti kvalitatiivisissa tutkimuksissa vastaajan toivottaessa tuntemuksistaan tai kokemuksistaan. Kysely tutkimuksissa avoimia kysymyksiä voidaan käyttää, mutta niiden vastaamisessa rajoitetaan vastaajan ajatusten suuntaa. Avoimia kysymyksiä käytetään silloin kun vaihtoehtoja vastaukseen ei tunneta tarkkaan. Tällöin jää myös mahdollisuus saada kysymykseen myös täysin uusia ja odottamattomia vastauksia, jotka voivat tuoda täysin uusia ideoita. Avointen kysymysten heikkoutena voidaan pitää helppoutta vastaamatta jättämiseen, vastausten käsittelyn hitautta ja luokittelun vaikeus. (Heikkilä 2008, 49)

Kysymysten jaottelusta sisällön mukaan Heikkilä esittelee Eskolan mallin jaotteluun

- täsmälliset tosiasiatiedot
- arvionvaraiset tosiasiatiedot
- käyttäytymisen syyt
- asenteet, arvot ja mielipiteet
- sosiaaliset suhteet (Eskola 1975, 165-181 ref. Heikkilä 2008, 55):

## 8 TULOKSET

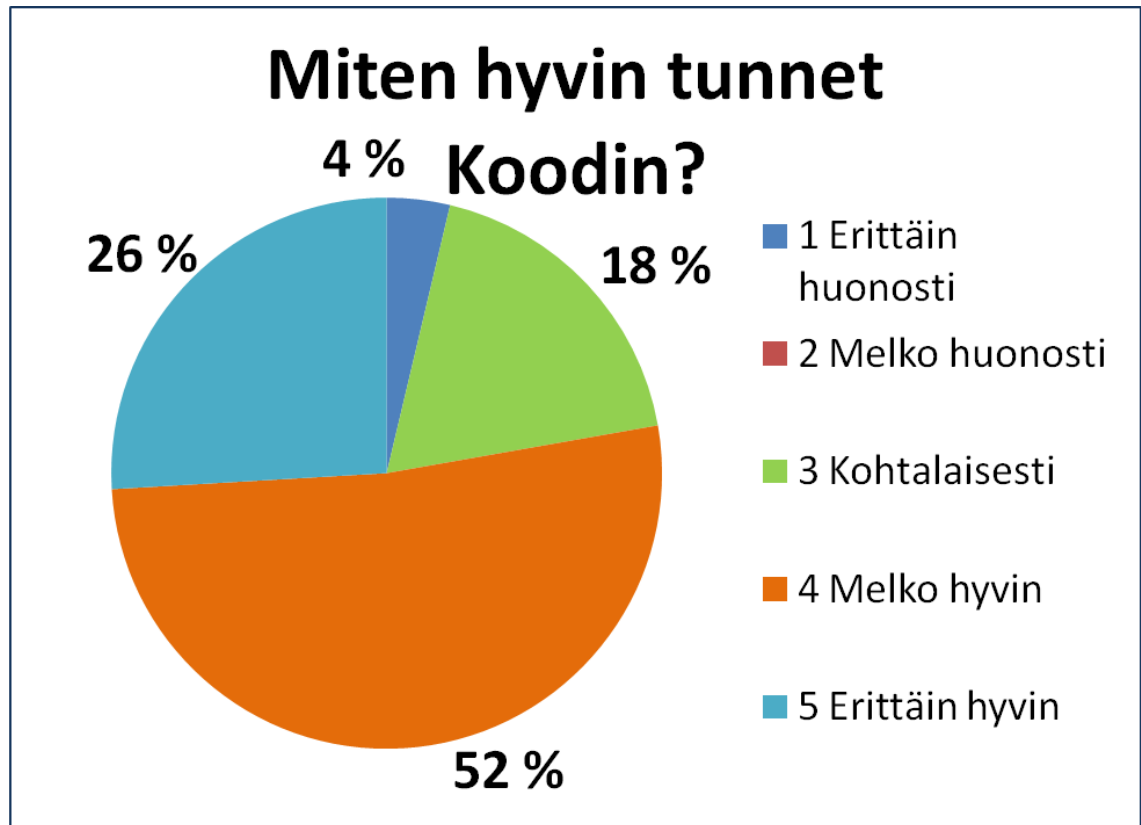
Tutkimuslomake muotoutui kolmesta osa-alueesta: henkilöstö, opiskelija sekä yritys ja muu ulospäin näkyvä toiminta. Vastaajien tuli vastauksissaan arvioida Koodin vaikutusta edellä mainituilla kolmella osa-alueella. Kysymyksissä käytettiin numeroarviointia, kuten 4 melko hyvin - 1 erittäin huonosti. Kyselyssä oli myös avoimia sekä kysymyksiä, joissa tuli valita mielestään kaikki väitteeseen sopivat vastausvaihtoehdot (Liite 1 ja Liite 2).

### 8.1 Henkilöstönäkökulma

#### 8.1.1 Koodin tuntemus

Kyselyn aluksi kartoitettiin vastaajien tuntemusta Koodista. Tieto on olennaista vastausten tulkinnan kannalta jatkossa. Jos Koodista ei ole kuullut, siitä on vaikeaa muodostaa mielipidettäkin saati arvioida vaikutuksia ammattikorkeakoulussa. Toisaalta Koodi on projektina vasta alussa, ja se hakee vielä muotoaan.

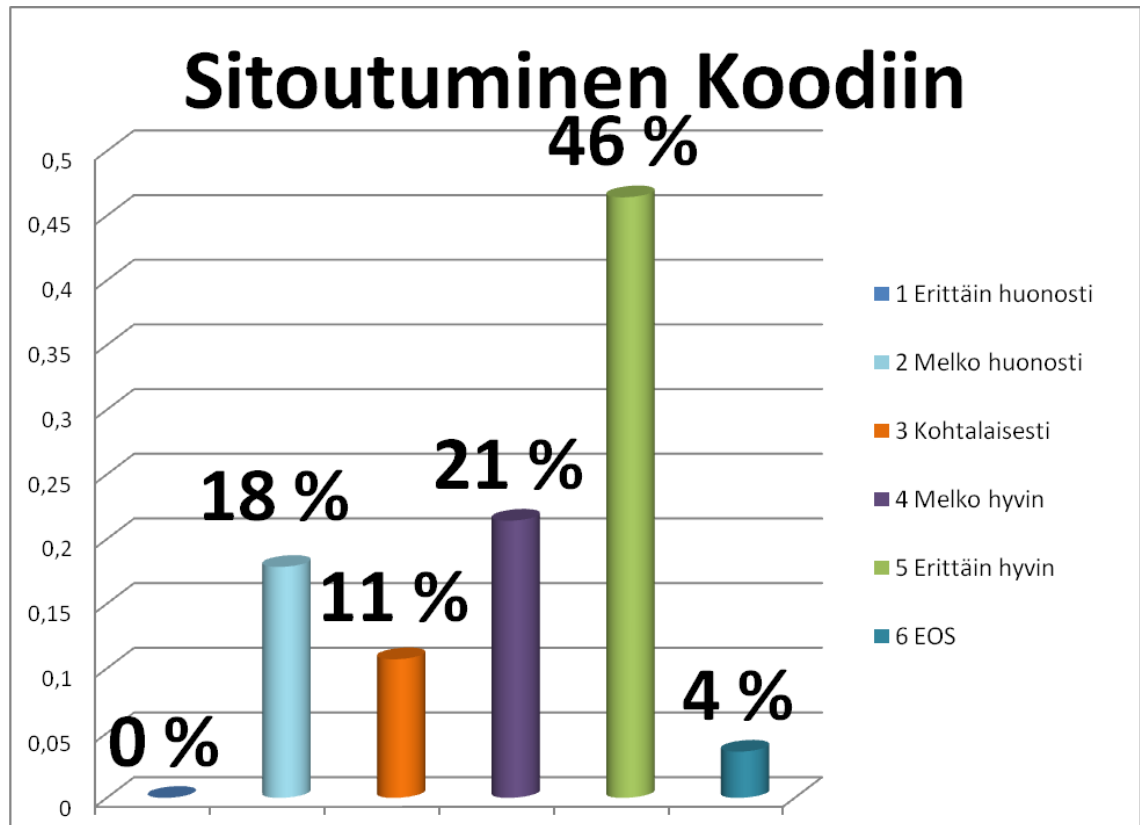
Kuviossa 1 näkyy, että vastaajista erittäin huonosti tai melko huonosti Koodin koki tuntevansa 4 prosenttia vastaajista. Tämän perusteella voitaneen jo todeta valtaosan vastaajista ainakin kuulleen projektista tai perehtyneensä siihen enemmän. Kahdeksantoista prosenttia vastaajista luokitteli tuntevansa Koodin kohtuullisesti. Kaikista vastanneista 78 prosenttia kokee tuntevansa Koodin melko - tai erittäin hyvin. Koodi tunnettiin yleisesti ottaen melko hyvin.



KUVIO 1. Koodin tuntemus

### 8.1.2 Sitoutuminen Koodiin

Kuviossa 2 vastausvaihtoehdot Melko hyvin tai Erittäin hyvin vastauksia kertyi 67 prosenttia kaikista annetuista vastauksista. Huomioitavaa kuitenkin on, että Melko huonosti sitoutuneita on enemmän kuin Kohtalaisesti sitoutuneita. Kyselyyn ei vastannut henkilöitä, jotka kokisivat sitoutuneensa Koodiin erittäin huonosti. Yksi vastaajista ei osannut ilmaista sitoutumistaan Koodiin. Pääsääntöisesti Koodiin ollaan sitouduttu kyselyn mukaan hyvin.



KUVIO 2. Sitoutuminen Koodiin

### 8.1.3 Sisällön ymmärtäminen

Koodin sisältö näyttäisi kysymysten vastausten perusteella olevan yleisesti hyvin tiedossa. Erittäin hyvin Koodin kokee tuntevensa yhteensä 43 prosenttia vastanneista, kun samaan aikaan erittäin tai melko huonosti Koodin tuntee 4 prosenttia vastanneista. Kohtalaisesti vastanneita on 18 prosenttia.

