



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Markkinointiesite vaihto- opiskelijoille valintatekijöiden pohjalta

Jääskeläinen, Pia

Santala, Jessica

2012 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Markkinointiesite vaihto-opiskelijoille valintatekijöiden pohjalta

Pia Jääskeläinen &
Jessica Santala
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2012

Laurea-ammattikorkeakoulu
 Laurea Leppävaara
 Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Tiivistelmä

Jääskeläinen, Pia; Santala, Jessica

Markkinointiesite vaihto-opiskelijoille valintatekijöiden pohjalta

Vuosi	2012	Sivumäärä	78
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää vaihtoon lähtemiseen vaikuttavia tekijöitä. Työn tarkoituksena oli kehittää uusia markkinointikeinoja, joita hyödyntää vaihto-opiskelijoihin. Työ toteutettiin Laurea-ammattikorkeakoululle. Työssä tutkittiin yleisesti, mitkä tekijät vaikuttavat vaihto-opiskelijoiden päätöksiin lähteä vaihtoon. Laurea-ammattikorkeakouluun ei ole moneen vuoteen tullut irlantilaisia vaihto-opiskelijoita, joten toimeksiantajan pyynnöstä syvennyttiin tutkimaan irlantilaisten opiskelijoiden motiiveja.

Pääkäsitteinä työllä olivat vaihto-opiskelu, valintoihin vaikuttavat tekijät ja kansainvälinen markkinointi. Vaihto-opiskelu kasvattaa suosiotaan sekä Suomessa että maailmalla, joten aihe on hyvin ajankohtainen ja mielenkiintoinen. Valintoihin vaikuttavat tekijät teoreettisessa viitekehityksessä auttoivat muodostamaan menetelmän käytettyjen kyselyjen kysymykset. Kansainvälinen markkinointi käy ilmi työssä sen lopputuotoksen, markkinointikeinojen kautta. Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin kyselyä ja haastattelua, tarkemmin lomakekyselyä ja teemahaastattelua. Kyselyt lähetettiin sekä suomalaisille että irlantilaisille oppilaitoksille, Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille ja irlantilaisille opiskelijoille. Teemahaastatteluun osallistui opiskelijoita, jotka olivat olleet vaihdossa. Haastattelu lähetettiin myös sähköpostitse kolmelle opiskelijalle.

Menetelmistä saatujen tulosten perusteella selvisi, että uusien kokemusten hankkiminen on opiskelijoille tärkein kriteeri vaihtoon lähdössä. Suurin osa opiskelijoista halusi myös kehittää omaa kielitaitoaan ja tutustua täysin uuteen kulttuuriin. Yllättävin tulos oli se kuinka paljon kavereiden mielipiteet tai läsnäolo samassa koulussa vaikuttavat. Opiskelijat valitsevat kohteensa itse, mutta he kuuntelevat tarkkaan läheistensä mielipiteitä. Suurilta osin vaihtoon lähdettiin hakemaan hauskoja kokemuksia erilaisten ihmisten kanssa, ei niinkään opintojen takia.

Menetelmät toimivat hyvin, vaikka muutamia puutoksia kyselylomakkeista löydettiin. Ongelmaksi muodostui irlantilaisten pieni vastausprosentti, minkä vuoksi kyseisen kyselyn tulokset ovat vain suuntaa-antavia. Teemahaastattelut ja Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille lähetetyt kyselyt antoivat hyvän pohjan kehittää Laurea-ammattikorkeakoululle kehitysehdotuksia ja uudenlaisia markkinointikeinoja, joita Laurea voisi hyödyntää jatkossa. Lopputuotoksena toimeksiantajalle tuotettiin markkinointiesite, jolla se voi tulevaisuudessa mainostaa omaa tarjontaansa vaihto-opiskelijoille. Esitteen avulla opiskelija saa tiiviin, mutta kattavan paketin sekä Suomesta että Laurea-ammattikorkeakoulusta.

Asiasanat: vaihto-opiskelu, valintoihin vaikuttavat tekijät, kansainvälinen markkinointi

Laurea University of Applied Sciences
 Laurea Leppävaara
 Hospitality Management Programme

Abstract

Jääskeläinen, Pia; Santala, Jessica

Drawing up a Marketing Leaflet for Exchange Students

Year	2012	Pages	78
------	------	-------	----

The objective of this thesis was to research the factors that affect the decision to go abroad on student exchange. The purpose was to develop new marketing means to Laurea University of Applied Sciences (UAS), which it then can exploit when marketing exchange options. The thesis was commissioned by Laurea UAS. The research perspective was to study in general which factors affect exchange students on their decision to go abroad. Laurea UAS has not had Irish exchange students in many years; so the focus was on researching Irish students' motives.

The theoretical framework examines exchange studies, factors that affect decisions and international marketing. Exchange studies are growing its popularity both in Finland and abroad, so the subject is very current. Factors that affect decisions covered in the theoretical framework helped to draw up questions to the questionnaire. International marketing emerges in the final outcome through the marketing means. The research methods used in this thesis were form questionnaire and theme interview. The questionnaire was sent to both Finnish and Irish universities and colleges, the exchange students who came to Laurea UAS and to Irish students. Students, who had been on exchange, were theme interviewed. The interview form was also sent by email to three students.

The results indicate that getting new experiences is the most important factor for students. Most of the students also wanted to improve their language skills and explore a totally new culture. The most surprising factor was how the opinions of friends were important and how students wanted to have friends in the same school. Students chose their destinations by themselves but they listened carefully to their family and friends. Mostly students went to study abroad so that they could have fun, not so much because of studying.

The research methods worked well even though a few shortages were found in the questionnaire. The low response rate from the Irish students was challenging, which is why the results are only directional. The theme interview and questionnaire sent to Laurea UAS exchange students gave a good base to develop development proposals and new marketing means that Laurea UAS can use in the future. The outcome is a leaflet produced to Laurea UAS, which Laurea UAS can use to market their study possibilities to exchange students. With the leaflet a student receives a compact but comprehensive package of both Finland and Laurea UAS.

Keywords: exchange studies, factors that affect decisions, international marketing

Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Laurea-ammattikorkeakoulu	8
	2.1 Laurea Leppävaara ja Kerava	8
	2.2 Vaihto-opiskelu Laurea-ammattikorkeakoulussa	9
3	Vaihto-opiskelu	10
	3.1 Vaihto-opiskelu Suomessa	11
	3.2 Kulttuurishokki.....	14
	3.3 Vaihto-opiskelun aikainen integraatio.....	16
4	Valintoihin vaikuttavat tekijät.....	16
	4.1 Vaihtoon lähtöön vaikuttavat tekijät.....	19
	4.2 Tutkimuksia vaihtoon lähtöön vaikuttavista tekijöistä	21
5	Markkinointi.....	22
	5.1 Kansainvälinen markkinointi	23
	5.2 Internet ja sosiaalinen media	24
	5.3 Esite	25
6	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku.....	25
	6.1 Kysely	26
	6.1.1 Kysely oppilaitoksille	27
	6.1.2 Kysely opiskelijoille.....	28
	6.2 Haastattelu.....	30
7	Tulokset.....	32
	7.1 Oppilaitoksille lähetettyjen kyselyiden tulokset	33
	7.1.1 Irlantilaiset Suomessa	33
	7.1.2 Irlantilaisten opiskelijoiden kohdemaat.....	35
	7.2 Opiskelijoille lähetettyjen kyselyjen tulokset	36
	7.2.1 Suomeen tulleet vaihto-opiskelijat	36
	7.2.2 Irlantilaiset opiskelijat	39
	7.3 Haastatteluiden tulokset.....	41
	7.3.1 Vaihtoon lähdön motiivit.....	41
	7.3.2 Kohdemaat	42
	7.3.3 Kohdekoulu	43
	7.3.4 Muita syitä	44
	7.4 Tulosten yhteenveto ja tarkastelu	46
8	Markkinointikeinoja ja kehitysehdotuksia Laurea-ammattikorkeakoululle	50
9	Markkinointiesite	54

10	Johtopäätökset	58
	Lähteet	63
	Kuviot	67
	Taulukot	68
	Liitteet	69

1 Johdanto

Vaihto-opiskelu on vuosi vuodelta kasvattanut suosiotaan kansainvälistymiskeinona. Jopa Suomen valtio suosittelee opiskelijoita lähtemään vaihtoon, jotta he pysyisivät markkinoiden ja yritysten kansainvälistymisen vauhdissa mukana. Suomeen saapui vuonna 2010 3578 opiskelijaa ulkomailta ja Laurea-ammattikorkeakouluun näistä saapui yhteensä 228 opiskelijaa (Garam 2011). Laurea-ammattikorkeakoulun kansainvälisten asioiden suunnittelija antoi toimeksiantannon selvittää, miksi heidän oppilaitokseen ei tule irlantilaisia vaihto-opiskelijoita. Pääpainona työllä oli yleisesti selvittää opiskelijoiden vaihtoon lähtöön vaikuttavat tekijät. Työssä syvennytään irlantilaisiin opiskelijoihin, koska Irlannista Suomeen saapui vuonna 2010 vain 40 opiskelijaa, eikä yksikään näistä tullut opiskelemaan Laurea-ammattikorkeakouluun. Toimeksianto kiinnosti, koska molemmat opinnäytetyön tekijät ovat asuneet Irlannissa.

Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää vaihtokohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä. Työssä selvitettiin myös, mitä opiskelijat hakevat vaihtoajalta ja mitä asioita he pitävät tärkeinä vaihtokokemuksessa. Tarkemmin syvenyttiin siihen, mitä irlantilaiset opiskelijat hakevat vaihto-opiskelukohteeltaan, ja miten Laurea-ammattikorkeakouluun tulleet vaihto-opiskelijat olivat päätyneet Suomeen. Työn päätarkoituksena oli kehittää markkinointiesite, jolla Laurea pystyy markkinoimaan omaa tarjontaansa vaihto-opiskelijoille. Markkinointiesitteen lisäksi Laurealle kehitettiin muita markkinointikeinoja ja kehitysehdotuksia.

Tutkimus aloitettiin etsimällä teoriaa kirjoista ja sähköisistä lähteistä. Pääkäsitteinä tutkimuksella olivat vaihto-opiskelu, valintoihin vaikuttavat tekijät ja kansainvälinen markkinointi. Menetelminä tässä tutkimuksessa käytettiin lomakekyselyä ja teemahaastattelua. Teorian tutkimisen jälkeen lähetettiin sähköpostikysely muiden pääkaupunkiseudun ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen kansainvälisistä asioista vastaaville henkilöille. Kyseisiltä henkilöiltä kysyttiin tilastotietoja irlantilaisten opiskelijoiden suhteen. Tämän jälkeen kyselyt lähetettiin myös irlantilaisille opiskelijoille sekä vaihto-opiskelijoille, jotka tulivat keväällä 2012 Laurea-ammattikorkeakouluun vaihtoon. Kyselyjen lisäksi haastateltiin vaihdossa olleita opiskelujavereita teemahaastattelun muodossa. Kyselyjen tulokset käsiteltiin käyttämällä SPSS-ohjelmaa ja teemahaastattelun tulokset teemoittelun avulla.

Raportin alussa kerrotaan toimeksiantajasta ja tutkimukseen liittyvästä teoriasta, jonka pohjalta myös kyselyt ja haastattelut tehtiin. Teorian jälkeen käydään läpi käytettyjä menetelmiä ja kuinka niitä käytettiin. Tämän jälkeen käsitellään menetelmien avulla saatuja tuloksia teemoittain ja lopussa niitä on analysoitu teorian avulla. Kahdessa viimeisessä luvussa on esitelty markkinointikeinot, kehitysehdotukset ja markkinointiesite. Raportin viimeisessä luvussa käydään läpi opinnäytetyön johtopäätökset.

2 Laurea-ammattikorkeakoulu

Yhteistyöyrityksenä tässä opinnäytetyössä toimi Laurea-ammattikorkeakoulu. Laurea-ammattikorkeakoulun kansainvälisten asioiden suunnittelija ja kansainvälisten asioiden koordinaattori olivat henkilöitä, joilta saatiin tarvittavia tietoja yhteistyökouluista ulkomailla ja vaihto-opiskelijoista Suomessa. Tutkimus auttaa samalla myös muita ammattikorkeakouluja, jotka voivat markkinoida opetusmahdollisuuksiaan ulkomailla.

Laurea-ammattikorkeakoulu on yksi Suomen suurimmista ammattikorkeakouluista. Sillä on eri toimipisteitä seitsemän kappaletta Etelä-Suomessa Suur-Helsingin alueella (Otaniemi, Leppävaara, Lohja, Tikkurila, Porvoo, Kerava ja Hyvinkää). Näissä toimipisteissä on kuusitoista eri koulutusohjelmaa, joista seitsemän toteutetaan englanninkielellä. Laurea-ammattikorkeakoulussa on kaiken kaikkiaan noin 8000 opiskelijaa ja noin 500 henkilökunnan jäsentä. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2010.)

Laurea-ammattikorkeakoulussa käytetään toimintamallia nimeltä Learning by Developing (LbD). Tämän mallin avulla Laurea-ammattikorkeakoulussa tuotetaan osaamista palveluinnovaatiolla ja tehdään erilaisia hankkeita yritysten kanssa. Strateginen kehittäminen tulee suoraan eurooppalaisesta innovaatiopolitiikasta ja tulevaisuuden osaamistarpeista. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2010.) Irlantilaisilla opiskelijoilla on oman oppilaitoksensa kautta mahdollisuus päästä opiskelemaan ainoastaan Leppävaaran ja Keravan yksiköihin. Seuraavassa luvussa näitä kahta yksikköä on tutkittu tarkemmin.

2.1 Laurea Leppävaara ja Kerava

Leppävaara on opiskelijamäärältään ja koulutusalojen valikoimaltaan suurin kampus. Siellä on noin 2300 opiskelijaa ja samoin se on myös vaihto-opiskelijamäärältään Laurea-ammattikorkeakoulun kampuksista suurin. Opiskelut painottuvat Leppävaarassa palveluliiketoimintaan, turvallisuusosaamiseen ja opiskelijayrittäjyyteen. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2010.) Irlantilaisilla opiskelijoilla on mahdollista valita Leppävaarassa koko englanninkielisestä tarjonnasta opintoja.

Leppävaarassa toimii SID (Service Innovation and Design), jossa pyritään innovoimaan, kehittämään ja suunnittelemaan käyttäjälähtöisiä palveluja. Laurea SID Labs tarjoaa oppimisympäristön opiskelijoille ja samalla myös ympäri maailmaa tuleville tutkimusharjoittelijoille. Kansainvälisen ilmapiirin ansiosta kaikilla on mahdollisuus kielitaidon kehittämiseen ja erilaisiin kulttuureihin tutustumiseen. (Laurea-ammattikorkeakoulu 2010.)

Keravalla sijaitsevassa Laurea-ammattikorkeakoulun toimipisteessä opiskelee noin 500 opiskelijaa. Keravalla voi opiskella liiketaloutta, matkailua ja tietojenkäsittelyä. Laurea Kerava on

monialainen ja kansainvälinen kampus, jossa opetuskielinä toimii sekä suomi että englanti. Keravalla toimii Laurea UnIC:n tutkimus- ja kehittämistoiminta, joka keskittyy käyttäjien innovaatioprosessiin osallistamiseen, monialaiseen tuote- ja palveluinnovaatioiden sekä käyttäjakeskeisen suunnittelu- ja tutkimusmetodien kehittämiseen (Laurea-ammattikorkeakoulu 2010). Irlantilaisilla opiskelijoilla on mahdollista opiskella Keravalla liiketaloutta ja turismia.

2.2 Vaihto-opiskelu Laurea-ammattikorkeakoulussa

Laurea-ammattikorkeakoululla on useita yhteistyökouluja ympäri maailmaa, joten opiskelijoilla on paljon, mistä valita mieltiessään vaihto-opiskelukautta. Yhteistyökoulujen opiskelijat voivat vastavuoroisesti tulla Laurea-ammattikorkeakouluun opiskelemaan, ja vaihtoajan pituus vaihtelee yhdestä kahteen lukukautta. Ennen vaihtoon lähtemistä on hyvä tutustua vaihtomaan kulttuuriin, jotta on tietoinen maan tavoista ja käytänteistä. Suomessa on hyvin toimiva tuutor-toiminta, joka auttaa Suomeen tulevia vaihto-opiskelijoita sopeutumaan maamme kulttuuriin ja elämäntapoihin.

Suomeen tulee vuodessa vain noin 40 opiskelijaa Irlannista, mutta esimerkiksi ranskalaisia ja espanjalaisia opiskelijoita on melkein kolminkertainen määrä (Garam 2011). Tutkimuksen aihe on rajattu irlantilaisiin opiskelijoihin, koska Laurea-ammattikorkeakouluun ei ole moneen vuoteen tullut yhtään irlantilaista opiskelijaa. Tutkimuksen tarkoituksena onkin selvittää, miksi näin on.

Vuonna 2010 opiskelijoiden liikkuvuus ammattikorkeakouluissa yleisesti painottui opiskelijoiden ulkomaille lähtemiseen. Esimerkiksi Laurea-ammattikorkeakouluun saapui vuonna 2010 228 opiskelijaa ulkomailta, kun taas ulkomaille lähti 286. Suurimmassa osassa ammattikorkeakouluja on sama tilanne ja oppilaitosten yhteiset luvut eroavat yli sadalla opiskelijalla. Kaiken kaikkiaan Suomeen tulevia vaihto-opiskelijoita vuonna 2010 oli 3578 ja ulkomaille lähteviä 4812. (Garam 2011.)

Laurea-ammattikorkeakoululla on kolme yhteistyökoulua Irlannissa, jonne laurealaiset voivat lähteä vaihtoon, ja joista irlantilaiset opiskelijat voivat tulla Laurea-ammattikorkeakouluun vaihtoon. Dublinissa sijaitseva Griffith College tarjoaa opintoja liiketalouden opiskelijoille Faculty of Business - kampukselta. West-Meathin läänissä sijaitsee Athlone Institute of Technology Athlonen kaupungissa, joka tarjoaa opintoja sekä liiketalouden että palveluliiketoiminnan opiskelijoille Business Studies - koulutusosalta ja Hotel and Catering Management - koulutusosalta.

Länsirannikolla Galwayssa sijaitseva Galway-Mayo Institute of Technology tarjoaa opintoja turismiopiskelijoille Hospitality Management - kampuksella. Vuosina 2009-2011 Laureasta on ollut Irlannissa yhteensä 13 vaihto-opiskelijaa. Athlone Institute of Technologyssa opiskeli

kaksi opiskelijaa, Galway-Mayo Institute of Technologyssa yhteensä kolme ja Griffith Colleges-
sa kahdeksan opiskelijaa (Korkeakoulusihteeri 2011).

3 Vaihto-opiskelu

Seuraavissa kappaleissa käydään tarkemmin läpi vaihto-opiskelua, mitä sillä tarkoitetaan, mitä se merkitsee tänä päivänä ja minkä takia se on kasvattamassa suosiotaan. Samalla haluttiin tutkia kuinka vaihto-opiskelu toimii Suomessa. Se on muuttunut paljon alkuajoinaan ja historia on suhteellisen pitkä. Vaihto-opiskelu on jättänyt pysyvät jälkensä oppilaitosten opintosuunnitelmiin ja Suomessakin toimii jo useita vaihto-ohjelmia, joiden kautta pääsee ulkomaille opiskelemaan.

