

---

# **MUSTIALAN IMAGO**

Mielikuvat ja kokemukset



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma, maatilatalouden suuntautumisvaihtoehto

Mustiala, 04.04.2013

Antti Aaltonen



MUSTIALA  
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma  
Maatilatalous

---

<b>Tekijä</b>	Antti Aaltonen	<b>Vuosi</b> 2013
<b>Työn nimi</b>	Mustialan imago – mielikuvat ja kokemukset	

---

## TIIVISTELMÄ

Organisaatiosta mieleen tulevalla mielikuvalla eli imagolla on suuri merkitys nykyajan talouselämässä. Imago ei ole tärkeä ainoastaan yrityksille vaan myös kouluille. Mielikuvilla voi olla ratkaiseva vaikutus siihen, mihin nuori pyrkii opiskelemaan. Tässä opinnäytetyössä selvitetään Hämeen ammattikorkeakoulun (HAMK) Mustialan toimipisteen imagoa. Pääpainopiste on ammattikorkeakoulun nuorisosasteen imagossa. Toimeksiantajana toimii HAMK.

Imagosta puhutaan paljon, mutta sanalle ei ole aivan yksiselitteistä määritelmää. Yleensä sillä tarkoitetaan henkilön mielikuvaa jostakin. Imago voi muodostua monista asioista kuten kokemuksista, huhuista tai mainoksista. Organisaatiolle imagon rakentaminen on pitkäjänteistä työtä, jossa toiminnalla ja viestinnällä on merkittävimmät roolit. Imagon merkitys on suuri, koska se vaikuttaa moneen asiaan: esimerkiksi organisaation kuvaan työpaikkana, yhteistyökumppanina, opiskelupaikkana tai kouluttajana. Ääripäässä se voi ratkaista, menestyykö organisaatio vai ei.

Opinnäytetyössä hyödynnettiin olemassa olevaa liiketalouteen ja markkinointiin suuntautuvaa kirjallisuutta. Aineistoa aiheesta on tarjolla melko paljon. Opinnäytetyössä käytetystä ACID-testistä oli tarjolla hyvin vähän kirjallisuutta.

Tutkimusosiossa tutkittiin ACID-testin avulla, millainen Mustialan imago on opettajien ja opiskelijoiden keskuudessa. Tavoitteena oli saada mahdollisimman selkeä kuva siitä, minkälainen on tämänhetkinen imago. Kysely toteutettiin sähköisesti ja siinä hyödynnettiin Webropol-ohjelmaa.

Vastausten perusteella voidaan todeta, että Mustialan kokonaisimago on vastanneiden keskuudessa hyvällä tasolla. Parantamisen varaa kuitenkin löytyy esimerkiksi opetukseen liittyvissä asioissa. Yksi imagon kohottaja olisi opetusmaatilan parempi hyödyntäminen opinnoissa.

**Avainsanat** Imago, Mustiala, ACID-testi.

**Sivut** 31 s. + liitteet 12s.

Mustiala  
Degree Programme in Agricultural and Rural Industries  
Agriculture Option

---

<b>Author</b>	Antti Aaltonen	<b>Year</b> 2013
<b>Subject of Bachelor's thesis</b>	Mustiala's image– mental images and experiences	

---

ABSTRACT

Organizational image has an important role in the business economics of today. Image isn't only important to the companies but also to the schools. Organizational image may be a key factor for a young person deciding where to study. This thesis studies the organizational image of Mustiala unit of HAMK University of Applied Sciences. Focus of this thesis is on the organizational image of youth education. The commissioner of this thesis is HAMK University of Applied Sciences.

Organizational image can be based on several things such as experiences, rumors or ads. Creating organizational image is a long-term project, mainly consisting of the organization's activities and communications. Organizational image has a great influence as it impacts one's mental image of an organization as an employer, a cooperation partner, an educator or a place of study. In extreme cases it may even judge whether the company will succeed or not.

This thesis utilized the existing literature focusing on business economics and marketing. There was fairly lot of material available on these subjects. There wasn't much literature available on the ACID test which was used in the thesis.

In the research section, the ACID test was used to study the image of the Mustiala unit among teachers and students. The goal was to find out the current organizational image. The poll was electronically executed with the Webropol software.

Results indicate that the overall image of the Mustiala unit is good. However, there could be some improvements in the area of teaching, for example. Results also indicate that one way to boost organizational image would be a better utilization of the Mustiala educational farm.

**Keywords** Imago, Mustiala, ACID-test  
**Pages** 31 p. + appendices 12 p.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	IMAGO.....	1
2.1	Imagon määritelmät ja siihen liittyvät käsitteet .....	1
2.2	Imagon rakentaminen ja siihen vaikuttaminen.....	2
2.3	Imagon merkitys.....	4
3	HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU (HAMK) .....	5
3.1	Hämeen ammattikorkeakoulun toimintastrategia 2015.....	5
3.1.1	Nykytilanne .....	6
3.1.2	Hamk strategia 2015 pääkohdat .....	6
3.1.3	Toimintatavat.....	8
3.1.4	Kriittiset menestystekijät .....	8
4	HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU, MUSTIALA.....	8
4.1	Mustialan oppilaitoksen historia ja nykytilanne.....	8
4.2	Agrologi (AMK) .....	9
4.3	Mustialan agrologi (AMK) –koulutuksen imago .....	11
5	ACID–TESTI .....	11
5.1	ACID–testin luominen ja historia .....	11
5.2	ACID–testin toimintamalli .....	12
5.2.1	A = Actual identity eli todellinen identiteetti .....	14
5.2.2	C = Communicated identity eli viestitetty identiteetti.....	14
5.2.3	I = Ideal identity eli ideaalinen identiteetti.....	15
5.2.4	D = Desired identity eli toivottu identiteetti.....	15
6	ACID–TESTIN TOTEUTTAMINEN MUSTIALASSA.....	15
6.1	Tutkimusmenetelmät.....	15
6.2	Tutkimuksen eettisyys.....	16
7	OPISKELIJOIDEN VASTAUSTEN ANALYSOINTI.....	17
7.1	Pohjustavat kysymykset .....	17
7.2	Todellinen identiteetti .....	17
7.3	Kolme Mustialan opetusta kuvaavaa sanaa.....	18
7.4	Viestitetty identiteetti .....	19
7.5	Ideaalinen identiteetti .....	19
7.6	Avoimet kysymykset.....	20
7.6.1	Mikä Mustialassa on hyvää? .....	20
7.6.2	Mikä Mustialassa on huonoa? .....	20

7.6.3	Kerro jotain muuta.....	21
7.7	Ristiinvertailu.....	21
7.7.1	Actual →← Ideal.....	21
7.7.2	Actual →← Communicated.....	21
7.7.3	Actual →← Desired.....	22
7.7.4	Ideal →← Communicated.....	22
7.7.5	Ideal →← Desired.....	22
7.7.6	Desired →← Communicated.....	22
8	OPETTAJIEN VASTAUSTEN ANALYSOINTI.....	22
8.1	Pohjustavat kysymykset.....	22
8.2	Todellinen identiteetti.....	22
8.3	Kolme Mustialan opetusta kuvaavaa sana.....	23
8.4	Viestitetty identiteetti.....	24
8.5	Ideaallinen identiteetti.....	24
8.6	Avoimet kysymykset.....	25
8.6.1	Mikä Mustialassa on hyvää?.....	25
8.6.2	Mikä Mustialassa on huonoa?.....	25
8.6.3	Kerro jotain muuta.....	26
8.7	Ristiinvertailu.....	26
8.7.1	Actual →← Ideal.....	26
8.7.2	Actual →← Communicated.....	26
8.7.3	Actual →← Desired.....	26
8.7.4	Ideal →← Communicated.....	27
8.7.5	Ideal →← Desired.....	27
8.7.6	Desired →← Communicated.....	27
9	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISIDEAT.....	27
9.1	Johtopäätökset.....	27
9.2	Kehittämisideat.....	28
	LÄHTEET.....	30

Liite 1	Opiskelijoiden kysymykset
Liite 2	Opettajien kysymykset
Liite 3	Haluttu identiteetti

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Hämeen ammattikorkeakoulun Mustialan koulutus- ja tutkimuskeskuksen imagoa siihen liittyvien mielikuvien ja kokemuksien avulla. Toimeksiantaja työlle on Hämeen ammattikorkeakoulu. Mustialassa voi suorittaa agrologi (AMK) -tutkinnon nuorisoasteella ja aikuispuolella. Tässä opinnäytetyössä keskitytään selvittämään Mustialan ammattikorkeakoulun nuorisoasteen tämänhetkistä imagoa.

Koulun opiskelijana ja yritystalouteen sekä markkinointiin suuntautuneena aihe oli minulle mieluisa, koska nykypäivän talouselämässä puhutaan paljon imagosta ja brändistä. Näihin asioihin tutustuminen ja niiden ymmärtäminen on varmasti hyödyllistä.

Mustiala on Suomen vanhin maatalousoppilaitos. Opetusta on ollut aina vuodesta 1840 lähtien. Osana Hämeen ammattikorkeakoulua se on ollut vuodesta 1992. Kevät lukukaudella 2013 Mustialassa opiskelee 398 nuorisoasteen opiskelijaa. Koulun opetusmaatila koostuu pelloista, metsästä, teistä, joutomaista, kitumaista ja pihattonavesta.

Imagoa selvitettiin ammattikorkeakouluopiskelijoiden ja -opettajien keskuudessa. Lisäksi kysymyksiä esitettiin kahdelle koulun johtohenkilölle. Kaikille ryhmille tehtiin omat kysymykset. Tutkimuksen muodoksi valittiin Balmerin ja Soenen kehittänyt ACID-testi. ACID-testi sopii hyvin imagon tutkimiseen, koska siinä organisaation toiminta puretaan neljään eri osaan. Nämä neljä osa-aluetta ovat todellinen identiteetti, viestitetty identiteetti, ideaalinen identiteetti ja toivottu identiteetti. Näitä neljää osiota tarkastelemalla, yksittäin ja ristiinvertailemalla, voidaan havaita sekä hyvät että huonot tekijät, jotka vaikuttavat organisaation imagon kehitykseen. ACID-testi oli minulle tuntematon ennen opinnäytetyöprosessia.

Kaikki kyselyyn osallistuneet ryhmät vastasivat aktiivisesti kyselyyn. Yhteensä 105 opiskelijaa ja 12 opettajaa kävi kertomassa oman mielipiteensä Hämeen ammattikorkeakoulun Mustialan toimipisteen nuorisoasteen imagosta. Tulosten valossa koululla ei ole mitään suurta huolta, mutta parannettavaakin löytyy.

## 2 IMAGO

### 2.1 Imagon määritelmät ja siihen liittyvät käsitteet

Imago-käsite on otettu käyttöön Suomessa 1970-luvulla. Ihmisillä on useita ajatuksia siitä, mitä imago tarkoittaa. Yleisesti imago mielletään ihmisten mielikuvina siitä, mitä jokin on. Vuokko (2003,103) määrittelee imagon kaikkien niiden käsitysten summana, joita yksilöllä, yhteisöllä tai sidosryhmällä on organisaatiosta. Imago on siis subjektiivinen käsitys jostain kohteesta. Vuokko myös toteaa, että imago kuuluu yleisölle, ei

kohteelle itselleen. Vaikka hyvän imagon arvoa on vaikea mitata, on hyvä imago yritykselle todellista omaisuutta. Huono tai virheellinen yrityskuva eli imago voi hidastaa yrityksen kehittymistä tai jopa estää tavoitteiden saavuttamista. ( Vuokko 2003, 101.)

Suomen kielen perussanakirjan mukaan mielikuva on ”sisäinen, psyykinen kuva jostakin; kuvitelma; mieleen jäänyt vaikutelma jostakin; mielle” (Isohookana 2007, 20).

Mielikuvat (engl. imago, image) ohjaavat ajatuksiamme ja käyttäytymistämme. Se mitä ajattelemme toisistamme, eri yrityksistä ja organisaatioista, niiden tuotteista, palveluista ja siellä toimivista ihmisistä ohjaa tekojamme ja valintojamme (Isohookana 2007, 19–20). Mielikuvat ovat yksittäisten ihmisten mielissä ja ne ovat heidän todellisuuttaan. Ne aktivoituvat esimerkiksi, kun kohdataan yrityksen edustaja, vierailaan toimitiloissa, nähdessämme tuotteen kaupan hyllyllä ja huomattessamme yrityksen logon tai mainoksen. (Isohookana 2007, 20.)

Imagosta puhuttaessa on tärkeää ymmärtää, että imago on sitä, mitä todellisuudessa on olemassa. Imago ei siis koostu pelkästään siitä, mitä viestitään ulkopuolisille. Jos todellisuudessa ja viestitetystä imagossa on ristiriita, todellisuus vie voiton. (Grönroos 1998, 228.)

Imagosta puhuttaessa käytetään yrityskuva-käsitteen lisäksi sellaisia käsitteitä kuten organisaation persoonallisuus, organisaation identiteetti ja organisaation maine. Seuraavassa nämä kolme eri käsitettä on määritelty. (Vuokko 2003, 103.)

*Yrityksen persoonallisuus* = yrityksen ominaispiirteiden summa, esimerkiksi uudistumiskyky, ideointikyky, jäykkyys, avoimuus, sisäänpäinkääntyneisyys, aktiivisuus jne.

*Yrityksen identiteetti* = keinot, joilla yritys heijastaa persoonallisuuttaan eli yrityksen tietoiset tai tiedostamattomat viestit omasta persoonallisuudestaan esim. nimen, liikemerkin, värin, sijainnin, henkilöstön määrän ja laadun, henkilöstön käyttäytymisen, tuotteiden, palvelun, laitteiston, toimitilojen, esitteiden, mainonnan jne. avulla.