#### TAULUKKO 1

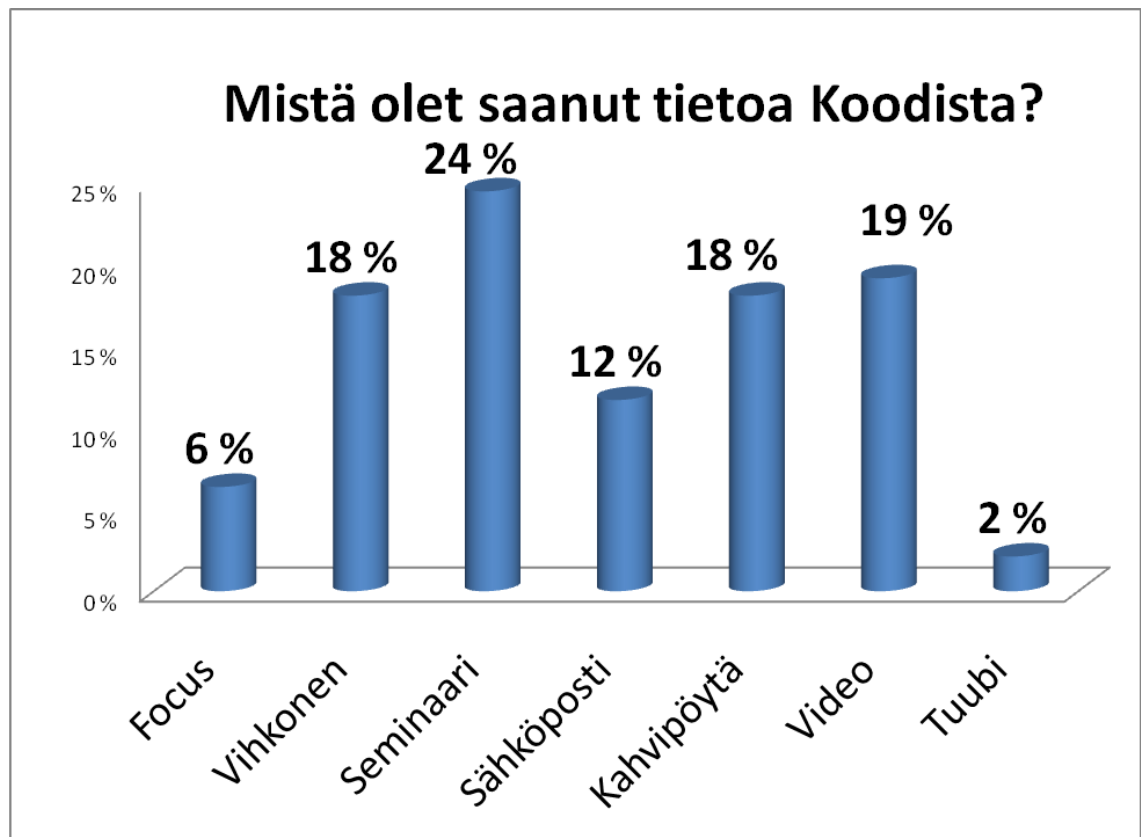
##### Koodin sisällön ymmärtäminen

1	Erittäin huonosti	
2	Melko huonosti	4 %

3	Kohtalaisesti	18 %
4	Melko hyvin	36 %
5	Erittäin hyvin	43 %

#### 8.1.4 Tiedon saaminen Koodista

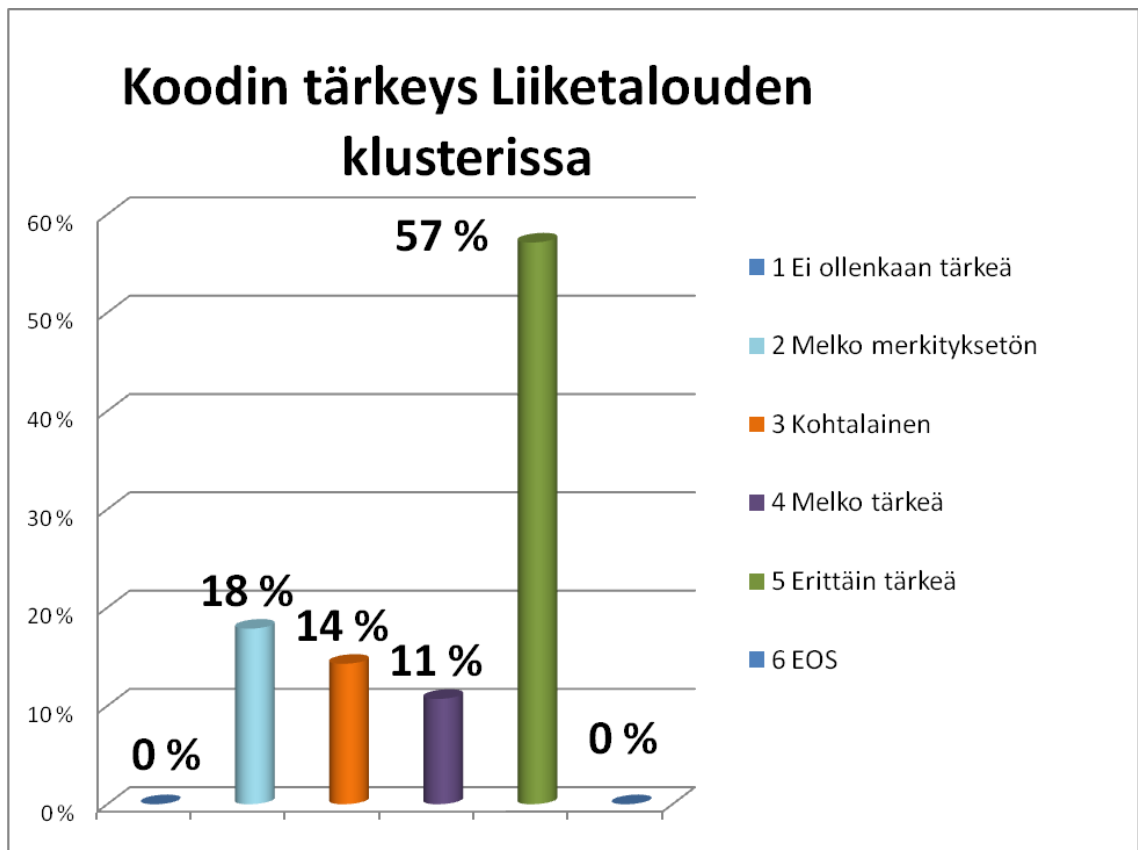
Kyselyyn osallistujien tuli rastia, mistä väylistä oli saanut tietoa Koodista. Parhaiten henkilöstö kokee saaneensa tietoa seminaarista. Vastaajista 23 vastasi tämän olleen tehokkain tiedon saannin tapa. Lisäksi hyvinä tiedon saannin kanavina on koettu olevan vihkonen, kahvipöytä ja video. Heikoiten tietoa vastaajat kokevat saaneensa Focus-lehdestä ja Tuubi.



KUVIO 3. Tiedon saanti Koodista

## 8.1.5 Koodin tärkeys Liiketalouden yksikössä

Vastaajista 57 prosenttia piti Koodia erittäin tärkeänä. Vastavuoroisesti 18 prosenttia vastaajista pitää Koodia melko merkityksettömänä. Kyselyotoksessa ei ollut vastaajia, jotka pitäisivät Koodia merkityksettömänä tai eivät osaisi sanoa kantaansa asiaan. Kuten kuviossa 4 näkyy myös melko ja kohtalaisen tärkeä vastausvaihtoehto saivat kuitenkin kannatusta vastaajien keskuudessa.



KUVIO 4. Koodin tärkeys

### 8.1.6 Koodin hyödyntäminen liiketalouden yksikössä

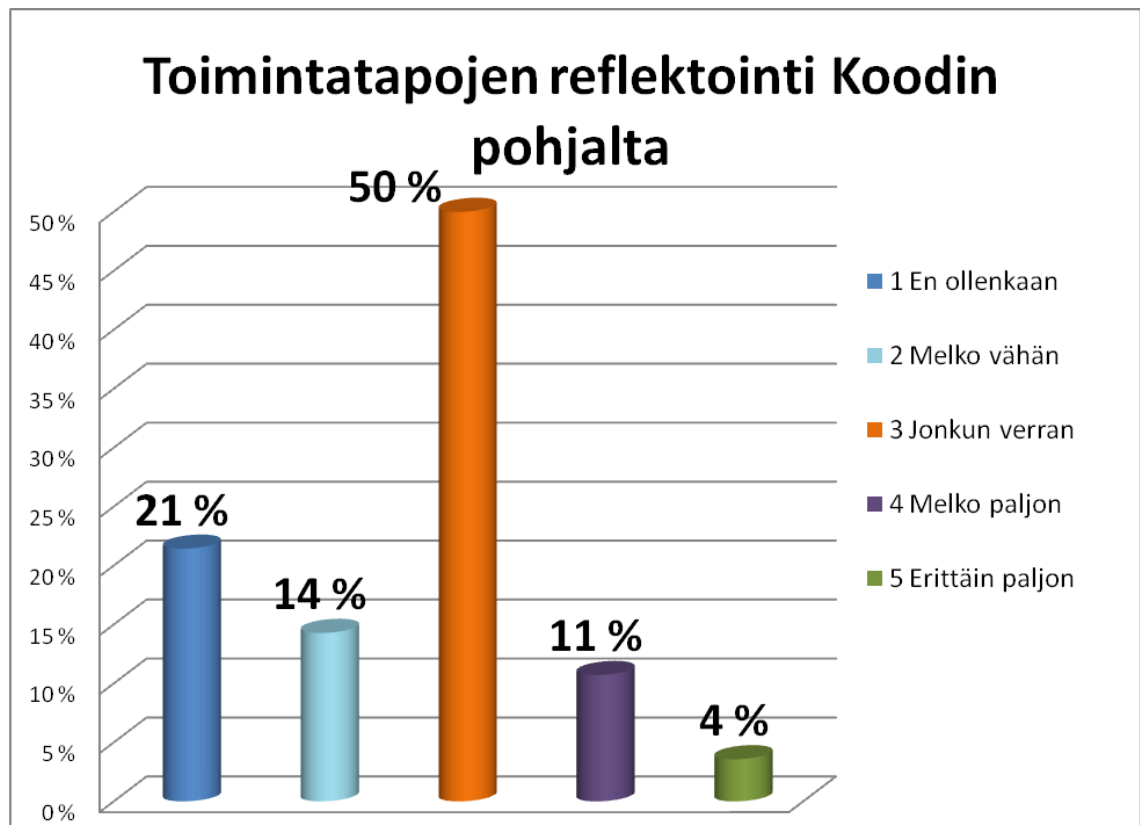
Suurimpana hyötynä Koodista katsottiin olevan vastuun ottaminen omasta käytöksestään 22 prosentilla.. Seuraavaksi tulivat tasaväkisesti vuorovaikutustaidot, viestiminen ja ryhmätyöskentely. Annetuista vastausvaihtoehdoista ainoastaan verkostoituminen sai hieman vähemmän kannatusta kuin muut vastausvaihtoehdot.