Opinnäytetyössä on käytetty paljon lähteenä CIMOn ja OECDn tekemiä tutkimuksia. ”CIMOn perustehtävänä on edistää suomalaisen yhteiskunnan kansainvälistymistä koulutuksen, työelämän ja kulttuurin alueilla sekä nuorison keskuudessa” (CIMO 2012). OECDn (Organisation for Economic Co-operation and Development) missiona on tukea käytäntötapoja, joilla kehitetään ekonomista ja sosiaalista hyvinvointia ympäri maailmaa (OECD). Luvun 3.1 lopussa onkin käyty läpi CIMOn tekemää tutkimusta, jossa Suomeen tullee vaihto-opiskelijoilta kysyttiin syitä Suomeen tulemiselle. Luvuissa 3.2 ja 3.3 on käyty läpi kulttuurishokkia ja integraatiota, jotka kuuluvat tiiviisti vaihto-opiskelijan elämään. Vaihtoon lähdössä kohtaa erilaisia muutoksia ja on tärkeää yrittää kuulua uuteen kulttuuriin.

Vaihto-opiskelulla tarkoitetaan sitä, että opiskelija lähtee omasta oppilaitoksesta ulkomaille opiskelemaan tietyksi ajaksi. Ikäjakauma on usein 15-26 ja ideana on opiskella paikallisten opiskelijoiden ja opettajien kanssa. Mahdollisuus annetaan kaikille opiskelijoille ja sitä suosittellaan kovasti, koska kansainvälisyys on arvostettua työelämässä. Lukioikäiset vaihto-opiskelijat asuvat usein paikallisissa isäntäperheissä, jonka avulla kielen ja kulttuurin sisäistäminen on paljon helpompaa. Yliopistoista ja korkeakouluista lähtevät opiskelijat asuvat taas joko kampusalueilla tai itse hankituissa vuokra-asunnoissa. Usein vaihto-opiskelijaksi lähdetään oppilaitoksen kautta lukiosta, ammattikorkeakoulusta tai yliopistosta. Nykyään on perustettu Euroopan Union Comenius -ohjelma, jonka kautta vaihtoon voi lähteä jo yläasteellakin (Kilpeläinen 2010.)

Ulkomailla opiskeleminen ei ole ainoastaan prosessi, jossa kerätään lisää opintopisteitä toisessa maassa, vaan siinä ollaan osana toista sosiaalista kulttuuria ja samalla jatketaan opiskelijana työskentelyä. Opiskelija joutuu käymään läpi paljon erilaisia kokemuksia vaihtonsa aikana ja usein opiskelijat palaavatkin kotimaahansa uusin ajatuksin ja näkökulmin maailmaa kohtaan. Ulkomailla opiskeleminen on täydellinen tapa kasvattaa itseään ihmisenä ja oppia uutta koskien vieraita asioita kodin ulkopuolella. (Chisholm & Berry 2002, 2.)

Vuonna 2009 melkein 3,9 miljoonaa opiskelijaa lähti opiskelemaan oman maan ulkopuolelle. Eniten opiskelijoita lähti Australiaan, Iso-Britanniaan, Itävaltaan, Sveitsiin ja Uuteen-Seelantiin ja suurin osa näistä opiskelijoista tuli Aasiasta. Tutkimusten mukaan vaihto-opiskelijoiden määrä on ollut kasvussa vuoden 2000 jälkeen, varsinkin Latinalaisessa Amerikassa ja Karibiassa, koska oppilaitoksissa on tarjota enemmän kansainvälisiä kursseja. (OECD 2011.)

Samalla kun talouselämästä ja yhteiskunnista tulee koko ajan yhä kansainvälisempi, valtio ja oppilaitokset haluavat antaa opiskelijoilleen mahdollisuuden laajentaa näköpiiriään ja auttaa heitä ymmärtämään maailman eri kieliä, kulttuureja ja liiketoiminnallisia tapoja. Paras tapa tähän on opiskella vieraassa maassa. Samalla kohdemaata saattaa hyötyä tilanteesta esimerkiksi palkkaamalla korkeasti koulutettuja maahanmuuttajia. (OECD 2011.)

Vaihto-opiskelun suosion nousu pohjautuu moniin eri asioihin. Ensinnäkin mailla on omat kiinnostuksensa kehittää yhteistyötä muiden maiden välillä. Varsinkin Euroopan Unionin aloitettua toimintansa akateemiset, sosiaaliset ja poliittiset yhteydet maiden välillä ovat vahvistuneet. Unionisäädösten myötä matkustaminen ja opiskeleminen maiden välillä on tehty helpommaksi ja matkustamisen halvat hinnat saavat myös ihmiset liikkumaan helpommin. Nyky päivänä työmarkkinoilla kansainvälisyys on iso asia, joten kokemusta kannattaa lähteä hakemaan ulkomailta jo opiskeluaikana. (OECD 2011.)

3.1 Vaihto-opiskelu Suomessa

Vaihto-opiskelu on vanhimpia kansainvälistymisen muotoja, joka alkoi Suomessa jo toisen maailmansodan jälkeen. Ensimmäiset vaihdot suuntautuivat Yhdysvaltoihin ja aloitteen tekijänä olivat AFS-järjestön amerikkalaiset ambulanssinkuljettajat, jotka tekivät töitä vapaaehtoisesti. Tarkoituksena oli edistää rauhan ja yhteisymmärryksen kehittymistä maailmassa rannan sodan jälkeen. Suomi liittyi tähän järjestöön aktiivisena vuonna 1948. Pikku hiljaa yliopistovaihtojen ohella annettiin myös mahdollisuus lukiolaisille lähteä maailmalle. Vuonna 1948 vaihtoon lähti neljä suomalaista AFS-järjestön kautta ja nyt 60 vuotta myöhemmin sama järjestö ainoastaan lähettää ulkomaille jo yli 400 nuorta vuosittain. (Thors.)

Opetusministeriö tukee taloudellisesti vaihto-opiskelijatoimintaa ja sen kehittämistä. Yleensä tuki näkyy siinä, että stipendejä jaetaan niille, joilla taloudellinen tilanne on esteenä vaihtoon lähdölle. Samalla opettajien ja rehtoreiden tuki asiassa on hyvinkin suuri ja tarvittu. Tämä koskee Suomesta ulkomaille lähteviä opiskelijoita ja varsinkin Suomeen tulevia opiskelijoita, jotka tarvitsevat tukea opettajilta vieraassa kulttuurissa. (Thors.)

Suomesta opiskelijavaihtoon voi lähteä muutamallakin eri tavalla. Suosituimpia tapoja ovat paikan valitseminen tai korkeakoulujen omien sopimusten ja vaihtomaiden tutkiminen. Jos

itsenäinen toiminta ei innosta, toimii Suomessa myös muutama vaihto-ohjelma, joiden kautta voi lähteä vaihtoon. Nämä ohjelmat ovat nimeltään Erasmus ja Nordplus. Erasmus on Euroopan unionin oma ohjelma (European Region Action Scheme for the Mobility of University Students), joka on suurin yksittäinen liikkuvuusohjelma. Erasmusin osuus Suomesta ulkomaille suuntautuvasta liikkuvuudesta on kasvanut vuosien mittaan ja sen rooli ammattikorkeakouluvaihto-ohjelmissa on suuri. Nordplus on Pohjoismaiden ministerineuvoston rahoittama vaihto-ohjelma, joka palvelee lähinnä yliopistoja ja Suomesta ulkomaille lähteviä opiskelijoita. Ohjelman osuus on pienentynyt lähivuosina. (Garam 2011.)

Vuonna 2010 Suomeen tuli 8990 opiskelijaa, joista 3578 opiskeli ammattikorkeakoulussa. Kasvua vuodesta 2009 oli runsaat 200 henkilöä eli lähes kolme prosenttia. Nämä opiskelijat olivat Suomessa yli kolmen kuukauden opintojaksolla. Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMOn tilastojen mukaan luvut ovat olleet koko ajan kasvussa vuodesta 2000 lähtien. CIMOn tilastoihin verrattuna Unescon tutkimuksen luvut antaisivat erilaisen kuvan kasvusta. Unescon tekemän tutkimuksen mukaan Suomeen saapui 2009 vuonna yhteensä 12 596 vaihto-opiskelijaa. Tilastojen mukaan eniten vaihto-opiskelijoita tuli Keski- ja Itä-Euroopan maista, joista tuli yhteensä jopa 3135 opiskelijaa, toiseksi eniten Itä-Aasiasta ja Tyynen valtameren alueelta, joista tuli yhteensä 2621 opiskelijaa vuonna 2009. Vähiten Suomeen saapui tuolloin Keski-Aasiasta, josta tuli 95 opiskelijaa ja Saudi-Arabiasta, josta tuli 175 opiskelijaa. (Garam 2011, Global Education Digest 2011.)

Ulkomaalaiset opiskelijat jakautuvat CIMOn tilastojen mukaan melko hyvin ympäri Suomea oleviin ammattikorkeakouluihin, joten erot alueiden suhteellisessa aktiivisuudessa ovat pieniä. Suomesta taas ulkomaille vuonna 2010 lähti 10 123 opiskelijaa. Tämäkin luku kasvoi edelliseen vuoteen verrattuna jopa lähes kymmenen prosenttia. Viime vuosina Aasiasta Suomeen tulevien opiskelijoiden osuus on kasvanut ja Euroopasta tulevien taas laskenut. Euroopan osuus oli vuonna 2010 kuitenkin edelleen 84 prosenttia. 10 yleisintä maata tuovat jo 65 prosenttia opiskelijoita kokonaismäärästä Suomeen. (Garam 2011.)

CIMO (Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus) teki vuonna 2000 kyselyn Suomeen tulleille vaihto-opiskelijoille. Kysely oli nimeltään Why Finland? ja siihen vastasi yhteensä 561 opiskelijaa. Heiltä kysyttiin syitä, minkä takia he valitsivat Suomen. Kyselyyn vastanneita oli eniten Saksasta, Ranskasta ja Alankomaista ja 90 prosenttia vastanneista tulivat Euroopan alueelta. Myös Yhdysvalloista, Kiinasta ja Japanista tulleilta opiskelijoilta saatiin vastauksia, mutta ei yhtään Irlannista. (CIMO 2001.)

Kyselystä selvisi, että Suomen lisäksi Iso-Britannia, Ruotsi ja Yhdysvallat olivat suosittuja kohteita. Yllättävää oli, että vain 14 prosenttia vastanneista oli laittanut Suomen ensimmäiselle sijalle ja jopa 27 prosentilla Iso-Britannia oli ensimmäisenä vaihtoehtona. Tämä selittyi sillä, että moni opiskelija lähti vaihtoon parantamaan omaa englanninkielen taitoaan. Opiskelijoita

den listalle pääsi myös maailmalla tiedostettu asia, että Suomessa on hyvät mahdollisuudet opiskella englanniksi. (CIMO 2001.)

Englanninkielen lisäksi myös suomenkielen oppimista arvostettiin. Varsinkin opiskelijat, jotka viihtyivät vaihdossa vuoden ajan, kokivat maan paikallisen kielen oppimisen tärkeänä. Suomeen haluttiin tulla oppimaan englanninkieltä, mutta myös suomenkieli kiinnosti opiskelijoita. Opiskelijoilla oli selvästi tiedossa, että Suomessa puhutaan hyvin englantia ja englanninkielisten kurssien lukuisa määrä korkeakouluissa tuki halua oppia kieltä. (CIMO 2001.)

Suuri osa opiskelijoista oli kuullut Suomesta ja sen opiskelukulttuurista kotimaassaan. Kommentit olivat tulleet opiskelijakavereilta, jotka olivat jo olleet Suomessa, tai omalta korkeakoululta. Kurssitarjonnassa positiivista oli se, että ne saattoivat poiketa hyvinkin paljon oman oppilaitoksen kurseista. Toisaalta joillain opiskelijoilla kurssit olivat hyvin samanlaisia kuin kotimaassa ja tämä takasikin helposti niiden hyväksilukemisen. Muutama opiskelija oli tekevässä opinnäytetyötään Suomeen liittyen, joten maassa opiskeleminen tuntui hyödylliseltä. Yleisesti suomalaisia oppilaitoksia pidettiin korkealaatuisina ja tutkinnoista on kansainvälisellä tasolla paljon hyötyä. (CIMO 2001.)

Suomalaisista oppilaitoksista on maailmalla myönteinen kuva ja maa nähdäänkin hyvinvointivaltiona. Koulutusta pidetään tasokkaana ja tietyillä aloilla nähdään huippuosaamista. Tiettyjen alojen opiskelijat valitsivat Suomen, koska maassa tiedetään olevan alan erityisosaamista. Esimerkiksi arkkitehtuurin, viestintäteknologian ja muotoilun opiskelijat uskoivat saavansa Suomessa korkealaatuista opetusta alaansa liittyen. Opiskelijat mainitsivat myös Suomen kehitysasteet teknologiassa ja kuinka menestyneet yritykset ovat jättäneet merkkinsä maailmalla, tästä esimerkkinä oli Nokia. Opiskelijat toivoivat myös saavansa työharjoittelupaikan oppilaitoksen kautta tai muuten saavansa erilaisia projekteja yhdessä yritysten kanssa. Nimenomaan kansainvälisen kokemuksen saaminen yritysmaailmasta oli opiskelijoiden mielestä tärkeää tulevaisuutta ajatellen. (CIMO 2001.)

Kyselyn mukaan ulkomaalaisia Suomessa kiehtoo kulttuuri, luonto ja elämäntavat. Kielelliset, maantieteelliset ja kulttuurilliset erot saattoivat poiketa paljon omasta kotimaasta, joten Suomi tuntui mielenkiintoiselta vaihtoehdolta. Suomea kuvailtiin eksoottisena, outona, erityislaatuisena ja mielenkiintoisena. Uusi ja tuntematon maa vetosi moneen opiskelijaan. Muutama halusi täysin erilaiseen maahan, jossa voisi erottua joukosta. Opiskelijat pitivät maata puhtaana ja luonnollisena. Monella oli mielikuva järvimaisemista ja jopa talviolosuhteitakin pidettiin kiehtovina. (CIMO 2001.)

Myös Suomen maantieteellinen sijainti ja elämäntapa kiinnostivat opiskelijoita. Varsinkin maan ollessa Venäjän naapuri ja lähellä Baltian maita, sai se muutaman opiskelijan valitse-

maan Suomen vaihtokohteeksi. Suurimman osan opiskelijoista tullessa muista Euroopan maista, Suomesta oli lyhyt matka omaan kotimaahan. Virolaisia maa kiinnosti sen läheisen sijainnin ja kielen takia. Muutamalla opiskelijalla oli myös juuria Suomessa. Useimmiten oma äiti oli kotoisin Suomesta ja opiskelijat halusivat oppia paremmin omaa toista äidinkieltään. Yhdysvalloista tulleita muutamaa opiskelijaa kiinnosti oman sukunsa historia. Isoisovanhemmat saattoivat olla Suomesta kotoisin ja näin haluttiin tutustua maan kulttuuriin ja ehkä tuntea oman suvun historiaa paremmin. Muutamalla oli myös suomalaisia kavereita tai poika- ja tyttöystäviä. (CIMO 2001.)

Lopuilla opiskelijoilla syinä olivat muun muassa Suomen halpa opiskelu, haluttiin vain jonkin ulkomaille, lomailu maassa on epätodennäköistä, ainoa vaihtoehto, maa sijaitsee lähellä kotimaata tai Suomeen lähtevälle tarjottiin stipendiä. Muutama mainitsi Suomen hyvinvointivaltiona, naisten vahvan aseman ja turvallisen maineen. Maata pidettiin rauhallisena ja jopa harvaan asuttu muistettiin mainita kyselyssä. Noin kolmasosalla vastanneista ei ollut mitään erityistä syytä nimenomaan Suomea kohtaan. (CIMO 2001.)

Edellisissä tutkimuksissa ei ollut yhdenkään irlantilaisen vastausta. Suomen kiinnostavuutta haluttiin kuitenkin ymmärtää myös irlantilaisen näkökulmasta, joten kolmelta irlantilaiselta naiselta kysyttiin syitä asua Suomessa ja yhdeltä saatiin vastaus. Suomessa asuvan irlantilaisen naisen (2012) mukaan Suomessa asuu pysyvästi noin 500 irlantilaista. Itse hän päätyi Suomeen vahingossa eikä tiennyt maasta paljoakaan ennen muuttamista. Hän on kuitenkin viihtynyt hyvin ja luuleekin, että Suomessa irlantilaisia kiinnostaa erilaisuus. Suomen kansa ei tunnetusti ole kovinkaan sosiaalista, joten tätä nainen pitää haittapuolena. Maassa on vaikea tutustua uusiin ihmisiin ja kehittää omaa sosiaalista elämäänsä. Itse suomenkieli ei irlantilaisia niinkään kiinnosta. Hyvinä puolina hän kuitenkin pitää elintapoja. Tästä asiasta tuskin tiedetään ennen kuin Suomeen muuttaa, mutta se helpottaa huomattavasti päätöksen tekemistä jäämisestä.

3.2 Kulttuurishokki

Kulttuurishokki syntyy kun ihminen kohtaa vieraan kulttuurin. Se on pieni shokkitila, joka tulee kyvyttömyyden tunteesta uudessa ympäristössä. Kulttuurishokki on yleisin tunnistettava ongelma, kun ihminen kokee vieraan kulttuurin ja alun perin sitä tutkittiin ihmisten kanssa, jotka viettivät ulkomailla pidempään kuin 12 kuukautta, kuten sotilaat ja diplomaatit. Kulttuurishokin voimakkuus riippuu ihmisestä, mutta tutkimusten mukaan sosiaaliset ja ulospäin suuntautuvat ihmiset kokevat sen voimakkaampana. Myös kulttuurien erilaisuus ja ihmisen aiemmat kokemukset vaikuttavat reaktioon. (Reisinger & Turner 2003, 56.)

Tärkeintä on muistaa, että kulttuurishokilta ei voi välttyä, mutta sen kanssa opitaan elämään. (Malinen 2008.) Moni opiskelija kohtaa vaihtoon lähtiessään kulttuurishokin. Päivät poissa ko-

toa saattavat välillä tuntua vaikeilta. On kuitenkin tärkeää muistaa, että kaikki käyvät nämä asiat läpi ja toisilta opiskelijoilta voi saada apua. Vaihtokuukausista on silti hyvä ottaa kaikki irti ja nauttia hienosta kokemuksesta. Omalla asenteella pääsee myös yllättävän pitkälle ja positiivinen suhtautuminen auttaa sopeutumaan uuteen kulttuuriin.

Kulttuurishokki voi syntyä muutamasta eri asiasta. Toiset reagoivat enemmän uusiin tapoihin ja niiden tietämättömyyteen. Kuinka uudessa ympäristössä pitäisi käyttäytyä ja kuinka ihmiset toimivat? Toisilla ihmisillä iskee turhautuneisuus, kun uutta kieltä ei osata. Maassa on vaikea kommunikoida ja saada asiaansa esille. Joillain kulttuurishokki ilmenee selkeänä väsymyksenä. Mitkään asiat eivät oikein jaksaa kiinnostaa ja sohvalla makaaminen tuntuu paljon miellyttävämmältä kuin uuteen ympäristöön tutustuminen. Kulttuurishokki voi siis olla tuntemukseltaan sekä psyykkistä että fyysistä. (Reisinger & Turner 2003, 58.)