*Yrityksen maine* = yrityksestä yleisölle ajan mittaan syntyneet käsitykset. Maine koostuu syvällä olevista käsityksistä, ja sitä on siksi imagoa vaikeampi muuttaa. Maineessa usein yhdistyy eri sidosryhmien näkemyksiä.

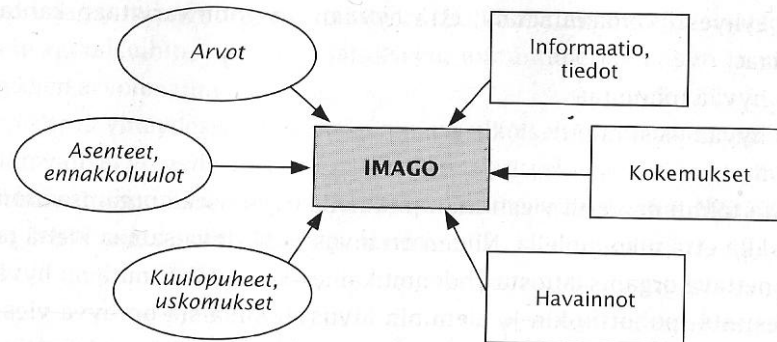
## 2.2 Imagon rakentaminen ja siihen vaikuttaminen

Organisaatio voi rakentaa ja kehittää itselleen vahvan imagon omalla viestinnällä ja toiminnalla. Imagon rakentamisprosessin voi tiivistetysti esittää viiden kysymyksen avulla:

- 1) Missä ollaan (nykytila-analyysi)?
- 2) Mihin halutaan mennä (tavoitetilamäärittely)?

- 3) Miten saadaan kaikki mukaan (sisäisen toiminnan ja viestinnän kehittäminen)?
- 4) Miten tehdään (ulkoisen toiminnan ja viestinnän kehittäminen)?
- 5) Mitä on saavutettu (muutosten seuranta ja analysointi)?

Aivan kaikkia elementtejä, joista imago syntyy, imagon luoja ei voi itse valita. Sen syntyyn vaikuttavat useat eri osatekijät kuten tiedot, uskomukset, asenteet, arvot, ennakkoluulot, kokemukset ja kuulopuheet. (Vuokko 2003, 111.)



Kuvio 1. Imagon elementit

Kuvion vasemmassa laidassa (ellipseillä kuvattuna) on elementtejä, joihin yritys ei pysty omilla toimillaan suoraan vaikuttamaan. Kuvion oikeassa laidassa on nelikulmioilla kuvattu ne yrityskuvatekijät, joihin organisaatio voi suoraan vaikuttaa: kohderyhmän tiedot ja kokemukset yrityksestä ja sen tuotteista. Näihin tulisikin vaikuttaa mahdollisimman tehokkaasti, jotta yrityskuva olisi mahdollisimman totuudenmukainen. (Vuokko 2003, 111.)

Imagoa rakentaessa tavoitekuva on se mielikuva, jonka organisaatio asettaa tavoitteekseen. Kunkin sidosryhmän mielessä olevan todellisen mielikuvan ja yrityksen tavoitemielikuvan tulee olla mahdollisimman lähellä toisiaan. Mikäli tavoiteltu mielikuva ja todellinen mielikuva eroavat toisistaan, tulee yrityksen pohtia syitä siihen. (Isohookana 2007, 20.) Imagoa luodessa on tärkeää, että mielikuva saadaan luotua sekä organisaation sisäisesti että ulkoisesti. (Rope & Mether 2001, 25.) Imagon parantaminen myöhemmin on mahdollista, mutta se voi viedä pitkän ajan, joten sen rakentaminen on tehtävä huolella. (Isohookana 2007, 21.)

Myöhemmässäkään vaiheessa organisaatio ei voi vaikuttaa kaikkiin mielikuviin vaikuttaviin osatekijöihin. Näihin kuuluvat esimerkiksi lehdistön kirjoittelu, huhut ja Internetissä kulkevat viestit. Tämän vuoksi organisaation tulisi säännöllisin väliajoin tarkastella, millaisia mielikuvia sidosryhmillä on sen toiminnasta, tuotteista ja palveluista. Jos mielikuvat poikkeavat tavoitteista, on pysähdyttävä miettimään, mistä tämä johtuu. Imagoon vaikuttaessa tulee olla aktiivinen viestittäjä ja valita oikea sanoma oikeaan kanavaan. Toiminnan muutoksilla on myös mahdollista vaikuttaa imagoon. (Isohookana 2007, 20–21.)



Vuokko (2003) muistuttaa, että mikäli organisaatio haluaa kehittää ulkoista imagoaan, tulee sen aloittaa työ organisaation sisältä. Kehittämisympäristö on se, että ensin tulee parantaa sisäistä viestintää ja toimintaa. Näiden toimien avulla pyritään parantamaan organisaation sisäistä imagoa. Kun sisäinen työ on tehty, lähdetään kehittämään ulkoista viestintää ja toimintaa. Imagon muutosprosessi on pitkäjänteistä työtä, eikä siihen riitä ainoastaan uusi yrityskuvamainoskampanja.

### 2.3 Imagon merkitys

Organisaation imagolla on merkitystä, koska se voi vaikuttaa hyvinkin voimakkaasti päätöksentekoomme ja valintoihimme. Oikeanlaisen imagon merkitys on kasvanut huomattavasti kansainvälistyvillä ja visualisoituvilla markkinoilla. Luotettava tuotokuva ja mielikuvat organisaatiosta ovat usein avainasemassa, kun valitaan yhteistyökumppaneita. (Imago on osa yrityksen brandia, n.d.) Voimme pitää yritystä hyvänä työnantajana, luotettavana tavarantoimittajana tai kiinnostavana asiakkaana. Toisaalta voi olla, että ajatukset ovat täysin päinvastaisia. Yritys voi olla huono työnantaja, epäluotettava tavarantoimittaja tai asiakas, joka ei ole erityisen kiinnostava. Nämä käsitykset ohjaavat sitä, millaista yhteistyötä olemme valmiit tekemään kyseisen yrityksen kanssa. (Vuokko 2003, 104–105.)

Imago muokkautuu asiakkaan mielessä palvelusta saatujen kokemusten perusteella. Hyvän palvelun myötä positiivinen imago vahvistuu ja huonon palvelun myötä negatiivinen imago voimistuu asiakkaan mielessä. (Ylikoski 2001, 137.) Positiivinen imago on hyvä turva organisaatiolle, koska se voi osaltaan suodattaa negatiivisia palautteita. Se myös luo hyvän kivijalan kaikelle toiminnalle. (Vuokko 2003, 107–108.)

Imagon vaikutus ulottuu useaan eri asiaan. Tästä syystä se on niin merkityksellinen. Organisaation imago vaikuttaa siihen

- mitä organisaatiosta puhutaan, kirjoitetaan tai kuvitellaan
- halutaanko organisaatiota suositella muillekin
- halutaanko sen kanssa tehdä yhteistyötä
- halutaanko siihen sitoutua
- halutaanko sinne hakeutua
- halutaanko siellä olla työssä
- onko henkilöstö ylpeä organisaatiostaan (Vuokko 2003,106).

### 3 HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU (HAMK)



Kuva 1. Hämeen ammattikorkeakoulun logo aiheuttaa näkijässä jonkinlaisen mielikuvan

Suomessa on yhteensä 27 ammattikorkeakoulua eli AMK:a ja niissä opiskelee 139 000 AMK-opiskelijaa. Hämeen ammattikorkeakoulussa näistä opiskelee noin 8600 opiskelijaa. HAMK:issa työskentelee 800 ihmistä, joista noin sadalla on tohtorin tai lisensiaatin tutkinto. Hämeen ammattikorkeakoulussa on mahdollisuus suorittaa ammattikorkeakoulututkinto, ylempi ammattikorkeakoulututkinto sekä ammatillinen opettajakorkeakoulututkinto. (HAMK-yleisesittely 2012 n.d.)

Hämeen ammattikorkeakoulu tarjoaa koulutusta useilla eri koulutusaloilla. Yhteensä koulutusaloja on kuusi ja koulutusohjelmia kolmisenkymmentä. Koulutusvaihtoehtoja on tarjolla myös englanninkielisinä. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon voi suorittaa kahdeksassa eri koulutusohjelmassa. Hämeen ammattikorkeakoulu on saanut tunnustusta valtakunnallisesti sekä koulutuksestaan että aluekehityksestään. Lisäksi HAMK sai vuonna 2011 suoritetusta laadunvarmistusjärjestelmän auditoinnista parhaimman kokonaisarvioinnin. (Tietoa HAMKista n.d.)

Kansainvälisyys on hyvin näkyvässä Hämeen ammattikorkeakoulussa. Korkeakoulussa opiskelee noin 500 ulkomaalaista opiskelijaa. Näiden lisäksi jokaisena lukuvuotena saapuu noin 150 vaihto-opiskelijaa vähintään kolmen kuukauden ajaksi. HAMK:lla on paljon kansainvälisiä yhteistyökouluja, joihin lähtee vähintään kolmen kuukauden ajaksi vuosittain noin 200 opiskelijaa Suomesta. (HAMK-yleisesittely 2012 n.d.)

HAMKin koulutuskeskukset sijaitsevat Hämeenlinnassa, Forssassa, Valkeakoskella, Riihimäellä, Lepaalla, Evolla ja Mustialassa. Koulutus- ja tutkimuskeskusten tavoitteina on kouluttaa nuoria ja aikuisia oman alansa huippuosaajiksi sekä tukea alueellista kehitystä. (Tietoa HAMKista n.d.; HAMK-yleisesittely 2012 n.d.)

#### 3.1 Hämeen ammattikorkeakoulun toimintastrategia 2015

Toimintastrategia luo pohjan sille, millaisen kuvan oppilaitos haluaa antaa itsestään. Toimintastrategiallaan ja sen toteuttamisella Hämeen ammattikorkeakoulu luo ja vahvistaa omaa imagoaan ja brändiään.

Hämeen ammattikorkeakoulu on luonut toimintastrategian vuoteen 2015 asti. HAMK haluaa järjestelmällisellä ja hyvin suunnitellulla toiminnalla kehittää itsensä kansainvälisesti arvostetuksi, toiminta-alueensa johtavaksi innovaatioiden ja yrittäjyyden edistäjäksi, väestön osaamistason kohottajaksi sekä joustavaksi työelämän yhteistyökumppaniksi ja uudistajaksi. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

### 3.1.1 Nykytilanne

Hämeen ammattikorkeakoululla on hyvät lähtökohdat toimintastrategian toteuttamiseen. Se on jo saavuttanut vakaan aseman kymmenen suurimman ammattikorkeakoulun joukossa ja sillä on monialainen koulutustarjonta. Opetushenkilökunta ja opetusmenetelmät ovat jo nyt laadukkaita. Tämä näkyy valmistuneiden opiskelijoiden hyvänä työllistymisenä. Kansainvälisyys, ylempi ammattikorkeakoulututkinto, mittava tutkimus- ja kehitystoiminta sekä suuri täydennyskoulutusyksikkö ovat myös Hämeen ammattikorkeakoulun nykytilan vahvuuksia. Parantamisen varaa on tällä hetkellä erityisesti koulun vetovoimassa. Jotta koulu voisi parantaa vetovoimaansa, tulisi sen vahvistaa omaa brändiään ja luoda yhä houkuttelevampi imago hakijoiden keskuudessa. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

### 3.1.2 Hamk strategia 2015 pääkohdat

Toimintastrategia vuoteen 2015 asti on jaettu kymmeneen pääkohtaan, joihin Hämeen ammattikorkeakoulu haluaa erityisesti keskittyä. Ensimmäisenä kohtana on koulutus- ja opetusprosessin kilpailukyvyyn parantaminen. Opetusta parannetaan vastaamaan työelämän haasteisiin yhä paremmin. Hämeen ammattikorkeakoulu on valmis uudistamaan opetusprosessejaan rohkeasti. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Toisena kohtana on tutkimus- ja palveluprosessin vaikuttavuuden parantaminen. Jo luotuja verkostoja ja liittoutumia vahvistetaan entisestään niiden vahvuuksia hyödyntäen. Opetus- ja tutkimustyötä ohjataan suuntaan, jossa niistä on kokonaisvaltaisesti eniten hyötyä. Näiden lisäksi HAMK tulee tukemaan toimialueellaan tapahtuvia hankkeita. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Tukitoimintojen tehon parantaminen ja laadun optimointi kuuluu strategian pääkohtiin. Hämeen ammattikorkeakoulu haluaa toimillaan varmistaa, että opiskelijoita ja opintoja koskevat tukiasiat ovat kunnossa. Niin tietojenhallintajärjestelmien kuin kiinteistöjen järkevään ja kustannustehokkaaseen käyttöön sekä niiden kehittämiseen kiinnitetään myös huomioita. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Asioiden ja tapojen oppiminen ei tapahdu aivan hetkessä. Hämeen ammattikorkeakoulu haluaakin olla mukana elinikäisen oppimisen edistämässä. Näin työelämän muuttuviin haasteisiin pystyttäisiin kouluttamaan aikuisiälläkin. Ajasta ja paikasta riippumattomien

koulutusprosessien kehittämien helpottaisi jo valmiiksi kiireisiä opiskelijoita ja työssäkäyviä, jotka haluavat kehittää myös jatkossa itseään. Hämeen ammattikorkeakoulu haluaisi tehostaa suurien ammattikorkeakoulujen välistä yhteistyötä. Yksilöllisesti suunnitelluilla ja räätälöidyillä opintojaksoilla pystyttäisiin mahdollistamaan tilauskoulutukset. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Hämeen ammattikorkeakoululta löytyy jo nyt useita eri vahvuuksia. Näitä vahvuuksia pyritään jatkossakin vahvistamaan. Esimerkiksi ammatillista väylää kehitetään ja sen hyödyntämistä parannetaan. Alueellisessa innovaatiotoimissa ja ylemmissä ammattikorkeakoulututkinnoissa HAMK haluaa olla alueensa ykköstoimija. Toimintaympäristö on varsin kansainvälistä, mutta kansainvälisyyttä halutaan tuoda esille entistäkin enemmän. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Useilla kouluilla ja yrityksillä on keskenään hyvin samanlaiset toimintatavat ja tavoitteet. Hämeen ammattikorkeakoulu haluaa omilla toimillaan erottua joukosta. HAMK on maininnut tavoitteekseen olla huippuosaamisen ykköskouluttaja. HAMK on maahanmuuttajien opettajakoulutuksen ja ohjaustoiminnan koulutuksen pioneeri. Näiden lisäksi se on Koulutus & tutkimus – keskuskonseptin luoja ja kehittäjä. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Uusilla strategisilla ratkaisuilla HAMK haluaa tehdä toiminnasta nopea-tempoisempaa ja ketterämpää. Voimavaroja tullaan keskittämään ja toimintaa hajauttamaan. Sisäiseen rahoitukseen halutaan tuoda lisää kannustavuutta. Verkon käyttö ja etätyöskentely ovat tämän päivän kouluelämässä yleisiä. HAMK haluaakin toimillaan lisätä virtuaalitoteutusten määrää opinnoissa. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