TAULUKKO 2. Koodin hyödyt Liiketalouden klusterissa

Viestiminen	113	20 %
Vuorovaikutustaidot	116	21 %
Ryhmätyöskentely	111	20 %
Vastuun ottaminen omasta käytöksestä	123	22 %
Verkostoituminen	93	17 %

### 8.1.7 Oman käytöksen refleктоiminen

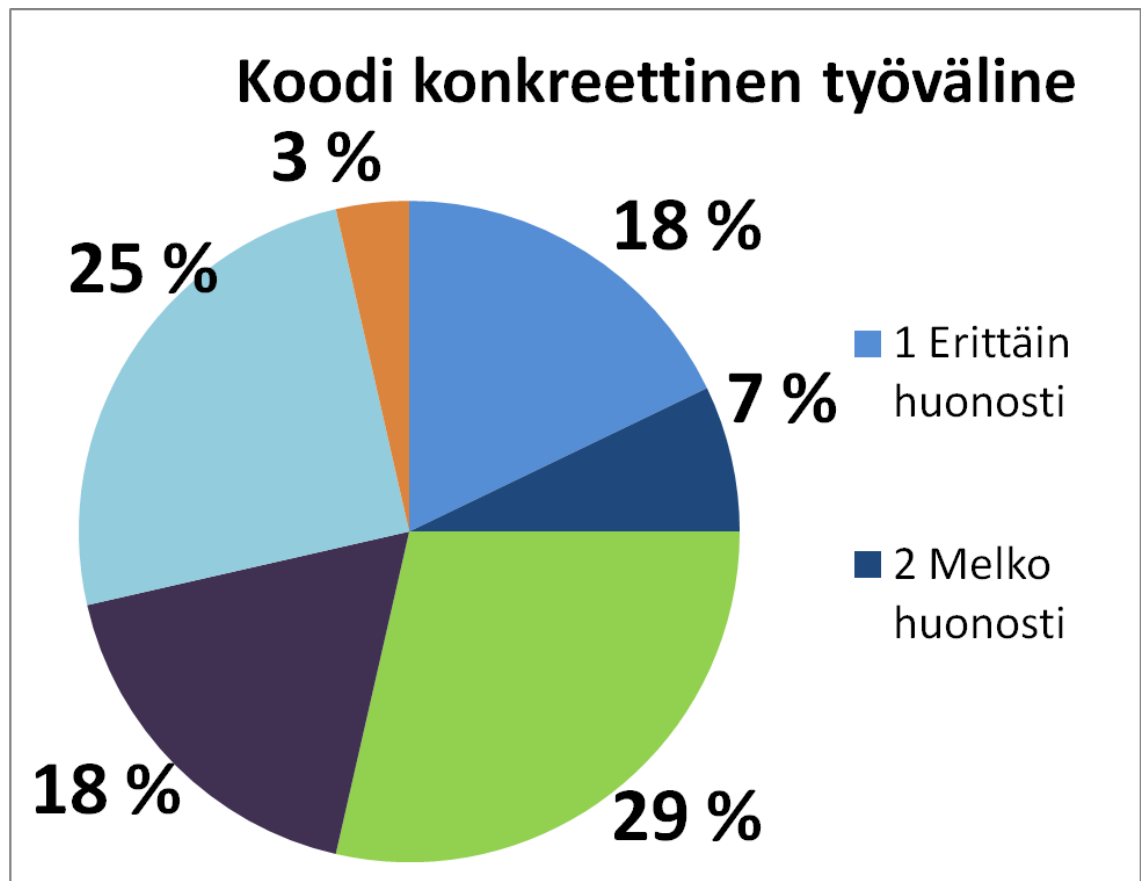
Puolet vastaajista on refleктоinut käytöstään jonkin verran, puolet vastaajista kokevat näin. Ei ollenkaan (21 prosenttia) ja Melko vähän (14 prosenttia) vastanneista muodostaa neljäsosan, joka ei ole kokenut muuttaneensa käytöstään mitenkään kyselyn mukaan Kuvio 5. Erittäin paljon refleктоineita on vain pieni murto-osa neljä prosenttia vastanneista.



KUVIO 5. Toimintatapojen reflektointi

#### 8.1.8 Koodin konkreettisuus työvälineenä

Kuviossa kuusi huomattava osa vastanneista, eli 29 prosenttia, pitää Koodia kohtalaisena työvälineenä. Yhteensä 43 prosenttia vastanneista piti Koodia melko tai erittäin hyvänä konkreettisenä työvälineenä. Näistä 25 prosenttia piti Koodia erittäin hyvänä ja 18 prosenttia melko hyvänä työvälineenä. Toisaalta seitsemän prosenttia piti Koodia melko ja 18 prosenttia erittäin huonosti soveltuvana työkaluna.



KUVIO 6. Koodin konkreettisuus

”Kun lukaisin Koodi-vihkosta, tuli taas mieleen, että taidan edelleen esimerkiksi printata välillä turhaan, jne. eli konkreettisesti voisin omaa toimintaa muuttaa Koodin mukaiseksi.” Vastaaja

Vapaa sana-kentässä vastaajat ovat muun muassa miettineet onko Koodi niinkään työkalu vaan ajatus toiminnan takana, jolla saadaan prosessit sujumaan paremmin. Kuitenkin samalla nousee kanta miten aika ja jaksaminen tulevat riittämään työntekijöille. Kannatusta saa, että Koodi sisällytettäisiin jo omaan käytökseen sekä osaksi opetusta menetelmää. Tällöin voi olettaa, että luokasta tulee vastaan vastaavanlaista kunnioitusta käytöksessä. Vaihtoon lähtiessä ulkomaille on suuri etu, sillä silloin opiskelijat toimivat Metropolian edustajina. Vastaajien mukaan vaihtoon lähteville opiskelijoille olisi hyvä tuoda esille, että kansainvälinen käyttäytymisnormisto ja Koodi ovat aika samansuuntaisia.

”Mielestäni Code of Conduct on hyvä olla olemassa, mutta nyt siitä on tehty asia, jonka kosketuksesta kaikki muuttuu kullaksi. Eihän se missään nimessä niin ole - tapa toimia ja käyttäytyminen on työkalu. Ei Ladasta saa parempaa autoa vaihtamalla siihen Ferrarin vaihdelaatikon. Koodi on hyvä olla pohjalla, mutta sen nostaminen näin tärkeään rooliin muiden tärkeämpien asioiden kustannuksella huolettaa.” Vastaaja

### 8.1.9 Perehdyttäminen henkilöstölle

Henkilöstön perehdyttämiseksi on nostettu esille, että aihe tulisi ottaa yksikkökokouksen teemakeskustelu aiheeksi. Vastauksessa kannatettiin myös opiskelijoiden mukaan ottamista yksikkökokoukseen havainnollistamaan asiaa. Kevyenä aiheen työstämisen muotona ehdotettiin myös yhteistä ”Koodi-iltaa”, jossa käytäisiin läpi Koodia ”ei näin, vaan näin” -esimerkein näytellen tilanteita.

Kannatusta sai yhteinen seminaari tai tilaisuus. Koodin läpi käymisen tavoiksi ehdotettiin muun muassa:

- ryhmätöitä ja workshopeja
- tietoisuuksia
- näkymistä Tuubissa
- keskustelua videon pohjalta.

”Kuten tähänkin asti ja muistuttamalla siitä aina välillä” Vastaaja

Osana myös henkilöstön Koodi jalkautusta voisi olla keskustelu kurssilaisten kanssa: mitä Koodi merkitsee heille kyseisellä kurssilla ja luodaan pääsäännöt yhteiseen toimintaan. Opiskelijälähtöisyyden pitäminen mukana toiminnassa ja esille nostamista pidettiin vastauksissa tärkeänä. Yhdessä työstäminen ja tilanteiden läpikäyminen katsottiin myös arjen sujuvuuden parantamiseksi. Tällöin projektin läpiviennin vastuu ei

jää yksittäisten henkilöiden harteille vaan siihen saa muun yhteisön apua. Vastauksissa myös ehdotettiin Koodista kertomisen olevan osana rekrytointiprosessia, jotta tulija pääsisi taloon helpommin sisälle.

“By reading the booklet. No need for any more time on this, as there are many MUCH more important matters.” Vastaaja

#### 8.1.10 Henkilöstön keskinäinen toiminta ja viestintä

Kysymyksessä Koodin soveltamisesta henkilöstön keskinäisessä toiminnassa kertyi avoimeen kysymykseen paljon erilaisia ajatuksia. Erityisesti huomiota sai henkilöstön keskinäisessä toiminnassa mahdollisuus kehittää yhteistyötä. Omaa osaamistaan pystyisi vastausten mukaan hyödyntämään enemmänkin muiden suuntautumisvaihtoehtojen opettajien kanssa. Lisäksi vastauksista nousi kannatusta käydä läpi hyvän yhteistyön tunnusmerkit. Taito pyytää apua oman käytöksen säätelyssä sekä sääntöjen noudattamisessa saa arvostusta kyselyyn osallistuneilta.

“Tarjoa apua, voit hyödyntää omaa osaamistasi myös muita suuntautumisvaihtoehto ja auttaessasi” Vastaaja

Arvostusta toivottiin myös näkyvän henkilöstön tasavertaisena kohteluna. Yhtälailla sähköposteihin asiallinen ja ripeä vastaaminen kuvastaa vastaajien mielestä arvostusta sähköpostin lähettäjää kohtaan. Hyvien käytöstapojen näkyminen sanallisessa ja sanattomassa viestinnässä kehittäisi vastaajien mukaan työyhteisöä. Toiminnassa toivottiin olevan vuorovaikutteista, toista kunnioittavaa ja ammattimaista.