Kulttuurishokki voidaan myös jakaa neljään eri vaiheeseen. Ensimmäisenä on turistivaihe eli kuherruskuukausi. Kaikki uudet asiat tuntuvat mukavalta ja ihminen on hyvin innoissaan muutoksista. Kaikkea halutaan kokeilla ja jopa vieras kieli tuntuu miellyttävältä. (Malinen 2008.) Tämän jälkeen siirrytään shokkivaiheeseen. Reisinger & Turner (2003, 59) kutsuvat tätä vaihetta vahvemmin vihavaiheeksi. Tässä vaiheessa kaikki asiat alkavat ärsyttää. Ihmisen on vaikea innostua uusista asioista ja tässä olisikin tärkeää pitää itsensä aktiivisena ja tutustua uuteen kulttuuriin. Usein ihmiselle iskee masennus, väsymys ja koti-ikävä, jotka pahimmassa tapauksessa saattavat johtaa jopa aikaisempaan kotiinpaluuseen. (Malinen 2008.)

Sopeutumisvaiheessa ihminen on jo oppinut, kuinka eri maassa on tapana hoitaa asioita ja rutiinit ovat tulleet osaksi elämää. Ihminen alkaa sopeutua uuteen asuinpaikkaan ja uusien tilanteiden kohtaaminen ei ahdistakaan enää niin paljoa ja tilanteet osaa jo selvittää paremmin. Viimeinen vaihe on kotiinpaluun aikana. Paluushokki voi joskus olla rajumpi kuin uuteen maahan saapuminen. Ulkomailla tulee kerättyä paljon uusia kokemuksia ja persoonallisuus on myös saattanut muuttua. Ihminen saattaa joutua etsimään oman paikkansa uudestaan, vaikka paikkana onkin ”tuttu ja turvallinen” kotimaa. Kotiinpaluuseen kannattaakin valmistautua samalla tavalla kuin ulkomaille lähtiessä. (Malinen 2008.)

Suomessa irlantilainen kulttuuri ei ole täysin tuntematon. Esimerkiksi Helsingissä sijaitsee paljon irlantilaisia pubeja, joissa Suomessa asuvat irlantilaiset tapaavat toisiaan ja Irlannin kulttuurista kiinnostuneita ihmisiä. Vuonna 1954 Suomessa perustettiin Suomi-Irlanti seura, jonka tarkoituksena on tuoda esille irlantilaista kulttuuria ja historiaa. Seuralla on jäseniä tällä hetkellä noin 1000 ja seuraan on liittynyt paljon myös irlantilaisia, jotka ovat asettuneet Suomeen. Seura järjestää erilaisia tapahtumia, kuten vuosittaisen Irish Festival in Finlandin, joka on kasvanut suurimmaksi irlantilaisen musiikin festivaaliksi Euroopassa Brittien saarien ulkopuolella. Seuran kautta voi myös löytää irlantilaisen tanssin kursseja, tapaamisia muiden

innokkaiden kanssa irlantilaisissa pubeissa ja juhlia kuuluisaa St. Patricksin päivää. (Suomi-Irlanti seura 2011.)

Irlantilaisten opiskelijoiden tullessa Suomeen ei heidän tarvitse tuntea itseään yksinäiseksi, vaan koti-ikävänsä iskiessä paras vaihtoehto on lähteä tutustumaan irlantilaiseen tunnelmaan pubeihin. Vaikka omassa oppilaitoksessa ei olisikaan muita irlantilaisia, opiskelijat eivät varmasti ole ainoita maansa edustajia Suomessa. Omasta maasta ja kulttuurista tulevien ihmisten tapaaminen helpottaa huomattavasti oloa ja näin voidaan myös vähentää opiskelijan tuntemaa kulttuurishokkia.

3.3 Vaihto-opiskelun aikainen integraatio

Integraatio on sopeutumista uuteen paikkaan. Parhaimmillaan ihminen sopeutuu silloin kun hänelle annetaan tilaisuus säilyttää tilkka omaa kulttuuriaan ja harjoittaa äidinkieltään. Näissä tilanteissa tarkoitus olisi ylläpitää omia perinteitä ja uskomuksia ja yrittää luoda yhteyksiä enemmistökulttuuriin. Integroitumista käytetään muun muassa hyväksi maahanmuuttajien kanssa. Paras tapa sopeutua uuteen maahan on yrittää toimia enemmistöyhteiskunnan jäsenenä kuitenkin häpeilemättä omaa taustaansa. (Oulun lyseon lukio 2011.)

Vaihto-opiskelijat joutuvat integroitumaan uuteen kulttuuriin ja uuteen elinympäristöön vaihdon ajaksi. Integraatiota pidetään onnistuneena, kun vaihtomaan opiskelijat suvaitsevat ulkomaalaiset vaihto-opiskelijat joukkoonsa eivätkä sulje heitä ulkopuolelle (Ulkosuomalainen 2012). Suomen ja Irlannin kulttuurit eroavat toisistaan, mutta myös yhteyksiä löytyy. Irlantilaisten opiskelijoiden Suomeen sopeutumisen ei pitäisi olla toisaalta kovin hankalaa, koska lähes kaikki suomalaiset puhuvat kuitenkin jonkin verran englantia, kielen opiskelun alkaessa jo kolmannella luokalla. Helpommaksi sopeutumisesta tekisi tietenkin se, että Suomessa olisi muitakin englantia äidinkielenään puhuvia vaihto-opiskelijoita, joita tosin harvemmin näkee. Suomen vahvuutena on kuitenkin laaja tuutor-toiminta, jonka avulla opiskelijoiden sopeutuminen on tehty entistä helpommaksi. Opiskelijat otetaan heti huomioon ja heille yritetään järjestää erilaisia tapahtumia ja illanviettoja. Ihmisen tullessa yksin uuteen maahan, tarvitsee hän paljon verkostoitumista. Ujompia henkilöitä uskalletaan harvemmin heti lähteä hankkimaan uusia ystäviä, joten tässä tuutor-toiminta tulee apuun.

4 Valintoihin vaikuttavat tekijät

”Toisinaan rakastamme valinnan tekemistä, toisinaan vihaamme sitä, mutta emme voi välttyä siltä” (Iyengar 2011, 14). Ihminen joutuu elämässään tekemään monia eri päätöksiä ja näiden päätösten valintaan liittyy monia eri tekijöitä. Useimmat näistä tekijöistä ovat ihmiselle huomaamattomia. Tässä luvussa tutkitaan aluksi tekijöitä, jotka ovat mukana ihmisen jokapäiväisessä elämässä. Myöhemmin pohditaan asiaa opiskelijan kannalta. Vaihtoon lähdössä tulee miettiä monia eri asioita, mitä haluaa kokemukseltaan ja mistä olisi paras hyöty. Luvussa 4.2

käydään läpi OECDn ja CIMOn tekemiä tutkimuksia vaihtoon vaikuttavista tekijöistä. Näitä tietoja on myöhemmin käytetty hyväksi tehtyjen tutkimusmenetelmien teemoissa.

Albanese ja Boedeker (2002, 106) jakavat matkustamiseen motivoivat tekijät kahteen eri luokkaan, sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Sisäiset tekijät lähinnä motivoivat matkustamaan ja auttavat selvittämään, mitä reissulta halutaan ja mihin kohteeseen lähdetään. Näihin ratkaisuihin vaikuttavat esimerkiksi motivaatio, asenne ja persoonallisuus. Motivaatiot ovat niitä prosesseja, jotka saavat ihmisen käyttäytymään tai toimimaan tietyllä tavalla. Tärkeitä kysymyksiä tässä ovat: miksi ihminen haluaa jotakin, mitä hän haluaa asioilta ja miksi hän haluaa juuri tietyn asian. Yleisesti ottaen ihmisellä on kuitenkin monia eri syitä käytökseensä, joten on hyvä tarkastella motiiveja, joista taas muodostuu tietty motivaatio. (Albanese & Boedeker 2002, 106-107.)

Asenteella tarkoitetaan opittuja tapoja reagoida tilanteisiin. Ihmisellä voi olla hyvinkin vahvoja asenteita tiettyihin kohteisiin. Kielteiset asenteet vähentävät välittömästi halukkuutta matkustaa tähän tiettyyn maahan. Positiivinen asenne taas pitää ihmisen mielenkiintoa yllä ja houkuttelee ihmistä tutustumaan kyseiseen maahan. Asenteet ovat opittuja ja melko pysyviä käyttäytymistapoja, mutta niihin voidaan kuitenkin itse vaikuttaa omien kokemusten ja toisten mielipiteiden kautta. Asenteet eivät täten ole kiveen hakattuja, mutta niiden muutos on pitkä prosessi. (Albanese & Boedeker 2002, 110.)

Albanesen & Boedekerin (2002, 110) sanoin persoonallisuus määrittää, kuinka ihminen suhtautuu ympärillä olevaan maailmaan. Sitä muokkaavat erilaiset tapahtumat ja kokemukset ja se muodostuu käyttäytymistapumuksista. Persoonallisuusteorioista kuuluisin on Sigmund Freudin psykoanalyttinen teoria ja niitä tutkitaan edelleen hyvinkin aktiivisesti. Matkailussa on lähinnä tutkittu psykograafisten tutkimusmenetelmien avulla matkailijan persoonallisuuden ja matkailukohteen koskevan valinnan välistä yhteyttä (Albanese & Boedeker 2002, 111). Ropen & Pyykön (2003, 33) mukaan ihmisen tekemiin valintoihin vaikuttaa psykosysteemi, joka koostuu kahdeksasta eri elementistä. Yksi tärkeänä pidetty elementti on persoonallisuus, joka kaikilla ihmisillä on erilainen johtuen perimästä. Henkilökohtaiset taustat, joihin sisältyy perhe- tausta, siihen sisältyvät arvot ja arvostukset, vaikuttavat suurilta osin päätöksentekoon. (Rope & Pyykkö 2003, 34-35.)

Kulttuuritausta ja tapakulttuuri, joka Ropen & Pyykön (2003, 36) kertomana sisältyy yhteiskunnan kehitysvaiheisiin, saattaa vaikuttaa päätöksiin ihmisen tietämättä. Kulttuuritausta vaikuttaa sekä perhetaustan kautta välillisesti että myös suoranaisesti niiden uskomusten ja niin sanottujen yleisten totuuksien ja ajatusperustojen kautta, joita kulttuurissa esiintyy. Tapakulttuurilla on pitkät perinteet, jotka vaikuttavat laajalti ihmisen jokapäiväiseen elämään. (Rope & Pyykkö 2003, 36-37.) Kulttuuri muovaa hyvinkin paljon ihmisten käyttäytymistä ja

näin samalla se vaikuttaa myös ihmisten päätöksentekoon. Esimerkiksi suomalainen ja italialainen hakevat elämältään eri asioita erilaisen kulttuurinsa takia. Suomalaiselle on esimerkiksi tyypillistä hakeutua talvilomalla lämpöön maansa kylmyyden takia, kun taas italialainen saattaa mielellään lähteä Lappiin nauttimaan pakkasesta ja lumesta.

Ropen & Pyykön (2003, 22) mainitsemien kahdeksan elementin loput tekijät ovat ensin yleiset markkinaperustat, joihin sisältyy muun muassa taloudellista suhdanne- ja toimintaperustaa, lainsäädäntöä ja yhteistä kehittyneisyyttä. Viides tekijä on elinvaihe, joka tarkoittaa käytännössä sitä, että pystyykö ihminen itse tietoisesti vaikuttamaan päätöksiinsä vai ei. Kuudes toimintaan ja päätöksiin vaikuttava taso on sosioekonominen tilanne. Se liittyy vahvasti koulutustaustaan, asemaan työmarkkinoilla ja tulotasoon, ja se onkin yksi niistä asioista, joiden kautta yksilö muokkaa omaa maailmankuvaansa. (Rope & Pyykkö 2003, 40-41.)

Kaksi viimeistä tekijää ovat yhteiskuntataloudellinen ja arvoperustainen tilanne ja markkinaärsykkeet. Yhteiskunnan yleinen arvomaailma ilmenee esimerkiksi ympäristöarvostuksena tai piittaamattomuutena, konservatiivisuutena tai radikaalisuutena tai jopa rasismina tai suvaitsevaisuutena. Nämä ovat asioita, jotka saattavat oleellisesti vaikuttaa päätöksentekoon. Markkinaärsykkeet on psykologisesti toimivin nimi muun muassa mainonnalle ja ihmisten väliselle keskustelulle. (Rope & Pyykkö 2003, 42-43.)

Usein matkustajat jaetaan kahteen eri ryhmään heidän persoonallisuutensa perusteella. Nämä kaksi ryhmää ovat allosentrikot ja psykosentrikot. Ensimmäisessä ryhmässä matkaja valitsee koskemattomia matkakohteita ja nauttii uusista kokemuksista ja kulttuureista. Oudot ympäristöt ja itsenäisyys ovat osa matkan jännitystä. Jälkimmäisessä ryhmässä taas hakeudutaan tuttuihin kohteisiin. Matkaja hakee turvallisuutta, mukavuutta ja helppoutta ja täten valmismatkat ja tavalliset hovit voittavat uuden viehätöksen. (Albanese & Boedeker 2002, 111-112.)

Ulkoiset tekijät muokkaavat ihmisen sisäisiä vaikutustekijöitä. Ne ovat ihmisen ympäristöstä muokkautuneita asioita, jotka vaikuttavat ihmisen käyttäytymiseen. Suurin osa näistä toimii ihmisen läheisessä piirissä, kuten kulttuuri ja viiteryhmät. (Albanese & Boedeker 2002, 106.) Ihminen saattaa hyvinkin muuttaa mielipiteensä, jos joku läheinen antaa asialle kielteisen kommentin. Muiden mielipiteillä onkin usein hyvin suuri vaikutus ihmisten ajatteluun. Epävarmassa tilanteessa taas läheisten rohkaisevat kommentit auttavat ihmistä lähtemään kokemaan jotain suurta ja uutta, esimerkiksi vaihto-opiskelijaelämää.

Viiteryhmällä tarkoitetaan yleensä perhettä ja kavereita, joilla on suuri vaikutus ihmisen tekemiin valintoihin. Ryhmään voidaan myös lukea etniset ja uskonnolliset ryhmät ja jopa kuvitteelliset hahmot, kuten elokuvien sankarit. Perhe on kuitenkin näistä se luonnollisin, koska

tavat ja tottumukset ovat muokkautuneet vuosien mittaan perheen vaikutuspiirissä. Ihminen arvostaa näiden henkilöiden antamia ohjeita ja tuntee suurta yhteenkuuluvuuden tunnetta heidän kanssaan. Tämä tunne vaikuttaa myös suuresti uskomuksiin, asenteisiin ja valintoihin. (Albanese & Boedeker 2002, 119-120.)

Uskonto saattaa olla hyvinkin vahva viiteryhmä. Esimerkiksi muslimeilla on hyvin tarkat säännöt, mitä he saavat tehdä ja minne he saavat mennä. Vuosittainen matka Mekkaan on uskonnon laatima ”sääntö”, joka vaikuttaa suuresti muslimien päätökseen lähteä. (Albanese & Boedeker 2002, 121.) Myös julkisuuden henkilöillä on oma valtansa ihmisten päätöksiin. Monet lähtevät urheilun perässä vaikka toiselle puolelle maailmaa, kunhan pääsevät näkemään oman joukkueensa pelin.

Kulttuuri on vaikea määritellä, mutta perusteena on, että siihen kuuluu taidot, tiedot, arvot, uskomukset, tavat ja tottumukset (Reisinger & Turner 2003, 4). Kulttuuri voidaan myös jakaa ulkoiseen ja sisäiseen osioon. Ulkoinen kulttuuri sisältää tavat ja käyttäytymisen, jotka on yhteiskunnan jäsenenä sisäistetty. Näitä voivat olla syömis- ja juomistavat ja jopa musiikki- ja pukeutumistyyli. Sisäinen kulttuuri taas viittaa käsityksiin, jotka liittyvät tiettyyn yhteiskuntaan. Näistä esimerkkejä ovat kieli, uskonto ja politiikka. (Albanese & Boedeker 2002, 121.)

Kulttuurin ilmenemismuodot siirtyvät sukupolvelta toiselle, joten ihminen omaksuu asioita aina syntymästään asti. Tätä sanotaan enkulturaatioksi ja akkulturaatiolla tarkoitetaan prosessia, jossa ihminen oppii omaksumaan vieraan kulttuurin. Eri kulttuurien välisiä eroja pidetään suurena, jos sisäiset kulttuurit poikkeavat toisistaan voimakkaasti. (Albanese & Boedeker 2002, 121.)

Jansson-Boydillä (2010, 131) on myös oma teoriansa päätösten tekoon. Hänen mukaansa päätöksiin vaikuttaa muun muassa sosiaalinen luokka, tunteet, elämäntyyli ja jo aikaisemmin mainitut ryhmän paine sekä asenteet. Päätöksen tekoon vaikuttaa hyvinkin monet eri asiat kulttuuritaustasta sosioekonomiseen tilanteeseen, mutta useimmat päätökset perustuvat kuitenkin vain muutamaan tekijään. (Rope & Pyykkö 2003, 34-43.)

4.1 Vaihtoon lähtöön vaikuttavat tekijät

Vaihto-opiskeluvuoden aikana on hieno mahdollisuus saada uusia näkökulmia elämään ja uusia taitoja, joita voi hyödyntää tulevaisuudessa jatko-opintoja ja työpaikkaa ajatellen. Parhaimmillaan vaihto-opiskeluvuosi tarjoaa opiskelijalle kasvua ihmisenä ja mahdollisuuden luoda kontakteja pitkin maailmaa. Opiskelijat tapaavat paljon uusia ihmisiä isäntämaasta ja muita opiskelijoita eri maista. Näistä kontakteista voi olla varsin paljon hyötyä tulevaisuudessa ja

vaihto-opiskelukausi näyttää myös hyvältä CV:ssä, varsinkin jos opiskelija hakee töihin kansainvälisiin organisaatioihin.

Kun opiskelija lähtee ulkomaille, on hänen tutustuttava toisen maan kulttuuriin liittyviin asioihin. Kulttuuriin liittyy näkyviä asioita, kuten tavat ja tottumukset. Kulttuuriin liittyy myös näkymättömiä asioita, joita on vaikeampi havaita. Näitä ovat esimerkiksi arvot ja uskomukset. Kaikki nämä asiat muokkaavat samalla jokaisen maan opiskelutapoja. Usein opiskelijat hehkuttavat kokemuksiaan ulkomailla, mutta opiskeluista saattaa olla negatiivista sanottavaa. Uudessa maassa kieli ja tavat harvoin tulevat yllätyksenä ja opiskelijat ovatkin valmiita ja halukkaita kokemaan uutta. Opiskeluun liittyen uudistukset kuitenkin iskevät opiskelijoihin enemmän. Erilainen opiskelutyyli saattaa tuntua itselleen epämiellyttävältä eikä opiskelusta osata ottaa kaikkea irti. (Chisholm & Berry 2002, 2.)

Usein opiskelijoiden syyt lähteä vaihtoon ovat kielitaidon parantaminen ja uuteen maahan ja kulttuuriin tutustuminen. Opiskeluvaihdossa voi opiskella joko maan omalla kielellä tai englanniksi. Usein vaihdossa on myös tapana opiskella vaihtomaan kieltä kielikurssilla muiden vaihto-opiskelijoiden kanssa, ja tämä onkin varsin suositeltavaa, jos haluaa hyötyä kokemuksesta maksimaalisesti samalla oppien uuden kielen. Vaihtoon lähtö auttaa parantamaan kielitaidon suullista ilmaisua ja rohkaisee opiskelijoita käyttämään oppimaansa kieltä. Euroopan parlamentti (2006) kannustaa opiskelijoita kielitaidon parantamiseen, koska sen avulla mahdollisten työpaikkojen määrä muualla Euroopassa nousee ja liikkuvuus Euroopan Unionin sisällä on paljon helpompaa.