FUAS-liittoutuma on hieno esimerkki Hämeen ammattikorkeakoulun ja sen kumppaneiden toimivasta yhteistyöstä. Toimintastrategiassakin todetaan, että tärkeitä kumppanuuksia tulee olla myös jatkossakin. Näitä tärkeitä kumppaneita löytyy niin yrityssectorilta kuin muista oppilaitoksista.

Maailman talouselämän taantumus näkyy Suomen koululaitoksissakin. Ammattikorkeakoulujen rahoitusta on vähennetty merkittävästi. Uusi hallitus on tehnyt päätöksen leikata ammattikorkeakouluille suunnattua rahoitusta nopealla aikataululla 126 miljoonaa euroa. Leikkaukset toteutetaan vuoteen 2015 mennessä. Nämä leikkaukset tulevat varmasti näkymään HAMK:ssa. Hämeen ammattikorkeakoululle onkin tärkeää löytää itselleen ulkopuolisia rahoittajia rahoituspohjan laajentamiseksi. Organisaatio on asettanut minimitavoitteekseen, että 30 % rahoituksesta tulisi ulkopuolisilta rahoittajilta. Näitä tahoja voisivat olla esimerkiksi opetusministeriö, Sitra, Tekes, TE-keskukset ja Euroopan Unioni. (HAMKin strategia 2015 n.d.; Antikainen n.d.)

Jatkuva kehitys on elinehto, mikäli haluaa pysyä nykyajan kehityksen mukana. Viimeisenä kohtana HAMK onkin listannut parannusta ja kehitystä vaativat kohteet. Paljon kehuttu laadunvalvontajärjestelmä vaatii

jatkuvaa kehittämistä. Henkilöstöä halutaan tuoda yhä enemmän mukaan tavoitteiden asetteluun, tulosten seurantaan ja korjaaviin toimenpiteisiin. Saatu palaute tulisi pystyä muuttamaan teoiksi tehokkaammin. Työelämään tullaan olemaan jatkossakin tiiviissä yhteydessä, jotta koulutus vastaisi mahdollisimman hyvin työnantajien tarpeita. Yllämainitut asiat ovat vain esimerkkejä kehitettävistä kohdista. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

Näillä kymmenellä pääkohdalla Hämeen ammattikorkeakoulu lähtee parantamaan mainettaan ja imagoaan sekä opiskelijoiden että yhteistyökumppaneiden keskuudessa. Vuoden 2015 jälkeen onkin hyvä aika tutkia, onko parannusta kaivannut vetovoima lisääntynyt näiden toimien ansiosta.

### 3.1.3 Toimintatavat

Strategiassa mainitaan toimintatavat, joilla Hämeen ammattikorkeakoulu pyrkii saavuttamaan asetetut visiot ja tavoitteet. HAMK haluaa toimia tavalla, joka on tehokas, nopea ja palveluhenkinen. Näiden lisäksi Hämeen ammattikorkeakoulu pyrkii toimimaan organisaationa, jonka toiminta perustuu reilun kumppanuuden periaatteeseen sekä nopeaan ja tarkoituksenmukaiseen päätöksentekoon. Tavoitteellisen kehittymisen edellytyksenä ovat aktiivinen osallistuminen ja vaikuttaminen. Tavoitteiden toteutumista seurataan laadunvalvontajärjestelmällä, joka ulottuu Hämeen ammattikorkeakoulussa kaikkiin opetuksen vaiheisiin suunnittelusta käytännön toteuttamiseen ja asioiden kehittämiseen.

### 3.1.4 Kriittiset menestystekijät

Tavoitteiden toteutumiseen vaikuttavat useat eri menestystekijät. Jotta Hämeen ammattikorkeakoulu pystyisi saavuttamaan tavoitteensa, on näiden kriittisten menestystekijöiden täytyttävä. Ensimmäisenä menestystekijänä mainitaan tyytyväiset asiakkaat. Tämän edellytyksenä on se, että opiskelijat ovat alansa ammattilaisia valmistuessaan ja että palvelut ovat laadukkaita. Toisena kohtana on riittävä vetovoima. Tämä edellyttää ajanmukaista tarjontaa ja hyvää mainetta. Näiden asioiden täytyessä myös opiskelijat ovat motivoituneempia. Kolmantena on osaava henkilöstö. Neljäntenä ja viimeisenä kohtana on mainittu laadukkaat prosessit. Tämän edellytyksenä on jatkuva kehittyminen ja laadunvalvonta. Laadukkailla oppimismenetelmillä pystytään parantamaan opiskelijoiden valmiutta työelämään. (HAMKin strategia 2015 n.d.)

## 4 HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU, MUSTIALA

### 4.1 Mustialan oppilaitoksen historia ja nykytilanne

Mustialan oppilaitos sijaitsee Kanta-Hämeessä Tammelan kunnassa. Vaikka tässä opinnäytetyössä pyritään selvittämään Mustialan

ammattikorkeakoulun nuorisoasteen tämänhetkinen imago, niin ei sovi unohtaa, että Mustialan vahvalla historialla ja opiskelujen ulkopuolisella toiminnalla saattaa olla voimakas vaikutus Mustialan nykyiseen imagoon.

Mustiala on Suomen ensimmäinen maatalouteen keskittyvä oppilaitos ja se perustettiin Suomen Talousseuran toimesta. Mustialan maat määrättiin koulutuskäyttöön vuonna 1837 ja oppilaitos otettiin käyttöön vuonna 1840. Opiston oli määrä kouluttaa suurtilojen ja kartanoiden käyttöön lampureita, karjan- ja maatalouden hoitajia sekä maanviljelystyönjohtajia eli vouteja. Toisena tavoitteena oli kehittää suomalaista maataloutta. Vuodesta 1860 asti opisto on toiminut valtion alaisuudessa. Vuosina 1865-1908 Mustialassa sai Suomen korkeimman tason maanviljelysopetusta, tällöin koulusta valmistui agronomeja. Viimeiset agronomit Mustialasta valmistuivat vuonna 1908, jonka jälkeen sinne perustettiin maamiesopisto. Hämeen ammattikorkeakouluun Mustiala on kuulunut vuodesta 1992. (Mustialan opisto n.d.; Mustialan opisto 2012).

Tällä hetkellä Mustialassa toimii Hämeen ammatti-instituutin ja Hämeen ammattikorkeakoulun yksiköt. Mustiala on yksi Suomen kahdeksasta ammattikorkeakoulusta, jossa voi suorittaa agrologi (AMK) -tutkinnon. Ammattikorkeakouluopinnot on mahdollista suorittaa päiväopiskeluna nuorisoasteella tai vähemmän lähiopetusta sisältävällä aikuispuolella. Mustiala on osittain sisäoppilaitos ja merkittävä osa sen opiskelijoista asuukin koulualueella sijaitsevissa asunnoissa.

Kevätlukukaudella 2013 Mustialassa oli 56 toisen asteen opiskelijaa. Ammattikorkeakoulun nuorisoasteella opiskelijoita oli 398. Opetushenkilökuntaa on tällä hetkellä 25. (Oikarinen, haastattelu 25.3.2013; Koulutusohjelman henkilöstö n.d.).

Mustialan opetusmaatila koostuu 186 peltohehtaarista ja 908 metsähehtaarista. Näiden lisäksi koulualueella sijaitsee opetusnavetta, jossa on noin 60 lypsävää lehmää ja 20 nuorkarjaa. Opetustilalle on suunniteltu uuden navetan rakentamista. Opetusmaatilan konekanta pyritään pitämään nykyajan vaatimusten mukaisena, jotta opiskelijat saisivat parhaan mahdollisen kuvan koneiden kehittymisestä. Opetusmaatilaa pyritään hyödyntämään opetuksessa. (Miettinen, haastattelu 14.11.2012).

Oppilaitostoiminnan lisäksi Mustialan alueella toimii panimoravintola Iso Piippu ja maatalousmuseo. Alueella järjestetään myös paljon erilaisia tapahtumia. Erityisesti kesäaikaan se on suosittu häiden viettopaikka. (Mustialan opisto n.d.).

### 4.2 Agrologi (AMK)

Agrologi (AMK) on luonnonvara-alan ammattikorkeakoulututkinto, jonka voi suorittaa maaseutuelinkeinojen koulutusohjelmassa. Tutkinnon laajuus on yhteensä 240 opintopistettä eli norminmukainen opiskeluaika päiväopiskeluna on neljä vuotta. Hämeen ammattikorkeakoulussa opiskelijalla on mahdollisuus suorittaa tutkintonsa joko maatilatalouden

tai hevostalouden suuntautumisvaihtoehdossa. Koulutuskeskuksena toimii Tammelan kunnassa sijaitseva Mustiala. ( Agrologi AMK. n.d.)

Koulutuksessa noudatetaan ammattikorkeakoulututkinnon yleisiä osaamistavoitteita. Opiskelijalla tulisi olla riittävät oppimisen taidot ja hänen tulisi kyetä ottamaan vastuuta myös ryhmän oppimisesta. Tutkinnossa otetaan huomioon nykyaikana yhä enemmän esillä oleva eettisyys. Agrologin (AMK) onkin osattava työskennellä alansa vaatimien ammattieettisten periaatteiden mukaisesti. Vaikka useat valmistuneet agrologit (AMK) suuntaavatkin töihin omille tiloilleen yrittäjiksi, tulee heillä olla riittävät taidot työyhteisössä toimimiseen. Näihin taitoihin kuuluvat muun muassa viestintä- ja vuorovaikutustaidot. Kekseliäisyyttä ja ongelman ratkaisukykyä arvostetaan nykypäivän työelämässä. Tämän vuoksi ammattikorkeakouluissa opetetaan innovatiivisia taitoja. Globalisoituminen on esillä kaikkialla. Kansainvälisyyttä painotetaan yhä enemmän nykyajan koulutuksessa. Ammattikorkeakoulututkinnon yleisien osaamistavoitteiden lisäksi sekä maatilataloudessa että hevostaloudessa on omat oppimistavoitteet, jotka valmistuvan agrologin (AMK) edellytetään hallitsevan. Nämä oppimistavoitteet painottuvat biologian ja taloustiedon taitoihin. (Opetussuunnitelmat: maatilatalous. n.d.; Opetussuunnitelmat: hevostalous. n.d.)

Tutkinto koostuu suurimmaksi osaksi lähiopetuksesta, joka suoritetaan koululuokissa, konehallilla tai muualla aiheeseen sopivassa ympäristössä. Agrologin (AMK) koulutus sisältää opetusta hyvin monilta eri osa-alueilta. Aiheet vaihtelevat maataloushistoriasta nykypäivän verotukseen ja Euroopan Union tuomiin muutoksiin. Opinnoissa on tavoitteena saada opiskelija ymmärtämään kestävän kehityksen, yrittäjyyden ja innovatiivisuuden merkitys biotaloudessa. Opiskelijalla on mahdollisuus valita itselleen mieleisin pääaine ja sivuaineet. Näiden on tarkoitus tukea mahdollisimman hyvin opiskelijan tulevia ammatillisia tarpeita. Pää- ja sivuaineopinnoissa opetus on enemmän ainekohtaista ohjausta ja valmennusta. Pää- ja sivuainevalinnoista johtuen yksittäisten valmistuvien agrologien (AMK) tutkinnot voivat olla hyvinkin erilaisia. (Opetussuunnitelmat: maatilatalous. n.d.; Opetussuunnitelmat: hevostalous. n.d.)