“Mm. toisten auttamisen haluna, työnilona ja toisten kohtelemisena tasavertaisena.” Vastaaja

Ammattimaisuuteen liittyen huomiota sai yksi työelämän perusasia: aikatauluista kiinni pitäminen. Tämä koettiin koskevan niin päivämääriä, kuin kellonaikoja. Osakseen

huomiota sai myös hyvän ilmapiiirin rakentaminen yhteisöllisyydellä. Yhdessä tekemiselle ja olemiselle toivottiin olevan enemmän aikaa. Opettajat toimivat esimerkkeinä opiskelijoille, eli tässä asiassa on mallioppimista henkilökunnalta opiskelijoille.

”Käyttäytyään me koodiston mukaisesti, niin opiskelijat seuraavat perässä” Vastaaja

## 8.2 Opiskelijanäkökulma

### 8.2.1 Jalkauttaminen yhteisöön

Jalkauttamisen kaikki vaihtoehdot saivat tasaisesti kannatusta. Vastaaja saivat arvioida kaikki vaihtoehdot toimivuuden mukaan. Vastaajat arvioivat toimivuutta asteikolla 1-5, joiden yhteenlaskettu kannatus on ensimmäinen summa ja prosenttiosuus ovat kannatuksen osuus kaikista vaihtoehdoista. Internet-sivut saivat hienoisesti eniten kannatusta. Kuten taulukossa kolme näkyy, seuraavaksi eniten kannatusta saivat peli tai muu vastaava, teemapäivä ja materiaali. Tasaisesta rivistöstä vähiten ääniä sai luento.

#### TAULUKKO 3. Jalkauttaminen opiskelijoille

Seminaari	93	12 %
Teemapäivä	99	13 %
Luento	74	10 %
Vierailijaluento	92	12 %
Materiaali	99	13 %
Nettisivut	106	14 %
Peli tms.	97	13 %

Excursio	87	12 %
----------	----	------

### 8.2.2 Opiskelijat mukaan jalkauttamiseen

TAULUKKO 4. Opiskelijoiden mukaan ottaminen jalkauttamiseen

Kummiopiskelijat	96	24 %
Tutorit	115	28 %
Yhteistyö opiskelijakunnan kanssa	100	25 %
Asian työstäminen kurssilla	93	23 %

Vastaukset saivat erittäin tasaisesti kannatusta, kuten taulukosta neljä voi havaita. Eniten kannatusta Koodin työstämisestä opiskelijoiden kanssa saivat yhteistyö opiskelijakunnan kanssa ja tutorit. Molemmat vaihtoehdot saivat 25 prosenttia kannatusta tai enemmän vastauksista 1-5 vaihtoehtojen yhteenlasketusta määrästä prosentuaalisesti. Kummiopiskelijätkin saivat 24 prosenttia äänistä. Kuitenkin erot vastausvaihtoehtojen välillä ovat erittäin pienet ja vähiten kannatusta saanut asian työstäminen kurssillakin sai 23 prosenttia äänistä.

Vastaajat saivat kertoa vapaamuotoisesti omista näkemyksistä ottaa opiskelijat mukaan Koodin toimintaan. Ehdotuksiksi nousi muun muassa kilpailu pidemmällä ajanjaksolla. Palkintona voisi olla vaikka excursio ryhmälle ulkomailla. Tärkeänä seikkana pidettiin opiskelijoiden mukana oloa toiminnassa. Opiskelijoista lähtenyt toiminnan ajatus on pidettävä opiskelijoiden tasolla. Myös illan opiskelijoihin voitaisiin soveltaa Koodia,

monelle heistä Code of conduct saattaa olla tuttu ja heillä voi olla työelämän mausteista kerrottavaa.

### 8.3 Yritykset ja muu ulospäin suuntautuva toiminta

#### 8.3.1 Koodin hyödyntäminen yritysyhteistyössä

Yritysyhteistyössä vastaajat ehdottivat että henkilökunta kertoisi koulun ulkopuolella liikkeessaan Code of Conductista. Koodi täytyy muistaa mainita hienona esimerkkinä henkilökunnan ja opiskelijoiden välisestä yhteistyöstä.

Ideoita Koodin kehittämiseen voisi saada vaikka yrityksistä kutsutuilta luennoitsijoilta. Yritysten omia käytäntöjä voidaan muokata korkeakouluun sopiviksi. Samalla luennoitsijoille voisi kertoa Liiketalouden omasta Koodista ja antaa sen heille painetussa muodossa lahjapaketin yhteydessä. Aktiivisille yhteistyöyrityksille voisi satunnaisesti lähettää postitusta "Tapahtuu Metropoliassa".

"Vierailijaluentoja, mitä "code of conduct" tarkoittaa käytännössä yrityksissä x, z ja y"  
Vastaaja

Yritysten edustajat voisivat kertoa kohteliaan käytöksen merkityksestä työpaikalla, kontaktien luomisessa ja ylläpitämisessä. Toisaalta olisi mielenkiintoista kuulla: millaisia virheitä on tullut liiketoiminnassa, joilta olisi voinut välttyä Code of Conductin avulla. Yrityksiltä voisi myös kerätä palautetta miten hyvin käyttäytymiskoodisto on työntekijöiden ja käydä siitä keskustelua opiskelijoiden kanssa. Yrityksiltä voisi myös selvittää millaisia mielikuvia näillä on liiketalouden opiskelijoista.

“ In any case, it's a good idea to interview business partners to find out the impressions they now have of our students.” Vastaaja

Koodista nähtiin olevan hyvä tiedottaa yleisestikin yrityksiä joiden kanssa liiketalouden opiskelijat ovat tekemisissä. Harjoittelijat voisivat viedä Koodi-vihkosta harjoittelupaikkoihin. Projektia voi pitää myös opiskelijoiden osaamisen työnäytteenä. Projektissa kertynyttä osaamista voisi soveltaen viedä työyhteisöihin, kuten toiminnallisena opinnäytetyönä ja innovaatioprojektina. Ehdotuksena oli myös konseptoida ajatus ja markkinoida sitä yrityksille.

“Metropolian työskentelytavan esittelynä, työnäytteenä, tuotteistettuna myyntipalveluna” Vastaaja

### 8.3.2 Tapahtumat Koodin ympärille

TAULUKKO 5. Koodin ympärille tulevat tapahtumat

Teemaviikko	84	20 %
Seminaari	92	21 %
Tietoisku	94	22 %
Luento	70	16 %
Vierailijaluento	89	21 %

---

429

Vastaajat saivat arvioida tapahtumavaihtoehtojen sopivuutta Koodin ympärille asteikolla 1-5. Eniten vaihtoehdoista sai kannatusta kyselyyn osallistujilta tietoisku 22 prosenttia, jaetulla kakkospaikalla ovat seminaari ja vierailija luento. Vähiten kannatusta vaihtoehdoista sai tavallinen luento mikä näkyy taulukossa viisi.

### 8.3.3 Koodin näkyminen visuaalisessa ilmeessä

Kyselyyn osallistujat saivat vapaasti kertoa näkemyksiään Koodin näkymisestä koulun visuaalisessa ilmeessä. Vastaajat toivoivatkin huomiota koulun fyysiseen siisteyteen. He mielsivät Koodin linjausten mukaisen ympäristön olevan viihtyisyyden lisäämistä. Se voitaisiin vastaajien mukaan saavuttaa jo maalaamalla seiniä ja ovia, rajoittamalla tupakointia aivan ovien edessä ja lisäämällä kehystettyjä julisteita seinille ja aulatiloihin. Lisäksi Koodin esitteitä tulisi olla helposti saatavilla, selailtavissa ja mukaan otettavissa.

Visuaalisuuden toivotaan kuitenkin olevan hyvään makuun asti rajallista, ettei tule tunnetta tyrkyttämisestä tai ammattikorkeakoulun pyörimisestä yhden asian ympärillä. Teema tulisi pitää arjessa mukana liiketalouden normaalina osana arkea. Aika ajoin voisi olla tietoisuutta tyyppistä mainontaa. Esimerkiksi julisteissa voisi käyttää nasevia ja herätteleviä kysymyksiä tai väitteitä ”et varmaan heitä kotonakaan lattialle” tai ”häiritsisikö puheluun vastaaminen omaa opiskeluasi”.

”Suuret kehystetyt julisteet seinille ja aulatiloihin!” Vastaaja

### 8.3.4 Koodin näkyminen Metropolian kotisivuilla

Kotisivuilla näkymisessä kannatettiin yleisesti innostavaa, mukaansa tempaavaa ja hyvää oloa puhkuvaa asennetta. Se voisi olla mainoksena yksikön henkilökunnan ja opiskelijoiden yhteistyöstä. Koodi voisi näkyä kotisivuilla omana osionaan, josta saisi perustiedot hankkeesta ja löytäisi yrityskontakteja varten yhteyshenkilön tiedot. Sivustolla voisi olla haastatteluja Koodissa mukana olleilta henkilöiltä tai vaikka napakka iskulause. Painetussa materiaalissa olisi hyvä olla linkki Internet osoitteeseen.

Tärkeänä huomiona on kuitenkin pidettävä oman henkilökunnan esimerkkiä. Koodissa voisi olla vastauksien mukaan ainesta Liidon menestystarinaksi. Netissä näkyvyyttä tulisi kuitenkin rajoittaa sille tasolle, mitä projekti on arjessa ettei se ole ainoa asia joka liiketaloudesta tiedetään. Painopiste mainonnassa tulisi vastauksien mukaan painottaa koulutukseen. Onnistuessaan Koodi kerää paljon huomiota ja alkaa itse elämään tunnettavuudellaan.

”Yhtälailla nettinäkyvyys ja Koodin henki tulisi ilmetä nettisivuilla, miten meillä toimitaan - ja sitten myös toimitaan oikeasti. Oma henkilökuntamme näyttää esimerkkiä, muuten menee uskottavuus.” Vastaaja

#### 8.4 Sana on vapaa

Viimeisellä kysymyksellä kerättiin vastaajilta ajatuksia, jotka ovat hyödyllisiä Koodin kehittämisessä. Monet vastaajat toivovat keskenään varsin samansuuntaisesti, että Koodi todellakin jää osaksi arkipäivää ja näkevät siitä olevan hyötyä. Siitä nähdään olevan hyötyä jopa muodostaa jotain poikkeuksellista. Kuten eräs vastaajista totesi:

”Rakennetaan korkeammat toimintaperiaatteet, kuten toiminnan eettisyys, oikeudenmukaisuus, yksilön vastuu yms. joilla rakennetaan maan laadukkainta lähiopetusta, parhaita tradenomeja ja parasta johtavaa opiskeluympäristöä tulisi selkeästi tuoda esiin.” Vastaaja

Koodi halutaan nimenomaan nähdä toteutuvana projektina, jossa kuitenkin opettajien on saatava tukitoimintoja. Koodi nähdään projektina, jota voisi myydä Metropolian sisällä. Samalla voitaisiin muuttaa yksikön hiljaista tietoa näkyväksi ja tehdä tunnetuksi liiketalouden osaamista. Erityisesti ensimmäisen vuoden opiskelijoiden nähtiin hyötyvän Koodista.

