



**MARKKINOINTIAINEISTON TUOTTAMINEN
KAINUUN AMMATTIOPISTON
KUHMON TOIMIPAIKAN
PUUALAN KOULUTUSOHJELMAN TARPEISIIN**

Tekijä Meeri Hannikainen

Kehittämishankeraportti
Toukokuu 2007



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**
Ammatillinen opettajakorkeakoulu

Tekijä(t) Hannikainen, Meeri	Julkaisun laji Kehittämishankeraportti	
	Sivumäärä 16	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen saakka	
Työn nimi Markkinointiaineiston tuottaminen Kainuun ammattiopiston Kuhmon toimipaikan puualan koulutusohjelman tarpeisiin		
Koulutusohjelma Ammatillinen opettajakorkeakoulu, ammatillinen opettajankoulutus		
Työn ohjaaja(t) Vänskä, Kirsti		
Toimeksiantaja(t) Kainuun ammattiopisto, Kuhmon toimipaikka		
Tiivistelmä Hankkeen tarkoituksena oli luoda markkinointiaineisto ja suunnitella markkinointikampanja puualan koulutusohjelman käyttöön. Aineiston avulla ammattiopisto toteuttaisi Kainuun ja osin Pohjois-Karjalan ja Kuusamon yläkoulujen yhdeksäsluokkalaisille suunnatun puualan markkinointikiertueen eri paikkakunnilla. Toisena kohderyhmänä olivat kyseisten paikkakuntien työvoimaneuvojat. Kuhmo elää puusta ja metsästä. Kaupunki on panostanut voimakkaasti puualan kehittämisohjelmaan. Paikkakunnalla on Pohjoismaiden suurin saha ja vastikään on aloittanut toimintansa puualan osaamiskeskittymä Woodpolis. Markkinointiaineistolle on tilaus, koska ammattiopisto haluaa varmistaa, että tulevana vuosina paikkakunnalla on käytettävissä riittävästi osaavaa työvoimaa puualan tarpeisiin. Markkinointikiertueen aineistoksi suunniteltiin massajakeluesite ja luokissa esitettävä power-point-diasarja, joka tukisi puualaa esittelevän opettajan sanallista tiedon jakamista. Peruskysymyksenä oli: Miten nuoret saadaan kiinnostumaan puualasta niin, että he valitsevat sen jopa ammatikseen? Valitettavasti kampanjaa ei voitu toteuttaa käytännössä, koska ammattiopiston Kuhmon toimipaikka käy läpi rankkoja rakenteellisia muutoksia, joista ei hanketta suunniteltaessa vielä tiedetty. Näin ollen hankkeen tuloksista ei pysty sanomaan mitään.		
Avainsanat (asiasanat) puuteollisuus, saha, ammatillinen koulutus, ammattitutkinto, opetus, ammatinvalinta, nuoriso		
Muut tiedot Työn erillisiä liitteitä ovat massajakeluesite ja power-point-esitys puualasta.		

Author(s) Hannikainen, Meeri	Type of Publication Development project report	
	Pages 16	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until	
Title Producing marketing material for the needs of wood industry sector in Kainuu Vocational College, Kuhmo		
Degree Programme Vocational Teacher Education College, Vocational Teacher Education		
Tutor(s) Vänskä, Kirsti		
Assigned by Kainuu Vocational College in Kuhmo		
<p>Abstract</p> <p>The aim of the project was to create and produce marketing material and plan a marketing campaign for the needs of the wood industry sector. With the help of the material Kainuu Vocational College would carry out a marketing tour in secondary schools in various cities in the region of Kainuu and its surroundings to tempt young students on the ninth grade to choose wood industry sector to be their future vocational examination. A second target group for the tour would be the officials in Employment Offices in the same cities.</p> <p>The city of Kuhmo has made considerable investments in creating a development program for wood industry. The largest sawmill in the Nordic countries is situated in Kuhmo and a wood industrial know-how center, called Woodpolis, has recently started functioning.</p> <p>The marketing material was planned to consist of a mass distribution brochure to be given to the students and a power-point presentation which would be shown in the classrooms during the tour. These materials would support the spoken information given by the touring teacher.</p> <p>The basic question is: How could we arise a big enough interest among the students in choosing wood industry as their career opportunity?</p> <p>Unfortunately the campaign couldn't be carried out. Kainuu Vocational Office goes through serious structural changes during a few years. They were not known when planning this project. That is why it is not possible to discuss any results of the campaign.</p>		
Keywords wood industry, sawmill, vocational examination, teaching, youth		
Miscellaneous Attachments: a mass distribution brochure and a power-point dia series.		

SISÄLTÖ

JOHDANTO	1
1 KEHITYSTEHTÄVÄN TAUSTAA.....	1
1.1 Puualan taitajia tarvitaan	1
1.2 Kainuun ammattiopisto puualan ammatillisena kouluttajana	2
1.3 Puualan kehitys Kainuussa.....	2
1.4 Miksi tarvitaan markkinointiaineistoa puualalle?	3
2 KEHITYSTEHTÄVÄN VIITEKEHYS.....	3
2.1 Yhteiskunnallinen näkökulma.....	3
2.2 Ammattiopiston näkökulma	4
2.3 Mitä seikkoja on otettava huomioon, kun kiinnostusta puualaan pyritään luomaan?	5
2.3.1 Kohderyhmänä nuoret.....	5
2.3.2 Sidosryhmä nimeltä vanhemmat	7
2.3.3 Työvoimatoimistot yhteistyökumppaneina.....	8
2.3.4 Kavereiden vaikutus.....	9
3 PUUALAN MARKKINOINTISUUNNITELMA	10
3.1 Kenelle markkinoidaan?.....	10
3.2 Milloin markkinoidaan?	10
3.3 Miten markkinoidaan?.....	10
3.4 Mitä aineistoa markkinoinnissa käytetään?.....	11
3.5 Kampanjan kustannusarvio	12
4 MARKKINOINTIAINEISTON TUOTTAMISPROSESSI.....	12
4.1 Esittelyaineisto diakuvin (power-point-esitys).....	12
4.2 Puualan massajakeluesite	14
6 MARKKINOINTITAPAHTUMAN TOTEUTUMINEN	14
7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA ARVIOINTI	15
LÄHDELUETTELO	
LIITTEET	
Liite 1. Kouluselvitys ja markkinointikierroksen suunnitelma	
Liite 2. Markkinointikampanjan kustannusarvio	

JOHDANTO

Tämä kehitystehtävä on toteutettu Kainuun ammattiopistossa ja se liittyy tekijän ammatillisen opettajan pätevyitysmiskoulutukseen. Pätevyitykseni ammattiala on liiketaloustiede. Niinpä tämänkin kehitystehtävän näkökulman pohjana on liiketaloustiede, tarkemmin sanottuna markkinointi.

Tehtävän tavoitteena on ollut laatia markkinointisuunnitelma, jonka avulla Kainuun ammattiopiston Kuhmon toimipaikka voisi tehdä puualan perustutkintoa tunnetuksi kainuulaisissa sekä muutamissa pohjoiskarjalaisissa ja kuusamolaisissa yläkouluissa. Lisäksi on tarkoitus informoida asiasta vastaavien paikkakuntien työvoimatoimistoja. Ne voivat jakaa tietoa eteenpäin asiakkainaan oleville nuorille aina sopivien tilaisuuksien tullen.

1 KEHITYSTEHTÄVÄN TAUSTAA

1.1 Puualan taitajia tarvitaan

Metsä on Kainuussa lähellä. Kuhmon kaupunki ja yritykset ovat ryhtyneet hyödyntämään monella tavalla lähiympäristönsä raaka-ainelähdettä. Kuhmossa sijaitsee Pohjoismaiden suurin saha-alan yritys Kuhmo Oy (perustettu v. 1955, sahaustoiminta aloitettu v. 1959), jolla on käytössään maailman uudenaikaisinta puunjalostuksen tekniikkaa. Kuhmo onkin mekaanisen puunjalostuksen johtava paikkakunta Kainuussa. Alan liikevaihdosta noin 45 % on peräisin Kuhmosta.