Vaihto-opiskeluvuosi tai -kuukaudet on täydellinen mahdollisuus itsenäistyä. Usein ihmisen aikuistuttua on hänellä tarve pärjätä omillaan. Turvallinen oma koti on monien kilometrien päässä ja opiskelijan on pärjättävä ilman läheistensä apua tiukissakin tilanteissa. Monet vaihtoon lähtevistä opiskelijoista ovat jo tottuneet matkusteluun ja vaihto-aika onkin hyvä tapa lähteä ”karkuun” normaalia arkea omasta kotimaasta ja samalla kokea jotain uutta ja erilaista. Opiskelujen ohella usein jää vapaa-aikaa, jolloin voi tutustua vaihtokohteeseen ja sen ympäristöön. (Pekkala & Petäjäniemi 2012, 32-33.)

Albanese & Boedeker (2002, 108) mainitsevat myös erilaisia valintoihin vaikuttavia tekijöitä opiskelijan lähtiessä vaihtoon. Näitä ovat esimerkiksi pako arjesta, rentoutuminen ja pako sosiaalisesti hyväksyttävistä arkirooleista. Samoin on myös mainittu itsetutkiskelu ja -arviointi, statuksen kohottaminen ja sosiaalisen kanssakäymisen lisääminen. Seuraavassa kapaleessa on käyty näitä motiveeja tarkemmin läpi.

Monet opiskelijat saattavat tuntea oman arkensa kotimaassaan tylsäksi ja haluavat vaihtelua. Fyysinen ja henkinen latautuminen tekee välillä myös hyvää ja siihen saatetaan tarvita maissan vaihtoa. Vaihtoon voidaan myös lähteä hakemaan kokemuksia, joita omassa kotimaas-

saan ei saa harrastaa. Esimerkiksi muslimeille vaihto-opiskeluaika voi olla juopumishakuista aikaa. Tärkeänä pidetään itsenäistymistä ja itsensä löytämistä. Ulkomaanmatka voi antaa tilaisuuden itselle ymmärtää, mitä oikeasti haluaa elämältään. Sosiaalisten kontaktien lisääminen voi olla tärkeää tulevaisuuden työpaikan kannalta ja statuksen kohottaminen voi olla tärkeää ihmiselle, joka ei tunne itseään kovin hyväksytyksi kotimaassaan. (Albanese & Boedeker 2002, 108-109.)

Opiskelijat hakevat myös uutta näkökulmaa omiin opintoihinsa. Vaihto-opiskelukohteessa saatetaan käydä asiat läpi eri näkökulmista ja opitaan uutta informaatiota tukemaan jo opittuja asioita. Näistä opituista asioista voi olla paljon hyötyä, kun palataan oman kotimaan opintoihin. Opiskelija voi tuoda uusia ideoita omalle opettajalleen ja luokkakavereilleen. (Pekkala & Petäjäniemi 2012, 32-33.)

4.2 Tutkimuksia vaihtoon lähtöön vaikuttavista tekijöistä

Opinnäytetyössä on jo aikaisemmin mainittu OECD ja CIMO ja käytetty niiden tutkimuksia tietolähteenä. Molemmat yritykset tekevät töitä koulutuksen ympärillä ja ne ovat myös tehneet tutkimuksen aiheesta vaihtoon lähtöön vaikuttavat tekijät. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi molempien tutkimuksien tuloksia ja myöhemmin niitä on myös verrattu opinnäytetyössä käytettyjen menetelmien vastauksiin.

CIMOn (2001) tutkimuksen mukaan opiskelijoiden suurimpina syinä vaihtoon lähdössä olivat uusien kokemusten hankkiminen ja henkinen kasvu. Moni opiskelija koki, että vaihtojakson aikana on mahdollisuus oppia paljon uutta ja itsenäistyä. Samoin monella opiskelijalla oli kova halu matkustaa ja tutustua uuteen maahan ja sen kulttuuriin. OECDn (2011) tutkimuksessa oli myös mainittuna, kuinka samanlainen kulttuuri kiehoi opiskelijoita, samoin maantieteellinen sijainti ja maiden välinen historia. Osa opiskelijoista halusi myös päästä eroon omista kotimaan rutiineista, mutta tätä ei pidetty tärkeimpänä piirteenä (CIMO 2001).

OECDn (2011) tutkimuksessa opiskelijoiden suurin syy vaihtoon lähdölle oli kielitaidon parantaminen. Suosituimpia kohteita vuonna 2009 olivat ne maat, joissa puhutaan äidinkielenä englantia, esimerkiksi Iso-Britannia, Yhdysvallat ja Australia. Englanninkieltä pidetään maailman kansainvälisempänä kielenä ja sitä opetetaan usein jo opiskelijoiden kohdemaassa. Tämän takia kielitaitoa on helppo lähteä parantamaan maahan, jossa puhutaan englantia. Englanninkielen suosio on syynä myös siihen, minkä vuoksi kohdemaat tarjoavat paljon englanninkielellä opetettavia kursseja.

CIMOn (2001) tutkimusta oli analysoitu koulutuskohtaisesti ja varsinkin matkailualan opiskelijat korostivat urakehityksen merkitystä. Yleisesti tämä meni myös matkustushalun edelle. Yhä useammin opiskelija valitsee vaihtomaansa kurssitarjonnan ja opetuksen tason perusteella

(OECD 2011). Samoin opiskelijat olivat pohtineet uusien opetusmetodien oppimista, uusien koulutusmateriaalien saamista ja kohdekoulun hyvää mainetta (CIMO 2001). Korkealle rankautetut oppilaitokset saavat suuremman mielenkiinnon opiskelijoiden keskuudessa. Nämä oppilaitokset ovat myös paljon halukkaampia nostamaan omaa tasoaan ja tarjoamaan mahdollisimman erilaisia kursseja monipuoliselle opiskelijakunnalle. Kuitenkaan vaihtoon ei lähdetty parempien arvonsanojen toivossa, vaan enemmänkin kokemuksen takia. (OECD 2011.)

Euroopan Unionin sisällä liikkuvien opiskelijoiden ei tarvitse maksaa opiskelukuluja. Tähän liittyy poikkeuksia, mutta esimerkiksi Suomessa myöskään Unionin ulkopuolelta tulevien opiskelijoiden ei tarvitse maksaa lukukausimaksuja. Ne, jotka eivät kuulu EU:hun tai EEA:han (non-European Economic Area) ja joutuvat maksamaan lukukausimaksun, voivat kuitenkin hakea stipendejä, joista saa apua maksuihin. (OECD 2011.) Lukukausimaksut vaikuttavat suuresti opiskelijoiden kohdemaan valintaan, tunnetusti kun opiskelijoilla rahat yleensä ovat tiukassa. Vuonna 2008 Irlannissa koettiin finanssikriisi ja sen jälkeen talous on romahtanut ja työttömyysprosentti on kaksinkertaistunut (Suomen suurlähetystö 2011). Tässä on varmasti yksi syy sille, minkä vuoksi irlantilaiset eivät ole niin innokkaita lähtemään vaihtoon. Kriisin takia työpaikat ovat harvassa ja moni irlantilainen nuori mieluummin lähtee ulkomaille hakemaan töitä, kuin jää kotimaahansa kohtamaan taloudelliset vastoinkäymiset (The Guardian 2012). Suomessa ulkomaalaisia opiskelijoita kohdellaan kuin kotimaisia eikä lukukausimaksuja tarvitse maksaa, toisin kuin esimerkiksi Irlannissa. OECD:n (2011) tekemän tutkimuksen mukaan juuri tämä asia on syynä sille, minkä takia Suomeen tulleiden vaihto-opiskelijoiden määrä on kasvanut huimasti vuoden 2000 ja 2009 välillä.

Aikaisemmin jo mainittiin, että Euroopan Unionin sisällä vallitsevat maahanmuuttolait helpottavat opiskelijoiden liikkumista maasta toiseen. Nämä maat ovat paljon suositumpia ja varsinkin pysyvät maahanmuuttajaopiskelijat tuovat samalla työvoimaa kohdemaahansa. Samoin kuin lukukausimaksut, myös maahanmuuttosäädökset vaikuttavat suuresti opiskelijoiden päätöksiin. Muita asioita, joita opiskelijat pohtivat, ovat muun muassa oman oppilaitoksen rajoitukset. Kotikoulu ei välttämättä hyväksy kohdekoulun tarjontaa ja opiskelu menee käytännössä hukkaan. Kurssien joustavuus ja ulkomailla suoritettujen tutkintojen tunnustus vaikuttavat myös päätöksentekoon. (OECD 2011.)

5 Markkinointi

Markkinointi on tapa, joka lähtee asiakkaan tarpeista ja sen päätehtävänä on tyydyttää näitä tarpeita (Anttila & Iltanen 2001, 13, 19). Samoin markkinoinnin tarkoituksena on tuottaa yritykselle voittoa. Nämä tulokset saattavat näkyä vasta monien vuosien kuluttua. Markkinointiin käytettyjen välineiden valinta on tärkeää, koska sanoma on saatava kohdeyleisölle mahdollisimman tehokkaasti ja taloudellisesti. (Anttila & Iltanen 2001, 271, 275.)

Seuraavissa luvuissa käydään tarkemmin läpi kansainvälistä markkinointia, internettiä ja sosiaalista mediaa ja esitettä. Opinnäytetyössä käytetty markkinointi on tarkemmin kansainvälistä markkinointia, koska kohderyhmänä ovat ulkomaalaiset opiskelijat. Laurea-ammattikorkeakoulun markkinoinnin apuna käytettiin internettiä ja varsinkin sosiaalista mediaa. Konkreettinen opinnäytetyön tuotos oli markkinointiesite, josta kerrotaan tarkemmin luvussa 9.

5.1 Kansainvälinen markkinointi

Kansainvälisen markkinoinnin yksinkertaisimmalla tasolla tarkoitetaan yrityksen tekemää markkinointimixiä maan rajojen yli. Kansainvälisessä markkinoinnissa haasteita tuovat maiden väliset erilaisuudet muun muassa markkinoinnin mahdollisuuksissa ja hinnoittelussa. (Doole & Lowe 2008, 5-6.) Geetanjalin (2010, 164) mukaan kansainvälinen markkinointi on yksinkertaisesti sovellettu versio markkinoinnin periaatteista useampaan kuin yhteen maahan.

Kansainvälisessä markkinoinnissa tulee erityisen hyvin miettiä kohderyhmä, jolle tuotetta tai palvelua markkinoidaan (Geetanjali 2010, 169). Myös Vahvaselkä (2009, 118) painottaa asiakassegmentin tärkeyttä. On tiedettävä tarkkaan, kenelle lähdetään markkinoimaan ja löytyykö mahdollisesti edes kysyntää. Tärkeää on tutkia, mitä asiakas tarvitsee ja arvostaa, ja mitä kilpailijoilla on tarjota (Vahvaselkä 2009, 120). Opinnäytetyössä syvennytään siihen, mitä irlantilaiset opiskelijat hakevat vaihtokokemukseltaan ja miten nämä vaatimukset voitaisiin yhdistää Suomeen. On siis hyvä pohtia, mitä tarjottavaa esimerkiksi Englannilla on, minne irlantilaiset tilastojen mukaan lähtevät useimmiten vaihtoon ja täten verrata Englannin tarjontaa Suomeen. Kun tunnetaan kilpailijoiden vahvuudet, on helppo ruveta tekemään päätöksiä, joilla erotutaan kilpailijoista ja aletaan rakentaa vahvaa kumppanuutta (Vahvaselkä 2009, 121).

Kansainvälisessä kohdemarkkinoinnissa tulee ottaa huomioon väestötilastot eli ikä, sukupuoli, sosiaalinen luokka, tulot, uskonto sekä etnisuus. Väestötilastojen lisäksi on huomioitava kiinnostuksen kohteet, mielipiteet, käyttäytyminen ja asenteet. Kansainvälisessä markkinoinnissa on myös hyvä muistaa maantieteellisesti oleelliset asiat, jotka vaikuttavat. Näitä ovat muun muassa ilmasto, maastot, alueet sekä kaupungin tai pitäjän koko. (Geetanjali 2010, 169.) Ihmisen arvot on myös hyvä ottaa huomioon. Mooijnin (2005, 96) mukaan palvelulla ja asiakkaalla olisi hyvä olla samat arvot, jotta tuote olisi vahva.

Kotimaisen ja kansainvälisen markkinoinnin erot ovat selkeästi havaittavissa. Kansainvälinen ympäristö tuo omat haasteensa markkinointiin. Näitä ovat Doolen & Lowen (2008, 20) mukaan kulttuuri, jonka vuoksi markkinat ovat usein monimuotoisia. Markkinat ovat yleensä laajalle

levinneitä ja joskus myös sirpaloituneita. Kansainvälistä markkinointia on vaikeampi kontrolloida, koska markkinoiden koordinoiminen rajojen yli on hankalampaa kuin kotimaan markkinoilla pysyminen. Kansainvälisillä markkinoilla on tärkeää perehtyä maan toimintatapoihin, jotta pysytään mukana alati muuttuvilla markkinoilla. (Doole & Lowe 2008, 20-21.)

5.2 Internet ja sosiaalinen media

Markkinoinnissa, varsinkin kansainvälisessä, hyödynnetään nykyään internetiä. Verkossa voi markkinoida ihmisiä, paikkoja, palveluita ja ideoita ja tiedon etsiminen on käyttäjäystävällistä ja helppoa (Ahola, Koivumäki & Oinas-Kukkonen 2002, 108). Internetin käyttäjien määrä kasvaa samalla kuin tietokoneiden käyttö yleistyy. Päivittäiset asiat on siirretty internetissä hoidettaviksi ja suurin osa tiedosta löytyy myös sieltä. Ihmisten saavutettavuus on helppoa ja varmempaa, koska esimerkiksi jo vuonna 2000 käyttäjiä oli viikottain 1,8 miljoonaa (Anttila & Iltanen 2001, 279).

World Wide Web on maailmanlaajuinen tietoverkko ja tämä asettaakin haasteita eri kulttuurien ja kielten kanssa työskennellessä. Internetissä liikkuvan tiedon ja ulkonäön pitäisi mielellään olla maailmanlaajuisesti ymmärrettävissä. Markkinoinnin suuntautuessa eri maan kansalaisille tekstin on oltava kaikin puolin ymmärrettävää. Sanoilla ei voi leikkiä samalla tavoin kuin omassa kulttuurissa ja kielessä. Pahimmassa tapauksessa voi syntyä väärinkäsityksiä ja ihmiset voivat loukkaantua. (Ahola ym. 2002, 133-134.) Opinnäytetyössä kielen ja kulttuurilisten asioiden kanssa tulee olla tarkka tuotoksen kohdalla, koska se tehdään englanninkielellä.

Nuorten suosiossa on nykyään sosiaalinen media, joka toimii internetissä. Tähän kuuluvat esimerkiksi Facebook, Youtube ja Twitter. Facebook on tänä päivänä hyvä markkinointikanava, koska vuoden 2010 heinäkuussa se saavutti yli puolen miljardin käyttäjämäärän (Talous-Sanomien 2010). Sosiaalisen median avulla voidaan saavuttaa tietoa paljon nopeammin myös kotimaan rajojen ulkopuolella ja rakentaa yhteistyösuhteita ja kaiken lisäksi se on usein täysin maksutonta (Opetushallitus 2010). Tämän takia sosiaalista mediaa olisi hyvä hyödyntää Laurea-ammattikorkeakoulun markkinoinnissa varsinkin irlantilaisille opiskelijoille, koska Facebookissa on 1,75 miljoonaa yli 15-vuotiasta irlantilaista (RTE News/Ireland 2011).

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan yhteisöjen ja ihmisten välillä tapahtuvaa vuorovaikutusta verkossa ja se on varsinkin nuorison keskuudessa hyvin suosittu. Tarkoituksena on jakaa ja tuottaa omia ajatuksia, tietoja ja mielipiteitä. Sosiaalinen media on kasvattanut suosiotaan muutaman viimeisen vuoden aikana ja tällä hetkellä se onkin neljänneksi suosituin verkkoaktiiviteetti. Suosituimpia vielä ovat sähköpostit, hakutoiminnot ja verkkouutiset. (Helsingin yliopisto 2006.)

Oppilaitoksille tyypillisimpiä syitä käyttää sosiaalista mediaa on tapahtumamarkkinointi ja opiskelijarekrytointi (Helsingin yliopisto 2006). Nykypäivän nuoriso käyttää hyvin paljon internetiä ja etsivät sitä kautta tietoa. Myös jokapäiväiset asiat tapahtuvat nykyään yhä enemmän verkkopalvelujen kautta, esimerkiksi laskujen maksaminen ja oppilaitokseen hakeminen. Tämän takia internetiä on hyvä käyttää hyväksi, vaikka se ei olisikaan virallinen asiakaspalvelukanava.

CIMOn (2001) tutkimuksen mukaan 69 prosenttia opiskelijoista oli kuullut vaihtokohteesta omasta korkeakoulustaan, 5,3 prosenttia internetistä ja 3 prosenttia esitteiden ja mainosten kautta. Luvut selittyvät sillä, että suurin osa opiskelijoista haki vaihtoon Erasmus - ohjelman kautta ja kaikki tarvittava tieto löytyy oppilaitoksesta. Opiskelijat, jotka hakivat itsenäisesti opiskelupaikkaa, etsivät tiedon internetistä. Samoin opiskelijat, jotka olivat saaneet varmistuksen opiskelupaikastaan ulkomailla, etsivät kohdemaasta ja - koulusta tietoa internetistä.

5.3 Esite

Esite on markkinointiväline, joka on yksi suosituimmista keinoista ja sen suunnitteluun kannattaa varata aikaa. Sitä voidaan käyttää esimerkiksi kurssien, tuotteen tai yrityksen yhteydessä (Juvenes). Tuottaminen ja suunnittelu ovat luovaa toimintaa ja usein kannattaa miettiä tarkkaan kenelle esite ollaan suuntaamassa. On mietittävä, mitä haluaa tarjota asiakkaalle ja minkälaista palvelua. Kuvia kannattaa käyttää ja haluttu viesti on hyvä tiivistää pieneen pakettiin. (Esite.fi.)

Vaikka CIMOn (2001) tekemän tutkimuksen mukaan mainokset ja esitteet eivät saa suuria prosenttuaalisia lukuja tiedonlähteinä, voivat opiskelijat tukeutua esitteeseen ja saada enemmän tietoa haluamastaan kohdemaasta. Opinnäytetyön tekijöiden mielestä markkinointiesite on hyödyllinen tuotoksena, koska sen avulla tietoihin saadaan syvyyttä ja kysymyksiin paremmin vastauksia. Markkinointiesitteestä kerrotaan enemmän luvussa 9.

6 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku

Tutkimusmenetelmiä tässä opinnäytetyössä oli kaksi, kysely ja haastattelu. Kyselyjä tehtiin kaksi erilaista. Ensimmäinen kysely oli sähköpostikysely, joka lähetettiin muiden pääkaupunkiseudun ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen kansainvälisistä asioista vastaaville henkilöille, joilta kysyttiin tilastotietoja koskien irlantilaisia vaihto-opiskelijoita. Sähköpostia lähetettiin myös Irlantiin, jotta saataisiin tietoa heidän vaihto-opiskelutavoistaan. Toinen kysely oli lomakkeen muodossa, joka lähetettiin sekä irlantilaisille opiskelijoille että Laurea-ammattikorkeakouluun tuleville vaihto-opiskelijoille. Nämä kaksi kyselyä olivat lähes identti-

set, mutta sisällön painotus oli hieman eri.