## 8.5 Haastattelu

Koulutuspäällikkö Minna Hautamäki kertoi haastattelussa, että ei ole ollut mukana varsinaisessa Koodin työryhmässä mukana. Hän kertoo kuulleensa Koodin kehittelystä ja osallistunut keskusteluun siitä mitä se voisi sisältää. Lisäksi hän kertoo osallistuneensa videon kuvaukseen. Minna kuvailee Koodin tilannetta seuraavasti "Koodin ensimmäinen vaihehan on päättynyt. Koodi on saatu luotua niin sanotusti: siitä on järjestetty esittelytilaisuus ja käsikirja on julkaistu".

Koodin jalkautuksen hän huomauttaa yhä jatkuvan, ja sen aktiivisuus on yhteisön jäsenistä kiinni. Ensimmäisen vuoden opiskelijoille Koodia on tehty tutuksi. Tämä näyttää vaikuttaneen siten Hautamäen mielestä, että he ovat omaksuneet "businesslähtoisemmän" kulttuurin. Lisäksi hän on kokenut muutosta tapahtuneen pienissä asioissa, kuten oven avaaminen toiselle keskimääräistä useammin. Tosin hän myöntää, että yksikössä opiskelee kohteliaita opiskelijoita.

Kuitenkaan Hautamäen mukaan ei voi vähätellä julisteiden vaikuttavuutta seinällä, käsikirjan jakamista sekä Koodista puhumista mitä arjessa tapahtuu. Tavoitteena hän pitää Koodin tulevan taustavaikuttajaksi, mutta vielä näin uutena asiana sitä pidetään puheissa enemmän, jotta se vakiinnuttaa paikkansa.

Henkilöstön keskuudessa Hautamäki kokee Koodia pidettävän hyvänä asiana. Koodilla pystytään puuttumaan pieniin kalvaneisiin asioihin, nyt ne puetaan sanoiksi ja niistä saa puhua. Samanaikaisesti tulee kuitenkin huomioida niiden olevan vaikeita tilanteita ja asioita. Tällaiset tilanteet ovat sellaisia, joihin kaikki eivät välttämättä halua puuttua. Se miten paljon Koodi vaikuttaa luokissa ei Hautamäki osaa sanoa.

Hautamäki muistuttaa myös Koodin olevan koko yhteisölle. Pitkään työtä tehneelle ja vankat omat toimintatavat luoneelle opettajalle toimintatapoihin puuttuminen on vierasta. Varsinkin jos Koodin tapa toimia eroaa hänen omastaan. Hautamäki näkee, että Koodin käytäntöjen levittäminen opettajakuntaan saattaa olla haasteellisempaa kuin opiskelijakuntaan. Hautamäki näkee olevan mahdollista että opiskelijoille tämä on loistava mahdollisuus erottua joukosta.

Hautamäki kertoo myös tehneensä ehdotuksen budjettiin, että Liiketalouden yksikkö voisi lähteä suunnittelemaan Koodin jalkauttamista Metropolian tasolla. Jokainen yksikkö tekisi kuitenkin oman Koodinsa ja jalkauttamistyönsä. Liiketalouden yksikkö toimisi tukiohjaajana ja neuvoisi alussa. Tällöin huomioitaisiin hyvin klusterikohtaiset toimintatavat. Koodin jalkauttamiseen vaikuttaa Metropolian tasolla paljon se, saako hanke johtoryhmän tuen.

## **9 JOHTOPÄÄTÖKSET**

Tässä luvussa analysoin tutkimuksessa saatuja tuloksia. Vastauksista muodostan kokonaiskuvan henkilöstön, opiskelijan näkökulmasta sekä yrityksen ja muun ulospäin suuntautuvan toiminnan osion pohjalta.

Koodilla on selvästi paikka ja kysyntää Liiketalouden koulutusohjelmassa. Seuraavana haasteena onkin, että jalkauttaminen onnistuu projektin vaatimalla tavalla. Onnistuminen edellyttää Koodin sisällön mielekästä soveltamista. Lisäksi onnistumista edellyttää että henkilöstö ja opiskelijat ovat sitoutuneet Koodiin ja siihen annetaan tarpeeksi resursseja henkilöstölle.

### **9.1 Kyselyn onnistuneisuus**

Kyselyn osallistumisprosentti oli hyvä: yli puolet henkilöistä joille lomake lähetettiin vastasi kyselyyn. Kyselyn vastausprosenttia luultavasti heikensi ajankohta keväällä juuri

ennen lomien alkua ja keskellä kokeiden korjausta. Toisaalta vastaajia muistutettiin erikseen vielä sähköpostilla kyselystä ja vastaajien kesken arvottiin kylpylälahjakortti.

Kyselyssä kartoitettiin aluksi vastaajien tuntemusta Koodista. Tavoitteena oli kartoittaa Koodin tavoittavuutta ja toisaalta aiheen ymmärrettävyyttä. Valtaosa vastaajista kertoi tuntevansa Koodin erittäin tai melko hyvin. Vastaajat ovat tämän perusteella hyvin tavoitettu käyttäytymisnormistosta sekä sen sisällöstä.

Vastauksien tarkempaan analyysia varten olisi voinut olla hyväksi olla tarkentava kysymys. Kuten "Oletko ollut mukana tekemässä Koodia?". Huomioitavaa on, että moni henkilökunnasta on osallistunut normiston jonkin osan tekemiseen. Heille aihe on tuttu teeman työstämisen kautta. Tällainen painottuma vaikuttaa vastausten jakautumaan, jolloin Koodi näyttäisi otettavan ilman epäilyjä vastaan. Tietenkin on mahdollista, että osalle vastaajista Koodi on tuttu myös työelämän käyttämällä samalla tavalla toimivan Code of Conductin kautta.

Kysyttäessä sitoutumista Koodiin hieman alle puolet vastasi sitoutuneensa siihen erittäin hyvin. Tätä voi tietysti selittää normiston yleismaailmallisuus. Koodihan ei ole ainoastaan yhden koulun säännöstö, vaan se sisältää yleisiä työelämän käytöstapoja. Opettajille käytöstavat ovat itsestäänselvyys verrattuna lukiosta saapuville nuorille. Tekemällä vastaavan kyselyn ensimmäisen vuoden opiskelijoille tulos voisi olla varsin erilainen. Siksi koko yhteisö pitää saada mukaan projektiin, jotta siihen myös sitoudutaan käytännön tasolla. Kyselyn ajankohta osui keväälle, jolloin ajatukset ovat varmaan olleet jo kesälomassa.

Erityisesti arvioidessaan Koodia konkreettisenä työvälineenä vastaajat näkivät normiston hyödyllisenä. Vaihtoon lähtevien, ja Metropolian Liiketalouden yksikköön vaihtovuodeksi tuleville, sopeutumista sekä toiminnan aloittamista helpottaa yhteinen kansainvälinen käyttäytymisnormisto.

Kiistatonta palautetta projekti sai opettajien ja opiskelijoiden yhteistyöstä projektin hyväksi. Voisikin listata miten Koodi on jo vaikuttanut ammattikorkeakoulun arkeen: lukujärjestykset julkaistiin kesällä joulun asti. Aikaisemmin lukujärjestykset saatiin vain muutama viikko ennen opetuksen alkua. Koulussa on jo palkittu kaikille avoimella äänestyksellä kannustavimmat koulutoverit kuin henkilökunnan jäsenet.

Projektia pidettiin vastauksissa omassa luokassaan olevana ja sitä kannatettiin aivan julkisuuteen asti tulevaksi. Lisäksi se nähtiin olevan mahdollinen myydä talon sisällä kuin tuotteistaa, jolloin se olisi yrityksillekin tarjottava palvelu opiskelijoiden taidonnäytteenä.

## 9.2 Henkilöstön näkökulma

Merkitystä kysyttäessä liiketalouden klusterille yli puolet vastaajista piti Koodia erittäin tärkeänä, vastavuoroisesti 18 prosenttia vastaajista piti sitä melko merkityksettömänä. Tutkimuksessa kritiikkiä keräsi projektin nouseminen liian keskeiseen rooliin. Osa vastaajista ilmaisi tyytymättömyytensä opetuksen ja opetusvälineistön nykyiseen tasoon ja toivoivat ensin niihin parannusta ja sen jälkeen painoarvoa Koodin kaltaisille projekteille.

Vastaajien mielipiteisiin lienee vaikuttanut kyselyn ajankohta. Keväällä Koodia jo kehiteltiin, mutta sen kunnollinen jalkauttaminen aloitettiin Hautamäen mukaan vasta syksyllä aloittaville ensimmäisen vuoden opiskelijoille. Toiseksi Koodista puhutaan paljon, jotta se saataisiin vakiinnutettua osaksi ammattikorkeakoulun toimintatapoja. Tavoitteena Hautamäen mukaan voisikin olla Koodin jääminen taustavaikuttajaksi. Näin uutena asiana sitä kuitenkin tulee työstää toiminnan tasolla.

Yhtenä huolena vastauksista nousi, ettei Koodi ole varsinaista ammatillista osaamista jota korkeakoulun tulisi markkinoida. Ehdoton valtaosa vastaajista oli myötämielisiä Koodia kohtaan, mutta jäin miettimään olivatko vastaamatta jättäneet juuri epäileviäisiä

vielä projektia kohtaan. Tiedotuksella ja keskustelulla henkilöstön kanssa pystyttäisiin avaamaan uusia ovia. Huomiota herättivät myös kommentit, jotka kertoivat epäilyksestä että yritetään rakentaa jotain liian suurta, mitä ei oppilaitoksessamme kuitenkaan ole.