Kaupungissa on menossa (vuosina 2006–2012) mittava puualan kehittämisohjelma, Woodpolis-hanke. Hankkeen ensimmäisen vaiheen tavoitteita ovat uusien innovaatioiden ja järjestelmätuotteiden kehittäminen puurakentamisen tarpeisiin. Viime vuonna (2006) käynnistyi ns. koulutustehdas, jossa tarjotaan puualan yrityksille mahdollisuutta saada mekaanisen puunjalostuksen koulutusta. Koulutus suunnitellaan

asiakkaiden tarpeiden pohjalta, ja asiakkaiden käytössä ovat uudenaikaiset puuntyöstökoneet ja -laitteet. Woodpolis-hanke tekee yhteistyötä yliopistojen, korkeakoulujen ja paikallisen toisen asteen ammattiopiston kanssa.

Kaikkeen tähän toimintaan puuala tarvitsee ammattitaitoista työvoimaa. Mitä pitemmälle alaa paikkakunnalla kehitetään, sitä vankempi jalansija osaavalla työvoimalla on oman paikkakunnan työmarkkinoilla.

1.2 Kainuun ammattiopisto puualan ammatillisena kouluttajana

Kainuun ammattiopistossa voi suorittaa talonrakennusalan ja puualan perustutkinnon. Opisto on solminut yhteistyösopimuksen Woodpolis-hankkeen kanssa. Sopimukseen kuuluu mm. se, että opisto voi käyttää opetuksessaan tiettyjä Woodpolis-hankkeen puuntyöstökoneita. Näin opetus on käytännönläheistä ja edistää ammatillisen osaamisen kehittymistä. Kuhmon toimipiste on Kainuussa ainoa, joka on keskittynyt tässä laajuudessa puualan ammattiosaajien koulutukseen.

1.3 Puualan kehitys Kainuussa

Puualan toimialatilastoista (vuosilta 1999–2005) käy ilmi, että Kainuussa on ollut puualan yrityksiä vuonna 1999 yhteensä 126. Vuoteen 2005 mennessä alalta on poistunut 9 yritystä, ja jäljellä on siis 117. Jos tarkastellaan tilastoa kunnittain, huomataan, että siinä näkyy, miten Kuhmo on panostanut puualan kehittämiseen. Kaikissa muissa kainuulaisten kunnissa nimittäin kehityssuunta on ollut negatiivinen paitsi Kuhmossa, jossa puualan yritysten lukumäärä on lisääntynyt kyseisenä aikana 23:sta 25:een.

Yritysten määrän kehitys heijastuu tietysti suoraan alalle palkattujen henkilöiden määrään. Kuhmon lukujen lähtötaso on paikkakunnan kokoon nähden korkea. Se johtuu Kuhmo Oy:n koosta. Kuhmossa työskentelevien puualan työntekijöiden määrä on noussut tarkastelujaksolla 230:stä 241:een. Heistä pelkästään Kuhmo Oy:ssä on tällä hetkellä 145 henkeä. Muissa kainuulaisissa yrityksissä puualan henkilöstön määrä on tarkastelujaksolla pienentynyt.

Liikevaihto alalla on tarkastelujaksolla pienentynyt 151 m€:sta 134 m€:oon. Siinäkin Kuhmo on valtavirrasta poiketen kasvattanut puualan liikevaihtoaan 60 m€:sta runsaaseen 64 m€:oon.

Viennin osuus yritysten markkinoista sen sijaan on pienentynyt kauttaaltaan. Vähennys on koko alalla tarkastelujaksolla 34,7 %. Myös Kuhmon puualan yritysten vienti ulkomaille on vähentynyt, tosin keskimääräistä hitaammin. Vähennysprosentti on 17,8. Kuhmo Oy:n tuotannosta noin puolet (50 %) menee vientiin, joka suuntautuu noin 20 maahan, lähinnä läntiseen Eurooppaan ja Pohjois-Afrikkaan.

1.4 Miksi tarvitaan markkinointiaineistoa puualalle?

Markkinointiaineistoa tarvitaan, jotta voitaisiin paremmin levittää tietoa maakuntaan puualan tuomista opiskelu- ja työmahdollisuuksista. Näyttää siltä, että Kuhmosta on tulossa puualaan ja mekaaniseen puunjalostukseen keskittynyt paikkakunta. On luonnollista, että paikkakunnalla annettava koulutus tukee kaupungin kehittämiseksi luotuja suuntaviivoja. Tieto kouluttautumismahdollisuudesta ei vielä ole kovin laajaa, sen vuoksi sitä pitää levittää maakunnan muille paikkakunnille ja laajemmaltikin.

2 KEHITYSTEHTÄVÄN VIITEKEHYS

2.1 Yhteiskunnallinen näkökulma

Yhteiskunnan ja varsinkin talouselämän kuvioita leimaa nykyisin kiristynyt kilpailu. Se kärjistää yhteiskunnan vaatimuksia yrityksille. Yritysten pitää toimia aina vain tehokkaammin pärjätäkseen markkinoilla. Tehokkuuden vaatimus koskee niin yrityksen tuotekehittelyä, teknologiaa kuin henkilöstöäkin. Osaaminen on päivän sana.

Voidakseen pysyä mukana kehityksessä yritykset ovat kiinnostuneita saamaan työntekijöikseen tietysti vain parasta työntekijäainesta. Tämän päivän puualalla

tarvitaan työntekijöitä, joilla on edellytyksiä kouluttautua nykyajan edistyksellisen ja monimuotoisen konekannan hoitajiksi. Tehokkuutta tavoitellaan myös käyttämällä puuraaka-aine mahdollisimman hyvin hyödyksi.

Oppilaitoksen, ammattiopiston, tehtävänä on varmistaa, että alalle löytyisi riittävän paljon riittävän hyvää oppilasainesta, joka talonrakennus- ja puualan ammattitutkinnon suoritettuaan olisi valmis puualan yritysten palvelukseen. Kainuun paikkakunnat ovat melko pieniä, eikä omalta paikkakunnalta, Kuhmosta, välttämättä riitä opiskelijoita puualan tarpeisiin. Sen vuoksi tarvitaan laajempaa markkinointia.

2.2 Ammattiopiston näkökulma

Kehitystehtävässä tuotettavaa markkinointiaineistoa luodessani olen pitänyt mielessäni peruskysymyksen:

Millä tavalla tavoitettava kohderyhmä saataisiin kiinnostumaan puualan koulutuksesta niin paljon, että riittävän moni hakisi koulutukseen?

Ja vielä: Miten kohderyhmä yleensä voitaisiin tavoittaa?

”Yksilöiden väliset ominaisuuserot – riippumatta niiden alkuperästä – toimivat yksilönkehityksen jatkuvina säätelijöinä. Kussakin uudessa elämäntilanteessa ne kuvastuvat siinä, mikä on yksilölle helpompaa, mikä vaikeampaa oppia... Yleisesti sanoen, kyvyt ja luontumukset suuntaavat toimintaa ja näin myös toiminnan kautta tapahtuvaa oppimista.” (Rauste-von Wright–von Wright 1994, 59.)

Nuoren päätökseen koskien sitä, hakeutuuko hän johonkin koulutukseen vai ei, vaikuttaa mielestäni kolme asiaa:

- nuoren käsitys omista kyvyistään ja kiinnostuksen kohteistaan
- perheen, lähinnä vanhempien, näkemykset ja mielipiteet siitä, mihin ammattiin nuoren heidän mielestään pitäisi suuntautua ja mitkä ovat nuoren vahvuudet
- kaveripiirin mielipiteet ja esimerkki.

Tämän tehtävän tuottaman markkinointiaineiston pitäisi pystyä vaikuttamaan kaikkiin yllä mainittuihin kolmeen alueeseen – tai jos ei vaikuttamaan niin ainakin tuomaan

esille sellaista informaatiota, jonka avulla nuoren on mahdollista saada tietoa päätöksentekonsa pohjaksi.

Tuotettavan aineiston pitäisi sen vuoksi

- olla niin informatiivinen ja mielenkiintoinen, että se herättäisi nuoren kiinnostuksen puualaan, ellei sitä vielä ole syntynyt
- tavoittaa tavalla tai toisella myös nuoren vanhemmat, joilla on varmastikin suuri vaikutus niihin nuoren päätöksiin, jotka koskevat koko hänen elämäänsä
- pystyä saamaan myös nuoren kaveri vakuuttuneeksi puualan tarjoamista mahdollisuuksista.