Tutkinnon suorittamiseen kuuluu lähiopetuksen lisäksi kaksi pidempää harjoittelujaksoa. Ensimmäinen on 800 tunnin maatilaharjoittelu. Maatilaharjoittelu suoritetaan pääsääntöisesti ensimmäisen opiskeluvuoden jälkeisenä kesänä. Maatilaharjoittelun tavoitteena on saada kaikille opiskelijoille riittävän hyvä kuva toimivasta maatilasta sekä mahdollisuus tutustua maatilalan eri töihin. Toinen harjoittelujakso on 70 työpäivän mittainen erikoistumisharjoittelujakso. Harjoittelujakson yleisin suorittamisajankohta on kolmannen opiskeluvuoden jälkeinen kesä. Tämän harjoittelujakson tarkoituksena on tukea opiskelijan etenemistä asiantuntijaksi. (Agrologi (AMK) n.d.)

Tutkinnon kolmas suuri kokonaisuus on opinnäytetyö. Ennen valmistumistaan ammattikorkeakoulusta opiskelijan on aina tehtävä opinnäytetyö, jolla on tarkoitus kehittää opiskelijaa toimimaan

järjestelmällisesti, johdonmukaisesti ja tekemään itsenäisiä ratkaisuja. Opinnäytetyöllä pyritään myös osoittamaan, että opiskelijalla on riittävät taidot tietojensa soveltamiseen nykypäivän työelämässä. (Opinnäytetyö AMKissa. 2010.)

Valmistuessaan ammattikorkeakoulusta agrologilla (AMK) on hyvät lähtökohdat työelämään. Koulutus tarjoaa valmistuvalle agrologille (AMK) yrittäjyyden sekä työelämän näkökulmasta riittävät biologian tiedot, tekniset ja taloudelliset taidot. Työllistymismahdollisuuksia valmistuneella agrologilla on useita. Hän voi alkaa itsenäiseksi maaseutuyrittäjäksi tai muulle alalle yrittäjäksi. Agrologeilla (AMK) on myös hyvät valmiudet työskennellä ulkopuoliselle työnantajalle. Agrologien työtehtävät niin sanotussa palkkatyössä voivat koostua esimerkiksi maatalouteen ja maaseutuun liittyvistä yritystoiminnoista. Muita työllistäviä virkoja löytyy maaseudun kehittämishankkeiden suunnittelussa, ohjauksessa ja hoitamisessa. Agrologeja (AMK) toimii myös useissa asiantuntijan viroissa. Asiantuntijantehtäviä on tarjolla esimerkiksi ELY-keskuksissa, maaseutukeskuksissa, pankeissa sekä vakuutusosalalla. (Agrologi (AMK) n.d.; Opetussuunnitelmat: maatilatalous n.d.)

### 4.3 Mustialan agrologi (AMK) –koulutuksen imago

Mustialan agrologi (AMK)–koulutuksen ja opiston imagoon vaikuttavat keskeisesti sekä Hämeen ammattikorkeakoulun toimintatavat että Mustialan opetussuunnitelma. Koulutuksen ja opiston imago koostuu niin monesta asiasta, että niitä kaikkia on mahdotonta listata. Merkittävimpiä imagoon vaikuttavia tekijöitä ovat opetuksen laatu, opetustilat, yhteishenki, opetusmaatilan hyödyntäminen opetuksessa sekä opiskelijoiden taustat. Myös Mustialan vahvalla historialla saattaa olla vaikutusta sen tähänhetkiseen imagoon.

Opettajien silmissä imagoon vaikuttavat asiat voivat olla aivan erilaiset. Opettajille oppilaitoksen imagoon voi vaikuttaa edellä mainittujen lisäksi myös työnantajan joustavuus, palkka, työsuhte-edut ja opetuksen käytettävät resurssit.

Näitä kaikkia asioita pyritään selvittämään tässä opinnäytetyössä. Vastausten perusteella pyritään luomaan mahdollisimman tarkka kuva siitä, millainen on Mustialan kokonaisvaltainen imago.

## 5 ACID–TESTI

### 5.1 ACID–testin luominen ja historia

ACID-testin syntymisen taustalla on Britanniassa konsultointiyrityksiin kohdistunut empiirinen ja laadullinen tutkimus. Tutkimukseen valittiin mukaan Britannian 20 suurinta yritysten identiteetteihin keskittyvää



konsultointiyritystä. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään puolueettomasti konsultointiyritysten tekniikoita. Niitä vertailtiin imagoihin ja identiteetteihin liittyvään kirjallisuuteen. Tutkimuksessa käsiteltiin sekä konsultointiyritysten dokumentteja että teoreetikkojen luomia ajatuksellisia malleja yritysten imagosta ja identiteetistä. (Balmer&Soenen 1999, 69.)

Tutkimus tehtiin kolmessa osiossa. Ensimmäisessä osassa tehtiin haastatteluiden ja dokumenttien perusteella kattava analyysi konsultointiyritysten käyttämistä tekniikoista. Tutkimuksessa käytettiin haastatteluita, kirjoituspöytä tutkimusta ja sisällön analysointia. Toisessa osassa käsiteltiin yritysten identiteetteihin liittyvää kirjallisuutta. Viimeisessä osassa vertailtiin kahden ensimmäisen osan löydöksiä. (Balmer&Soenen 1999, 69.)

Tutkimus paljasti, että suurin osa organisaatioiden identiteettiin ja imagoon liittyvistä strategioista oli tehty yrityksen johdon luoman vision ympärille. Tämän lisäksi selvisi, että yrityksen ulkoasun muuttaminen oli yleisin tekniikka, jolla tehostettiin yrityksen imagon tai identiteetin muutosta. Visioon pohjautuvan strategian käyttö oli yleistä konsultointiyrityksissä. Tämä tulos oli ristiriidassa kirjallisuudessa esiintyvän kehityssuunnan kanssa, jonka mukaan yritys tarvitsi useita identiteettistrategioita kohtaamiaan haasteita vastaan. (Balmer&Soenen 1999, 69.)

Tutkijoille tuli selväksi, että olisi löydettävä uusi toimintamalli, joka yhdistäisi nämä kaksi erilaista näkökulmaa ja toimintatapaa. Uuden toimintamallin pitäisi pystyä auttamaan asiakasyrityksiä löytämään identiteettistrategiansa heikkouksia sekä selvittämään, mitä asioita tulisi ensisijaisesti muuttaa nykyisessä identiteettistrategiassa. Tämä uusi toimintatapa, joka pohjautui Abrattin vuonna 1989 esittämään tapaan, sai nimekseen The Acid Test of Corporate Identity Management. Tämän tutkimustavan kehitti vuonna 1999 John M. T. Balmer ja Guillaume B. Soenen. Uuden toimintatavan tarkoitus oli helpottaa yrityksen johtajia yrityksen identiteetin luomisessa ja ylläpitämisessä. (Balmer&Soenen 1999, 69-70.)

### 5.2 ACID-testin toimintamalli

Uutta tutkimuksen toimintamallia luodessaan Balmerilla ja Soenenilla oli seitsemän kriteeriä, jotka tutkimusmenetelmän tulisi täyttää. Nämä kriteerit olivat seuraavat:

- i. Sen pitäisi olla innovatiivinen ja sisältää parannuksia aikaisempiin tutkimusmenetelmiin nähden
- ii. Konsulttien tulisi osata käyttää sitä
- iii. Sen pitäisi pystyä parantamaan nykyisiä toimintatapoja
- iv. Sen pitäisi lisätä objektiivisuutta identiteetti johtamiseen ja konsultointiin
- v. Sillä pitäisi pystyä arvostelemaan yritysten identiteettistrategioita ja johtamista

- vi. Sen pitäisi olla helposti muistettava
  - vii. Sen pitäisi olla yksinkertainen
- (Balmer&Soenen 1999, 81.)

ACID-testin keskeinen ajatus on, että konsultit ja yrityksen johto pilkkoisivat yrityksen kokonaisidentiteetin neljään eri osioon; todelliseen, viestitettyyn, ideaaliseen ja haluttuun identiteettiin. (Balmer&Soenen 1999,83)

ACID-testiä toteuttaessa voidaan puhua The RED ACID Test prosessista. RED-sana tulee tutkimuksen lyhenteistä; Reveal, Examine, Diagnose. Suomennettuna järjestys olisi; paljasta, tutki ja määritä ongelma. (Balmer&Soenen 1999, 85.)

Ensimmäisessä osassa paljastetaan yrityksen neljä eri identiteettiä. Tämä tehdään auditoimalla. Kaikki neljä eri identiteettiä tulisi selvittää kerralla, jos tämä on mahdollista. Auditoinnin laajuus voi vaihdella konsultointiyritysten asiakkaiden välillä. Auditoinnin laajuus riippuu projektin koosta, asiakkaan tarjoaman materiaalin määrästä ja siitä kuinka hyvin asiakasyritys on jo valmiiksi suunnitellut omaa identiteettistrategiaansa. Auditoinnissa on tärkeää saada riittävä määrä tietoa jokaisesta identiteetistä, jotta tutkimus olisi luotettava. Esitutkimusta voidaan käyttää apukeinona, jos lähdemateriaalia on tarjolla niukasti. (Balmer&Soenen 1999, 86.)

Examine-osassa tutkitaan kuutta eri identiteettien yhtymäkohtaa ja suhdetta toisiinsa. Alempana käydään läpi nämä kuusi yhtymäkohtaa ja kerrotaan, mitä näissä kohdissa tulisi analysoida.

1. Actual →← Ideal

Onko organisaation asema toimialallaan optimaalinen? Heijastuuko sisäisissä arvoissa, työntekijöiden käyttäytymisessä, tuotteiden tai palveluiden laadussa ja johtamistavoissa ideaalisessa identiteetissä määritellyt arvot?

2. Actual →← Communicated

Kuvaako yrityksen viestintä todellisuutta? Vastaako yrityksen maine todellisuutta? Antaako ulkopuolinen taho, esimerkiksi lehdistö, yrityksestä realistisen kuvan?

3. Actual →← Desired

Vastaako yrityksen toiminta johdon visioita?

4. Ideal →← Communicated

Onko organisaation arvostus korkealla yrityksen toimialan ja kotimaan arvostuksen valossa? Kuinka paljon arvostusta voi parantaa?

5. Ideal → ← Desired

Ovatko yrityksen tavoitteet ja johdon visiot strategisesti järkeviä? Hyödyntävätkö ne kokonaisuudessaan yrityksen kykyjä ja markkinamahdollisuuksia?

6. Desired → ← Communicated

Onko yrityksen tavoitteet ja johdon visiot viestitetty selkeästi työntekijöille ja ulkopuolisille tahoille? Ovatko yrityksen maine ja kommunikointi yhteneväisiä johdon visioiden kanssa? (Balmer&Soenen 1999, 88.)

Kolmannessa osassa selvitetään, onko yksittäisessä identiteetissä tai niiden yhtymäkohdissa jotain vikaa. Tutkimuksen tavoitteena on näiden neljän eri identiteetin harmoninen toiminta. Yrityksen on tehtävä identiteetin kannalta korjaavia toimenpiteitä, jos näiden yhtymäkohtien välillä huomataan eroavaisuuksia. ACID-testiä käyttämällä konsultointiyritysten työ näiden eroavaisuuksien havaitsemiseksi helpottuu. (Balmer&Soenen 1999, 82–87.)

ACID-testi pakottaa yrityksen johdon pohtimaan syviäkin perusasioita, kuten mihin yritys keskittyy ja mikä on sen olemassaolon tarkoitus. Yrityksen johdon on myös hyvä pohtia, kuinka hyvin yrityksen identiteettistrategia vastaa tarpeita ja mitä muutoksia siihen mahdollisesti tarvitaan. (Balmer&Soenen 1999, 82–83.)

5.2.1 A = Actual identity eli todellinen identiteetti

Actual identity eli todellinen identiteetti viittaa arvoihin, joita yrityksen henkilökunta ja yrityksen johto arvostavat, ja kuinka konkreettisesti he tuovat niitä julki. Yrityksillä ja oppilaitoksilla voi olla hienoja toimintastrategioita ja brändikoodeja kirjoitettuna, mutta todellista identiteettiä testaamalla pystytään selvittämään, kuinka hyvin nämä seikat näkyvät nykytoiminnassa. Todellisen identiteetin alle voidaan sisällyttää lähes kaikki yrityksessä tai oppilaitoksessa tapahtuvat toiminnot ja toimintatavat. Käytännössä se tarkoittaa tuotteiden, palveluiden tai opetuksen laatua, yrityksen suorituskykyä, työntekijöiden käyttäytymistä sekä yrityksen itsensä käyttäytymistä toimintasektorillaan. Todellinen identiteetti muokkautuu ajan kuluessa. Siihen vaikuttaa esimerkiksi yrityksen omistajuus, johtamistavat, yrityksen toimintamuoto sekä toimintaympäristö. (Balmer&Soenen 1999, 83.)

5.2.2 C = Communicated identity eli viestitetty identiteetti

Viestitetyn identiteetin merkitys on kaksiosainen. Ensimmäisessä osassa se merkitsee, millainen maine yrityksellä tai oppilaitoksella on sen omistajien keskuudessa. Toisaalta se viittaa kaikkeen yrityksessä tai oppilaitoksessa tapahtuvaan viestintään ja ihmisten väliseen kommunikointiin. Viestintää on kahdenlaista. Se voi olla yrityksen

näkökulmasta joko kontrolloitavaa tai kontrolloimatonta. Kontrolloidulla viestinnällä tarkoitetaan mainontaa, pr-työtä ja kaikkea muuta viestintää, johon organisaatiolla on vaikutusvaltaa. Kaikkeen kommunikointiin ei kuitenkaan voi vaikuttaa. Kontrolloimattomalla kommunikoinnilla tarkoitetaan esimerkiksi työntekijöiden puheita, huhuja sekä median julkaisemia kommentteja organisaatiosta. Viestitetyn identiteetin muodostumiseen vaikuttaa esimerkiksi yrityksen kotimaa ja toimialan arvostus. Johtajien maine on erityisen tärkeää, mikäli toiminta on hyvin julkista. (Balmer&Soenen 1999, 83.)