Irlantilaisten tapauksessa kysely oli järkevin vaihtoehto, koska paikan päälle ei ollut mahdollista mennä haastattelemaan. Kyselyt tehtiin kirjoitetun teorian pohjalta, jolloin vastauksia oli helppo verrata teoriaan. Tuloksien pohjalta pystyttiin luomaan hyviä markkinointiehdotuksia. Kysely menetelmänä on tehokas ja säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. Tilanteessa tutkijan olemus eikä läsnäolo häiritse vastaajia, toisin kuin esimerkiksi haastattelussa. Kysymykset ovat myös täysin samat jokaiselle vastaajalle, joka taas parantaa luotettavuutta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 181). Kyselyt käsiteltiin käyttämällä SPSS-ohjelmaa, jonka jälkeen tuloksia analysoitiin.

Toinen menetelmä oli puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu. Kymmenen opiskelijaa pyydettiin haastatteluun mukaan, joista neljä pääsi paikalle, ja heiltä kysyttiin kysymyksiä koskien heidän omia vaihto-opiskelukokemuksiaan. Haluttiin tietää, minkä takia opiskelijat lähtevät vaihtoon ja mitä kokemukselta odotetaan. Molemmat käytetyt menetelmät voidaan luokitella kvantitatiivisiksi menetelmiksi, vaikka teemahaastattelu välillä luokitellaan myös kvalitatiiviseksi. Seuraavissa kappaleissa käydään teorian avulla tarkemmin läpi käytettyjä tutkimusmenetelmiä, kyselyä ja haastattelua. Samalla kerrotaan, kuinka menetelmiä käytettiin.

6.1 Kysely

”Kyselytutkimus on tärkeä tapa kerätä ja tarkastella tietoa muun muassa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista” (Vehkalahti 2008, 11). Vehkalahden (2008, 20) mukaan ratkaisevaa kyselytutkimuksessa ei ainoastaan ole se, että kysytään sisällöllisesti oikeita kysymyksiä, koska myös tilastollisesti mielekkäällä tavalla on merkitystä, jotta kysely onnistuisi. Hyvä kyselylomake onkin näiden kahden yhdistelmästä muodostuva kokonaisuus.

Tutkimuksen avulla voidaan kysyä usealta henkilöltä monia erilaisia asioita. Kysely voi sisältää kysymyksiä esimerkiksi käyttäytymisestä, tiedoista, arvoista, asenteista ja mielipiteistä. Kyselylomake kannattaa suunnitella huolellisesti, jotta vastausten analysointi sujuisi helposti tietokoneen avulla. Haittapuolena kyselyssä voidaan pitää pinnallisuutta ja jotkut pitävät sitä teoreettisesti vaatimattomana. Kuinka rehellisesti ja huolellisesti vastaajat oikeasti vastaavat kysymyksiin? Välillä vastaajat saattavat ymmärtää kysymykset väärin tai he eivät ole perehtyneet aihepiiriin tarpeeksi, jolloin vastaukset saattavat jäädä vajaiksi. Vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi, koska tutkija ei ole vahtimassa kyselyyn vastaajia. (Hirsjärvi ym. 2004, 181.)

Kyselymuotona tässä opinnäytetyössä käytettiin lomakehaastattelua kyselyn muodossa, jota usein käytetään määrällisessä tutkimuksessa, mutta voidaan myös soveltaa laadulliseen tut-

kimukseen. Tuomin & Sarajärven (2009, 75) mukaan kyselyyn vastanneet henkilöt voidaan vastaustensa perusteella tyyppitellä laadullisiin luokkiin, kuten asiasta hyvin kiinnostuneisiin, jonkin verran kiinnostuneisiin sekä ei kiinnostuneisiin - tyypeihin. Lomakehaastattelussa tulee muistaa, ettei siinä voi kysyä mitä tahansa, vaan jokaiselle kysymykselle pitää löytyä perustelu tutkimuksen teoreettisesta viitekehystä.

Itse lomakkeen teossa on hyvä muistaa, että sen tulisi olla selkeä ja näyttää helposti täytettävältä. Kysymykset olisi hyvä olla helposti ymmärrettäviä, jotta väärinkäsityksiltä vältyttäisiin mahdollisimman paljon. Tutkimustilanteessa tulisi myös käydä ilmi kyselyn tarkoitus ja tärkeys. (Hirsjärvi ym. 2004, 191.) Tämän takia kyselylomakkeet lähetettiin ensin muutamalle irlantilaiselle ja vaihto-opiskelijalle testiversioina, jotta niistä saataisiin parannusehdotuksia eikä väärinkäsityksiä kysymysten lomassa tulisi.

6.1.1 Kysely oppilaitoksille

Opinnäytetyön alkuvaiheessa tutkittiin, onko irlantilaisten vähäinen läsnäolo yleistä muuallakin pääkaupunkiseudulla vai pelkästään Laurea-ammattikorkeakoulussa. Pääkaupunkiseudun ammattikorkeakoulujen ja muutaman yliopiston kansainvälisistä asioista vastaaville henkilöille lähetettiin sähköpostitse kysely, jossa tiedusteltiin oppilaitosten tilastotietoja kahden viime vuoden ajalta koskien irlantilaisia vaihto-opiskelijoita. Tarkemmin kyselyt lähetettiin Aalto-yliopistolle, Arcadaan, Diakonia-ammattikorkeakoululle, Haaga-Helia ammattikorkeakoululle, Humanistiselle ammattikorkeakoululle, Helsingin yliopistolle sekä Metropolia Ammattikorkeakoululle. Näiden lisäksi tilastotietokysely lähetettiin sähköpostitse Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMOn vastaavalle asiantuntijalle. Kaikkien näiden kyseisten henkilöiden yhteystiedot löytyivät internetistä.

Sähköpostikyselyt lähetettiin 17.11.2011, jonka jälkeen vastauksia tuli tasaiseen tahtiin. Sähköpostissa kerrottiin lyhyesti syy tiedon tarpeelle, jonka jälkeen kysyttiin, olisiko mahdollista saada oppilaitosten tilastotietoja koskien vaihto-opiskelijoita Irlannista ja Iso-Britanniasta esimerkiksi kahden viimeisen vuoden ajalta. Vastauksia tuli yhteensä viisi, joista kolmen vastauksesta selvisi hyödyllistä tietoa ja kahdessa vastauksessa kehoitettiin ottamaan yhteyttä Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMOon. CIMOn vastaava asiantuntija oli hyvin avulias, koska hän erikseen kokosi tilastotiedot vuosilta 2008-2010, jotka käsittelivät ainoastaan irlantilaisia vaihto-opiskelijoita. Kyseisistä taulukoista selvisi, mihin oppilaitoksiin irlantilaiset suuntaavat Suomessa sekä myös, mitä alaa he Suomeen tulevat opiskelemaan.

Myös irlantilaisiin oppilaitoksiin ja tilastokeskuksiin lähetettiin sähköpostitse kysely, koska oli kiinnostavaa selvittää, mihin irlantilaiset opiskelijat yleensä lähtevät vaihtoon. Tarkemmin sähköpostikysely lähetettiin seuraavien oppilaitosten kansainvälisistä asioista vastaaville henkilöille, Athlone Institute of Technologyyn, Griffith Collegeen, Galway-Mayo Institute of Tech-

nologyyn, University College Dubliniin ja University College Corkiin. Oppilaitosten lisäksi kysely lähetettiin Irish Council for International Studentsille sekä Department of Education and Skillsille. Kaikki yhteystiedot löydettiin käyttämällä internetiä.

Nämä sähköpostikyselyt lähetettiin 13.1.2012, jonka jälkeen vastauksia tuli yhteensä neljältä. Kolmesta vastauksesta oli työlle hyötyä. Oppilaitoksista vain yksi vastasi ja kertoi opiskelijoiden kohdemaista. Tilastokeskuksista saatiin hyödyllisiä tilastotietoja ja tutkimuksia, joissa oli tutkittu irlantilaisten opiskelijoiden liikkuvuutta. Näitä tutkimuksia pystyttiin hyödyntämään opinnäytetyössä, koska tutkimusten ja tilastojen perusteella saatiin hyviä ideoita ja näkökulmia kysymyksille, joita käytettiin opiskelijoille suunnatuissa kyselylomakkeissa. Kummastakin sähköpostikyselystä saatuja tuloksia käsitellään tarkemmin luvussa 7.1.

6.1.2 Kysely opiskelijoille

Opinnäytetyössä käytettiin kyselyä myös tutkittaessa Laurea-ammattikorkeakouluun tulleiden vaihto-opiskelijoiden sekä irlantilaisten opiskelijoiden vaihtokohteen valintaan vaikuttaneita tekijöitä. Kyselyt muodostettiin käyttämällä E-lomaketta, joka on ”selainkäyttöinen ohjelmisto, jonka avulla voi määritellä ja julkaista monipuolisia verkkolomakkeita sekä käsitellä niihin tulleita vastauksia” (Eduix Oy 1996-2009). Pohjaa kyselyille saatiin opinnäytetyössä mainitusta tutkimuksista, kuten OECD (2011), jonka avulla pystyttiin pohtimaan juuri vaihto-opiskeluun vaikuttavia tekijöitä. Samoin opinnäytetyöhön kirjoitettu teoria luvussa 4.1 Vaihtoon lähtöön vaikuttavista tekijöistä antoi pohjaa kysymyksille. Irlantilaisille ja Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille suunnatut kyselyt lähetettiin 18-26vuotiaalle opiskelijoille.

Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille tarkoitettu kysely (Liite 1) lähetettiin Laurea-ammattikorkeakoulun kansainvälisten asioiden koordinaattorin kautta Laurea-ammattikorkeakouluun kevääksi 2012 tulleille vaihto-opiskelijoille 3.2.2012. Vastauksia ei tullut tätä kautta kovinkaan paljoa, joten kysely lähetettiin myös Laurea-ammattikorkeakoulun hallituksen jäsenen kautta aikaisemmin vaihto-opiskelijoina olleille 21.3.2012. Tätä kautta vastausmäärä saatiin kasvatettua 50. Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille suunnatun kyselyn kysymykset muotoiltiin teemojen alle, jonka avulla niitä oli helpompi hahmottaa ja käsitellä. Käytettyjä teemoja oli tausta, mitkä tekijät vaikuttivat kohdemaan ja kohdekoulun valintaan ja muut tekijät, jotka vaikuttivat valintaan. Näiden lisäksi Suomi-osiossa kysyttiin, miksi he olivat valinneet Suomen vaihtokohteesseen. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, miksi vaihto-opiskelijat olivat päättäneet tulla juuri Suomeen vaihtoon, mikä heitä kiinnosti Suomessa ja mitkä asiat olivat vaikuttaneet heidän päätöksiinsä tulla Suomeen.

Taustatietokysymysten avulla selvitettiin vaihto-opiskelijoiden sukupuoli, ikä ja siviilisäätty. Kyselyssä kysyttiin myös, mistä opiskelijat ovat kotoisin, mitä he opiskelevat ja miten he olivat kuulleet Suomesta. Oleellista tutkimuksen kannalta oli myös selvittää, oliko Suomi heidän ensimmäinen valintansa ja kumpi, oppilaitos vai kohdema, oli tärkeämpi tekijä valintaa tehdessä. Mitkä tekijät auttoivat valitsemaan seuraavan - kohdissa käytettiin asteikkona tärkein, tärkeä, vähemmän tärkeä ja vähiten tärkeä. Mitkä tekijät auttoivat valitsemaan kohdemaan - kohdassa kysyttiin muun muassa sijainnin, ilmaston ja henkilökohtaisen turvallisuuden vaikutuksesta valintaan.

Kohdekoulun valintaan vaikuttaneita asioita kyselyssä oli esimerkiksi opetuksen taso, hyvä maine ja lukukausimaksut. Muita päätökseen vaikuttaneita tekijöitä - kohdassa kysyttiin vapaa-ajan aktiviteettien, suositusten ja kavereiden vaikutuksesta päätöksentekoon. Suomi-osion asteikkona käytettiin 1-10 tarkoituksena laittaa asiat tärkeysjärjestykseen ykkösestä kymmeneen. Tässä kohdassa kysyttiin muun muassa ilmaisen koulutuksen, koulutuksen laadun ja kansainvälisyyden merkitystä päätöksen teossa. Tämän lisäksi vastaajia pyydettiin kertomaan omin sanoin, miksi he tulivat Suomeen vaihtoon.

Irlantilaisille opiskelijoille tarkoitettu kysely (Liite 2) lähetettiin kahdeksaan eri oppilaitokseen Irlannissa. Kysely lisättiin myös kahden oppilaitoksen Facebook-sivuille. Vastauksia ei kuitenkaan alkanut tulla toivottuun tapaan, joten suurilta osin kyselyä välitettiin oppilaitosten lisäksi opinnäytetyön tekijöiden irlantilaisille opiskelijaystäville, jotka lähettivät kyselyä eteenpäin omille ystävilleen. Kyselyä levitettiin lähinnä Facebookin kautta ja vastausmäärä saatiinkin muutama lisää. Lopullinen vastausmäärä saatiin nousemaan 32, joka sekään ei ollut riittävästi. Tästä huolimatta opinnäytetyön tekijät esittivät tulokset suuntaa-antavina.

Irlantilaisille lähetetyssä kyselyssä oli samat teemat kuin vaihto-opiskelijoille lähetetyssä kyselyssä, mutta sisältö oli aavistuksen eri. Käytettyjä teemoja oli siis tässäkin kyselyssä tausta, mitkä tekijät vaikuttivat tai vaikuttaisivat kohdemaan ja kohdekoulun valintaan ja muut tekijät, jotka vaikuttivat tai vaikuttaisivat valintaan. Kysymysten muoto oli vastaajien valittavissa riippuen siitä, ovatko he jo olleet vaihdossa vai eivät. Näiden kysymysten lisäksi irlantilaisille oli suunniteltu erilainen Suomi-osio, jossa kysyttiin ensimmäiseksi, onko vastaajalla edes mahdollisuutta tulla Suomeen vaihtoon. Tämän lisäksi haluttiin selvittää, mitkä asiat Suomessa kiinnostaisi irlantilaisia.

Irlantilaisten opiskelijoiden kyselyn taustaosiossa kysyttiin sukupuoli, ikä ja siviilisäätty. Näiden peruskysymysten lisäksi kysyttiin, missä oppilaitoksessa ja mitä alaa vastaajat opiskelevat. Tässä vaiheessa selvitettiin lisäksi oleellinen tieto, oliko vastaaja jo mahdollisesti opiskellut ulkomailla, ja jos oli, niin missä. Mitkä tekijät vaikuttivat tai vaikuttaisivat päätökseen, missä ulkomailla opiskella -kohdassa tässä kyselyssä käytettiin samaa asteikkoa kuin vaihto-

opiskelijoille lähetetyssä kyselyssä, eli tärkein, tärkeä, vähemmän tärkeä ja vähiten tärkeä. Kohdemaan valintaan vaikuttavia vaihtoehtoja oli muun muassa kulttuuri, tulevaisuuden työmahdollisuudet ja koulutusjärjestelmän maine maassa. Kohdekoulun valintaan vaikuttavia tekijöitä kyselyssä oli esimerkiksi sosiaalinen ilmapiiri, vaatimustaso ja sijainti.

Muita päätökseen vaikuttaneita tekijöitä - kohdassa kysyttiin samaa kuin vaihto-opiskelijoille suunnatussa kyselyssä, eli vapaa-ajan aktiviteettien, suositusten ja kavereiden vaikutuksesta päätöksentekoon. Kyselyn Suomi-osiossa selvitettiin ensiksi, oliko opiskelijoilla mahdollista ylittäänsä tulla Suomeen suorittamaan opiskelijavaihtoa. Tämän jälkeen vastaajia pyydettiin laittamaan asiat, jotka Suomessa kiinnostaisivat, järjestykseen asteikolla tärkein, tärkeä, vähemmän tärkeä ja vähiten tärkeä. Suomessa kiinnostavia vaihtoehtoja olivat esimerkiksi ilmainen opiskelu, mahdollisuus opiskella englanniksi ja ilmasto ja luonto.

Ennen kyselyiden lähettämistä varsinaisille kohdeopiskelijoille kyselyistä tehtiin testiversiot, jotka lähetettiin kolmelle irlantilaiselle opiskelijalle sekä kolmelle aiemmin Laurea-ammattikorkeakoulussa opiskelleelle vaihto-opiskelijalle. Heti ensimmäisen vastauksen jälkeen löydettiin jo korjattavaa, joten esitestauksesta oli paljon hyötyä, jonka avulla kyselyjä täsmennettiin vielä entisestään. Laurea-ammattikorkeakouluun tuleville vaihto-opiskelijoille lähtevän kyselyn yhtä asteikkoa piti muuttaa helpommin ymmärrettäväksi, jotta kaikki vastaajat ymmärtäisivät sen samalla tavalla. Samoin kuin kyselyyn lisättiin kohta, jossa kysytään vastaajan kansallisuutta, jotta tiedettäisiin, mistä päin vastaajat tulevat. Irlantilaisille suunnattuun kyselyyn ei tullut paljoa muutoksia, mutta yksi epäselvä kysymys poistettiin, koska sen huomattiin olevan epäolennainen.

6.2 Haastattelu

Opinnäytetyössä toisena menetelmänä käytettiin haastattelua, tarkemmin teemahaastattelua. Haastatteluun kutsuttiin kymmenen opiskelijaa, jotka kaikki opiskelevat Laurea-ammattikorkeakoulussa. Näistä neljä pääsi paikalle, kaksi naista ja kaksi miestä. Kolme näistä opiskelijoista sai vaihtopaikan Laurea-ammattikorkeakoulun kautta ja yksi mies järjesti itse paikan Asian Exchangen kautta. Naiset olivat olleet vaihdossa Saksassa ja Ranskassa, toinen miehistä Kanadassa ja toinen Balilla. Heiltä kysyttiin vaihto-opiskeluajan kokemuksista ja kohdemaan valintoihin liittyvistä asioista. Haastattelu tuntui tässä tilanteessa olevan paras vaihtoehto, koska vastaajien määrä haluttiin pitää pienenä, jotta vastaukset voitaisiin analysoida syvemmin.

Haastattelutilanteessa ollaan suorassa vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa, joten haastattelijan on helppo kohdistaa tilannetta haluttuun suuntaan ja samalla voidaan syventää vastauksia ja pyytää perusteluja vastauksille. Haastattelu on yksi suosituimmista tiedonkeruume-

netelmistä. Se on hieman vapaampi menetelmä kuin kysely, mutta saattaa myös olla haastattelutavalle jännittävämpi tilanne, eivätkä vastaukset välttämättä ole kovin tarkkoja. Haastattelu voidaan jakaa kolmeen eri menetelmätyyppiin: strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu, strukturoimaton haastattelu eli avoin haastattelu ja puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 34-35.)

Teemahaastattelu on menetelmä, joka kuuluu niin sanottujen puolistrukturoitujen haastattelujen ryhmään. Tässä menetelmässä on ominaista se, että haastattelulla on jokin näkökohta, joka on lyöty lukkoon. Teemahaastattelu luetellaan puolistrukturoituihin menetelmiin siksi, että haastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat kaikille haastateltaville samat. Teemahaastattelun nimi kertookin siitä, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee tiettyjen keskeisten teemojen varassa, jotka tutkija on miettinyt tarkkaan etukäteen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47-48.) Haastattelua varten oli tarkkaan valittu neljä erilaista teemaa, jotka pohjautuivat opinnäytetyöhön kirjoitettuun teoriaan sekä irlantilaisille opiskelijoille ja Suomeen tulleille vaihto-opiskelijoille lähetettyjen kyselyiden teemoihin. Teemat olivat miksi ylipäänsä lähti vaihtoon, vaihtomaan valinta, vaihtokoulun valinta, sekä muut vaihtoon lähtöön vaikuttaneet asiat. Teemojen alle oli vielä mietitty tarkentavia kysymyksiä, joiden avulla keskustelua oli helppo viedä eteenpäin.