Kysymys ei ole siitä, että kaikki esittelyaineiston kuulevat tai siihen tutustuvat saataisiin kiinnostuneiksi. Sellaista tavoitetta ei kuitenkaan saavuteta. Sen sijaan kunnianhimoisena tavoitteena voisi olla, että aineiston kautta voitaisiin tavoittaa ja löytää juuri ne maakunnallisesti ajatellen muutamat, jotka ovat alasta aidosti kiinnostuneita eivätkä aloita tätä opiskelua vain sen takia ”ettei muuallekaan päässyt”.

2.3 Mitä seikkoja on otettava huomioon, kun kiinnostusta puualaan pyritään luomaan?

2.3.1 Kohderyhmänä nuoret

Kohderyhmäläiset ovat varsin nuoria, vain noin 16-vuotiaita. Siinä iässä maailmankuva on vasta muodostumassa ja käsitys siitä, ”Mikä minusta isona tulee?”, voi muuttua moneen kertaan. Rauste-von Wrightin ja von Wrightin mukaan koulutuksen tehtävänä on mahdollistaa ihmiselle maailmankuva, joka on monipuolisempi ja avarampi kuin se, minkä hän voi saada arkielämän virikkeiden pohjalta (Rauste-von Wright & von Wright 1994, 94). Nuoren valmius sitoutua johonkin tiettyyn ammattiin voi kuitenkin olla melko matala. Elämä on kyllä edessä, mutta moni ei yksinkertaisesti tiedä, mitä haluaisi sillä tehdä. Kiinnostavaa koulutusta ja mahdollisia ammatteja tietysti löytyykin, mutta yllättävän monella tuntuu myös olevan se tilanne, että juuri mikään ei kiinnosta. Ehkä kysymys on jonkinäköisestä yleisestä apatiasta, johon opetustyössäkin tuntuu törmäävän silloin tällöin. Melko yleisiä nimittäin ovat vastaukset ”En tiijä” ja ”Ei kiinnosta”, kun opettaja yrittää innostaa nuoria

opiskelemaan paitsi ammattitaitonsa myös henkisen pääomansa lisäämiseksi. Sitoutuneisuus oman ja itselle mieluisan ammattialan etsimiseen ei siis monesti ole kovin korkea.

Dunderfeltin mielestä (Dunderfelt 1991, 86.) nuori ihminen on kyllä ruumiinrakenteeltaan ja älyllisesti valmis maailmaan ja yhteiskunnalliseen toimintaan, mutta monet nuoret viettävät silti vielä vuosia 'vaeltelemalla'. He etsivät omaa paikkaansa yhteiskunnassa ja varsinkin omaa itseään: mitä he todella haluaisivat ryhtyä tekemään.

Tietoisuus pätkätöiden yleisyydestä on myös omiaan laskemaan nuoren työ- ja opiskelumotivaatiota. Mitä kannattaa opiskella, kun tuloksena on kuitenkin vain sinnittely määräaikaissa ja suhdannevaihteluihin reagoivissa työsuhteissa?

Toisaalta monet nuoret ovat pätkätöiden mahdollisuuteen jo niin tottuneet, että eivät varmaan osaa vaatiakaan pysyvyyttä. On kai ajan hengen mukaista selviytymisstrategiaa, että aikaisemmin negatiivisena pidetyt lyhytaikaiset työsuhteet voivat olla nykynuorelle mahdollisuus eivätkä välttämättä uhka. Ammattiuran pitkäkestoinen rakentaminen ja siihen sitoutuminen eivät ole enää arvo sinänsä. Päinvastoin, ne estävät tai ainakin hankaloittavat nykyajan lyhytjännitteisen nuoren mahdollisuuksia etsiä koko ajan uusia tuulia elämänsä sulostuttajaksi.

Teknisten alojen, joihin puualakin kuuluu, opiskelijoiden sukupuolijakauma on vinohko. Perinteisesti tekniikan alat ovat olleen kovin miesvoittoisia. Edelleen on haaste saada tyttöjä hakeutumaan vaikkapa puualan ammattitutkinnon suorittajiksi. Se pitää ottaa markkinoinnissa huomioon. Alalle tosin on ainakin Kuhmossa hakeutunut tyttöjäkin. Heitä voisi vain olla enemmän.

Teknisistä aloista puualaa on kuitenkin helpompi "kaupata" tytöillekin kuin esimerkiksi auto- tai kone- ja metallialaa. Puuala koetaan ehkä inhimillisemmäksi, pääsevähän puualaa opiskelevat valmistamaan halutessaan kaappeja, lipastoja ynnä muuta kodin tavaraa, ja alalla näkee kättensä työn jäljen kenties muita teknisiä aloja selvemmin.

2.3.2 Sidosryhmä nimeltä vanhemmat

Nuorelle on erittäin tärkeää, että hänen vanhempansa ovat kiinnostuneita hänen tulevaisuudestaan ja hyväksyvät hänen valitsemansa ammatin.

Harvassa ovat ne nuoret, jotka pystyvät näin nuorina itsenäisiin ja vastuullisiin, pitkälle kantaviin ratkaisuihin. Dunderfeltin mielestä (Dunderfelt 1991, 80) ihmisen yksilöllisyys ei voi vielä nuorena puhjeta täyteen kukkaansa, mutta nuoruudessa alkaa yksilöllisyyden valmistelu- ja kokeilu-aika. Nuoren kehitykseen kuuluu protestointi vanhempia ja muita auktoriteetteja vastaan. ”Ehkäpä se on usein liioitellultakin näyttävää pyrkimystä olla erilainen tai toimia eri tavoin kuin vanhemmat ovat tahtoneet, jotta omat päätökset ja ratkaisut tuntuisivat todella omilta...” (Lehtinen ja Kuusinen 2001, 35.) Vanhemmilla on silti edelleen ainakin jonkinlaista sananvaltaa nuortensa valintoihin, ja ennen kaikkea heillä on jo ikänsä ja elämäkokemuksensa takia laaja-alaisempaa näkemystä elämästä.

Se, minkälainen vaikutus vanhemmilla on nuortensa päätöksiin, riippuu heidän tavastaan kasvattaa lapsiaan. Liisa Keltikangas-Järvinen jakaa vanhemmat kasvatusmalliensa mukaan kolmeen ryhmään:

Autoritaariset vanhemmat vaativat lapsiltaan tottelevaisuutta ja haluavat lasten mukautuvan kaikessa heidän omaan arvomaailmaansa. Lapsista tulee näissä perheissä riippuvaisia ja passiivisia. Heiltä puuttuu itseluottamusta ja vastuuntuntoa.

Ohjaavat vanhemmat taas ohjaavat lasta keskustellen ja kuuntelevat lapsen perusteluja. He käyttävät harvoin pakotteita ja hyväksyvät lapsen yksilöllisyyden – ja myös heidän virheensä.

Kolmantena ryhmänä ovat *sallivat vanhemmat*, jotka eivät rankaise lapsia mistään vaan vahvistavat lapsen käytöstä. Näissä perheissä lapset saivat kannettavakseen liian suuren vastuun, sillä he saavat tehdä omaa ja usein koko perheenkin elämää koskevia päätöksiä. (Keltikangas-Järvinen 1998, 170–172.)

Kun ammattiopisto haluaa kampanjallaan vaikuttaa nuoren ratkaisuihin myös hänen sidosryhmiensä kautta, on vanhempien tavoittaminen erittäin tärkeä osa puualan markkinointisuunnitelman toteuttamista.

Peruskysymys kuuluu: Miten nuoren vanhemmat saataisiin kiinnostumaan puualasta niin, että he voisivat suositella sitä nuorelleen ammattialaksi ja vakuuttua sen tarjoamista vaihtoehtoista? Muutama ajatus tästä.

Ensinnäkin, vanhemmat tuntevat nuorensa ja heillä on hyvä käsitys hänen vahvuuksistaan ja muista ominaisuuksistaan. Varmaan tehokkainta markkinointi olisi, jos voitaisiin seuloa vanhemmista ne, jotka ovat sitä mieltä, että heidän nuorensa soveltuisi juuri puualalle. Monien käytännöllisten rajoitusten vuoksi se ei ole mahdollista. Yksi tärkeimmistä syistä on ajanpuute. Tämän kampanjan yhteyteen ei ole mahdollista liittää näin yksityiskohtaista markkinointia.

Toiseksi, on paljon vanhempia, jotka eivät ole tietoisia puualan tarjoamista mahdollisuuksista, tuskin tietävät sellaista olevan olemassakaan. Nämä vanhemmat ovat vailla selkeää perusinformaatiota; sen puutteen tämä kampanja pystyy korjaamaan – toivottavasti. Mutta miten?