Organisaatioille on hyvin tärkeää, millainen viesti heistä julkisuudessa liikkuu. Monissa tapauksissa viesti huonosta kokemuksesta tavoittaa enemmän vastaanottajia kuin viesti hyvästä kokemuksesta. Tämä kuvaa hyvin kontrolloimattoman viestinnän voimaa. Hyvin ohjattu ja suunniteltu viestinnällinen identiteetti houkuttelee asiakkaita yritykselle ja opiskelijoita oppilaitokselle.

### 5.2.3 I = Ideal identity eli ideaalinen identiteetti

Ideaalisella identiteetillä tarkoitetaan organisaation optimaalista asemaa toimintaympäristössään. Ideaalinen identiteetti on ajatuksellinen käsite, joka edustaa optimaalista tilannetta. Optimaaliseen tilanteeseen pääsemiseen vaikuttaa useat eri asiat. Se on ympäristön, teknologian, kilpailun, teollisuuden trendien, kuluttajatottumusten ja sosiaalisen ympäristön summa. Organisaation ideaalinen identiteetti riippuu myös organisaation toimialan yleisestä identiteetistä. (Balmer&Soenen 1999, 83.)

### 5.2.4 D = Desired identity eli toivottu identiteetti

Toivottu identiteetti on johdon visio ja organisaation yhteinen tavoite siitä, miltä organisaation kokonaisidentiteetin tulisi näyttää. Toivottu identiteetti on yleensä organisaation johtajien ja vaikutusvaltaisten henkilöiden luoma kuva siitä, mitä organisaatio edustaa ja miten organisaatio itseään edustaa. Toivottu identiteetti on looginen luomus, jota ei voi konkreettisesti mitata. Vuosiraportit ja toimintasuunnitelmat saattavat antaa täydellisen loogisen kuvan yrityksen toiminnasta. Näihin on kuitenkin piilotettu johtohenkilöiden fantasioita, jotka liittyvät organisaation tulevaisuuteen. (Balmer&Soenen 1999, 84.)

## 6 ACID-TESTIN TOTEUTTAMINEN MUSTIALASSA

### 6.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksessa hyödynnettiin Webropol-ohjelmaa ja tutkimus toteutettiin sähköisesti. Kyselylomake laadittiin Internetiin ja linkki kyselyyn lähetettiin kaikille vuosina 2008-2012 Mustialassa aloittaneille ammattikorkeakoulun nuorisosaasteen sähköpostilistalla oleville

opiskelijoille. Opettajien kysymyksiin pääsivät vastaamaan kaikki opettajien sähköpostilistalla olevat henkilöt. Toivottua identiteettiä selvitettiin kahdelta Mustialan johtohenkilöltä. Myös heille kysymykset lähetettiin sähköisessä muodossa. Vastausaikaa opiskelijoilla oli yhdeksän päivää, opettajilla seitsemän päivää ja johtohenkilöillä yhdeksän päivää.

Tutkimuksen määrällisessä osassa käytetyillä kyselylomakkeilla pyrittiin selvittämään mahdollisimman hyvin kaikki neljä eri identiteettiä. Opiskelijoiden kyselylomaketta testattiin ennen sen lähettämistä. Testivastaajilta saadun palautteen mukaan sitä muokattiin lopulliseen muotoonsa. Toivotun identiteetin selvittämisessä käytettiin kahdeksaa avointa kysymystä, joilla pyrittiin selvittämään, millainen olisi Mustialan toivottu tilanne tällä hetkellä ja tulevaisuudessa. Opiskelijoiden ja opettajien kyselylomakkeessa jokaisen identiteetin kohdalle oli luotu joukko kysymyksiä, joihin he saivat vastata oman mielipiteensä mukaan. Kyselylomakkeessa käytettiin asteikkoa 5-1. 5 = täysin samaa mieltä, 4 = jonkin verran samaa mieltä, 3 = en osaa sanoa, 2 = jonkin verran eri mieltä, 1 = täysin eri mieltä.

Laadullisessa tutkimusosassa vertailtiin saatuja vastauksia yksittäin ja keskenään, jotta saataisiin mahdollisimman hyvä kuva neljästä identiteetistä, niiden yhtymäkohdista ja mahdollisista korjaustarpeista. ACID-testi sopi hyvin tutkimuksen toteuttamiseen. ACID-testin avulla vastaukset saatiin analysoitua hyvin tarkasti. Vastausten käsittelyssä hyödynnettiin Webropol-ohjelmaa.

Tutkimus olisi mahdollista toteuttaa myöhemmin uudelleen ja vertailla saatuja vastauksia. Tällä tavoin HAMK voisi seurata, onko Mustialan imago tapahtunut muutoksia. Tutkimus voitaisiin toteuttaa uudelleen esimerkiksi vuonna 2017, jolloin saataisiin kokonaan uudet vastaajat.

## 6.2 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimus pyrittiin toteuttamaan mahdollisimman eettisesti. Kaikki vastaajat saivat vastata anonyymisti. Tutkimuksen toteuttaja ei itse vastannut kyselyyn.

Tutkimuksessa käytetyt kysymykset pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeiksi ja helposti ymmärrettäviksi. Tällä varmistettiin mahdollisimman luotettavat vastaukset. Selkeät kysymykset myös helpottivat vastausten analysointia. Tutkimuksessa käytetyt kysymykset pyrittiin luomaan myös mahdollisimman tarkasti, jotta ne kuvaisivat parhaiten kysyttyä identiteettiä. Tällä varmistettiin se, että jokaisesta identiteetistä saataisiin selkeä kuva. Identiteettien ristiinvertailu myös helpottuu tällöin.

Tutkimuksessa käytetyt mittarit ovat tutkimuksen toteuttajan mielestä hyvät ja ne vastaavat tutkimuksen tarpeita. ACID-testi avaa kaikki neljä identiteettiä selkeästi, jolloin niiden pohjalta voidaan analysoida vastaukset tarkasti ja luotettavasti.

Tutkimuksesta pyrittiin viestittämään mahdollisimman tehokkaasti, jotta kaikki halukkaat pääsisivät vastaamaan. Korkealla vastausprosentilla tutkimuksesta saataisiin mahdollisimman totuudenmukainen.

Vastauksia ei muunneltu niiden käsittelyvaiheessa. Ristiinvertailu ja yhtymäkohtien tulkinnat ovat tutkimuksen toteuttajan mielipiteitä, joten ne saattaisivat olla erilaisia, jos tutkimuksen suorittaisi joku muu.

## 7 OPISKELIJOIDEN VASTAUSTEN ANALYSOINTI

### 7.1 Pohjustavat kysymykset

Kyselyn linkki lähetettiin noin 330 opiskelijalle. Opiskelijoiden kyselyyn vastasi määräaikaan mennessä yhteensä 105 opiskelijaa. Heistä naisia oli 72 ja miehiä 33. Vastaukset jakautuivat melko tasaisesti kaikkien vuosikurssien kesken. Vähiten vastauksia tuli odotetusti vuonna 2008 aloittaneilta. Kyselyyn vastasi 80 maatilatalouden suuntautumisvaihtoehdon opiskelijaa ja 25 hevostalouden suuntautumisvaihtoehdon opiskelijaa. Valtaosalla vastaajista oli yli kymmenen vuoden kokemus koulutusalaan. Alle kymmenen vuoden kokemuksen vastaukset jakautuivat melko tasaisesti vastausvaihtoehtojen kesken. Vastaajista valtaosa ei ollut suorittanut maatalouden perustutkintoa. Perustutkinnon suorittaneita oli 24 vastaajaa. Kyselyyn vastanneista noin 68 %:lla on perheellä maatila.

### 7.2 Todellinen identiteetti

Todellisen identiteetin kysymyksillä selvitettiin Mustialan ammattikorkeakoulun nuorisoasteen tämänhetkistä toimintaa. Vastauksista havaitsi pienen osan pettymyksen Mustialan opetuksen tasoon. Vastaajista noin 49 % oli tyytyväisiä opetuksen tasoon. Opettajien taidot ja opetustavat kaipaavat vastaajien mielestä parannusta. Vastaajista 49 % eivät olleet tyytyväisiä opettajien taitoihin ja opetustapoihin. Tyytyväisiä taitoihin ja opetustapoihin oli ainoastaan 30 % vastanneista. Suorittamalla agrologi (AMK)- tutkinnon Mustialassa lisäarvoa tutkinnolleen koki saavansa noin 56 %. Hämeen ammattikorkeakoulun tavoite kannustaa opiskelijoita yrittäjyyteen toteutuu ainakin Mustialassa. Vastaajista 69 % koki, että Mustialassa kannustetaan yrittäjyyteen. Todellisen identiteetin tulokset paljastivat Mustialan opiskelijoiden kaipaavan erityisesti parannusta opetukseen.

Taulukko 1. Todelliseen identiteettiin liittyviin kysymyksiin vastattiin seuraavanlaisesti

	5	4	3	2	1	Yht.	KA
Opetuksen sisällön taso on mielestäni hyvä	1	50	20	32	2	105	3,15
Opettajien taidot ja opetustavat ovat mielestäni hyviä	2	29	23	48	3	105	2,80
Saan lisäarvoa Agrobiologi (AMK) – tutkinnolleni suorittamalla sen juuri Mustialassa	17	41	21	19	6	104	3,42
Hämeen ammattikorkeakoulussa / Mustialassa kannustetaan yrittäjyyteen	28	44	22	8	3	105	3,82
Opetuksen ansiosta uskon olevani alani asiantuntija valmistuessani	4	30	37	27	6	104	2,99

### 7.3 Kolme Mustialan opetusta kuvaavaa sanaa

Opiskelijat saivat valita vaihtoehdoista heidän mielestään kolme Mustialan opetusta parhaiten kuvaavaa sanaa. Vastauksissa ”hyvä” oli selvästi eniten valittu. Muutama opiskelija koki opetuksen olevan täysin turhaa.

Taulukko 2. Opiskelijat listasivat kolme Mustialan opetusta parhaiten kuvaavaa sanaa

Kuvaus	Kpl
Kiitettävä	4
Hyvä	48
Loistava	0
Tyydyttävä	37
Huono	4
Kannustava	12
Työläs	16
Nykyaikainen	16
Vanhanaikainen	41
Innovatiivinen	6
Riittävä	26
Antoisa	9
Haastava	14
Yrittäjyyteen kannustava	33
Liikaa tietotekniikkaa sisältävä	6
Liian vähän käytäntöä sisältävä	37
Täysin turha	4

#### 7.4 Viestitetty identiteetti

Viestitetyn identiteetin kysymyksillä selvitettiin koulun ulkoista ja sisäistä viestintää. Kysymyksillä tutkittiin esimerkiksi sitä, vastaavatko hakuoppaat todellisuutta ja ovatko opiskelijat tyytyväisiä Mustialan kokonaisimagoon. Mustialan kokonaisimagoon ollaan erittäin tyytyväisiä, sillä peräti 83 % oli siihen tyytyväinen. Kyselyn mukaan opetuksen imagon taso jää hieman kokonaisimagon tasosta. Hakuoppaat koetaan kohtalaisen hyvin todellisuutta vastaaviksi. Opiskelijoiden välistä sisäistä viestintää pidetään positiivisena.

Taulukko 3. Taulukko kertoo viestitettyyn identiteettiin liittyvien vastausten jakautuman

	5	4	3	2	1	Yht.	KA
Hämeen ammattikorkeakoulun hakuoppaat ovat mielestäni hyviä	5	47	49	2	2	105	3,49
Hakuoppaissa Mustialaa koskevat kohdat ovat vastanneet todellisuutta	5	45	39	12	4	105	3,33
Mustialan kokonaisimago on positiivinen	31	55	9	7	2	104	4,02
Mustialan opetuksen imago on positiivinen	10	41	24	29	1	105	3,29
Opiskelijoiden välinen kommunikointi on positiivista	30	54	9	11	1	105	3,96

#### 7.5 Ideaalinen identiteetti

Näillä kysymyksillä pyrittiin selvittämään Mustialan koulun toivottua tilannetta eli millainen tilanne on tällä hetkellä verrattuna siihen, millainen opiskelijat sen toivoisivat olevan. Mustialan tähänhetkiseen opiskelijamäärään oltiin tyytyväisiä. Myös opetuksessa käytettäviin ryhmäkokoihin ja opetustiloihin oltiin melko tyytyväisiä. Läsnaolopakkoa ei koettu tarpeelliseksi lisätä nykyisestä. Opiskelijat ovat pettyneitä opetusmaatilan hyödyntämiseen opetuksessa. Vastaajista 62 % koki, että opetusmaatilaa ei hyödynnetä riittävästi.



Taulukko 4. Ideaalisen identiteetin vastaukset. Opiskelijat toivoivat erityisesti opetusmaatilaa parempaan hyödyntämistä opiskeluissa.