Itse haastattelutilanteessa käytettiin nauhuria ja videokameraa. Videoinnin avulla on helppo tietää kenellä on puheenvuoro. Haastattelut pidettiin toisen opinnäytetyön tekijän luona 23.2.2012, jotta tilanne olisi mahdollisimman avoin ja rento. Ensin haastateltavat jaettiin kahteen ryhmään, joissa käytiin teemoja läpi kirjoittaen muistiinpanoja paperille. Sen jälkeen aloitettiin yhteinen keskustelu, jossa jokainen sai vuorollaan suunvuoron ja toiset saivat lisäillä kommentteja mielensä mukaan. Haastattelussa käytiin läpi opiskelijoiden kokemuksia vaihtoon liittyen. Saatuja vastauksia verrattiin keskenään, opinnäytetyön tekijöiden omiin vaihtokokemuksiin, opinnäytetyössä jo aikaisemmin mainittuihin tutkimuksiin ja teoriaan sekä opinnäytetyötä varten opiskelijoille lähetettyjen kyselyiden tuloksiin.

Haastattelun haittapuolina voidaan pitää melkein kaikkia asioita, joita pidetään myös hyvinä puolina. Haastattelijalta vaaditaan tarkkaavaisuutta, jotta aihe ei suistu tieltään. Varsinkin esimerkiksi syvähaastattelussa, jossa tarkkoja kysymyksiä ei ole paljoa, keskustelu saattaa ajautua väärään suuntaan. Tässä tilanteessa haastateltavan on oltava tarkka ja kohdistettava keskustelu taas oikeaan suuntaan. Haastattelu on myös aikaa vievää, koska valmiin haastattelun litterointi vie paljon aikaa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 35.)

Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2006) mukaan haastateltaviksi tulee valita sellaisia henkilöitä, jotka on tarkasti valittu ja joilta parhaiten saadaan aineistoa tutkittavasta aiheesta. Haastatteluun valittiin opiskelijoita, jotka opiskelevat Laurea-ammattikorkeakoulussa. Etukä-

teen myös tiedettiin, että opiskelijoilla oli ollut erilaisia vaihtokokemuksia, positiivisia ja negatiivisia, ja tämä takasi paljon erilaisia mielipiteitä. Hirsjärvi & Hurme (2000) tiivistävät teemahaastattelun hyvin seuraavanlaisesti: menetelmä ottaa huomioon sen, että ihmisten tulkinnat asioista ovat keskeisiä, samoin kuin heidän asioille antamansa merkitykset. Tämän lisäksi teemahaastattelu huomioi sen, että merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa.

Pääteemojen (Liite 3) lisäksi haastateltavilta kysyttiin myös, mitä hyviä ja huonoja puolia vaihtokoulujen toimissa oli, vastasiko vaihtokokemus odotuksia vai tekisikö jotain toisin ja millä tavoin vaihtokoulu markkinoi omille opiskelijoilleen kansainvälistymismahdollisuuksia. Negatiivisten kokemusten avulla pystyttiin pohtimaan asioita, joihin Laurea-ammattikorkeakoulun kannattaa nimenomaan keskittyä, jotta vaihto-opiskelijat viihtyisivät Suomessa. Markkinointikysymyksellä haluttiin saada ideoita, joita Laurea-ammattikorkeakoulu voisi käyttää markkinoinnissaan vaihto-opiskelijoita varten. Tärkeää on huolehtia opiskelijoista mahdollisimman hyvin, jotta heiltä jäisi hyvä kuva kohdekoulusta ja mahdollisesti voisivat tulla uudestaan maahan ja suositella kohdetta myös kavereilleen. Koska kaikki tilaisuudessa olleet opiskelijat käyvät Laurea-ammattikorkeakoulua, oli koulun toimintatavat heille jo tuttuja ja oli helppo pohtia juuri Laurea-ammattikorkeakoululle hyödyllisiä markkinointikeinoja ja kehitysehdotuksia.

Sopivaa haastattelupäivää oli vaikea löytää, koska moni opiskelija tekee opintojen ohella töitä. Koska vain neljä opiskelijaa kymmenestä pääsi paikalle, haluttiin vastauksia vielä muutama lisää. Helmikuun lopulla haastattelupäivän jälkeen neljälle opiskelijalle lähetettiin sähköpostin kautta samat kysymykset kuin haastattelutilanteessa oli ollut. Kolme vastasi ajallaan ja he olivat kaikki naisia. Yksi heistä opiskelee Laurea-ammattikorkeakoulussa ja oli Espanjassa vaihdossa. Kaksi muuta opiskelee Saimaan ammattikorkeakoulussa ja Turun ammattikorkeakoulussa ja olivat vaihdossa Singaporessa ja Ruotsissa. Sähköpostin kautta lähetettyjen haastatteluiden avulla saatiin uusia näkökulmia kysymyksiin.

7 Tulokset

Seuraavassa luvussa käsitellään kyselyistä ja haastatteluista saatuja tuloksia. Ensin käydään läpi muille ammattikorkeakouluille lähetettyjen kyselyjen tulokset, koska se oli ensimmäinen vaihe tutkimuksessa. Toiseksi käydään läpi irlantilaisille opiskelijoille ja Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille lähetettyjen kyselyjen tulokset, jotka käsiteltiin käyttämällä SPSS-ohjelmaa. Kyseisestä luvusta löytyy myös kuvioita, jotka muodostettiin Laurea-ammattikorkeakouluun tulleiden vaihto-opiskelijoiden vastausten analysoinnin jälkeen.

Kyselyiden analysointien jälkeen keskitytään teemahaastattelun ja sähköpostin kautta lähetettyjen haastattelujen tuloksiin. Teemahaastattelua analysoitiin teemoja apuna käyttäen.

Onnistunut teemoittelu vaatii vahvan yhteyden käytettyyn teoriaan ja sen avulla voidaan nostaa tutkimusongelmaa valaisevia teemoja esiin. (Eskola & Suoranta, 2005, 174-175.)

7.1 Oppilaitoksille lähetettyjen kyselyiden tulokset

Seuraavissa kahdessa luvussa kerrotaan sähköpostikyselyiden avulla saatuja tilastotietoja irlantilaisista vaihto-opiskelijoista Suomessa ja irlantilaisten opiskelijoiden kohdemaista. Näiden tilastojen avulla saatiin paljon lukuja irlantilaisten liikkuvuudesta ja samalla selvisi, mitkä kohdemat ovat kärkisijoilla. Näistä kahdesta luvusta löytyy kuvioita eri tilastotiedoista.

Lukujen ymmärtämisen helpottamiseksi lähetettiin myös sähköpostia eri ihmisille, jotka tekevät töitä irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden kanssa. Yksi heistä oli Education Firstin ohjelmistopäällikkö (2012), joka vastaa Iso-Britannian ja Irlannin lukiolaisten vaihto-opiskeluista. Sähköpostikyselyn avulla saatiin selville eri syitä, minkä takia esimerkiksi Iso-Britannia on irlantilaisten opiskelijoiden mieleen. Tämän tiedon avulla oli helppo miettiä eri markkinointikeinoja, joilla Suomi voisi kilpailla Iso-Britannian kanssa.

7.1.1 Irlantilaiset Suomessa

Laurea-ammattikorkeakouluun ei ole korkeakoulusihteerin (2011) mukaan useaan vuoteen tullut irlantilaisia vaihto-opiskelijoita, ja englantilaisiakin on ollut melko vähän, esimerkiksi yhteensä vain kaksi opiskelijaa vuosina 2009-2010. Irlantiin vuosina 2009-2011 lähti Laurea-ammattikorkeakoulusta hänen mukaansa yhteensä 13 opiskelijaa, joten kiinnostusta riittää tilastollisesti ainakin toisin päin.

Diakin Head of International Relationsin (2011) mukaan heillä ei ole ollut ainakaan kahteen vuoteen yhtään irlantilaista opiskelijaa. Haaga-Helian kansainvälisten asioiden koordinaattori (2011) kertoi, että heille tulee melko vähän opiskelijoita Irlannista ja Iso-Britanniasta, mutta vuosina 2010 keväällä heillä oli yksi irlantilainen opiskelija, samoin keväällä 2011. Iso-Britanniasta heille tulee paljon enemmän vaihto-opiskelijoita, kun 2009-2011 vuosina englantilaisia oli ollut yhteensä 16 opiskelijaa.

Viimeisen kolmen vuoden aikana Metropoliasa on ollut irlantilaisia vaihto-opiskelijoita yhteensä kymmenen. Keväällä 2012 irlantilaisia Metropoliasa opiskeli yhteensä neljä kappaletta, informoi Metropolian kansainvälisten asioiden assistentti (2011). Hänen mukaansa Metropolialla on Erasmus-liikkuvuuden vaihtosopimukset irlantilaisten korkeakoulujen kanssa tekniikan, liiketalouden ja kulttuurin koulutusaloille. Aalto-yliopiston tilastot ovat vasta vuoden 2010 alusta, kun yliopistofuusio toteutettiin. Aalto-yliopistossa kansainvälisistä asioista vastaava (2011) kertoi, että virallisen liikkuvuustilaston mukaan Aalto-yliopistossa on opiskellut

vuonna 2010 kaksi irlantilaista vaihto-opiskelijaa tai harjoittelijaa verraten Iso-Britanniasta tulleeisiin 13 opiskelijaan. Vastavuoroisesti Aalto-yliopistosta on lähtenyt Irlantiin seitsemän opiskelijaa tai harjoittelijaa, kun taas Iso-Britanniaan jopa 22.



Kuvio 1: Irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden määrä vuosina 2000-2010

CIMOn vastaavalta asiantuntijalta saimme tilastotietoja irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden liikkuvuudesta vuosilta 2008-2010. Hänen (2011) mukaan vuonna 2008 irlantilaisia tuli Suomeen yhteensä 43, vuonna 2009 määrä laski 28, kun taas vuonna 2010 se nousi 40. Korkeimmillaan irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden määrä on ollut vuonna 2004, kun heitä tuli yhteensä 73 kappaletta Suomeen (Kuvio 1). Tämän jälkeen luku on heitellyt vuosina 2005-2010 28 ja 52 välillä.



Kuvio 2: Irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden määrä oppilaitoksittain 2008-2010

Yllä olevasta kuviosta 2 käy ilmi irlantilaisten opiskelijoiden määrä prosentuaalisesti oppilaitoksittain vuosina 2008-2010. Pääkaupunkiseudun ammattikorkeakouluista selkeästi Metropolia on suosituimpien vaihtokoulujen listalla, sillä Metropoliaassa opiskeli 2008 vuonna neljä opiskelijaa. Koko maan ammattikorkeakouluista kyseisenä vuotena suosituimmaksi nousi Kymenlaakson ammattikorkeakoulu kahdeksalla irlantilaisella vaihto-opiskelijalla. Seuraavana vuotena Metropoliaassa opiskeli sama määrä eli neljä opiskelijaa, ja kyseisenä vuotena koko maan ammattikorkeakouluista korkein tilasto oli Lahden ammattikorkeakoululla, jossa opiskeli yhteensä viisi irlantilaista. 2010 vuotena tilastoihin nousi toinenkin pääkaupunkiseudun

ammattikorkeakoulu, nimittäin Haaga-Helia, jossa opiskeli yksi irlantilainen vaihto-opiskelija. Metropolia luku oli laskenut kahteen, kun taas sekä Lahden että Tampereen ammattikorkeakouluissa kummassakin opiskeli yhteensä neljä irlantilaista.



Kuvio 3: Irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden koulutusalat 2008-2010

CIMOn vastaavan asiantuntijan (2011) antamien tilastotietojen mukaan ammattikorkeakoulujen vaihto-opiskeluun tarjoamien koulutusalojen mukaisesti irlantilaiset vaihto-opiskelijat jakautuivat 2008-2010 seuraavanlaisesti (Kuvio 3). Vuonna 2008 eniten irlantilaisia opiskeli kulttuurialaa (kuusi opiskelijaa), toiseksi eniten kiinnosti tasapuolisesti yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala ja luonnonvara- ja ympäristöala (neljä opiskelijaa kummassakin). Kyseisenä vuotena oli myös yksi irlantilainen opiskelija opiskellut sosiaali-, terveys- ja liikunta-alan opintoja. 2009 vuonna sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala kiinnosti jo huomattavasti useampaa opiskelijaa, kun jopa kahdeksan irlantilaista tuli opiskelemaan tämän alan opintoja. Toiseksi eniten opiskelijoita riitti kulttuurialan opintoihin, yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alan kiinnostuksessa kahta opiskelijaa. Uutena koulutusalan tilastoihin pääsi kyseisenä vuotena tekniikan ja liikenteen ala kahdella irlantilaisella vaihto-opiskelijalla. Vuonna 2010 opiskelijat jakautuivat muuten samoin kuin edellisessä vuotena, mutta yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alaa opiskeli kaksi enemmän, täten yhteensä neljä opiskelijaa ja sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala jatkoi nousua päästen 2010 jo kahdeksaan opiskelijaan.

7.1.2 Irlantilaisten opiskelijoiden kohdemaat

Global Education Digest (2011) tutkimuksesta selvisi, että irlantilaisia lähti 2009 seuraaviin maihin; Iso-Britanniaan 15 360, USA:han 1042, Ranskaan 389, Saksaan 326 ja Australiaan 218 opiskelijaa. Eurostudentin tekemien tutkimusten mukaan vuosina 2005-2008 irlantilaiset lähtivät mieluiten opiskelemaan Ranskaan ja syynä tähän on se, että ranska on määrältään suurin vieraskieli, jota opiskellaan Irlannissa. Viiden parhaan maan joukkoon kuuluu myös Saksa, Espanja, Yhdysvallat ja Iso-Britannia. (Eurostudent.eu 2005-2008.) Näitä tutkimustuloksia verrattaessa Unescon tekemään tutkimukseen, huomataan, että vaihto-opiskelun kohdemaihin on tullut pieniä muutoksia vuodessa.

Education First ohjelmapäällikön (2012) sähköpostikyeselyn avulla saatiin hyvin tietoa, minkä takia irlantilaiset valitsevat juuri Iso-Britannian, USA:n, Ranskan ja Saksan kohdemaakseen. Hänen mukaansa USA ja Iso-Britannia vetävät opiskelijoita kielen takia ja myös siksi, koska maissa on halpaa opiskella. Omalla kielellä pärjääminen on irlantilaisille iso asia. Australia ja Uusi-Seelanti ovat taas hieman hankalampia vaihtoehtoja niiden hakuprosessien takia. Yhdysvallat on ollut aina yksi suosituimmista kohteista, koska nälänhädän aikaan paljon irlantilaisia muutti Yhdysvaltoihin ja opiskelijoiden sukulaisia asuu edelleen Atlantin toisella puolen.

Myös Saksa ja Ranska ovat suosittuja maita, koska niitä voi opiskella irlantilaisissa oppilaitoksissa. Maassa pärjää helpommin, jos puhuu paikallista kieltä. Tämä on yksi syy, minkä takia Suomi ei ole suosituimpien maiden listalla. Suomi ei muutenkaan ole tunnettu matkakohde. Monelle irlantilaiselle se on hyvin tuntematon maa eikä tämän takia kiinnosta lomailijoita eikä opiskelijoita. (Education First ohjelmapäällikkö 2012.)

Laurea-ammattikorkeakoulun yhteistyökoulujen kansainvälisistä asioista vastaaviin henkilöihin otettiin yhteyttä, ja saatiin selville, että Athlone Institute of Technologysta on vuosina 2008-2010 lähtenyt kokonaisuudessaan ainoastaan kaksi opiskelijaa vaihtoon, toinen Saksaan ja toinen Kanadaan. Athlone Institute of Technologyn kansainvälisten asioiden koordinaattori (2012) kertoi kuitenkin trendin olevan muuttumassa, koska hän on saanut aikaisempaa enemmän kyselyitä Erasmus-vaihtoon liittyen ja tälläkin hetkellä heiltä on kaksi opiskelijaa Saksassa vaihdossa.

7.2 Opiskelijoille lähetettyjen kyselyjen tulokset

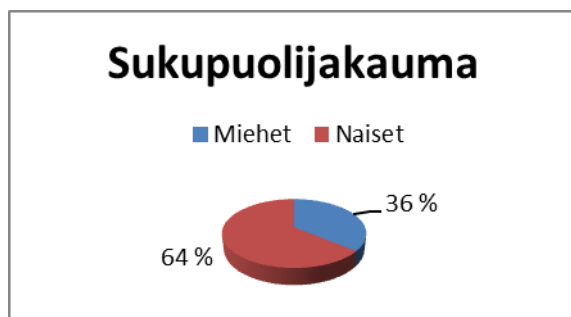
Seuraavissa kahdessa luvussa on käyty läpi opiskelijoille lähetettyjen kyselyiden tuloksia. Ensin on käyty läpi Suomeen tulleiden vaihto-opiskelijoiden vastaukset. Tulokset on käyty läpi teemoittain. Kappaleissa kerrotaan samalla miten prosessi eteni ja mistä maista kaiken kaikkiaan saatiin vastauksia.

Tämän jälkeen luvussa 7.2.2 käydään läpi irlantilaisilta opiskelijoilta saadut vastaukset. Luvussa kerrotaan myös tarkemmin lähetetystä kyselylomakkeesta, sen asteikosta ja kysymyksistä. Molemmat kyselyt löytyvät myös liitteinä opinnäytetyön lopusta. Tuloksien tarkempi analysointi löytyy luvusta 7.

7.2.1 Suomeen tulleet vaihto-opiskelijat

Laurea-ammattikorkeakouluun keväällä 2012 tulleille vaihto-opiskelijoille lähetettyyn kyselyyn (Liite 1) saatiin vastauksia yhteensä 50 kappaletta ja näistä 64 prosenttia oli naisia (Kuvio 4). Suurin osa vastaajista oli 21-23vuotiaita. Vastanneista jopa 28 prosenttia oli Espanjasta. 44 prosenttia vastanneista oli sinkkuja ja yksi naimisissa olevakin löytyi. Siviilisääty haluttiin

tietää, koska varsinkin parisuhteessa olevilla kohdemaan sijainti saattaa vaikuttaa paljon. Samoin parisuhteessa elävät saattavat jättää vaihtokokemuksen kokonaan väliin. Yllättävää olikin, että parisuhteessa oleville opiskelijoille kohdemaan sijainnilla oli vähemmän merkitystä, kuin sinkuille.



Kuvio 4: Vaihto-opiskelijoille suunnatun kyselyn sukupuolijakauma

Kyselyyn vastanneista 60 prosenttia kertoi, että Suomi oli heidän ykkösvalintansa vaihtokohdetta valittaessa. Kyselyssä selvitettiin myös, miksi näin oli. Suosituimmaksi syyksi vastausten perusteella nousi Suomen hyvä koulutusjärjestelmä, jota onkin paljon keuhuttu maailmalla. Toinen usein toistunut syy oli kokea jokin totaalisen erilainen maa ja parantaa englanninkielen taitoja. Osalla vastanneista ei ollut kuin yksi vaihtoehto, yksi vastaajista kertoi Suomeen tulon olleen hänellä unelmana 11vuotiaasta lähtien. Vaihto-opiskelijoita kiinnosti myös opiskelu Pohjoismaassa ja Skandinaviassa, Suomen kansainvälisyys ja erilainen kulttuuri ja sää. Italialainen vaihto-opiskelija halusi maahan, jossa olisi parempi elintaso kuin Italiassa.