Toisaalta haluaisin nähdä asian siten, ettei toinen asia syö toisen korista. Keskitettäessä huomiota käytökseen ja yhteisen omaisuuden käyttämiseen asiallisesti voidaan saavuttaa odottamattomia synergia etuja. Yhteistyöyritykset voivat kiinnittää huomiotaan hankkeeseen ja antaa tukensa jonkin osa-alueen kehittämiseksi opetuksessa. Yksinkertaisimmillaan tietokoneiden oikeanlainen käyttö vähentää huoltokustannuksia. Näen molemmilla ajattelutavoilla olevan sama päämäärä, tehdä liiketalouden klusterista vieläkin parempi opiskelu ja työpaikka.

Kuviossa 7.9 jossa vastaajat määrittivät asteikolla 1-5 Koodin soveltuvuutta konkreettisena työvälineenä, äänet jakautuivat tasaisesti. Olisiko tästä tulkittavissa jotain yhteistä normistoa kannatettavan, mutta lähestymistavan oikeellisuudesta ei vastaajilla ole varmuutta. Kuitenkin samalla nousee kanta miten aika ja jaksaminen tulevat riittämään työntekijöille. Tämäkin kannanotto kertoo että projekti halutaan onnistumaan hyvin eikä kaatuvan resurssien ja ajan pulaan.

Kysymyksen 7.10 avoimista vastauksista nousee vielä tietynlainen epävarmuus aiheen rajauksesta ja näkymisestä arjesta. Mukana on myös hyviä ideoita, kuten teema ilta aiheena Koodi, joita ei kannata väheksyä aiheen työstämisen kannalta. Parannusehdotuksissa nousi myös esille henkilökunnan sähköpostin käyttö, kuten viesteihin vastaaminen. Esille nousikin "meidän" periaatteet. Vaikka videot ja muu oheismateriaali tähän asti on tehty opiskelijan näkökulmasta, pystyy henkilökuntakin hyötymään muutoksista omia toimintatapojaan läpikäymällä. Viestin selkeyttäminen on myös olennaista, jotta kaikki puhuvat "samaa kieltä" eikä väärinymmärrysten tai tulkinnan kautta tule yhteentörmäyksiä.

Keskinäisessä viestinnässä huomiota sai huomattavan paljon suuntautumisvaihtoehtojen välisestä kuin yleisestä yhteistyöstä. Vuoropuhelumaisesti vastauksista nousi kommentit, joissa todettiin, että pitäisi uskaltaa tarjota omaa osaamistaan ja toisaalta pitäisi uskaltaa pyytää apua. Toisaalta kommentteista nousi toive enemmän yhteisestä ajasta ja yhdessä tekemisestä. Samalla huomiota saavat aivan perusasiat kuten tasavertaisuus ja hyvän työilmapiirin luominen. Tarvetta mitä ilmeisimmin olisi erilaiselle osaamiselle, mutta sitä ei jostain syystä tarjota tai kehdata pyytää.

Vastauksien perusteella toivotaan yhteistä aikaa ja tekemistä, jotta työyhteisöä pystyisi kehittämään. Yhdessä tekeminen puoltaa myös poikkitieteellisyyttä, jota on Metropolian sisällä, ja sitä voisi vastausten perusteella hyödyntää vielä enemmän talon sisällä. Tuntevatko ihmiset tarpeeksi hyvin toisiaan ja toistensa osaamista, jotta erilaisten osaamisten yhteistyöstä saataisiin paras mahdollinen hyöty irti monipuolistamaan korkeakoulun arkea? Tähän kysymykseen ei kyselyssä ole suoraa vastausta, mutta avoimista kommentteista voi vetää johtopäätöksenä yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemistä kaivattavan lisää. Ilmapiirin ollessa avoin ja tasavertainen on helppo lähestyä aivan toisen alan edustajaa ja pyytää mukaan projektiin joka sivuaa kummankin omaa osaamista, mutta tarvitsee molempia onnistuakseen.

Mielestäni on tärkeää viestinnässä myös ilmaista Koodin olevan koko korkeakouluyhteisölle. Kyse ei ole vain siitä, että luokassa olisi hiljaisempaa ja osattaisiin käyttäytyä sekä pukeutua oikein vieraiden tullessa käymään. Kyse on myös opettajien ja muun henkilökunnan hyvinvoinnista sekä työyhteisön kehittämisestä. Antamalla mahdollisuus tutustua ihmisiin ja heidän osaamiseensa voidaan avata uusia ovia yhteisön sisällä. Samalla ilmapiiristä tavoitellaan avoimempaa, jolloin niin oppilaat kuin opettajatkin uskaltautuisivat kokeilemaan projekteja ohi oman erikoisosaamisensa yhteistyössä muiden suuntautumisvaihtoehtojen kanssa.

Vastaajat toivoivat kysyttäessä Koodin konkreettisuudesta, siitä tulevan kiinteä osa opetusta. Tällöin sitä ei tarvitsisi tuoda jokaisella tunnilla erikseen esiin, vaan normisto olisi vallitseva luokkatilanteissa. Mikäli tämä ei toteudu, vastaajat ilmaisevat huolensa

omasta jaksamisestaan ja aikansa riittävydestä. Haasteena näyttääkin olevan saada henkilökunta projektin taakse, jotta saavutettaisiin toiminnan riittävä yhdenmukaisuus. Koodin toteutumisen seurantaan tulee kiinnittää huomiota niin, että voidaan osoittaa muutosta todellakin tapahtuneen.

Henkilöstön vastauksissa näkyy toivottavan Koodin perehdyttämisen olevan osallistuvaa. Aihetta voitaisiin käsitellä jo valmistuneen tietoiskumaisen kohtauksiin perustuvan videon perusteella. Samalla muoto ja kokonaisuus alkavat hahmottumaan. Tarkoituksena ei mielestäni ole kuitenkaan ylikorostaa aihetta, vaan saada siitä entistä läheisempi osa arkea.

Kuitenkaan kaikkea hyvää ja kunnioittavaa käytöstä ei suinkaan tarvitse kutsua Koodin mukaiseksi käyttäytymiseksi. Normisto kuitenkin edustaa yleisesti hyväksyttyä käytöstä ja täten korostaa sitä. Mielestäni Koodi olisi parhaiten asiansa ajavaa tilanteissa, joissa sen olemassa olo korostuu tilanteen ratkaisemiseksi.

Normiston hyödyntäminen kautta yksikön edellyttää opettajilta aktiivisuutta. Tähän tarvitaan tietynlaista normien sopimista. Tämä nousi vastauksesta kysyttäessä henkilöstön keskinäisen toiminnan ja viestinnän kehittämideoita. Nykyisellään vaikkapa luokassa olevaan hälinään puuttumisen herkkyys vaihtelee opettajittain. Tunnistan nämä erilaiset opetustyyliä itsekkin tunneilla istuneena.

Tarkkojen opettajien tunneilla on yleensä hiljaista, sillä puuttumisen kynnyksen tiedetään olevan matalalla ja aiheuttavan lisää vastattavia kysymyksiä omalle kohdalle. Puuttumisen kynnyksen vaihdeltaessa tunneittain tai oppilaittain syntyy meteliä siitä, milloin ja kenen käyttäytymiseen puututaan ja kenen ei. Tämä aiheuttaa oppilaissa eriarvoisuuden tunnetta. Pahin on opettaja, joka ei välitä oppitunnilla hälinästä, vaan keskittyy yksin puhumiseen edessä. Tällainen opettaja vie mahdollisuuden keskittyä niiltä opiskelijoilta, jotka haluaisivat oppia tunneilla.

Toisaalta oppilaille voi itselleenkin antaa enemmän vastuuta luokan oppimisrauhasta. Tämä antaa mahdollisuuden ryhmän kehittyä, eikä oppimisrauha ole niinkään opettajasta riippuvainen. Samalla ihmiset oppivat tuntemaan toisensa paremmin ja opinnoista putoamisen riski pienenee. Tuntiessaan toisensa paremmin ryhmädynamiikka hioutuu ja opiskelijat voivat saada toivottuja kauaskantoisia tuttavuuksia.

Koodin kautta nousi toivomus myös henkilöstön yhteisen viestinnän kehittämisestä. Samalla työstäminen ulottuisi jo henkilökunnan omiin työtapoihin. Kantaa toivottiin kyselyn vastauksissa otettavan ainakin sähköpostien vastaamisen ripeyteen. Aihe olisi hyvä käsitellä, sillä sama asia nousi jo ensimmäisessä projektin vaiheessa "sääntötaulu" keskustelussa esille opiskelijoiden puolelta.

### 9.3 Opiskelijanäkökulma

Pohdintaan opiskelijoiden mukaan ottamisesta jalkauttamiseen vastaajat ottivat myös kantaa. Kaikki neljä vastausvaihtoehtoa sai tasaisesti kannatusta. Korkein kannatusmäärä on tutoreiden 28 prosenttia äänistä kun matalin 23 prosenttia äänistä sai asian työstäminen kurssilla. Tuloksista ei pysty päättelemään ovat kaikki vaihtoehdot tasavertaisesti yhtä hyviä, tarvitsevatko ne kaikki toisiaan, jotta viesti saadaan vakuuttavasti läpi, vai eikö vastaajilla ole selvää näkemystä mielipiteestään. Toisaalta Koodilla on tarve tulla yhteisön asiaksi, mutta vastaajien Koodin tuntemisen perusteella kyselyyn osallistuivat ehkä kaikkein asiasta kiinnostuneimmat.

Muista tavoista jalkauttaa Koodi opiskelijoiden keskuuteen nousi idea ottaa illan opiskelijoita mukaan toimintaan. Heillä saattanee olla tietoutta Code of Conductista aivan työelämässä. Heille käyttäytymiskoodisto lienee siis tuttu, mutta he voisivat tulla kertomaan kokemuksistaan päivänopiskelijoille tai aivan jo tilanteista joissa on huomannut nojautuneensa käyttäytymisen edellyttämään Koodistoon.