	5	4	3	2	1	Yht.	KA
Mustialassa on sopiva määrä opiskelijoita	47	51	4	2	1	105	4,34
Opetuksessa käytettävä ryhmäkoko on sopiva	16	56	11	21	1	105	3,62
Opetusmaatilaa hyödynnetään riittävästi opetuksessa	4	20	16	48	17	105	2,49
Opetustilat ovat opetusta tukevia	7	41	36	21	0	105	3,32
Läsnäolopakkoa tulisi lisätä oppitunneilla	6	16	21	36	26	105	2,43

## 7.6 Avoimet kysymykset

### 7.6.1 Mikä Mustialassa on hyvää?

Vastaajat saivat kertoa omin sanoin, mikä heidän mielestään Mustialassa on hyvää. Vastauksia tähän kohtaan tuli yhteensä 58 kappaletta. Vastauksissa keuhuttiin erityisesti Mustialan yhteishenkeä, joka vallitsee niin nykyisten kuin valmistuneidenkin kesken. Lisäksi nautatunnit ja niissä käytetyt opetustavat saivat kiitosta. Eräs opiskelija toteaa näin ” *Karjaan liittyvä opetus, olen todella kiitollinen siitä, mitä olen Mannin ja Heikkosen tunneilta saanut irti. Se on ollut koko koulussa parhainta! Lisäksi pidän kovasti eläinlääkäri Seppo Hyypän pitämistä hevosluennoista, kunnolla asiaa! Harjoittelut ovat olleet myöskin parhainta ( en ollut koulun tilalla kylläkään, mutta Mustialan kautta saadut kontaktit muihin tiloihin/organisaatioihin).*”

Yhteishengestä kerrottiin esimerkiksi näin ” *Mukava opiskelu ympäristö. Erilainen kuin useimmissa kouluissa. Hyvä yhteisöllinen fiilis koulun alueella.*”

### 7.6.2 Mikä Mustialassa on huonoa?

Kyselyssä opiskelijoita pyydettiin kertomaan asiota, jotka ovat heidän mielestään huonoja Mustialassa. Yhteensä 61 opiskelijaa antoi oman mielipiteensä kysymykseen. Vastaajat kokivat opetuksen tason vaihtelun huonoimpana asiana. Vastaajat myös kertoivat, että osan opettajista tulisi nykyaikaistaa heidän tietonsa ja opetustapansa. Tämä lisäisi vastaajien mukaan myös opiskelumotivaatiota. Yksi vastaajista kommentoi kokemuksiaan seuraavasti ” *Nykyaikaisuuden se puoli, kun kaikki huolehtivat omista asioistaan ja ovat itse itsestään vastuussa. Niin pitkään homma toimii oikein hienosti, kun kaikki on hyvin. Sitten jos sattuu tekemään virheen ja väsymään kesken, opiskelut kaatuvat päälle. Osa opettajista tuntuu epäpäteviltä ja/tai työhönsä kyllästyneiltä ja siten opiskelu heidän kursseillaan vaivalloiselta. Opetuksen tasossa on huimaa*

*eroja eri kurssien välillä, mikä aiheuttaa yllättävän paljon stressiä opiskelijoille.”*

Osa vastanneista koki, että Mustialan vahvat perinteet ovat osaltaan myös opiskelua häiritseviä ja koulun kehitystä hidastavia. *”Perinteiden vaaliminen on osittain huono asia, koska vanhoissa toimintatavoissa roikkuminen esim. kurssisuorituksissa tai Toveriliiton tapahtumien järjestämisessä jarruttaa opiskelijoiden omaa luovaa ajattelua, heikentää innovatiivisuutta ja huonontaa näin motivaatiota.”*

### 7.6.3 Kerro jotain muuta...

Opiskelijat saivat kertoa vapaasti omista huomioistaan, jotka liittyvät opiskeluun Mustialassa. Monet vastaajista nosti esille opetuksen kehittämisen tarpeen ja opetusmaatilán paremman hyödyntämisen. *”Opetuksessa pitäisi panostaa maatalouden nykypäivään ja tekniikkaan enemmän, eikä opettaa miten asiat joskus ennen tehtiin.”*

Joukossa oli myös useita positiivisia kommentteja kuten kaksi seuraavaa *”Mustiala on elämäni parasta aikaa!”* ja *”Uskon yhä tehneeni oikean valinnan kun laitoin Mustialan Iisalmen edelle hakulomakkeessa ja hakeneeni oikealle koulutuslinjalle.”*

## 7.7 Ristiinvertailu

### 7.7.1 Actual →← Ideal

Mustialan opetukseen liittyvät asiat eivät täysin vastaa oppilaiden odotuksia. Opiskelijat kaipaivat opetusmaatilán parempaa hyödyntämistä. Lisäksi opetustaitoihin ja tyyliin kaivattaisiin parannusta. Oppilaiden ja johdon ajatukset Mustialan opiskelijamäärästä ovat hyvin yhtenäisiä. Myös johdon asettamiin opiskeluissa käytettäviin ryhmäkokoihin ollaan melko tyytyväisiä. Opiskelijat eivät kaipaa läsnäolopakkoa tunneille.

### 7.7.2 Actual →← Communicated

Hakuoppaat pyrkivät antamaan mahdollisimman hyvän kuvan opiskelupaikasta. Mustialasta kertoviin hakuoppaisiin oltiin vastaajien keskuudessa melko tyytyväisiä. Vastaajista 48 % oli sitä mieltä, että hakuoppaisissa kerrotut asiat ovat vastanneet todellisuutta. Ainoastaan 15 % oli sitä mieltä, että todellisuus poikkeaa viestitetystä. Tutkimuksessa käy ilmi, että valtaosa vastaajista pitää Mustialan kokonaisimagoa positiivisena. Opetuksen imago kuitenkin jää kokonaisimagosta. Vastauksista on hyvä huomata, että suurin osa koki opiskelijoiden välisen kanssakäymisen tapahtuvan hyvässä hengessä.

### 7.7.3 Actual →← Desired

Johtohenkilöt toivoisivat Mustialan olevan valtakunnan ykkösen alallaan, mistä valmistuisi alansa ammattilaisia. Tämä toteutuu melko hyvin jo nyt, mutta opetuksen tason päivityksellä voitaisiin saada vielä parempia tuloksia aikaan.

### 7.7.4 Ideal →← Communicated

Opetusmaatilan paremmalla hyödyntämisellä opiskeluissa saataisiin opetuksen imago nousuun. Käytännön opetusta lisäämällä ja opetusmaatilaa paremmin hyödyntämällä Mustiala parantaisi omaa arvostustaan muihin vastaavanlaista koulutusta antaviin kouluihin verrattuna.

### 7.7.5 Ideal →← Desired

Ryhmäkokoisiin, opetustiloihin ja muihin opetukseen vaikuttaviin asioihin oltiin tyytyväisiä. Tällä hetkellä käynnissä olevan remontin uskotaan parantavan opetustiloja entisestään.

### 7.7.6 Desired →← Communicated

Johtohenkilöt ovat tyytyväisiä Mustialan kokonaisimagoon. Mustialan tulisi näkyä paremmin myös soveltavaa tutkimusta tekevänä laitoksena. Sisäisessä viestinnässä ylhäältä tulevat viestit pyritään viestittämään tarpeen tullen aina opiskelijoille asti.

## 8 OPETTAJIEN VASTAUSTEN ANALYSOINTI

### 8.1 Pohjustavat kysymykset

Opettajien kyselyyn tuli kaikkiaan 12 vastausta. Naisia vastanneista oli neljä ja miehiä kahdeksan. Vastanneista kymmenellä oli vähintään kuuden vuoden kokemus opettamisesta Mustialassa. Vastanneilla oli siis selkeä kuva Mustialan toiminnasta ja opetuksesta. Iältään kaikki vastanneet olivat 36 vuotta tai enemmän.

### 8.2 Todellinen identiteetti

Opettajista 11 vastasi toteuttavansa Mustialan opetussuunnitelmaa ja kahdeksan kaikista vastanneista oli tyytyväisiä opetussuunnitelmaan. Kolme opettajaa vastasi, että he eivät ole tyytyväisiä opetussuunnitelmaan. Opettajat uskoivat omiin tietoihinsa ja opetustapoihinsa, sillä vastanneista yhdeksän kertoi heidän opetustapansa vastaavan opiskelijoiden tarpeita. Puolet vastanneista sai työlleen lisäarvoa, koska he saivat opettaa Mustialassa. Opiskelijat kokivat, että Mustialassa kannustetaan

yrittäjyyteen. Opiskelijoiden mielipide ei yllätä, sillä kymmenen vastanneista opettajista pyrki kannustamaan opiskelijoita yrittäjyyteen.

Taulukko 5. Opettajat olivat kohtalaisen tyytyväisiä Mustialan opetuksen tämänhetkiseen toimintaan.

	5	4	3	2	1	Yht.	KA
Toteutan Mustialan opetussuunnitelmaa	5	6	0	0	1	12	4,17
Olen tyytyväinen Mustialan opetussuunnitelmaan	2	6	1	2	1	12	3,50
Opetustapani vastaavat opiskelijoiden tarpeita	1	8	3	0	0	12	3,83
Saan lisäarvoa työlleni, koska saan opettaa juuri Mustialassa	3	3	4	1	1	12	3,50
Pyrin kannustamaan opiskelijoita yrittäjyyteen	2	8	2	0	0	12	4,00

### 8.3 Kolme Mustialan opetusta kuvaavaa sanaa

Opettajat saivat valita vaihtoehdoista heidän mielestään kolme parhaiten Mustialan opetusta kuvaavaa sanaa. Vastausten tulokset eivät yllättäneet. Käytännön opetuksen vähyys näkyi myös näissä vastauksissa.

Taulukko 6. Kolmen parhaiten Mustialan opetusta kuvaavaan sanan vastaukset olivat melko odotetun mukaiset

Kuvaus	Kpl
Kiitettävä	1
Hyvä	7
Loistava	0
Tyydyttävä	1
Huono	0
Kannustava	3
Työläs	0
Nykyaikainen	1
Vanhanaikainen	2
Innovatiivinen	2
Riittävä	3
Haastava	3
Yrittäjyyteen kannustava	3
Liikaa tietotekniikkaa sisältävä	1
Liian vähän käytäntöä sisältävä	4
Liian opettajavetoista	3
Täysin turha	0

#### 8.4 Viestitetty identiteetti

Opettajat kokevat Mustialan hyväksi työpaikaksi, sillä kymmenen vastaajaa suosittelisi Mustialaa työpaikkana. Ulospäin suuntautuva viestintä Mustialasta työpaikkana on siis positiivista. Kuten opiskelijoiden, myös opettajien mielestä Mustialan kokonaisimago on hyvällä tasolla. Työpaikan sisäisessä kommunikoinnissa löytyy hieman parannettavaa. Mustialan imagon kannalta on hieno huomata, että kaikkia vastanneita opettajia kiinnostaa, millainen imago heidän työpaikallaan on.

Taulukko 7. Mustialan opettajia kiinnostaa, millainen on heidän työpaikkansa imago

	5	4	3	2	1	Yht.	KA
Suosittelen Mustialaa työpaikkana	6	4	1	1	0	12	4,25
Mustialan kokonaisimago on positiivinen	5	6	0	0	1	12	4,17
Työpaikan sisäinen kommunikointi on positiivista	3	4	2	2	1	12	3,50
Minua kiinnostaa millainen imago työpaikallani on?	8	4	0	0	0	12	4,67

#### 8.5 Ideallinen identiteetti

Opettajista 11 koki, että Mustialassa on tällä hetkellä sopiva määrä opiskelijoita. Opetuksessa käytettäviin ryhmäkokoihin oltiin myös tyytyväisiä. Opiskelijoiden motivaation riittävyys opintoihin jakoi vastanneiden opettajien mielipiteet. Kahdeksan vastaajaa oli sitä mieltä, että opiskelijat ovat riittävän motivoituneita ja neljä toivoi opiskelijoilta lisää motivaatiota opintoihin. Opiskelijoiden tapaan myös opettajat ovat pettyneitä opetusmaatilaa hyödyntämiseen opiskeluissa. Yksikään vastaaja ei kokenut, että opetusmaatilaa hyödynnettäisiin riittävästi. Opettajat olivat tyytyväisiä opiskeluissa käytettäviin opetustiloihin. Opetustiloihin on tulossa varmasti parannuksia käynnissä olevan remontin myötä.

Taulukko 8. Myös opettajat toivoivat opetusmaatilan parempaa hyödyntämistä.

	5	4	3	2	1	Yht.	KA
Mustialassa on sopiva määrä opiskelijoita	5	6	0	1	0	12	4,25
Opetuksessa käytettävä ryhmäkoko on sopiva	1	9	1	1	0	12	3,83
Opiskelijat ovat riittävän motivoituneita opiskeluun	2	6	0	4	0	12	3,50
Opetusmaatilaa hyödynnetään riittävästi opetuksessa	0	0	4	6	2	12	2,17
Opetustilat antavat minulle riittävät mahdollisuudet hyvätasoiseen opetukseen	3	8	1	0	0	12	4,17
Läsnäolopakkoa tulisi lisätä oppitunneilla	0	5	1	3	3	12	2,67

## 8.6 Avoimet kysymykset

### 8.6.1 Mikä Mustialassa on hyvää?

Opiskelijoiden tapaan myös opettajat saivat kertoa vapaasti omin sanoin, mikä Mustialassa on hyvää. Kirjoituksia tuli yhteensä kuusi. Vastanneet kehuivat yleisesti Mustialan hyvää sijaintia ja kaunista oppimisympäristöä. Yksi vastaus kuului seuraavasti *”Sijainti maaseudulla, vanhat perinteet, kaikki tuntee kaikkia, puitteet ihan yleisesti upeita, ympäristö inspiroi luovuuteen, kaunista, helppo jutella toistensa kanssa, yhteistyö on kasvava, hyvä ruokala.”*

### 8.6.2 Mikä Mustialassa on huonoa?

Huonoja asioitakin löytyi vastanneiden mielestä. Kirjoituksia tähän kohtaan tuli kuusi. Yksi opettajista kirjoitti osuvasti opiskelijoiden motivaatiosta opintoihin *”Opiskelijat ovat periaatteessa kiinnostuneita alasta, mutta eivät oikein panosta opiskeluun. Tunneilla ei olla itseopiskelu jää vähille, tehtävät myöhässä, ... Asioita, jotka turhauttavat opettajia, syövät työmotivaatiota ja kuka lopulta kärsii – opiskelijat.”* Opettajat toivoivat kirjoituksissaan myös opetusmaatilan parempaa hyödyntämistä ja opiskeluihin liittyvien asioiden uudistamisprosessin helpottumista.