Venäläiset opiskelijat kiinnostuivat Suomesta sen sijaitessa niin lähellä heidän omaa maataan. Yksi opiskelija kertoi tulleensa Laurea-ammattikorkeakouluun, koska hänen kotioppilaitoksella ei ollut muita vaihtokouluvaihtoehtoja Suomessa. Eräs vastanneista kertoi veljensä suositelleen Suomea, yksi taas vain tykkää matkustamisesta ja toinen ei halunnut lähteä vaihtoon lämpimään maahan, jonne lähtisi lomailemaan. Uskaliain opiskelija tuli Meksikosta, koska hän lähti Suomeen, vaikkei koskaan ollut kuullutkaan koko maasta. Vaikka Suomi sijaitsee niin kaukana kotimaasta, uusien kokemusten jano toi hänet Suomeen.

Mielenkiintoinen ero nais- ja miesopiskelijoilla oli se, että miesten mielestä vaihtokohteen valintaan vaikutti ainoastaan kohdemaata eikä niinkään kohdekoulu. Kohdemaata oli suosittu vaihtoehto kokonaisuudessaankin, mutta 11 naista valitsi kuitenkin kohdekoulun tärkeämmäksi kriteeriksi valitessaan vaihtokohdetta. Suomesta ja Laurea-ammattikorkeakoulusta vaihto-opiskelijat olivat useimmiten kuulleet omista oppilaitoksistaan, mutta myös kavereiden kertomukset olivat innostaneet 22 prosenttia vastanneista valitsemaan Suomen.

Tässä kyselyssä käytettiin monivalintakysymyksissä asteikkoa ”vähiten tärkeä, vähemmän tärkeä, tärkeä, tärkein”. Kohdemaan valintaan liittyessä sijainti oli tärkeä. Miesten vastauksista selvisi, ettei heitä niinkään motivoi kohdemaan kieli, kun taas naisten mielestä kieli on hyvinkin tärkeä kriteeri. Kulttuuri oli tärkeä valitessa kohdemaata, mutta ilmastolla ei ollut niinkään väliä. Elinkustannukset oli vähemmän tärkeä kriteeri, kun taas tulevaisuuden työmahdollisuudet olivat selvästi tärkeä useille vastanneista.

Kyselyyn vastanneista suurimmalla osalla ei nähtävästi ole tuttuja Suomessa, koska se oli vähiten tärkeä jopa 62 prosenttia vastanneista. Kohdemaan maineella sen sijaan oli iso osa valintaa tehtäessä, mutta tämä kävikin jo ilmi ykkösvalintakohtaan vastanneiden vastauksista. Vaihto-opiskelijoiden vastauksista selviää, että kohdemaan turvallisuus on kärkipäässä. Viisumiprosessi taas on toisessa kärkipäässä, koska jopa 40 prosenttia vastasi vähiten tärkeä kyseiseen kohtaan.

Kohdekoulua valittaessa tärkeimmäksi kriteeriksi nousi oppilaitoksen kansainvälisyys opetuksen tason tullessa hyvänä kakkosena. Kurssivalikoiman, oppilaitoksen maineen, vaatimustason, sijainnin ja sosiaalisen ilmapiirin tärkeys kohdekoulua valittaessa oli myös selkeä. Oppilaitoksen sijoitus muihin oppilaitoksiin verrattuna ei tosin noussut kovinkaan korkealle muihin tärkeisiin kriteereihin verrattaessa, koska jopa 46 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että oppilaitoksen sijoitus on vähemmän tärkeää. Lukukausimaksun merkitys oli tärkeämpää miespuolisille vastaajille naisten ollessa enemmän ”vähemmän tärkeän” kannalla.

Laurea-ammattikorkeakouluun tulleille vaihto-opiskelijoille vapaa-ajan aktiviteetit oli tärkeä kriteeri, kun jopa 66 prosenttia vastanneista oli tätä mieltä. Perheen, ystävien ja kotioppilaitoksen suositukset olivat myös selvästi vaikuttaneet näiden opiskelijoiden valintaan, koska 58 prosenttia piti suosituksia tärkeänä vaihtokohteen valintaan vaikuttavista asioista. Ystäviä ei Laurea-ammattikorkeakoulussa suurimmalla osalla vastanneista ollut, kun 46 prosenttia vastanneista kertoi tämän olleen vähiten tärkeä kriteeri miettiessä muita tekijöitä, jotka vaikuttivat valinnan tekoon. Laurea-ammattikorkeakouluun tulleilta vaihto-opiskelijoilta kysyttiin, mitkä tekijät vaikuttivat heidän päätökseensä tulla Suomeen vaihtoon. Tässä kyselyn Suomi-osassa käytettiin asteikkona 1-10, ja opiskelijoiden oli tarkoitus laittaa kymmenen kriteeriä tärkeysjärjestykseen ykkösestä kymmeneen. Tärkeimmäksi kriteeriksi nousi ylivoimaisesti mahdollisuus opiskella englanniksi. Vähiten tärkeä kriteeri oli Suomessa asuvat ystävät, varmaan juurikin siitä syystä, ettei vastanneilla ole tuttuja Suomessa.

Suomen ilmainen koulutus oli 22 prosenttia mielestä vähiten tärkeä tekijä. Maan helppo saatavuus ei myöskään ollut tärkeä tekijä, koska 18 prosenttia vastasi kohtaan ”1”. Suomen koulutuksen taso - kohdassa eniten vastauksia sai ”10”, joten 34 prosenttia ja kirjallistenkin vastausten perusteella tämä on yksi tärkeimmistä kriteereistä. Suomen ilmasto ja luonto oli

vastanneiden mielestä melko tärkeää, koska 20 prosenttia vastanneista vastasi kohtaan ”8”. Suomen ilmasto ja luonto onkin monen vastanneen vaihto-opiskelijan kotimaan ilmastoon ja luontoon verrattuna hyvin erilainen. Kulttuuri ja kieli olivat vastaajien mielestä kiinnostava kriteeri valitessa Suomea, samoin kuin Suomen kansainvälisyys. Naispuoleisten vastaajien yksi tärkeimmistä kriteereistä oli myös Suomen turvallisuus, kun miehille se ei ollut niinkään tärkeä. Suomen sosiaalinen ilmapiiri oli tärkeämpi kriteeri naisille kuin miehille, mutta kummatkin olivat sitä mieltä, että sillä oli merkitystä heidän valitessaan Suomen vaihtokohteeseen.

Vastanneista 28 prosenttia oli Espanjasta, Meksikosta oli kaksi opiskelijaa ja Vietnamistakin asti yksi. Espanjan jälkeen eniten oli Saksasta, Ranskasta, Italiasta ja Hollannista. Vastanneista vaihto-opiskelijoista 46 prosenttia opiskelee liiketaloutta, 18 prosenttia turismia ja 6 prosenttia hotelli- ja ravintola-alaa. Yksi fysioterapian ja hoitoalan opiskelijakin mahtui vastaajien joukkoon.

Laurea-ammattikorkeakouluun tulleita vaihto-opiskelijoita pyydettiin myös kertomaan omin sanoin, miksi he tulivat juuri Suomeen vaihtoon. Vastauksissa tuli ilmi samoja asioita kuin aikaisemmassa ”ensimmäinen valinta” - kohdassa. Suomen koulutusjärjestelmän maine ulkomailla houkuttelee vaihto-opiskelijoita Suomeen eikä Suomen skandinaavisuudestaan ole haittaa. Englanninkielen parantaminen nousi tässäkin kohdassa esille useammassa vastauksessa ja Laurean tarjoamat englanninkieliset kurssit vaikuttivat muutaman vastaajan päätökseen. Yksi hollantilainen opiskelija kertoi maksaneensa lukukausimaksun, joten vaikka oppilaitos suomalaisille ja suurimmalle osalle eurooppalaisista onkin ilmainen, joutuu osa opiskelijoista maksamaan lukukausimaksun.

Tshekkiläinen opiskelija halusi oppia tuntemaan kulttuurin ja maan, josta tulee niin monta hyvää metallibändiä. Tutustuminen Suomeen, Suomen kulttuuriin ja suomalaisiin tuli ilmi myös monesta vastauksesta. Saksalainen opiskelija kertoi valinneensa Suomen, koska hänen perheensä tulee Suomesta. Myös erilainen kokemus ja erilainen maa verrattuna opiskelijoiden kotimaahan olivat tärkeitä osia päätöstä tehdessä. Eräs opiskelija Italiasta kirjoitti rakastavansa Suomea ja elävänsä unelmaansa. Yksi vastanneista halusi tulla Suomeen luonnon, kulttuurin ja kauniiden kuvien vuoksi. Venäläinen opiskelija yllätti kirjoittaessaan ”Koska Suomi on paras maa maailmassa”. Yllättävin vastaus tuli kuitenkin italialaiselta miespuoleiselta opiskelijalta; hän tuli Suomeen suomalaisen kirjekaverin takia.

7.2.2 Irlantilaiset opiskelijat

Irlantilaisille opiskelijoille lähetettiin kysely (Liite 2), jossa kysyttiin perustaustoja, vaihto-opiskelukohteen valintaan vaikuttavia asioita sekä mitkä asiat juuri Suomessa kiinnostaisi. Tärkeinä kysymyksinä pidettiin opiskelijoiden kotikoulua, alaa ja tietoa, olivatko he jo mah-

dollisesti olleet jossain vaihdossa. Kiinnostavaa oli myös tietää, onko opiskelijoiden oppilaitoksesta mahdollista ylipäänsä lähteä vaihtoon Suomeen. Vastauksia kerättiin sekä irlantilaisien oppilaitosten että tuttuja kautta. Määrä jäi vähäiseksi, kun lopullinen luku oli vain 32, mutta opinnäytetyön tekijät päättivät joka tapauksessa kertoa suuntaa-antavista tutkimustuloksista ja hyödyntää niitä markkinointia miettiessä.

Vastanneista suurin osa oli naishenkilöitä ikäväliltä 21-23. Lähes puolet vastanneista oli opiskellut ulkomailla ja vaihtomaita oli muun muassa Ruotsi, Espanja, Hollanti ja Suomi. Joukkoon mahtui myös muutama maa, jossa puhutaan englantia; Skotlanti, Englanti ja Malta. Suomessa irlantilaiset National University of Ireland Galwayn opiskelijat olivat olleet vaihdossa Helsingissä ja Jyväskylässä. Suurin osa vastanneista opiskeli Event managementia, mutta samalla myös kaikki nämä opiskelijat kertoivat, ettei heillä ole mahdollisuuksia tulla vaihtoon Suomeen.

Monivalintakysymyksissä käytettiin asteikkoa ”vähiten tärkeä, vähemmän tärkeä, tärkeä, tärkein”. Kohdemaakysymysten avulla selvisi, että irlantilaisille sijainti ja maassa puhuttu kieli on tärkeitä. Miespuoleisille vastaajille kulttuuri ei ollut merkittävä tekijä, mutta naispuoleiset pitivät sitä tärkeänä. Ilmaston merkitys vaihtomaassa ei ollut suuri, koska puolet vastaajista vastasi ”vähemmän tärkeä” ilmastokysymykseen.

Kyselyn tuloksista selvisi, että kohdemaan elinkustannukset sekä tulevaisuuden työmahdollisuudet olivat tärkeämpiä tekijöitä naispuoleisten vastaajien mielestä, kun taas koulutusjärjestelmän maine kohdemaassa oli merkittävämpi miespuoleisille vastaajille. Kysyttäessä vaikuttaako se, että ystäviä asuisi jo kohdemaassa, selvisi, että asia on vähemmän tärkeä. Tästä tuloksesta voi myös päätellä sen, ettei monellakaan opiskelijalla mahdollisesti ole kavereita paljoa ulkomailla. Henkilökohtaisesta turvallisuudesta kysyttäessä selvisi, että turvallisuuden tunne on naishenkilöille paljon tärkeämpi kuin miehille. Viisumiprosessi jakoi tasaisesti mielipiteet jokaiselle vastausvaihtoehdolle, joten tästä oli pääteltävissä se, että viisumin liittyessä vaihtokohteeseen on mielipiteet hyvinkin yksilöllisiä eikä lainkaan yleistettävissä.

Vaihtokoulun suhteen vastaukset olivat melko tasaisia. Opetuksen taso oli jokseenkin tärkeämpää naisille kuin miehille ja vaatimustaso oli molempien mielestä tärkeä kriteeri vaihtokoulua valittaessa. Oppilaitoksen kansainvälisyys oli myös tärkeää sekä miehille että naisille, mutta tämä on helposti arvattavissa, kun on kyse englanninkielisistä opiskelijoista. Laaja kurssitarjonta ja lukukausimaksut olivat molemmille tärkeitä kun taas oppilaitoksen maine oli tärkeämpää naisille. Sijainnin ja sosiaalisen ilmapiirin vaikutuksesta vaihtokoulun valintaan olivat sekä mies- että naispuoleiset vastaajat samaa mieltä; kumpikin on tärkeä kriteeri. Oppilaitoksen sijoitus oli tärkeämpää naisvastaajille, miesvastaajien pitäessä sitä vähemmän tärkeänä vaikuttavana osana.

Muita vaihtokoulun valintaan vaikuttavia asioita irlantilaiset olivat arvioineet seuraavanlaisesti: suurimman osan vastanneitten mielestä oli tärkeä kriteeri, jos kaverit jo opiskelisivat samassa oppilaitoksessa. Naispuoleisten vastaajien mielestä yksi tärkeimmistä muista vaikuttavista asioista oli suositukset ystäviltä, perheeltä tai opettajilta. Vapaa-ajan aktiviteetit olivat tärkeitä lähes kaikille vastanneista, naispuoleisten pitäessä sitä kuitenkin yhtenä tärkeimmistä kriteereistä.

Suomi-osiossa selvitettiin ensin onko vastanneiden mahdollista tulla Suomeen vaihtoon. Tämän lisäksi kysyttiin vastaajien mielipidettä, mikä mahdollisesti kiinnostaisi Suomessa. Tässäkin kyselyn osassa käytettiin vastausasteikkoa ”vähiten tärkeä, vähemmän tärkeä, tärkeä, tärkein”. 19 vastanneista kertoi, että heillä on mahdollisuus tulla vaihtoon Suomeen, kun loput 13 vastasivat, ettei mahdollisuutta ole tarjottu. Vastanneista eniten tärkein - ääniä sai sekä ilmainen koulutus että mahdollisuus opiskella englanniksi, ja tämän vuoksi onkin tärkeää kiinnittää huomiota opettajien englanninkielentaitoon. Irlantilaisia kiinnostaisi myös Suomen kansainvälisyys, kieli, ilmasto ja luonto sekä kulttuuri. Yhdeksi tärkeäksi kriteeriksi nousi myös helppo saavutettavuus. Opiskelun laatu ja henkilökohtainen turvallisuus olivat myös asioita, jotka saivat eniten tärkeä - vastauksia.

7.3 Haastatteluiden tulokset

Seuraavissa luvuissa käydään läpi teemahaastattelun ja sähköpostilla lähetettyjen haastattelujen tuloksia. Tulokset on jaettu teemoihin. Pääteemojen (Liite 3) lisäksi opiskelijoilta kysyttiin tarkentavia kysymyksiä ja lisäkysymyksiä, joiden avulla opinnäytetyön tekijät pystyivät laatimaan markkinointikeinoja ja kehitysehdotuksia. Näiden kysymysten tulokset löytyvät myös seuraavista luvuista.

Haastatteluiden vastaukset on myöhemmin käyty läpi kyselyistä saatujen vastauksien kanssa ja tulokset on vedetty yhteen. Vastauksia on myös analysoitu verraten niitä jo aikaisemmin opinnäytetyössä kirjoitettuun teoriaan. Tulosten yhteenveto ja vertailu löytyy luvusta 7.4.

7.3.1 Vaihtoon lähdön motiivit

Kaikki haastatellut opiskelijat lähtivät vaihtoon hakemaan uusia kokemuksia. Muutama opiskelija oli jo aloittaessaan opinnot tiennyt, että haluaa lähteä vaihtoon. Tästä syystä on hyvä, että oppilaitoksessa annetaan tämä mahdollisuus kaikille opiskelijoille. Vaihdoissa ollessaan haastatelluille oli tärkeää tutustua paikallisiin ihmisiin ja maan kulttuuriin. Kielitaidon parantaminen oli myös yksi suurimmista syistä, joko paikallisen kielen tai

englanninkielen. Muutama opiskelija oli opiskellut kohdemaansa kieltä jo Suomessa ja he halusivat täten kehittää oppimaansa.

Haastatelluista kolme oli aikaisemmin ollut pitkiä aikoja ulkomailla, joten kokemus ei pelottanut heitä. Aikaisemmat matkat kannustivat haastateltuja opiskelijoita lähtemään uudestaan maailmalle kokemaan uusia asioita. Matkailu on tänä päivänä suuressa suosiossa ja suomalaisten matkustusinto kasvaakin vuosi vuodelta. Vaihtoon lähtö on opiskelijalle helppo vaihtoehto lähteä kauas tavallisesta arjesta. Jopa vähemmän matkustanut opiskelija voi hyvillä mielin lähteä vaihtoon, koska asioiden järjestämiseen saadaan paljon apua oppilaitokselta tai vaihto-ohjelmilta. Esimerkiksi opiskelijan lähtiessä Balille auttaa Asian Exchange - ohjelma koko vaihdon ajan. Vaihto-ohjelmat hoitavat opiskelijan puolesta lähes kaiken vakuutusasioista kurssien valintaan.

Osa haastatelluista opiskelijoista mainitsi myös arjen tapahtumien vaihtuvuuden. Suomessa päivät tuntuvat usein samanlaisilta viikosta toiseen ja tähän haastateltavat kaipasivat muutosta. Haastatellut lähtivät normaalia arkea pakoon, jonka lisäksi he halusivat kokea uusia asioita kaukana kotimaastaan. Kukaan haastatelluista opiskelijoista ei maininnut opiskelua suurimmaksi syykseen lähteä vaihtoon. Opinnoista haluttiin kuitenkin saada hyötyä Suomessa suoritettaviin opintoihin ja tasokkaampaa opetustakin kaivattiin. Vapaa-ajanvietto ja uusien kavereiden hankkiminen tuntui paljon haastatelluista tärkeämmältä kuin täysipäiväinen opiskelu.

Haastattelutilanteessa kysyttiin myös vaikuttaako tulevaisuus vaihtoon lähtöön. Työpaikat usein arvostavat vaihto-opiskelijaksoa ja kokemuksen kautta saatua kansainvälisyyttä. Yksikään haastatelluista ei ollut ennen vaihtoa miettinyt vaihtoon lähtöä tulevaisuuden kannalta, eikä yksi opiskelijoista edes tuntenut tarvetta mainita vaihtoaikaa työhakemuksessa tai ansioluettelossa. Kaikilla muilla haastatelluista vaihto-aika oli merkittävä. Yksi haastatelluista laitto merkinnän hakemukseen kuitenkin tiedostaen, että työpaikat saattavat kyseenalaistaa opiskelijan motiiveja vaihtoon lähtöön kohdemaan vuoksi. Haastatellut opiskelijat olivat vaihdon jälkeen miettineet kokemuksen hyötyä, esimerkiksi englanninkielen parantuminen saattaa auttaa tulevaisuuden työkuvioiden ja kansainvälinen näkemys asioihin nähtiin myös positiivisena asiana. Vaihtojaksoa pidettiin kokemuksena, josta on hyötyä elämän joka saralle.