Tässä yhteydessä on ajateltu etupäässä massajakeluesitteen mahdollisuuksia. Nuorten toivotaan vievän esitteen kotiinsa ja näyttävän sitä vanhemmilleen. Ehkä vanhemmat voitaisiin kutsua myös vanhempainiltaan. Yksi mahdollisuus on lähettää kohderyhmän vanhemmille osoitteellinen jakelukirje, jossa esitetään kutsu tulla vanhempainiltaan. Puualan opiskelumahdollisuuksista kerrotaisiin muun ohjelman yhteydessä.

2.3.3 Työvoimatoimistot yhteistyökumppaneina

Työvoimatoimistojenkin osuus on tärkeä. Joissakin toimistoissa nuoret työttömät on koottu jollekin tietylle neuvojalle. Tämä antaa hyvän mahdollisuuden levittää tietoa, koska tieto menee yhden ihmisen välityksellä keskitetysti kohderyhmänä oleville nuorille.

Voidakseen suositella hakeutumista puualalle työvoimatoimisto tarvitsee jaettavaa materiaalia, jonka pitäisi olla mahdollisimman yksinkertaista ja helposti käsiteltävää.

Tämän kehitystehtävän yhteydessä luotu massajakeluesite on pyritty tekemään tätäkin seikkaa silmälläpitäen.

Oma lukunsa on sitten se, miten esitteiden riittävyys voidaan työvoimatoimistoissa turvata. Miten saataisiin työvoimatoimistot tilaamaan esitteitä automaattisesti lisää, kun ne loppuvat? Muussa tapauksessa vaarana on tietokatkos. Tiedossani ei ole, miten työvoimatoimistot ovat esitehuoltonsa järjestäneet. Jos esitehuolto on yhden ihmisen, esim. aulaemännän, vastuulla, asia ei muodostu ongelmaksi. Hän huolehtii esitevarastojen täydentämisestä. Ongelmaksi asia voi muodostua, jos esitehuolto ei ole kenenkään työvoimatoimistossa työskentelevän erityisellä vastuulla, vaan se tilaa, joka puutteen huomaa. Jos kukaan ei huomaa esitteiden puuttumista, puualan esittely on virkailijoilla pelkästään muistin varassa. Ja sehän on rajallinen.

Toinen vaihtoehto on, että ammattiopiston henkilökunta pitää huolen siitä, että työvoimatoimistoissa on riittävästi puualan esitteitä. Varmaan tähän huolehtimiseen riittäisi soitto työvoimatoimistoihin kerran-pari vuodessa. Näistä soitoista huolehtiminen tulee ammattiopistossa kuitenkin antaa jonkun tietyn työntekijän huoleksi.

2.3.4 Kavereiden vaikutus

Vanhempiakin vahvempia vaikuttajia nuorten – niin tyttöjen kuin poikienkin – elämään ovat kaverit. Heidän edessään tuntuvat vanhemmatkin joskus joutuvan taipumaan. Kaverisuhteet ovat monimutkaisia, eikä tässä esiteltyllä markkinointikampanjalla ole suuria mahdollisuuksia tehdä kovin yksityiskohtaista työtä tällä sektorilla. Tulisi vain pitää huoli siitä, että nuorille välittyvä kuva puualasta yleensä olisi myönteinen ja tarjoaisi heille varteenotettavan vaihtoehdon heidän miettiessään elämänuraansa.

3 PUUALAN MARKKINOINTISUUNNITELMA

3.1 Kenelle markkinoidaan?

Kohderyhmänä ovat kainuulaisten peruskoulujen yhdeksäsluokkalaiset, jotka peruskoulun loppuessa ovat valinnan edessä: jatkaako lukiossa ylioppilaaksi vai suorittaako ammatillinen perustutkinto ammattiopistossa. Perustutkinnon jälkeen vaihtoehtoina ovat opintojen jatkaminen tai siirtyminen perustutkinnon pohjalta työelämään. Ammattiopiston opiskelijoiksi tulijat ovat siis iältään pääosin noin 16-vuotiaita. Opiskelu opistossa kestää kolme vuotta, joten useimmat valmistajat ovat 18-vuotiaita.

Toisena kohderyhmänä ovat kunkin kainuulaisen paikkakunnan työvoimatoimistot. On tärkeää, että työvoimatoimistot ovat tietoisia puualan opetuksesta Kuhmossa, jotta ne voivat suositella sitä paikkakuntansa nuorille tai ammattia vaihtaville aikuisille.

3.2 Milloin markkinoidaan?

Suunnitelma on tarkoitus toteuttaa kevään 2007 aikana siten, että tieto mahdollisuudesta opiskella puualaa Kuhmossa olisi ammatillisia linjavalintojaan miettivien tiedossa ennen kevään toisen asteen yhteishakua, joka alkaa helmikuun alussa.

Työvoimatoimistot on tarkoitus informoida asiasta kevään 2007 aikana.

3.3 Miten markkinoidaan?

Kaikki kainuulaiset yläkoulut oli tarkoitus kiertää tietyn suunnitelman mukaan. Kierrokseen sisällytettäisiin myös muutamia Pohjois-Karjalan puolella ja Kuusamossa sijaitsevia yläkouluja. Suunnitelmaa varten tein internetiä apuna käyttäen kartoituksen

kohderyhmään kuuluvista yläkouluista. Netistä löysin tiedot koulujen yhteyshenkilöistä sekä siitä, missä paikkakunnilla yläkoulut sijaitsevat ja paljonko niissä on oppilaita. Kainuussa on 14 yläkouluja. Pohjois-Karjalan ja Kuusamon kouluja suunniteltiin otettavaksi mukaan yhteensä 6, joten koulukierrokseen kuuluisi yhteensä 20 yläkouluja.

Tavoitteena on kertoa kouluissa puualan tuomista ammattinäkyksistä sekä innostaa oppilaita hakeutumaan alalle.

Kuhmo sijaitsee Kainuun ”reunalla”, joten matkat muihin maakunnan kouluihin ovat melko pitkät. Kouluvierailujen toteuttaminen järkevästi vaatii sen vuoksi kunnan suunnitelmaa.

Tein kaksi ehdotusta reittisuunnitelmaksi. Ne eivät vielä sisältäneet Pohjois-Karjalan ja Kuusamon kouluihin tehtäviä matkoja. Kummassakin matkasuunnitelmassa kierros olisi vaatinut eri tavalla ryhmitellen 6 matkaa. Kummassakin ehdotuksessa matkat jakaantuisivat vuodenvaihteen molemmin puolin viiden työviikon ajalle ja matkoilla oltaisiin suunnilleen yksi päivä viikossa.

Kiertäjänä ja markkinoijana toimisi Kainuun ammattiopiston Kuhmon toimipaikan puualan opettaja Tapani Huotari. Hänen edellytyksensä matkojen toteutumiselle oli se, että hän voisi niistä huolimatta jatkaa opetustyötään koko ajan. Sen vuoksi hänen ei voinut suunnitella olevan matkalla enempää kuin yhden päivän viikossa.

Kierros työvoimatoimistoihin keväämmällä 2007 vaatisi uutta matkasuunnitelmaa, jota ei vielä tehty.

Kouluselvytys ja matkasuunnitelmat ovat liitteenä 1.

3.4 Mitä aineistoa markkinoinnissa käytetään?

Puualan markkinointikierrosta varten sovittiin tuotettavaksi seuraavat aineistot:

- puualan esittelyaineisto diakuvina (power-point-esitys)

- puualan massajakeluesite yläkoululaisille ja työvoimatoimistoihin jaettavaksi

Esittelyvideon tekemistäkin harkittiin, mutta siitä luovuttiin paitsi taloudellisista myös aikataulullisista syistä: hankkeen toteuttamisaikataulun määräsi yhteishaun aikataulu. Idea koko kierroksesta taas syntyi sen verran myöhään, että aineiston tuottamisessa oli pakko keskittyä kaikkein oleellisimpaan, jotta kierros yleensäkin olisi saatu toteutetuksi.

3.5 Kampanjan kustannusarvio

Kustannusarvio kampanjalle tehtiin kahtena vaihtoehtona: ensimmäisen kustannukset on laskettu edellyttäen, että markkinoija liikkuu ammattiopiston omalla autolla. Toinen kustannusarvio pohjautuu kierrokseen, joka tehdään markkinoijan omalla autolla.