### 8.6.3 Kerro jotain muuta...

Opettajat saivat vapaasti kertoa Mustialaa koskevia mieleensä tulevia asioita. Kahdessa kirjoituksessa otettiin esille Mustialan imagoon liittyviä toimia ja ajatuksia. Ensimmäinen kirjoittaja kertoi toimista, joita on jo tehty ja ollaan tekemässä Mustialan imagon parantamiseksi. *”Vuodesta 2007 olemme kehittämishankkeiden avulla tehneet töitä Mustialan imagon parantamisen kanssa. Alussa koulutettiin opettajia käyttämään uusia verkkotyökaluja ja viime vuosina on lisätty mobiililaitteiden käyttöä opetuksessa. Seuraava askel on reorganisoida koko opetus uudella tavalla joten se vastaa nykypäivää enemmän. Yhteistyöstä alueen yrittäjien kanssa on yritetty kasvattaa ja sekin parantaa imagoa. Mobiilikeskoulu on toinen iso juttu, joka antaa Mustialalle maineen, että täällä osataan hyödyntää uusia laitteita ammattialan tueksi.”* Toinen kirjoittaja halusi muistuttaa, että Mustialan opetuksen imago on niin opettajien kuin opiskelijoidenkin vastuulla. *”Pääsääntöisesti kuitenkin mukava työmaa, jonka hyvää mainetta haluaa ylläpitää ja rakentaa - mutta se on homma, jota tehdään yhdessä: opiskelijoiden vastuu on suuri.”*

## 8.7 Ristiinvertailu

### 8.7.1 Actual →← Ideal

Opettajat kehittäisivät tämänhetkistä toimintaa erityisesti hyödyntämällä opetusmaatilaa enemmän. Opettajat ovat kokonaisuudessaan melko tyytyväisiä tämänhetkiseen, eikä selviä poikkeavuuksia ideaaliseen tilanteeseen verrattaessa löydy.

### 8.7.2 Actual →← Communicated

Mustialan kokonaisimagoon ollaan tyytyväisiä myös opettajien keskuudessa. Opettajat ovat valmiita suosittelemaan Mustialaa työpaikkana. Työpaikan imagosta ollaan kiinnostuneita, joten siitä kertovat viestit halutaan pitää mahdollisimman hyvinä. Osa vastaajista kokee, että työpaikan sisäistä viestintää tulisi parantaa tämänhetkisestä.

### 8.7.3 Actual →← Desired

Johtohenkilöt ovat tyytyväisiä Mustialan opetuksen tasoon, vaikka muistuttavatkin, että parantamisenkin varaa on. Hämeen ammattikorkeakoulun strategioiden uskotaan tukevan myös Mustialan toimintaa.

### 8.7.4 Ideal →← Communicated

Työpaikan sisäinen viestintä tulisi saada positiivisemmaksi. Jotta Mustialasta välittyisi entistäkin parempia viestejä, niin sisäisesti kuin ulospäin, tulisi opetusmaatila saada paremmin mukaan opintoihin.

### 8.7.5 Ideal →← Desired

Johtohenkilöiden visiot eivät poikkeaa opettajien vastauksista. Remontissa olevat opetustilat antavat valmistuessaan opettajille paremman ympäristön laadukkaaseen opetukseen. Opetuksen ja opetusmaatilan välistä yhteistyötä tulisi tiivistää.

### 8.7.6 Desired →← Communicated

Mustialaa pidetään hyvänä työpaikkana ja sen imagosta ollaan kiinnostuneita. Näkyvyyttä voisi parantaa tutkimustyöllä. Sisäinen viestintä pyritään pitämään tehokkaana.

## 9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISIDEAT

### 9.1 Johtopäätökset

Sekä opettajien että opiskelijoiden vastausten perusteella voidaan todeta, että Mustialan kokonaisimago on korkealla tasolla. Opettajat ja opiskelijat siis arvostavat Mustialaa.

Opiskelijoiden vastausten perusteella opetuksen imagoa tulisi parantaa. Opettajien vastauksissa yhdeksän opettajaa kahdestatoista oli sitä mieltä, että heidän opetustapansa tukevat opiskelijoiden tarpeita. Kolme opettajaa ei osannut sanoa, onko heidän tapansa opiskelijoiden tarpeita tukevia. Useat opiskelijat kuitenkin kaipaivat parannusta juuri opettajien tietoihin ja opetustapoihin. Kohdassa on siis selvä ristiriita siinä, miten opettajat kokevat tekevänsä työtä ja siinä, miten opiskelijat sen kokevat. Opetuksen imagon kannalta olisikin hyvä, että tämä ristiriita selvitettäisiin. On kuitenkin hyvä muistaa, että kaikki opetustavat eivät sovi kaikille eli toisen mielestä hyvä tapa voi olla toisen mielestä huono. Muissa opiskeluun liittyvissä kysymyksissä opettajat ja opiskelijat olivat melko samaa mieltä. Opiskelijamäärät ja ryhmäkoot tyydyttivät kumpaakin vastaajaryhmää. Suurin puutos tämänhetkisessä opetuksessa vastaajien mielestä on opetusmaatilan hyödyntämisessä. Käytännön opiskelun lisääminen olisi tarpeellista ja hyvä keino nostaa opetuksen imagoa.

Mustialan ammattikorkeakoulun nuorisoasteen viestitetty identiteetti on hyvällä tasolla. Opettajat pitävät työpaikkaa hyvänä ja ovat valmiita suosittelemaan sitä ulkopuolisille. Hämeen ammattikorkeakoulu on onnistunut antamaan hakuoppaissaan todellisen kuvan Mustialan



toiminnasta. Opiskelijoiden vastauksista voi päätellä, että Mustialan yhteydessä paljon puhuttu yhteishenki on edelleen hyvin voimakasta.

Ideaaliseen identiteettiin tulee varmasti selkeitä parannuksia, kun käynnissä oleva remontti valmistuu. Tämän jälkeen opetustilat tukevat varmasti paremmin opetusta ja opiskelua. Ryhmäkoot ovat suuria ja tämä tuo oman haasteensa opettajien toimintaan.

Hämeen ammattikorkeakoulun toimintastrategia 2015 tukee varmasti myös Mustialan omia imagon kohotustarpeita. Toimintastrategian onnistunut toteuttaminen lisää ihmisten kiinnostusta Hämeen ammattikorkeakoulua kohtaan. Tämä helpottaa esimerkiksi yhteistyökumppaneiden löytämistä ja uudet opiskelijat saattavat myös kiinnostua HAMK:sta. Kiinnostus myös Mustialaa kohtaan saattaa lisääntyä sitä kautta. Toimintastrategia 2015 kuitenkin keskittyy suurin linjoihin, jotka Mustialassa jäävät hieman näkymättömämpään osaan. Mustialan olisikin hyvä keskittyä hieman pienempiin asioihin, joiden vaikutus näkyisi nopeammin koulun toiminnassa.

Eri identiteettien välillä tehdyssä ristiinvertailussa ei löytynyt suuria ristiriitoja. Voidaan siis todeta, että eri identiteetit toimivat hyvin harmonisesti keskenään. Myöskään johtohenkilöiden vastaukset eivät poikenneet radikaalisti opiskelijoiden tai opettajien vastauksista.

### 9.2 Kehittämisideat

Opettajien ja opiskelijoiden toivoma opetusmaatilan parempi hyödyntäminen opiskeluissa, on vuoden ajat huomioiden hieman haastavaa. Kesällä suoritettavien opintojen vähyden vuoksi, on käytännön peltotöiden opiskelu hyvin hankalaa. Opiskelijat eivät myöskään ole kovin halukkaita saapumaan koululle kesäaikaan. Koska lukuvuosi jakautuu elokuun ja huhtikuun välille, opetusmaatilan mailla tapahtuvaa opetusta on mahdollista toteuttaa hyvin vähän. Traktorin ja työkoneiden hallintaa on kuitenkin mahdollisuus harjoitella jossain määrin myös talviaikaan. Syksyllä tehtävien peltotöiden kuten kyntämisen, kultivoinnin ja lautasmuokkauksen harjoittelua tulisi pyrkiä tarjoamaan kaikille halukkaille. Yhtenä vaihtoehtona olisi myös se, että joitakin opetusmaatilan peltoja voisi harkita jätettäväksi ainoastaan opiskelijoiden harjoittelupelloiksi. Tämä mahdollistaisi peltotöiden harjoittelun silloinkin, kun se ei välttämättä olisi muuten ajankohtaista. Kylvöä voisi harjoitella samaisilla pelloilla esimerkiksi tyhjällä kylvöannoittimella.

Koululle voitaisiin suunnitella kurssia, joka tarjoaisi mahdollisuuden tutustua eri työkoneilla käytettäviin ajotapoihin. Kurssilla voitaisiin käydä läpi päästeajotekniikoita, ajosuuntia, monimuotoisten peltojen ajoa ja muuta vastaavaa. Kurssi voitaisiin toteuttaa osittain luokassa ja lisäksi käytäntöä harjoiteltaisiin koulun pelloilla. Yhteistyökumppaneita voitaisiin myös hyödyntää tässä kurssissa. Heiltä voisi saada käyttöön erilaisia simulaattoreita, jolloin opiskelu onnistuisi myös huonolla säällä.

Mustialassa on tällä hetkellä kehitteillä uudet kesäopinnot. Näiden suunnittelussa on hyvä kuunnella opiskelijoita. Hyvä kesäopintotarjonta lisää opiskelijoiden motivaatiota saapua koululle. Kesäopintojen pakollisuus ei välttämättä sovi kaikille, koska kotitilalla olo kesäaikaan on tilan töiden kannalta pakollista. Käytännön opiskelu olisi kuitenkin parasta tehdä juuri silloin, kun niiden oikea aika on.

Hieno uusi tapa lisätä käytännön opiskelua koulussa on Mustialassa aloitettu osuuskuntatoiminta. Tämänkaltaiset opiskelutavat ovat juuri sellaisia, joita Mustialassa tarvitaan. Seuraavaksi voisikin miettiä, voitaisiinko osuuskuntatoimintaa hyödyntää myös opetusmaatilan toiminnassa.

Koulutilalta löytyy myös navetta, jota jo nyt käytetään opetuksessa. Navetankin käyttöä voitaisiin varmasti tehostaa. Koulun maille on suunnitteilla uusi navetta. Tämä varmasti avaa uusia mahdollisuuksia ainakin nautapintoihin.

Koulussa käytössä olevat palautekeskustelut ovat hyvä tapa saada opiskelijoiden viestit eteenpäin koulun johdolle. Keskusteluihin osallistuu kuitenkin vain pieni joukko opiskelijoita, jolloin on hyvin mahdollista, että tärkeitä asioita jää käsittelemättä. Mustialassa voitaisiinkin kokeilla kaikille avoimia keskusteluja esimerkiksi kerran lukukaudessa. Paikalla voisivat olla kaikki opettajat ja halukkaat opiskelijat. Keskustelutilaisuuksilla voitaisiin saada uusia ideoita ja vastauksia mieltä askarruttaviin kysymyksiin. Avoimuus olisi myös hyvä asia, koska näin kaikilla halukkailla olisi mahdollisuus saada oma mielipide kuuluville.