Eniten kannatusta saivat tutorit ja yhteistyö opiskelijakunnan kanssa. Koodi halutaan selvästi tuoda esille muuallakin kuin luokkahuoneessa. Toisaalta tulos voidaan rinnastaa myös avoimiin kommentteihin aikaisemmissa kysymyksissä, joissa koettiin pelottavaksi että opettaja jää yksin asiansa kanssa. Tämä söisi sekä omaa innostusta asiaa kohtaan, kuin yleistä asennetta. Normistohan ei ole opintopisteissä luettavaa sisältöä, vaan työelämässä menestymisen takeita. Kurssilla käsiteltynä osa opiskelijoista voi leimata sen tylsäksi pakolliseksi osaksi koulua. Siksi asiaa lähestyminen vapaammin voi saavuttaa tavoitteet paremmin. Koodin täysipainoinen sisällyttäminen kursseille saattaisi aiheuttaa myös sen, että oppilaat käyvät saman asian useaan kertaan läpi.

Yhteisen linjan haasteena onkin erilaisten toimintatapojen yhdenmukaistaminen. Näkemykset eroavat siitä minkälainen käytös on mihinkin rajaan asti sallittua ja mihin tulee puuttua. Kova-ääninen meluaminen on todella huomion kiinnittävää, mutta yhtäläillä jatkuva supattaminen häiritsee ympärillä istuvia opiskelijoita. Nämä ovat asioita, joihin voi kiinnittää yhteistä huomiota ja jotka ovat vaikeita opettajille. Välillä puhelimesta on äänet päällä, sillä odottaa tärkeää puhelua, ja välillä omasta huolellisuudesta huolimatta puhelin soikin tunnilla. Onko aihetta ottaa tällaisiin asioihin yhteistä linjaa?

#### 9.4 Yritys ja muu ulospäin suuntautuva toiminta

Yritykset nähtiin kyselyssä mahdollisuutena tuoda työelämä lähemmäksi aihetta. Yritysten edustajien kutsuminen pitämään seminaaria ja kertomaan miten heillä Koodin kaltainen normisto näkyy toiminnassa. Yritysvierailuilla saataisiin todennettua Koodin työelämälähtöisyyttä.

Toisena näkökulmana vastauksista nousi kiinnostus kuulla yritysten näkemyksiä opiskelijoista. Samalla kuitenkin nähtiin mahdollisuus päivittää mielikuvaa koulusta jakamalla painettua Koodi-vihkosta. Samassa yhteydessä opiskelijoilla voisi olla

mahdollisuus luoda kontakteja yritysmaailmaan. Kutsumalla yrityksiä keskustelemaan käyttäytymisnormistoista on mahdollisuus tehdä näkyväksi Liiketalouden osaamista.

Tekemällä tiivistä yhteistyötä yritysten kanssa voitaisiin saada rakennettua uusia toimintatapoja Koodin ympärille mukaillen todellista yritystoimintaa. Kyselyn eri osa-alueista nimenomaan yrityksiin liittyvä toiminta sai kannatusta vastaajilta. Haastavaa vierailuista tekee tietenkin se, etteivät ne toista sisällöltään itseään. Rakentamalla niitä teemojen ympärille voisi seminaareista saada mielenkiintoisempia ja moniulotteisia.

Elävyyttä toisi henkilökohtaisten kokemusten jakaminen esimerkiksi neuvotteluista, jotka eivät menneet suunnitellusti. Kansainvälisissä yhteyksissä työtä tehneillä olisi yritysvieraina varmasti kokemuksia tästä. Voisi myös olla ohjepaketteja opiskelijoille, miten voisi yrittää etukäteen välttää vaikkapa kulttuurien yhteentörmäyksiä. Hyvästä etukäteen valmistautumisesta huolimatta voi kuitenkin mennä jotain pieleen. Vieraat voisivat kaikesta myös kertoa miten menetellä kun huomaa, että pieleen meni.

Yritysvierailuja voisi vastaajien mukaan myös käyttää omasta osaamisesta kertomiseen. Yksikön osaamisesta voisi vastaajien mukaan välittää tietoa myös harjoittelupaikkoihin Koodi vihkosen kautta. Tällaisella vuoropuhelulla saatettaisiin saada jopa rakennettua aktiivista yhteistyötä, joka voisi näkyä erilaisina projekteina.

## **10 EHDOTUKSIA TOIMENPITEIKSI**

Kyselyn perusteella vastaajat kokevat Koodista olevan suurin hyöty käyttäytymisen perusteena. Tämä edellyttää koko yhteisön yhdenmukaista sitoutumista normistoon ja toteuttamista toiminnan tasolla, kuten sähköpostien vastausajankohdissa. Itse koen haasteeksi tässä Koodin toteutumisen todentamisen. Mitä keinoa hyödyntäen voidaan

osoittaa vaikkapa sähköpostien vastausajan todella lyhentyneen? Käyttämällä itse arviointia vastaus voi olla kumpaan suuntaan tahansa, mikäli muutos ei ole merkittävä.

Koodia voitaisiin hyödyntää henkilökunnan mahdollisuutena tutustua toisiinsa paremmin ja kehittää yhteistyötään. Yhteinen aika voisi olla vaikka Koodin työstämistä niistä kohdista, jotka ovat epäselviä. Yhteinen projekti suuntautumisten välillä ei välttämättä tarkoittaisi automaattisesti kurssimuotoista projektia. Se voisi olla asiantuntija-avun antamista johonkin kinkkiseen poikkitieteelliseen tehtävään tai kerta luontoiseen projektiin. Kyselyyn vastanneet toivoivat pääsääntöisesti asiaa käsiteltävän yhdessä, kuten ryhmätöiden muodossa. Paljon kannatusta sai myös keskustelutilaisuus kahvikupposen kanssa aiheesta pohjautuen vaikkapa opiskelijoiden tekemään videoon. Työstämiseen haluttiin saada yhteisön tukea, jotta tulkinta ja toiminta olisivat yhdensuuntaista.

Poikkitieteellisyyteen kannustaminen myös tukisi ryhmähengen rakentamista opettajakunnan ja henkilöstön keskuudessa. Samalla opiskelijoille välittyy viesti yhtenäisemmästä linjasta. Voidakseen saavuttaa näin merkittävän etapin tulee henkilökunnan saada puhua avoimesti. Yksi keskusteltavista asioista on Koodin suhde ammatilliseen osaamiseen. Tässä keskustelussa tarvitaan henkilökunnalta ryhmätyötä, ajatuksia, asenteita ja rehellisyyttä.

Vastavuoroisesti keskustelun tulee olla hyväksyvää. Ammattikorkeakoululla voi olla oma suuntansa, mutta sen täytyy hyväksyä erilaiset näkemykset. Henkilökunnan vapaissa puheenvuoroissa voi nousta uusia ideoita kuin kritiikkiä. Nämä ajatukset ovat tärkeitä viestejä projektin jatkolle. Tärkeintähän olisi luoda normisto joka toteutuisi jossain määrin ainakin arjen tasolla, eikä vain paperilla.

Arjen mukaan sitomista voisi vahvistaa yhteistyöllä myös ruokalan kanssa. Ainakin projektin edetessä ruokala oli varsin mielellään mukana videon tekemisessä. Heiltä voisi ihan käytännön tasolla kysyä miten yhteistyötä ja ruokailun sujuvuutta voitaisiin

parantaa. Työelämän makuisuutta Koodiin saadaan lisättyä erilaisilla yritysvierailuilla ja seminaareilla. Se voisi olla samalla väylä kertoa yksikön osaamisesta ja toiminnasta.

## LÄHTEET

Eskola, Antti 1975. Sosiologian tutkimusmenetelmät II. WSOY, Porvoo.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7 painos. Vastapaino, Tampere.

Hautamäki, Minna 2010. Koulutuspäällikkö. Metropolia Ammattikorkeakoulu, Vantaa. Haastattelu 19.10.2010.

Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Edita, Helsinki.

Juholin, Elisa 2006a. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. painos. Inforviestintä.

Kaplan, Robert S. & David P. Norton 1996. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business School Press.

Kehusmaa, Kirsta 2010. Strategiatyö -Organisaation voimanlähde. Kauppakamari.

Koskenoja, Pia 2010b. Kirjoittamisesta argumentaatiota. Luentomateriaali. Metropolia Ammattikorkeakoulu, Vantaa.

Koskenoja, Pia 2010a. Tutkimus ja kehitystyö. Metodologian-osuus. Luentomateriaali. Metropolia Ammattikorkeakoulu, Vantaa.

Lohtaja, Sirkea & Kaihovirta-Rapo, Minna 2007. Tehoa työelämän viestintään, puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle. WSOYpro, Helsinki.

Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto. Metropolia ammattikorkeakoulu.  
[Http://www.metropolia.fi/koulutustarjonta/liiketalouden-ala/liiketalous/ammattikorkeakoulututkinto/](http://www.metropolia.fi/koulutustarjonta/liiketalouden-ala/liiketalous/ammattikorkeakoulututkinto/). Luettu 23.4.2010

Meadows, H.D. & Meadows, D.C. & Randers, J. 1992. Beyond the Limits - Confronting Global Collapse of Sustainable Future. EarthScan publications limited, London.

Metropolia Ammattikorkeakoulu - Yhteisö, uudistaja ja kumppani. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Päivitetty 16.10.2009. [Http://www.metropolia.fi/tietoa-metropoliasta/](http://www.metropolia.fi/tietoa-metropoliasta/). Luettu 13.5.2010.

Moster, Helen 2010. Hyviä tyyppjä ei enää tarvita. Talouselämä (25).

Rohweder, Liisa 2004. Yritysvastuu - kestävä kehitystä organisaatiossa. WSOY, Porvoo.

Salo, Liisa 2010. Käyttäytymisesi on käyntikorttisi. Ammatillista asennetta etsimässä. Focus (1).

Tanskanen, Henna 2010. Vähemmän puhetta, enemmän tekoja. Tradenomi 4/2010.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi, Helsinki.

Åberg, Leif 2000. Viestinnän johtaminen. Inforviestintä, Helsinki.

Åberg, Leif 1997. Viestinnän Strategiat. Inforviestintä, Helsinki.

Åberg, Leif 2003. Viestintä -tuloksen tekijä. 9.painos. Inforviestintä, Helsinki.

Vuosikertomus 2009, Metropolia Ammattikorkeakoulu.  
[Http://www.metropolia.fi/fileadmin/user\\_upload/Yleiset/Vuosikertomukset/metropolia\\_vuosikertomus\\_fi\\_web.pdf](http://www.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/Yleiset/Vuosikertomukset/metropolia_vuosikertomus_fi_web.pdf). Luettu 13.5.2010.