Kustannusarvio on liitteenä 2.

4 MARKKINOINTIAINEISTON TUOTTAMIS- PROSESSI

4.1 Esittelyaineisto diakuvin (power-point-esitys)

Kerroin esimiehelleni, ammattiopiston Kuhmon toimipaikan rehtorille, että pedagogisiin opintoihini kuuluu kehittämistehtävä, jonka aiheen toivoisin nousevan ammattiopiston todellisesta tarpeesta. Tällöin kävi ilmi, että ammattiopisto aikoo ryhtyä markkinoimaan puualan perustutkintoon tähtäävää koulutuslinjaa yläasteiden oppilaille Kainuussa ja että opisto oli jo käynyt neuvotteluja mahdollisuuksista saada puualan markkinointiin projektirahaa. Niinpä rehtori ehdotti, että minä tuottaisin tarvittavan markkinointiaineiston. Se sopi minulle erinomaisesti.

Vaikka päätöstä rahoituksesta ei vielä ollut, päätettiin tätä projektia ryhtyä suunnittelemaan, koska sen tiedettiin toteutuessaan aiheuttavan aikataulupaineita. Projektia varten perustettiin epävirallinen työryhmä, joka toimisi asiantuntijana ja tukena kehitystehtävää toteutettaessa. Työryhmään kuuluivat allekirjoittanut ja rehtori sekä yksi puualan vastuullisista opettajista.

Projektisuunnitelman raamit neuvoteltiin ja sovittiin työryhmässä. Todettiin, että puualan esittelyaineistoksi koulukäynneille tarvitaan jotakin enemmän kuin vain jaettava esite ja esittelypuhe. Power-point-ohjelmalla tuotettu diaesitys sai heti kannatusta. Alustavasti neuvoteltiin myös lyhyen, puualaa esittelevän videon tuottamisesta, mutta asiasta luovuttiin sekä ajanpuutteen että rahoituksellisten syiden vuoksi.

Minun tehtäväkseni tuli luoda diaesitys, ja työryhmä halusi nähdä sitä koskevat suunnitelmat. Koska varsinaista ajantasaista kuva-aineistoa puualan opiskelun arjesta ei ollut, päätettiin ottaa uusia kuvia opetustilanteista sekä paikkakunnalla sijaitsevan puualan osaamiskeskitymän, Woodpolisin, uudesta konekannasta. Lisäksi työryhmä hyväksyi ehdotukseni, jonka mukaan esityksen elävöittämiseen käytettäisiin tarpeen mukaan omia ottamiani puuaiheisia luontokuvia. Todettiin myös, että opetustilanteista kuvattuun aineistoon on hyvä ottaa mukaan henkilökuvia tämänhetkisistä puualan opiskelijoista, jotta kuva-aineistosta tulee todenmukaisempi. Se taas edellyttää kirjallisten lupien pyytämistä kuvattavilta opiskelijoilta. Luvat hankittiinkin.

Haastattelin puualan opettajia saadakseni selville kaikkein olennaisimmat asiat, jotka diaesityksessä pitäisi puualan opetuksesta olla. Kuvat opetustilanteista ja Woodpolisin konekannasta otti eräs ammattiopistomme työntekijä.

Oma prosessinsa oli selvittää, millaisia ehtoja ammattiopiston markkinointiosasto asettaa diasarjan ulkoasulle. Ammattiopiston käytäntönä on nimittäin, että kaikki opistoa esittelevä aineisto tuotetaan keskitetysti Kajaanissa sijaitsevan opiston päätoimipisteen markkinointiosastolla. Ohjeistus vaikutti aluksi varsin tiukalta ja epäilin törmäväni ongelmiin. Halusin tästä esittelyaineistosta nimittäin ”omannäköiseni”, koska aineiston ulkoasu on kuvien aiheita lukuun ottamatta kokonaan omaa tuotantoani ja aineisto liittyy opiskelujeni kehittämistehtävä-osioon. Onneksi markkinointiosasto suhtautui toiveisiini ymmärtäväisesti: minulta edellytettiin

vain, että käyttäisin jokaisen dian yläreunassa ammattiopiston väripalkkia ja virallista logoa.

Tein alustavan diaesityssuunnitelman, muokkasin kuvat ja valmistin diat. Esittelin suunnitelmani ja alustavan esityksen työryhmälle ja tein esitykseen tarvittavat muutokset työryhmän palautteen pohjalta.

4.2 Puualan massajakeluesite

Koska en ole graafisen alan ammattilainen, tukeuduin esitteen graafisen ilmeen suunnittelussa markkinointiosaston ammattitaitoon. Sovimme työryhmän kanssa esitteen tekstisisällön, valitsin diat kuva-aineistosta, kirjoitin tekstit ja tein esitteen alustavan sivusuunnitelman. Esitteen muodon olimme työryhmässä jo valinneet tekemäni esityksen pohjalta.

Ammattiopiston markkinointiosasto teki lähettämäni aineiston pohjalta esitteen graafisen suunnittelun. Olin lopputulokseen tyytyväinen.

6 MARKKINOINTITAPAHTUMAN TOTEUTUMINEN

Tämä markkinointikampanja ei valitettavasti koskaan toteutunut. Siinä vaiheessa kun aineisto oli saatu valmiiksi ja esittelykierroksen toteuttava opettaja oli juuri ottamassa yhteyksiä maakunnan yläkoulujen yhteyshenkilöihin, joiden tiedot olin hänelle toimittanut, tuli tieto suurista muutoksista, jotka koskevat Kainuun ammattiopiston Kuhmon toimipaikkaa. Kajaanin pääpaikalla tehtyjen päätösten mukaisesti Kuhmon toimipaikan puualan opetus lopetetaan, ja muutkin koulutuslinjat kokevat rajuja muutoksia. Tämä tieto tuli minulle täytenä yllätyksenä. Kolmivuotiselle linjalle ei oteta tulevana syksynä enää opiskelijoita. Nykyiset opiskelijat suorittavat tutkintonsa loppuun, missä vaiheessa sitten nyt ovatkin.

Perusteluna muutoksille on mm. väestöluokkien pieneneminen melko rajusti lähitulevaisuudessa.

Näin ollen on mahdotonta tietää, mitä markkinointikampanja olisi tuottanut, jos se olisi toteutettu. Kehitystehtävä jää sikäli puolinaiseksi, ikään kuin kuivaharjoitteluksi.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA ARVIOINTI

Markkinoinnin ajatellaan yleensä vaativan suuria ponnistuksia. Niin onkin laita, jos kuluttajalla ei alun alkaen tai luonnostaan ole kovin suurta tarvetta tai käyttöä jollekin tuotteelle tai palvelulle. Tarpeen ”herättäminen” on kovaa työtä. Tällaisista ”herätetyistä tarpeista” meillä jokaisella on kokemusta. Parempi tilanne markkinoijalla on, jos tuotteelle tai palvelulle on jo olemassa tarve, markkina-aukko. Jos aukon keksii, sopivankokoisen tuotteen tuottaminen siihen vaatii vain osaamista. Lisäksi tuote on tietysti saatettava kuluttajan tietoisuuteen.

Tässä tapauksessa tuote, koulutusohjelma, oli jo olemassa. Kysymys oli vain siitä, miten saada tieto siitä kaikille tarvitsijoille. Silloin markkinointia voidaan kuvata ajatuksella: oikea tuote oikeaan aikaan oikeassa paikassa. Eli, teemme koulutusohjelmamme tietäväksi juuri niille, joille se soveltuu, siellä missä he ovat ja juuri siihen aikaan, jolloin he sitä tietoa tarvitsevat. Jos tuote, aika ja paikka ovat oikeat, markkinoinnilta on lupa ja realistista odottaa myös tuloksia.

Arvelen, että laatimani aineisto olisi toiminut ihan hyvin siinä tarkoituksessa, johon se oli tehty. Tällainen näkemys on myös opettajalla, joka kierroksen olisi toteuttanut. Jos joutuisin tekemään vastaavanlaisen aineiston tulevaisuudessa toteutettavalle kampanjalle, tekisin varmaan samantyyppisen. Kampanja olisi varmaankin tuottanut myös tulosta, koska tämä aineisto olisi tukenut erittäin hyvin kiertävän opettajan omaa esiintymis- ja markkinoimisosaaamista. Aineistostahan tuli tavallaan ”hänen näköisensä”, koska hän oli mukana suunnittelutiimissä. Tiedän, että suullisesta esittelystä olisi tullut elävä ja tämän aineiston kanssa saumaton kokonaisuus. Olisi ollut mielenkiintoista osallistua yhteen matkaan ja nähdä kampanjan toimivuus käytännössä. Todella harmi, ettei se ollut mahdollista.