## LÄHTEET

- Agrologi (AMK) n.d. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 07.09.2012  
[http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/koulutus/Nuorisokoulutus/maaseutuelinkeinot/agrologi\\_amk](http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/koulutus/Nuorisokoulutus/maaseutuelinkeinot/agrologi_amk)
- Antikainen, E. n.d. Kyllä nyt on puhuttu ammattikorkeakouluista! Viitattu 11.09.2012.  
<http://www.humak.fi/blogi/eeva-liisa-antikainen/kylla-nyt-on-puhuttu-ammattikorkeakouluista>
- Anttonen, J. 2008. Yrityksen brändi-imago ja –identiteetti. Lahden ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäyte
- Balmer J.M.T & Soenen G.B. 1999. The Acid Test of Corporate Identity Management. Journal of Marketing Management 15 (1-3), 69–92.
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo: Suomen Ekonomiliitto ja WSOY
- HAMK–yleisesittely 2012. n.d. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 15.07.2012.  
[http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Yhteinen\\_Dokumenttikirjasto/organisaatio/oppilaitos/HAMK/tukipalvelut\\_ja\\_hallinto/viestintapalvelut/tietoa\\_hamkista/HAMK-esittely\\_2012.pdf](http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Yhteinen_Dokumenttikirjasto/organisaatio/oppilaitos/HAMK/tukipalvelut_ja_hallinto/viestintapalvelut/tietoa_hamkista/HAMK-esittely_2012.pdf)
- HAMKin strategia 2015. n.d. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 07.09.2012.  
[http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/LVJ-dokumentit/HAMK/strategiat\\_periaatteet/HAMK\\_strategia-2015.pdf](http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/LVJ-dokumentit/HAMK/strategiat_periaatteet/HAMK_strategia-2015.pdf)
- Imago on osa yrityksen brandia. n.d. Lausas Network. Viitattu 06.10.2012.  
<http://www.lausas.net/services/brand/>
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WSOY
- Koulutusohjelman henkilöstö n.d. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 27.3.  
[http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Oskari/Maaseutuelinkeinot/henkilosto\\_ja\\_opiskelijat](http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Oskari/Maaseutuelinkeinot/henkilosto_ja_opiskelijat)
- Miettinen, H. 2012. Tilanhoitaja. Mustiala. Haastattelu 14.11.2012
- Mustialan opisto. 2012. Wikipedia. Viitattu 16.10.2012  
[http://www.hamewiki.fi/wiki/Mustialan\\_opisto](http://www.hamewiki.fi/wiki/Mustialan_opisto)
- Mustialan opisto. n.d. Hamewiki. Viitattu 07.10.2012  
[http://www.hamewiki.fi/wiki/Mustialan\\_opisto](http://www.hamewiki.fi/wiki/Mustialan_opisto)
- Oikarinen, E. 2012. Opintosihtööri. Mustiala. Haastattelu 25.3.2013

Opetussuunnitelmat: Hevostalous. n.d. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 08.09.2012.  
[https://soleops.hamk.fi/opsnet/disp/fi/ops\\_KoulOhjSel/tab/tab/fet?ryhmtyy p=1&amk\\_id=1463505&lukuvuosi=&valkiel=fi&koulohj\\_id=1463597&ryhma\\_id=6326024](https://soleops.hamk.fi/opsnet/disp/fi/ops_KoulOhjSel/tab/tab/fet?ryhmtyy p=1&amk_id=1463505&lukuvuosi=&valkiel=fi&koulohj_id=1463597&ryhma_id=6326024)

Opetussuunnitelmat: Maatilatalous. n.d. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 08.09.2012.  
[https://soleops.hamk.fi/opsnet/disp/fi/ops\\_KoulOhjSel/tab/tab/fet?ryhmtyy p=1&amk\\_id=1463505&lukuvuosi=&valkiel=fi&koulohj\\_id=1463597&ryhma\\_id=6326034](https://soleops.hamk.fi/opsnet/disp/fi/ops_KoulOhjSel/tab/tab/fet?ryhmtyy p=1&amk_id=1463505&lukuvuosi=&valkiel=fi&koulohj_id=1463597&ryhma_id=6326034)

Opinnäytetyö AMKissa 2010 Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 07.09.2012.  
[http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Oskari/Maaseutuelinkeinot/opintojen\\_lopussa/opinnaytetyo/opinnaytetyo\\_AMKissa](http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Oskari/Maaseutuelinkeinot/opintojen_lopussa/opinnaytetyo/opinnaytetyo_AMKissa)

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrändi: onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. Helsinki: WSOY

Tietoa HAMKista. n.d. Hämeen Ammattikorkeakoulu. Viitattu 15.07.2012.  
<http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/Organisaatiojatoimipaikat>

Vuokko, P.2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY

Ylikoski, T.2001. Unohtuiko asiakas? Keuruu:Otava

## Mustialan Imago- mielikuvat ja kokemukset

Kysely on suunnattu Hämeen ammattikorkeakoulun Mustialan toimipisteen opiskelijoille. Kyselyn tarkoituksena on selvittää Mustialan imagoa sekä siihen liittyviä mielikuvia ja kokemuksia opiskelijoiden keskuudessa. Vastaukset tullaan käsittelemään luottamuksellisesti ja vastaaminen tapahtuu anonyymisti. Vastaathan rehellisesti

### 1. Osa: Kyselyn pohjustavat kysymykset

Kysymyksillä pyritään selvittämään asioita, jotka mahdollisesti vaikuttavat vastaajan mielikuviin ja kokemuksiin opiskelusta Mustialassa.

#### 1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies

#### 2. Olen vuosikurssin opiskelija

- 1. vuoden
- 2. vuoden
- 3. vuoden
- 4. vuoden
- Joku muu

#### 3. Suuntautumisvaihtoehtoni on

- Maatilatalouden suuntautumisvaihtoehto
- Hevostalouden suuntautumisvaihtoehto

**4.** Minulla on suuntautumisvaihtoehdostani aikasempaa kokemusta (työn, harrastuksen, kotitilan, yms. kautta)

- 0-3
- 4-6
- 7-9
- Yli 10 vuotta

**5.** Olen suorittanut maatalouden perustutkinnon

- Kyllä
- En

**6.** Perheellääni on maatila

- Kyllä
- Ei

**2. Osa: Mustialan todellisen identiteetin selvittämiseen suunnatut kysymykset**

Näillä kysymyksillä pyritään selvittämään Mustialan koulun todellinen identiteetti eli mitä koulussamme todellisuudessa tapahtuu?

Vastauksissa:

5 = Täysin samaa mieltä

4 = Lähes samaa mieltä

3 = En osaa sanoa

2 = Jonkin verran eri mieltä

1 = Täysin eri mieltä Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

7. Arvioi seuraavia

	5	4	3	2	1
Opetuksen sisällön taso on mielestäni hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opettajien taidot ja opetustavat ovat mielestäni hyviä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan lisäarvoa Agrologi (AMK) – tutkinnolleni suorittamalla sen juuri Mustialassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hämeen ammattikorkeakoulussa / Mustialassa kannustetaan yrittäjyyteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetuksen ansiosta uskon olevani alani asiantuntija valmistuessani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Valitse mielestäsi kolme (3) parhaiten Mustialan opetusta kuvaavaa sanaa.

- Kiitettävä
- Hyvä
- Loistava
- Tyydyttävä
- Huono
- Kannustava
- Työläs
- Nykyaikainen
- Vanhanaikainen
- Innovatiivinen
- Riittävä
- Antoisa
- Innovatiivinen
- Haastava
- Yrittäjyyteen kannustava
- Liikaa tietotekniikkaa sisältävä
- Liian vähän käytäntöä sisältävä
- Täysin turha

**3. Osa: Mustialan viestitetyn identiteetin selvittämiseen suunnatut kysymykset**

Näillä kysymyksillä pyritään selvittämään millaisen kuvan Mustiala antaa itsestään ulospäin ja vastaako se todellisuutta. Kysymyksissä huomioidaan niin ulkoinen viestintä kuin koulun sisäinen viestintä.

Vastauksissa:

5 = Täysin samaa mieltä

4 = Lähes samaa mieltä

3 = En osaa sanoa

2 = Jonkin verran eri mieltä

1 = Täysin eri mieltä

**9. Arvioi seuraavia**

	5	4	3	2	1
Hämeen ammattikorkeakoulun hakuoppaat ovat mielestäni hyviä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hakuoppaissa Mustialaa koskevat kohdat ovat vastanneet todellisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mustialan kokonaisimago on positiivinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mustialan opetuksen imago on positiivinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiskelijoiden välinen kommunikointi on positiivista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**4. Osa: Mustialan ideaalisen identiteetin selvittäminen**

Näillä kysymyksillä pyritään selvittämään Mustialan koulun toivottua tilannetta eli millainen tilanne on tällä hetkellä verrattuna siihen mitä sen toivoisit olevan

Vastauksissa:

5 = Täysin samaa mieltä

4 = Lähes samaa mieltä

3 = En osaa sanoa

2 = Jonkin verran eri mieltä

1 = Täysin eri mieltä



**10. Arvioi seuraavia**

	5	4	3	2	1
Mustialassa on sopiva määrä opiskelijoita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetuksessa käytettävä ryhmäkoko on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetusmaatilaa hyödynnetään riittävästi opetuksessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetustilat ovat opetusta tukevia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Läsnäolopakkoa tulisi lisätä oppitunneilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5. Osa: Sana on vapaa**

Tämä osio ei ole pakollinen

**11. Mikä Mustialassa on hyvää?**

---

---

---

**12. Mikä Mustialassa on huonoa?**

---

---

---

**13. Kerro jotain muuta...**

---

---

---



## Mustialan Imago- mielikuvat ja kokemukset

Kysely on suunnattu Hämeen ammattikorkeakoulun Mustialan toimipisteen opettajille. Kyselyn tarkoituksena on selvittää Mustialan imagoa sekä siihen liittyviä mielikuvia ja kokemuksia opettajien keskuudessa. Vastaukset tullaan käsittelemään luottamuksellisesti ja vastaaminen tapahtuu anonyymisti. Vastaathan rehellisesti

### 1. Osa: Kyselyn pohjustavat kysymykset

Kysymyksillä pyritään selvittämään asioita, jotka mahdollisesti vaikuttavat vastaajan mielikuviin ja kokemuksiin opettamisesta Mustialassa.

#### 1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies

#### 2. Olen toiminut opettajana Mustialassa

- 0-5 vuotta
- 6-10 vuotta
- 11-15 vuotta
- 16-20 vuotta
- Yli 20 vuotta

#### 3. Ikä

- 25-35
- 36-46
- 47-57
- 58-68

**2. Osa: Mustialan todellisen identiteetin selvittämiseen suunnatut kysymykset**

Näillä kysymyksillä pyritään selvittämään Mustialan koulun todellinen identiteetti eli mitä koulussamme todellisuudessa tapahtuu?

Vastauksissa:

5 = Täysin samaa mieltä

4 = Lähes samaa mieltä

3 = En osaa sanoa

2 = Jonkin verran eri mieltä

1 = Täysin eri mieltä

**4. Arvioi seuraavia**

	5	4	3	2	1
Toteutan Mustialan opetussuunnitelmaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen Mustialan opetussuunnitelmaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetustapani vastaavat opiskelijoiden tarpeita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan lisäarvoa työlleni, koska saan opettaa juuri Mustialassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyrin kannustamaan opiskelijoita yrittäjyyteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5. Valitse kolme (3) Mustialan opetusta parhaiten kuvaavaa sanaa**

- Kiitettävä
- Hyvä
- Loistava
- Tyydyttävä
- Huono
- Kannustava
- Työläs
- Nykyaikainen
- Vanhanaikainen
- Innovatiivinen
- Riittävä
- Haastava
- Yrittäjyyteen kannustava
- Liikaa tietotekniikkaa sisältävä
- Liian vähän käytäntöä sisältävä
- Liian opettajavetoista
- Täysin turha

**3. Osa: Mustialan viestitetyn identiteetin selvittämiseen suunnatut kysymykset**

Näillä kysymyksillä pyritään selvittämään millaisen kuvan Mustiala antaa itsestään ulospäin, ja vastaako se todellisuutta. Kysymyksissä huomioidaan niin ulkoinen viestintä kuin koulun sisäinen viestintä.

Vastauksissa:

5 = Täysin samaa mieltä

4 = Lähes samaa mieltä

3 = En osaa sanoa

2 = Jonkin verran eri mieltä

1 = Täysin eri mieltä

**6. Arvioi seuraavia**

	5	4	3	2	1
Suosittelen Mustialaa työpaikkana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mustialan kokonaisimago on positiivinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työpaikan sisäinen kommunikointi on positiivista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minua kiinnostaa millainen imago työpaikallani on?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**4. Osa: Mustialan ideaalisen identiteetin selvittäminen**

Näillä kysymyksillä pyritään selvittämään Mustialan koulun toivottua tilannetta eli millainen tilanne on tällä hetkellä verrattuna siihen mitä sen toivoisit olevan.

Vastauksissa:

5 = Täysin samaa mieltä

4 = Lähes samaa mieltä

3 = En osaa sanoa

2 = Jonkin verran eri mieltä

1 = Täysin eri mieltä

**7. Arvioi seuraavia**

	5	4	3	2	1
Mustialassa on sopiva määrä opiskelijoita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetuksessa käytettävä ryhmäkoko on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiskelijat ovat riittävän motivoituneita opiskeluun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetusmaatilaa hyödynnetään riittävästi opetuksessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetustilat antavat minulle riittävät mahdollisuudet hyvätasoiseen opetukseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Läsnäolopakkoa tulisi lisätä oppitunneilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5. Osa: Sana on vapaa**

Tämä osio ei ole pakollinen

**8. Mikä Mustialassa on hyvää?**

---

---

---

**9. Mikä Mustialassa on huonoa?**

---

---

---

**10. Kerro jotain muuta...**

---

---

---



## Haluttu identiteetti

Mustialan nuorisoasteen halutulla identiteetillä tarkoitetaan, sitä millainen Mustialan imago on johdon silmissä. Tällä kyselyllä pyritään selvittämään minkälainen te toivoisitte Mustialan imagon ja koulun aseman olevan nyt ja tulevaisuudessa.

1. Onko mielestäsi Mustialan opetuksen imago hyvä? Perustele.

---

---

---

2. Onko Mustialan kokonaisimago hyvä? Perustele.

---

---

---

3. Miten haluaisit Mustialan imagoa kehitettävän tulevaisuudessa?

---

---

---

4. Pyritkö itse parantamaan Mustialan imagoa nyt ja tulevaisuudessa?

---

---

---



**5.** Minkälaisen aseman haluaisit Mustialalle agrologi (amk) koulutusta tarjoavien koulujen keskuudessa?

---

---

---

**6.** Onko opetukseen liittyvät asiat mielestäsi hyvällä tasolla? Esim. opiskelijamäärät, opetustilat, opetusmaatilan hyödyntäminen, läsnäolopakko, yms.

---

---

---

**7.** Tukeeko Hämeen ammattikorkeakoulun toiminnalliset strategiat Mustialan imagoa?

---

---

---

**8.** Pyrittekö viestittämään imagoon liittyvät strategiat opettajille ja tarpeen tullen myös opiskelijoille?

---

---

---