## Kysymyslomake suomeksi

## Liiketalouden Code of Conduct

Teemme suunnitelmaa Liiketalouden Code of Conductin eli Koodin jalkauttamiseksi korkeakoulun arkeen, jota koskien pyydämme sinua vastaamaan oheisiin kysymyksiin. Tutkimusta tekee Kristiina Roikonen opinnäytetyönään. Koodi julkaistiin alkuvuodesta 2010 ja on saatavilla painettuna assistenteilta. Haethan omasi, jos et ole vielä saanut!

Nyt on mahdollisuus vaikuttaa, sillä kyselyn tuomia suuntaviivoja käytetään ideoinnin ja organisoinnin pohjana Koodin tapahtumissa. Mielipiteesi on tärkeä. Kysely tehdään Metropolia Ammattikorkeakoulun Liiketalouden henkilökunnalle. Kyselyn tuloksia käydään kootusti läpi toukokuussa Kehityspäivillä.

Vastaaminen vie aikaasi n. 10 minuuttia ja vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti. **Koko lomakkeen täyttäneiden kesken** arvotaan 2 hengen lahjakortti Flamingo Spa -kylpylään - omaan hetkeen tai vaikka lahjaksi! Arvonnin voittaja julkaistaan Kehityspäivillä.

## Henkilöstön näkökulma

1. Miten hyvin tunnet Koodin?

Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

1 = Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = Kohtalaisesti, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin

EOS = En osaa sanoa

**1 2 3 4 5 EOS**

**Tunnen Koodin...**



**Olen sitoutunut Koodiin...**

**Ymmärrän sen sisällön...**

2. Mistä olet saanut tietoa Koodista?

- Focus- lehti
- Koodi-vihkonen
- Seminaari
- Sähköposti
- Kahvipöytäkeskustelut
- Video
- Tuubi

3. Miten tärkeäksi koet Koodin Myyrmäen yksikössä?

Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

1 = Ei ollenkaan tärkeä, 2 = Melko merkityksetön, 3 = Kohtalainen, 4= Melko tärkeä, 5 = Erittäin tärkeä

EOS = En osaa sanoa

**1 2 3 4 5 EOS**

**Koodi on mielestäni...**

4. Miten Koodia voidaan hyödyntää Liiketalouden klusterissa?

Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

1 = Ei ollenkaan tärkeä, 2 = Melko merkityksetön, 3 = Kohtalainen, 4 = Melko tärkeä, 5 = Erittäin tärkeä

EOS = En osaa sanoa

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>EOS</b>
<b>Viestiminen, sähköisesti ja kasvotusten</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Vuorovaikutustaidot, ilmapiiriin vaikuttaminen ja kommunikointi</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ryhmätyöskentely</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Käytöstavat, vastuun ottaminen omasta käytöksestä</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Verkostoituminen</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Oletko reflektoinut toimintatapojasi Koodin pohjalta?

Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

1 = En ollenkaan, 2 = Melko vähän, 3 = Jonkun verran, 4 = Melko paljon, 5 = Erittäin paljon

EOS = En osaa sanoa

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>EOS</b>
<b>Olen...</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Tuntuuko Koodi konkreettiselta työvälineeltä tai asialta jota voisit hyödyntää työssäsi?

Valitse sopivin vaihtoehto

1 = Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = Kohtalaisesti, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin

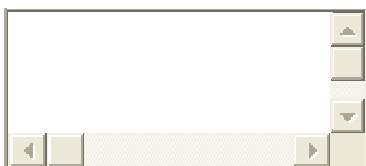
EOS = En osaa sanoa

**1 2 3 4 5 EOS**

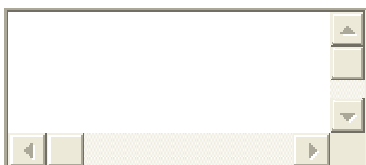
**Pystyn hyödyntämään Koodia...**

Jos valitsit 3-5, niin miten?

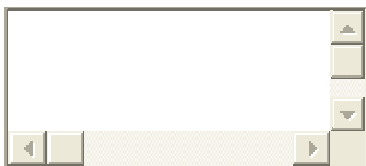
Jos valitsit 1-2 tai EOS, niin miksi?



7. Miten Koodin perehdyttäminen tulisi toteuttaa henkilöstölle?



8. Miten Koodin tulisi näkyä henkilöstön keskinäisessä toiminnassa ja viestinnässä?



Opiskelijanäkökulma

9. Mitkä keinot ovat tärkeitä Koodin jalkauttamisessa opiskelijoille?

Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

1 = Ei ollenkaan tärkeä, 2 = Melko merkityksetön, 3 = Kohtalainen, 4 = Melko tärkeä,  
5 = Erittäin tärkeä

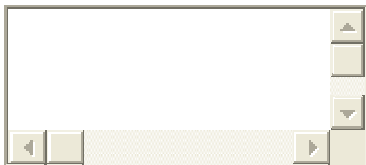
EOS = En osaa sanoa



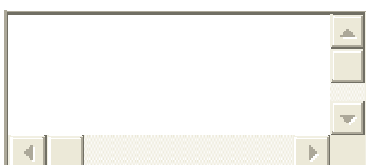


13. Miten Koodin tulisi näkyä visuaalisessa ympäristössämme?

Esimerkiksi Tuubi ja koulun seinät

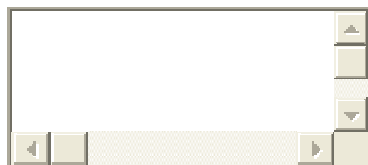


14. Miten Koodin tulisi näkyä kotisivuillamme Metropolia.fi?



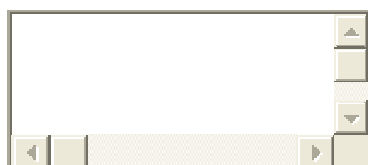
15. Jäikö jotain kysymättä tai täydennettävää aiheeseen liittyen?

Sana on vapaa



Arvontaan osallistuminen

Mikäli haluat osallistua kylpylalahjakortin arvontaan täytä sähköpostiosoitteesi tähän kenttään



## Kysymyslomake englanniksi

## Metropolia Business School – Code of Conduct

We are planning on how to implement the Code of Conduct, i.e. the Code, into the everyday lives of the staff and the students of the Metropolia Business School and we need your help with it, so please, take a few minutes to answer the questionnaire below. Kristiina Roikonen will use the results in her Bachelor's Thesis. The Code was launched at the beginning of 2010; get your own printed copy from the assistants!

Here is your chance to influence; the results and the ideas of the questionnaire will be used as the basis for planning and organising various events around the Code. Your feedback is highly appreciated. The questionnaire is for the staff of the Business School at Metropolia UAS. The results will be discussed in the Kehityspäivät (Development Days) in May 2010.

Answering the questionnaire will take around 10 minutes. All answers are confidential. **By answering all the questions** you will have a chance of winning a gift voucher for two persons to the Flamingo Spa. The lucky winner will be announced at the Kehityspäivät (Development Days).

## Staff Point of View

1. How well do you know the Code? Choose the most suitable option. 1= not at all, 2 = not very well, 3 = to some extent, 4 = quite well, 5 = very well, EOS = undecided

**1 2 3 4 5 EOS**

**I know the Code...**

**I am committed to the Code...**

**I understand the content of the Code...**

2. Where have you learned about the Code?

- Focus Magazine
- The Code Leaflet
- Seminar
- E-mail
- Coffee Break Conversations
- Video
- Tube

3. How important do you think the Code is in the Myyrmäki unit?

Choose the most suitable option:

1 = not at all important, 2 = not that important, 3 = important to some extent, 4 = quite important, 5 = very important,  
EOS = undecided

**1 2 3 4 5 EOS**

**I think the Code is...**

4. How could the Business School benefit from the Code?

Choose the most suitable option:

1 = not at all important, 2 = not that important, 3 = important to some extent, 4 = quite important, 5 = very important,  
EOS = undecided

**1 2 3 4 5 EOS**

**In communication, both electronic and face-to-face**

**Interaction skills, influencing the atmosphere and communication**

**In group work**

**Good manners, taking responsibility for your own behaviour**

**In networking**

5. Have you used the Code when reflecting on your way of doing things?

Choose the most suitable option:

1= not at all; 2 = not that much; 3= to some extent; 4 = quite a lot; 5 = very much;

EOS = undecided

**1 2 3 4 5 EOS**

**I have used the Code...**

6. Do you think the Code could be a concrete tool for you in your work?

Choose the most suitable option:

1 = not at all, 2 = not that much, 3 = to some extent, 4 = quite a lot, 5 = very much,

EOS = undecided

**1 2 3 4 5 EOS**

**I can use the Code in my work...**

If you chose 3-5, please explain how.

If you chose 1-2 or EOS, please explain why.



**WWW-pages**

**Game or other interactive method**

**Excursion**

10. How else could the students be included in the application of the Code?

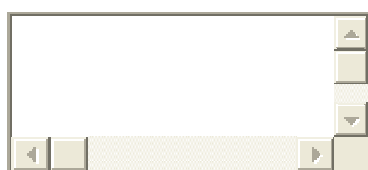
Choose the most suitable option:

1 = Not at all important, 2 = not that important, 3 = important to some extent, 4 = quite important, 5 = very important

EOS = undeci

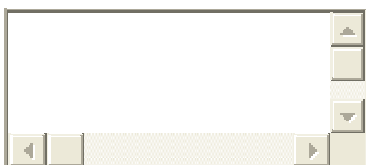
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>EOS</b>
<b>Fellow Student Guidance (Kummiopiskelijat)</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Tutors</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Co-operating with the Student Union</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Discussing the Code during the courses</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Other ideas? Please, share them.



Business Cooperation and Code Visibility

11. How could the Code be used in business cooperation?



12. What kind of events would you organise around the Code?

Choose the most suitable option:

1 = not at all important, 2 = not that important, 3 = important to some extent, 4 = quite important, 5 = very important

EOS = undecided

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>EOS</b>
<b>Theme Week</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Seminar</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Bulletin</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Lecture</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Visiting Lecturer</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. How should we incorporate the Code into our visual environment?

E.g. Tube, school walls

14. How should we make the Code visible on Metropolia's home page, metropolia.fi?

15. Any other comments relating to the Code? Please feel free to comment here!

## Draw

If you wish to enter the draw for the Flamingo Spa gift vouchers, fill in your e-mail address in the space below