Kampanjaa oli palkitsevaa suunnitella, koska sen sisältö on aivan kokonaan oman suuntautumiseni mukaista ydinasiaa. Lisäksi minulla oli diasarjan tekemiseen melko vapaat kädet, ja esitykseni tyydytti ”tilaajaa”.

Siitä kokemuksesta, jonka olen saanut 16–18-vuotiaiden opettamisesta tähän mennessä, oli tämän aineiston suunnittelussa paljon hyötyä. Tehtävässä yhdistyivät ammatillinen (liiketaloudellinen) osaamiseni ja opettajakokemukseni.

Opettajakokemus antoi näkökulmaa markkinointiajattelulle, ja vastaavasti liiketaloudellinen ajattelutapa edesauttaa opettajan pedagogisessa tehtävässä. Näiden kahden asian yhdistyminen toi minulle kokonaan uutta ajateltavaa, ja uskon, että löytöni rikastuttaa jatkossakin opetustyötäni.

Lähdeluettelo

Dunderfelt, Tony 1991. Elämänkaaripsykologia. Helsinki: WSOY.

Keltikangas-Järvinen, Liisa 1998. Hyvä itsetunto. Juva: WSOY.

Lehtinen, Erno & Kuusinen, Jorma 2001. Kasvatuspsykologia. Juva: WSOY.

Rauste-von Wright, Maijaliisa & von Wright, Johan 1994. Oppiminen ja koulutus. Juva: WSOY.

Puualan toimintatilastot vuosilta 1999–2005.

Kainuun
ammattiopisto/Kuhmo
Puualan markkinointisuunnitelma
ESITTELYKIERROS

Liite 1

Kainuussa on peruskouluja (joissa luokat 7-9) 14 kpl.

	peruskoul. yläasteita	koulun nimi	osoite	rehtori	puh.	kanslisti	puh.
Hyrynsalmi	1	Iston koulu	Koskitie 2	Liisa Hankkila		Marketta Mulari	6155 4868
Kajaani	4	1. Keskuskoulu	Väinämöisenk. 28	Marjaana Aapakari	623 137	Rauni Laitala	623 469
		2. Kajaanin lyseo	Urho Kekkosenkatu	Martti Niemi	044 710 0137	Tuula Pappinen	622 367
		3. Kätönlahden koulu	Kätönkuja 7	Pentti Sirviö	632 6816	Mervi Härkönen	632 6812
		4. Hauholan koulu	Sotkamontie 22	Asko Koskivirta	044 710 0816		632 7021
Kuhmo	1	Tuupalan koulu		Onni Heikkinen	632 7022		613 4141
Ristijärvi	1	Keskuskoulu	Aholantie 28	Liisa Joensuu	044 710 0808	Anja Heikura	6155 5351
Paltamo	1	Yläaste	Korpitie 14	Veikko Kärki	6155 5350		6155 5351
					044 715 9334		
Puolanka	1	Yläaste	Koulukatu 2	Satu Kemppainen	6155 4654	Aune Kotimäki	6155 4652
Sotkamo	1	Tenetin koulu	Opint. 2 (Vuokatti)	Martti Määttä	044 288 5426	Marjatta Räisänen	6155 4451
Suomussalmi	2	1. Kirkonkylän koulu	Mannilantie 6A (Ss kk.)	Esko Pesonen	0400 197 233	Pirjo Virtanen	6155 8168
		2. Ruukinrannan koulu	Ruukintie 5	Ari Huttu	6155 8167		6155 8168
Vaala	1	Vaalan yläkoulu	Vaalantie 14	Raija Holappa (apreht.)	6155 5713		6155 5714
					6155 5736	Sirpa Kovalainen	6155 5735
Vuolijoki	1	Otanmäen koulu	Uunimiehent. 8	Kalevi Tervonen	044 777 3051		
					536 0196		
					0400 855 944		
					688 6321		
					044 715 7138		

Matkasuunnitelma I

			Km edestak.	Bensaa kuluu	Kustannukset talon autolla	Kustannukset omalla autolla
Matka 1: Kajaani						
Koulut	Keskuskoulu	Paikkakunta Kajaani	205	15,4	18,91	86,10
	Lyseo	"				
	Kätönlahden koulu	"				
Aika	1 päivä viikolla 49/06					
Matka 2: Kajaani ja Vuolijoki						
Koulut	Hauholan koulu	Kajaani	288	21,6	26,57	120,96
	Otanmäen koulu	Vuolijoki				
Aika	1 pv viikolla 50/06					
Matka 3: Kuhmo ja Sotkamo						
Koulut	Tuupalan koulu	Kuhmo	136	10,2	12,55	57,12
	Tenetin koulu	Sotkamo				
Aika	1 pv viikolla 50/06					
Matka 4: Suomussalmi ja Hyrynsalmi						
Koulut	Kirkonkylän koulu	Suomussalmi kk.	127	20,3	25,00	113,82
	Ruukinkankaan koulu	Ruukinkangas (Ämmänsaari)	9			
	Iston koulu	Hyrynsalmi	38			
Aika	1 pv viikolla 2/07		97			
Matka 5: Ristijärvi ja Paltamo						
Koulut	Keskuskoulu	Ristijärvi	99	18,0	22,14	100,80
	Yläaste	Paltamo	29			
Aika	1 pv viikolla 3/07		112			
Matka 6: Puolanka ja Vaala						
Koulut	Yläaste	Puolanka	150	28,3	34,78	158,34
	Vaalan yläkoulu	Vaala	60			
Aika	1 pv viikolla 4/07		167			
YHTEENSÄ			1517	113,8	139,94	637,14

Matkasuunnitelma II

		Paikkakunta	Km edestak.	Bensaa kuluu	Kustannukset talon autolla	Kustannukset omalla autolla	
Matka 1: Kajaani	Koulut	Keskuskoulu Lyseo Kätönlahden koulu	Kajaani " "	205	15,4	18,91	86,10
	Aika	1 päivä viikolla 49/06					
Matka 2: Kajaani ja Vuolijoki	Koulut	Hauholan koulu Otanmäen koulu	Kajaani Vuolijoki	288	21,6	26,57	120,96
	Aika	1 pv viikolla 50/06					
Matka 3: Sotkamo ja Paltamo	Koulut	Tenetin koulu Yläaste	Sotkamo Paltamo	244	18,3	22,51	102,48
	Aika	1 pv viikolla 50/06					
Matka 4: Suomussalmi	Koulut	Kirkonkylän koulu Ruukinkankaan koulu	Suomussalmi kk. Ruukinkangas (Ämmänsaari)	127 9	20,0	24,63	112,14
	Aika	1 pv viikolla 2/07		131			
Lisäksi		1 pv viikolla 2/07	Kuhmo/Tuupalan koulu				
Matka 5: Hyrynsalmi ja Ristijärvi	Koulut	Keskuskoulu Iston koulu	Ristijärvi Hyrynsalmi	99 29	16,9	20,76	94,50
	Aika	1 pv viikolla 3/07		97			
Matka 6: Puolanka ja Vaala	Koulut	Yläaste Vaalan yläkoulu	Puolanka Vaala	150 60	28,3	34,78	158,34
	Aika	1 pv viikolla 4/07		167			
			YHTEENSÄ	1606	120,5	148,2	674,5

Kainuun ammattiopisto/Kuhmo

Liite 2

Puualan markkinointisuunnitelma

Kustannusarvio

Kustannuslajit:

Materiaalikustannukset

Matkakustannukset

Päivärahat

Materiaalikustannukset:

Esitteen painatus 4000 kpl

€

1000

Matkakustannukset

talon auto oma auto

peruskoulukierros

148

675

päivärahat

84

84

työvoimatoimistokierros

121

549

päivärahat

70

70

Matkakustannukset yhteensä

423**1378**

Miksi opiskella juuri Kuhmossa?

- Puualan perustutkintoa voi vuoden 2007 yhteisvalinnassa hakea opiskelemaan Kainuussa vain Kuhmoon.
- Meillä on puualan ajanmukainen laitteisto ja osaaminen: puualan peruskoneiden lisäksi opit käyttämään tietokoneohjattuja laitteita suunnittelussa ja valmistuksessa.
- Teemme yhteistyötä kuhmolaisen puualan osaamiskeskittymän, Woodpolisin, ja kainuulaisten puualan yritysten kanssa.



KAINUUN
AMMATTIOPISTO

Tulevaisuutesi voi olla tässä. Hae.

Yhteishaku aika: 29.1.-20.2.2007

Kainuun ammattiopisto/Kuhmon toimipaikka
Piilolantie 47
88900 Kuhmo
Puhelin: (08) 6165 6953
Faksi: (08) 6165 6954
Nettiosoite: <http://www.kao.fi>
Sähköposti: etunimi.sukunimi@kao.fi



Nuori

Tule Kuhmoon opiskelemaan puualaa.





Meillä voit suorittaa kolmivuotisen puualan perustutkinnon.

Koulutusohjelmia on kaksi:
 - puusepän koulutusohjelma ja
 - sahateollisuuden koulutusohjelma



Meillä opiskelet

- ammatillisia tietoja ja taitoja 90 ov.

Opit:

- valitsemaan ja kuivaamaan puutavaraa käyttötarkoituksen mukaan,
- käyttämään koneita monipuolisesti ja turvallisesti,
- liimaamaan ja tekemään liitoksia,
- kasaamaan huonekaluja, ikkunoita, ovia ja kalusteita,
- pintakäsittämään puuta,
- raportoimaan työstäsi selkeästi sekä suullisesti että kirjallisesti.

Meillä opiskelet myös

- kaikille yhteisiä aineita 20 ov.
 - matematiikkaa
 - kieliä
 - tietotekniikkaa
 - yhteiskunnallisia aineita
 - liikuntaa

Lisäksi suoritat vapaasti valittavia opintoja 10 ov.



Puuala on mahdollisuus

Puuala kannattaa opiskella, koska puuala antaa valmiudet moniin työpaikkoihin

- sahoilla, höyläämöissä ja aihioeteollisuudessa
- huonekaluteollisuudessa: penkkipuusepät, konepuusepät, pintakäsittelijät
- rakennuspuusepänteollisuudessa: ikkunoiden, ovien, kiintokalusteiden ja parkettien valmistus
- talonrakennusalalla sekä
- muotoilijoina ja suunnittelijoina

Puualan etuja

- työ sisätiloissa
- nykYTEKNIikka mahdollistaa työn siisteyden
- säännöllinen työaika
- hyvät kehittämis- ja jatkomahdollisuudet





KAINUUN
AMMATTIOPISTO

Tule Kuhmoon
opiskelemaan
puualaa.



**Voit suorittaa
kolmivuotisen
puualan
perustutkinnon
Kainuun
ammattiopistossa
Kuhmossa.**

**Valittavanasi on kaksi koulutusohjelmaa:
- puusepän koulutusohjelma ja**

NYT UUTENA

- sahateollisuuden koulutusohjelma.



Puualaa kannattaa
opiskella.

Miksi?



Koska...

- o Puu on erittäin monipuolinen materiaali.

- o Puuala antaa valmiudet moniin työpaikkoihin:

- * sahoilla, höyläämöissä ja aihioiteollisuudessa

- * huonekaluteollisuudessa:

- penkkipuusepät, konepuusepät
pintakäsittelijät

- * rakennuspuusepänteollisuudessa:

- ikkunoiden, ovien, kiinto-
kalusteiden ja parkettien
valmistus

- * talonrakennusalalla sekä

- * muotoilijoina ja suunnittelijoina

Kainuussa oli v.
2005 lopussa
117
puualan yritystä.

Yritysten liikevaihto
v. 2005 lopussa
oli yhteensä lähes
135 milj. euroa.

Niissä oli
yhteensä
803
työntekijää.

Yritystyyppit
sahat
höyläämöt
aihioyritykset
huonekalutehtaat
rakennuspuusepänteollisuus
ikkuna- ja ovitehtaat
kalustetehtaat

Työpaikkoihin tarvitaan ammattitaitoista työvoimaa, joka osaa käyttää alan nykyaikaisia koneita ja atk-laitteita koneiden ja prosessinohjauksessa.





Puualan etuja

- * Puualan ammattityö tapahtuu sisätiloissa. Se ei riipu säästä.
- * Työ on siistiä, sillä nykyaikainen pölynpoisto on tehokas.
- * Säännöllinen työaika.
- * Hyvät mahdollisuudet kehittää itseään.
- * Työtehtäviä löytyy sekä miehille että naisille.



**Miksi opiskella juuri
Kuhmossa?**



Puualan
perustutkintoa voi
vuoden 2007
yhteisvalinnassa
hakea
opiskelemaan
Kainuussa vain
Kuhmoon.





KAINUUN
AMMATTIOPISTO



**Meillä on puualan ajanmukainen
laitteisto ja osaaminen.**

Puusepäntalan
peruskoneiden
lisäksi meillä
opetetaan
tietokoneohjattujen
laitteiden käyttöä
tuotteiden suunnittelussa
ja valmistuksessa.



W O O D P O L I S

- Järjestämme

koulutusta myös

Woodpoliksen

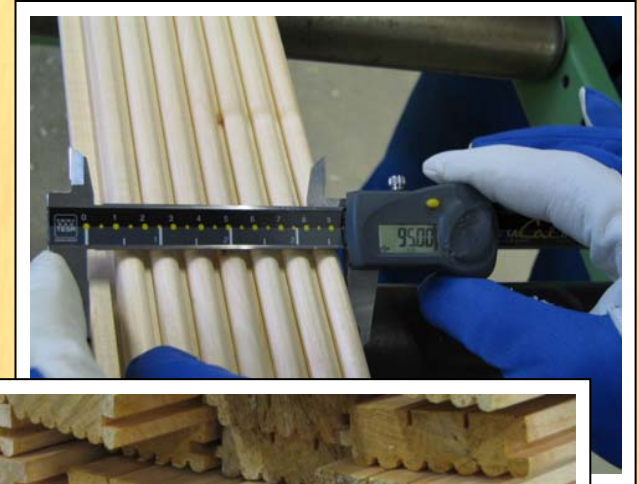
koulutustehtaassa.

- Kainuulaiset puualan

yrietykset tekevät yhteis-

työtä kanssamme.

p u u a l a n y r i t y k s e t





KAINUUN
AMMATTIOPISTO



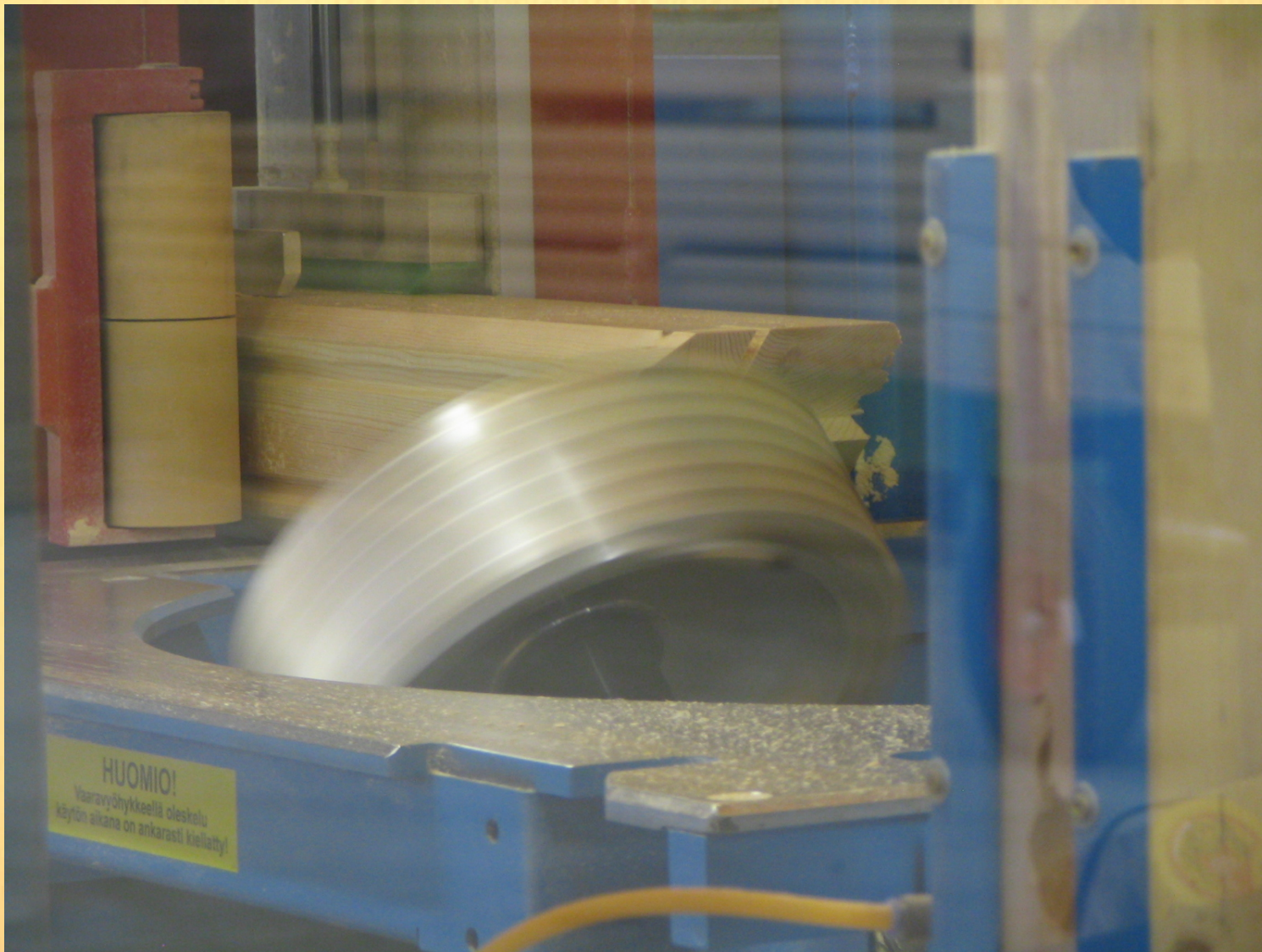


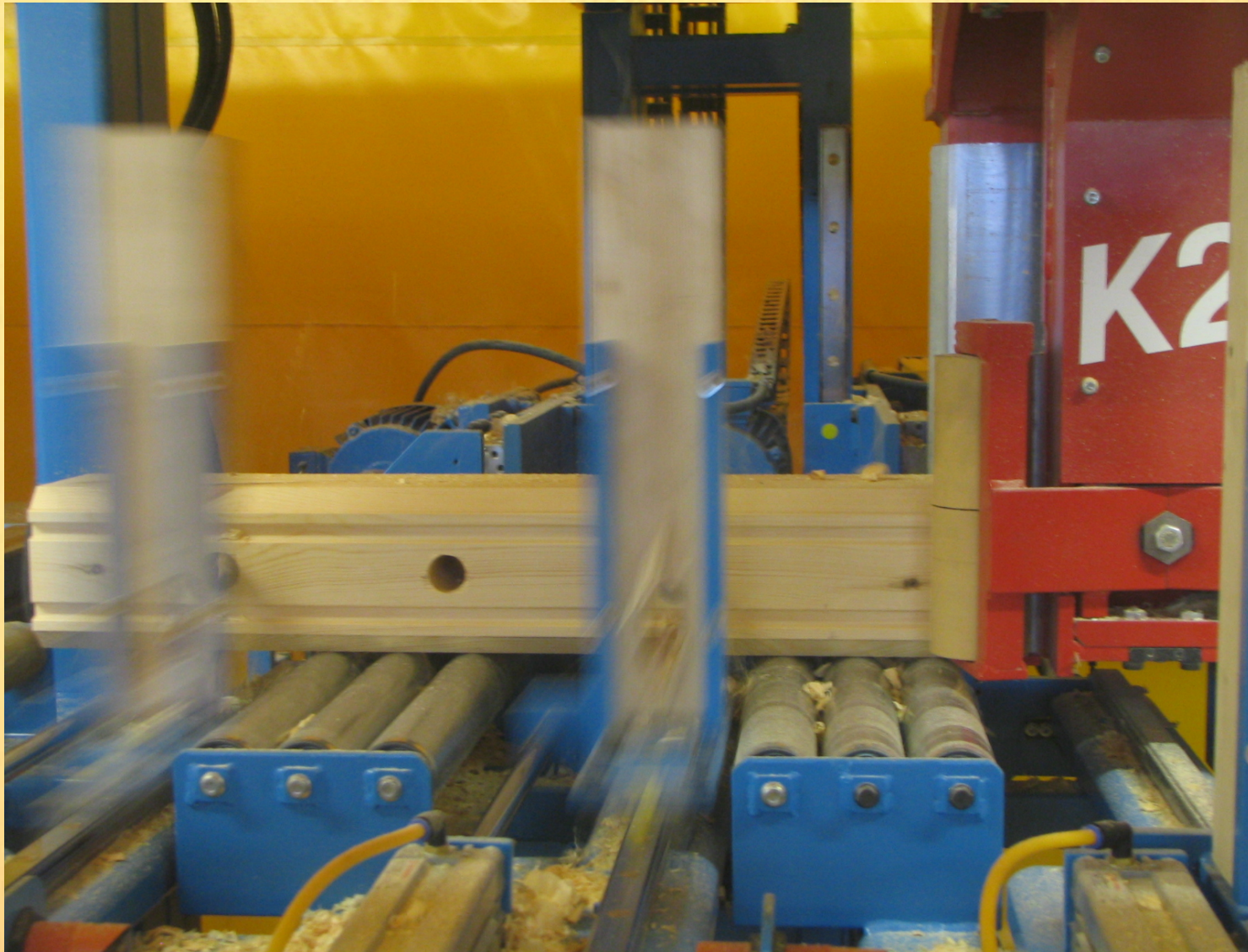
KAINUUN
AMMATTIOPISTO





KAINUUN
AMMATTIOPISTO







Kainuun ammattiopiston Kuhmon toimipaikka on viihtyisä oppilaitos. Oppilaitoksen yhteydessä on myös asuntola.

Meillä opiskelet

ammattillisia tietoja ja taitoja 90 ov.

Opit

- valitsemaan ja kuivaamaan puutavaraa käyttötarkoituksen mukaan,
- käyttämään koneita monipuolisesti ja turvallisesti,
- liimaamaan ja tekemään liitoksia,
- kasaamaan huonekaluja, ikkunoita, ovia ja kalusteita,
- pintakäsittelemään puuta,
- raportoimaan työstäsi selkeästi sekä suullisesti että kirjallisesti.



Meillä opiskelet myös

kaikille yhteisiä aineita 20 opintoviikkoa.

Niitä ovat

- * matematiikka,
- * kielet,
- * tietotekniikka,
- * yhteiskunnalliset
aineet ja
- * liikunta.



Lisäksi suoritat

vapaasti valittavia opintoja
10 opintoviikkoa.

Osa opiskelusta on
työssä oppimista alan yrityksissä.

Työssä oppiminen voi tapahtua
myös kotipaikkakunnalla.

Meiltä saat

hyvät perusvalmiudet hakeutua
työelämään tai jatko-opintoihin.

Voit opiskella lisääkin

- * Perustutkinnon jälkeen voit suorittaa ammattitutkinnon ja erikoisammattitutkinnon työn ohessa opiskellen.
- * Ammattikorkeakoulussa voit opiskella insinööritutkinnon ja päteväytyä alan suunnittelu- ja johtotehtäviin.
- * Yliopistossa voit suorittaa DI-tutkinnon.





KAINUUN
AMMATTIOPISTO

Tervetuloa
opiskelemaan
puualan
osaajaksi.

Yhteishaku

29.1.-20.2.2007

Puualan perustutkinnon
hakukoodi 863

Kainuun ammattiopisto

Kuhmon toimipaikka
Piilolantie 47
88900 Kuhmo

Puhelin (08) 6165 6953

Faksi (08) 6165 6954

Nettiosoite: <http://www.kao.fi>

Sähköposti: etunimi.sukunimi@kao.fi

Diasarjan suunnittelu: Meeri Hannikainen

Kuvien copyright:

Eira Piipponen:

Kuvat dioissa numero 2 (päälyskuva), 4, 6, 7, 9-11 ja 13-19

Meeri Hannikainen:

Kuvat dioissa numero 1, 2 (aluskuva), 3, 8, 12, 21 ja 23