7.3.2 Kohdema

Haastatelluista viisi valitsi maan muun muassa sijainnin perusteella. Kahdelle oli tärkeää päästä kauas Suomesta ja toiset kaksi taas halusivat lähelle Suomea, jotta he pääsisivät helpommin tapaamaan perhettään vaihtojakson aikana. Neljästä haastatelluista ainoastaan

yksi oli vaihdon aikana parisuhteessa ja tämän takia halusi kohdemaan sijaitsevan lähellä Suomea. Tämä eroaa paljon kyselyistä saaduista tuloksista, joissa siviilisäädyllä ei oikeastaan ollut merkitystä kohdemaan suhteen. Yksi haastatelluista halusi lähteä Aasiaan vaihtoon, koska ei ollut ennen ollut siellä ja halusi täysin uuteen maahan. Neljä haastatelluista halusi lähteä tiettyyn maahan, jotta maassa puhuttavan kielen osaaminen sekä kirjallisesti että suullisesti paranisi. Moni haastatelluista ei kuitenkaan vaihdon jälkeen uskonut, että tässä tavoitteessa onnistuttiin, koska vapaa-aika vietettiin lähinnä muiden vaihto-opiskelijoiden kanssa ja kommunikointi tapahtui useimmiten englanniksi.

Kulttuuri tuli haastattelun tuloksista myös vahvasti esille. Muun muassa Ranskaan lähdettiin nimenomaan ruokakulttuurin vuoksi ja Aasiaan sen täysin erilaisen kulttuurin takia. Opiskelijat, jotka halusivat kauas Suomesta, olivat sitä mieltä, että Eurooppaan pääsee paljon helpommin lomalle, joten un näinkin hieno tilaisuus tarjotaan, niin miksei samalla lähtisi mahdollisimman kauas kotimaasta. Haastateltujen mukaan lähtemällä kauas kotimaasta myös tunne vaihdossa olosta vahvistui.

Osa haastatelluista opiskelijoista oli kuullut ainoastaan hyvää paikallisista asukkaista. Tieto paikallisten asukkaiden ystävällisyydestä ja täsmällisyydestä vaikutti kohdemaan valintaan. Moni haastatelluista halusi myös maahan, jossa ei olisi paljoa muita suomalaisia vaihto-opiskelijoita. Heidän mukaan vaihtoon lähdetään tutustumaan eri kulttuuriin ja oppimaan paikallista kieltä, eikä täten muita suomalaisia kaivata mukaan. Muista suomalaisista vaihto-opiskelijoista tosin löytyy turvaakin, jos esimerkiksi koti-ikävä yllättää tai päivittäisten asioiden kanssa on ongelmia.

Haastattelussa kysyttiin lisäksi lukukausimaksujen vaikutuksesta kohdemaan valintaan. Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ei tarvitse maksaa lukukausimaksua, jos kyseessä on yhteistyökoulu. Heidän lähtiessä vaihtoon oppilaitokseen, joka ei ole yhteistyökoulu tai esimerkiksi Kilroyn kautta, joutuu opiskelija tosin useimmiten maksamaan lukukausimaksun koulun sääntöjen mukaan. Esimerkiksi opiskelijan lähtiessä Balille joutuu hän maksamaan lukukausimaksun, koska Balille lähdetään Asian Exchangen kautta. Kaksi haastatelluista opiskelijoista mainitsi, ettei heillä olisi ollut varaa maksaa ylimääräistä ja tämän vuoksi Eurooppa ja yhteistyökoulu olivat hyviä vaihtoehtoja. Bali ja Kanada taas kiinnostivat haastateltuja niin paljon, että lukukausimaksut eivät häirinneet heitä.

7.3.3 Kohdekoulu

Teemahaastattelussa olleilla opiskelijoilla ei haluamassaan kohdemaassa ollut kuin yksi oppilaitos vaihtoehtona, joten kohdekoulun valintaan vaikuttavia tekijöitä ei täten saatu paljoakaan. Vaihtokohteet olivat täten valittu maan mukaan ja sen perusteella päädytty

tiettyyn yhteistyökouluun. Espanjassa Laurea-ammattikorkeakoululla on useampi kuin yksi yhteistyökoulu, mutta haastateltu oli päätenyt Barcelonaan, koska siellä oli mahdollista opiskella useita englanninkielisiä kursseja.

Haastatelluista opiskelijoista yksi oli tutkinut mahdollista kohdekouluun etukäteen ja kuullut oppilaitoksesta ainoastaan hyviä asioita, etenkin opetuksen olevan tasokasta. Hän oli kuullut edellisiltä kohteesta olleilta opiskelijoilta, että suurimman osan kursseista saisi myös korvattua Suomessa. Tämän avulla haastatellun valmistuminenkin nopeutui.

7.3.4 Muita syitä

Muita vaihtoon lähtöön vaikuttaneita tekijöitä viidellä seitsemästä haastatelluista perhe tai kaverit vaikuttivat vaihtokohteen valintaan. Kolmella opiskelijalla kaverit olivat kehuneet maata tai kaupunkia ja saivat näin haastatellut innostumaan kohteesta. Yhdellä haastatelluista oli opiskelijakaveri lähdössä samaan paikkaan, joka osanaan helpotti päätöstä, ja toisen haastatelluista sisko asui paikallisen miehensä kanssa kyseisessä kohdemaassa. Tämä takasi sen, että hän pystyi näkemään siskoaan enemmän ja matkustamaan siskonsa kanssa ympäri maata yhdessä. Haastatellut olivat tutkineet mieleistään maata ja kyselleet muiden ihmisten mielipiteitä kohteesta. Positiiviset asiat ja mielipiteet antoivat haastatelluille rohkeutta lähteä kohdemaahan.

Yhdellä haastatelluista harrastukset olivat yksi syistä lähteä kohdemaahan. Hänen kohdemaassa pelataan ahkerasti salibandya, joten harrastuksen jatkaminen koko vaihdon ajan oli täten mahdollista. Toinen opiskelija osasi myös kertoa, kuinka hänen kaverinsa oli lähtenyt Torinoon, koska tykkäsi jalkapallosta. Kohdemaassa pääsi nimittäin seuraamaan useita jalkapallopelejä vaihdon aikana.

Haastattelun yhteydessä haluttiin myös tietää, minkälaisia positiivisia ja negatiivisia asioita opiskelijat kohtasivat kohdekouluissaan. Ainoastaan kahdessa maassa oli järjestetty vaihto-opiskelijoille tapahtumia ja juhlia. Vaihto-opiskelijat lähtivät yhdessä vierasiin kaupunkiin ja lentokentältä oli kuljetus omalle asuntolalle. Yhdessä maassa opiskelijat vietiin tutustumaan kaupunkiin ja rehtori oli pitänyt heille puheen teen kera. Tutor-toiminta jäi kuitenkin tähän ja niihin vähäsiinkin tapahtumiin kaivattiin enemmän kulttuurisidonnaisia osa-alueita. Kohdemaan kulttuuria olisi helpompi oppia tuntemaan, jos oppilaitoksen kautta pääsisi mukaan erilaisiin tapahtumiin. Muissa oppilaitoksissa tämän tapaista toimintaa ei ollut lainkaan, joten kaikenlaiset aktiviteetit jouduttiin järjestämään itse. Vaikka yhdessä oppilaitoksessa ei ollut tutor-toimintaa, oppilaitoksen kansainvälisten asioiden koordinaattori oli hyvin ystävällinen ja avulias vaihto-opiskelijoita kohtaan. Hän itse järjesti opiskelijoille kahvitteluja ja kyseli pitkin lukukautta heidän kuulumisiaan.

Kolmessa maassa opetuksen taso oli ollut kiitettävää. Luennot olivat mielenkiintoisia ja opiskelijat otettiin usein mukaan keskusteluihin. Muissa maissa opettajien englanninkielen taito oli hyvin heikkoa ja välillä opiskelijat joutuivat jopa ottamaan ohjat käsiinsä. Usean oppilaitosten järjestelmällisyydessä oli myös parantamisen varaa.

Haastatellut olisivat myös kaivanneet enemmän integroitumista muiden vaihto-opiskelijoiden ja etenkin paikallisten opiskelijoiden kanssa. Kahdessa oppilaitoksessa vaihto-opiskelijoilla oli täysin omat kurssinsa, jonne ei paikallisia opiskelijoita edes päästetty. Kolmessa oppilaitoksessa taas haastattelemamme henkilö saattoi olla ainoa ulkomaalainen kurssilla ja tutustuminen paikallisiin oli täten helppoa. Balilla toimi useita vaihto-ohjelmia Suomen ulkopuolelta, jotka toivat vaihto-opiskelijoita maahan, mutta näiden kaikkien eri vaihto-ohjelmien opiskelijoilla oli omat tunnukset, eikä heitä sekoitettu lainkaan keskenään. Tässä olisi ollut hieno tilaisuus tutustua moniin eri kulttuureihin ja ihmisiin. Vaihtokokemus on myös paljon rikkaampi, jos pääsee tutustumaan erilaisiin ihmisiin ja heiltä varmasti oppii myös paljon uutta.

Yksi haastatelluista olisi kaivannut enemmän college-henkeä. Opiskelijat kävivät oppilaitoksessa vain tunneilla, jonka jälkeen lähdettiin vapaa-ajan viettoon. Kanadassa sen sijaan opiskelijat viettivät paljon aikaa kampusalueella tuntien jälkeen. Monet ruokapaikat, pubit ja oppilaitoksen omien joukkueiden pelit mahdollistivat vapaa-ajan vieton myös oppilaitoksen kampuksella. Tenttiviikkojen aikana kirjasto oli myös 24 tuntia auki, jotta opiskelijat voisivat lukea rauhassa kokeisiinsa. Tämä on suurimmilta osin kulttuuriero, koska suurimmassa osassa Euroopan maista puuttuu kokonaan kampusalueet, kun taas Amerikassa ja Kanadassa kampusalueet ovat hyvinkin yleisiä. Alueilta löytyy ruokalato, asuntolat, terveydenhuolto ja harrastusmahdollisuudet. Opiskelijoiden on helpompi viettää aikaa keskenään oppilaitoksella, kun kaikki asuvat lähekkäin ja vapaa-ajan aktiviteettejäkään ei tarvitse etsiä kaukaa.

Haastatelluilta kysyttiin, miten vaihtokokemus vastasi odotuksia ja mitä tekisi toisin. Kukaan haastatelluista ei ollut katunut vaihtoon lähtöä jälkeenpäin. Osa haastatelluista kuitenkin jälkiviisaana vaihtaisi kohdemaataan tai -kouluaan tai ainakin tutkisi tarkemmin oppilaitosten kurssitarjontaa ja opetuksen tasoa. Kaiken kaikkiaan kokemukset olivat olleet mahtavia ja odotukset olivat jopa ylittyneet. Haastatelluista harva lähti kuitenkaan suoraan suosittelemaan omaa vaihtokohdettaan, vaan tiedustelisi ensin, mitä opiskelija haluaa vaihtoajaltaan.

Markkinoinnista haastatelluiden oli vaikea sanoa mitään, koska paikallisille suunnattu markkinointi ei välttämättä aina saavuta vaihto-opiskelijoita. Muutamia asioita tuli kuitenkin

esille. Muun muassa Singaporessa ja Kanadassa järjestettiin kansainvälisiä päiviä, joissa esiteltiin maat, joihin oli mahdollista lähteä vaihtoon tai harjoitteluun. Vaihto-opiskelijat olivat mukana tapahtumissa edustamassa omia maitaan. Kanadassa järjestettiin myös avoimen ovien päiviä, joissa potentiaaliset opiskelijat pääsivät tutustumaan oppilaitoksen tarjontaan.

Ruotsissa vaihto-opiskelijoille oli perustettu oma ryhmä Facebookiin. Sitä kautta opiskelijat saivat kutsuja juhliin ja muihin tapahtumiin. Balilla taas ei ollut minkäänlaista markkinointia kansainvälisistä mahdollisuuksista. Paikalliset kuitenkin kyselivät itse vaihto-opiskelijoilta, jos olivat kiinnostuneita asiasta.

7.4 Tulosten yhteenveto ja tarkastelu

Tässä luvussa käydään vielä läpi yhteisesti molempien kyselyjen ja haastattelun tuloksia. Tuloksista on ensin tehty yhteenveto ja sen jälkeen niitä on verrattu opinnäytetyössä käytettyyn teoriaan, kuten Ropeen & Pyykköön, Albaneseen & Boedekeriin ja OECD:n tekemään tutkimukseen. Teorian lisäksi opinnäytetyön tekijät ovat analysoineet tuloksia käyttäen omaa pohdintaansa. Tulokset on käyty läpi teemoittain. Taulukko 1 on koottu vaihtoon lähtöön ja vaihtokohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä.

Tärkeintä	Tärkeää	Vähemmän tärkeää	Vähiten tärkeää
Halu hankkia uusia kokemuksia	Uuteen kulttuuriin ja uusiin ihmisiin tutustuminen	Maiseman vaihdos ja arjesta irtautuminen	Viisumiprosessi
Helppo saavutettavuus	Sijainti, kieli ja maan koulutusjärjestelmä	Ilmasto	Opinnot
Suosituksukset	Elinkustannukset ja tulevaisuuden työmahdollisuudet		
Vapaa-ajan aktiviteetit			

Taulukko 1: Vaihtoon lähtöön ja vaihtokohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä

Vaihtoon lähdön motiiveja tutkittiin lähinnä haastattelun kautta. Suurimmaksi tekijäksi muodostui halu hankkia uusia kokemuksia. Uuteen kulttuuriin ja uusiin ihmisiinkin tutustuminen

oli tärkeä aspekti haastateltaville. Maisemanvaihdos ja arjesta irtautuminen tuli myös esille, mutta sitä pidettiin vähemmän tärkeänä syynä lähteä vaihtoon. Pekkala & Petäjaniemi (2012, 32-33) kuitenkin mainitsevat arjesta irtautumisen tärkeänä tekijänä. Opiskelijat hakevat uusia näkökulmia elämäänsä ja oppilaitosten ollessa hyvinkin kansainvälisiä kiinnostus muita kulttuureja kohtaan kasvaa. Arki saattaa välillä käydä liiankin normaaliksi kotimaassa ja ulkomaille lähtiessä päästään irtautumaan stressistä. Kyselyyn vastanneista vaihto-opiskelijoista uskaliain tuli Meksikosta, koska hän lähti Suomeen, vaikkei koskaan ollut kuullutkaan koko maasta. Vaikka Suomi sijaitsi niin kaukana kotimaasta, uusien kokemusten jano toi hänet Suomeen. Albanesen & Boedekerin (2002, 108-109) mielestä vaihtoon lähdetään juuri hakemaan uusia kokemuksia, joita omassa kotimaassa ei pysty kokemaan.

Tänä päivänä ulkomaille lähtö on vielä huomattavasti helpompaa ja halvempaa kuin esimerkiksi 50 vuotta sitten, jolloin vaihtotoiminta alkoi Suomessa. Yhdeksi tärkeäksi kriteeriksi kyselyissä nousikin helppo saavutettavuus, koska esimerkiksi Irlannista lentää vain reilu kolme tuntia ja muun muassa Aer Lingus lentää halvalla maaliskuun lopusta lokakuun loppuun (Aer Lingus 2012). Ihmisten halu lähteä ulkomaille kasvaa helppouden lomassa ja Pekkala & Petäjaniemi (2012, 32-33) mainitseekin, kuinka moni vaihtoon lähtevistä opiskelijoista ovat jo tottuneet matkusteluun. Suomi on täynnä erilaisia vaihto-ohjelmia, joiden kautta on helppo lähteä vaihtoon ja tämän takia kynnys lähteä maailmalle on paljon pienempi. Viisumien ja asuntohakemusten täyttämiseen saadaan helposti apua tai paperit jopa täytetään opiskelijoiden puolesta. Vähemmän matkustaneet opiskelijat tuskin ovat yhtä tietoisia käytännönasioista, joten asioiden hoitamiseen on mukava saada apua.

Viisumin tarve onkin pienentynyt Union-säädösten myötä, koska matkustaminen ja opiskeleminen eri EU-maiden välillä on tehty helpommaksi. Nykypäivänä työmarkkinoilla kansainvälisyys onkin iso asia, joten kokemusta kannattaa lähteä hakemaan ulkomailta jo opiskeluaikana. (OECD 2011.) Kyselyjen mukaan viisumiprosessi ei yltänyt korkealle tärkeysjärjestyksessä, koska jopa 40 prosenttia vastasi vähiten tärkeä kyseiseen kohtaan. Tästä tuloksesta voi päätellä, että kyselyyn vastanneista vaihto-opiskelijoista suurin osa tuli Euroopan Unionin sisältä, jolloin liikkuvuus ilman viisumia on mahdollista.

Pekkala & Petäjaniemi (2012, 32-33) mainitsee, kuinka opiskelijat haluavat uutta näkökulmaa kotimaansa opintoihin. Tehdyssä haastattelussa kuitenkin ainoastaan yksi opiskelija oli pohtinut vaihtoon lähtöä opintojen kannalta. Vaihtokokemukselta haetaan enemmänkin uusia kokemuksia, joihin liittyy matkustamista kohdemaassa, uusiin ihmisiin tutustumista, tapahtumia ja kielitaidon parantamista. Käydyistä kursseista voi hyvässä tilanteessa olla paljon hyötyä, mutta se ei ole tärkein tekijä. Vaihtokokemuksen hyvät muistot liittyvätkin enemmän vapaaajan viettoon kuin tunneilla istumiseen.

Vaihtomaan valinnassa tärkeäksi koettiin kiinnostus maata ja sen kulttuuria kohtaan. Paikallista kuullut hyvät asiat kasvattivat kiinnostusta maata kohtaan. Haastattelussa selvisi, että maan kulttuuri ja ruokakulttuurikin vaikuttavat vahvasti vaihtokohteen valintaan, jos aikaisempaa kiinnostusta on jo ollut. Kyselyihin vastanneet vaihto-opiskelijat kertoivat tärkeimmiksi kriteereiksi vaihtomaan suhteen sijainnin, kielen, kulttuurin ja maan koulutusjärjestelmän maineen. OECD:n (2011) tekemän tutkimuksen mukaan maantieteellinen sijainti saattaa vaikuttaa päätökseen, ja kyselyn tuloksista selvisikin, että näin on. Ropen & Pyykön (2003, 36-37) mukaan tapakulttuuri ja kulttuuritausta vaikuttavat myös usein päätöksentekoon. Tämä käy ilmi verrattaessa esimerkiksi italialaisten ja suomalaisten lomailutapoja; suomalaiset haikuvat mielellään lämpöön, kun taas italialaiset nauttivat pakkasesta ja lumesta.

Albanesen & Boedekerin (2002, 108-109) mielestä sosiaalisten kontaktien lisääminen on tärkeää tulevaisuuden työpaikan kannalta, erityisesti, jos opiskelija ei tunne itseään hyväksytyksi kotimaassaan. Ropen & Pyykön (2003, 40-41) mukaan päätöksiin vaikuttaa sosioekonominen tilanne, joka liittyy vahvasti asemaan työmarkkinoilla ja tulotasoon. Kyselyn tuloksista selvisi, että kohdemaan elinkustannukset sekä tulevaisuuden työmahdollisuudet olivat tärkeämpiä tekijöitä naispuoleisten vastaajien mielestä, kun taas koulutusjärjestelmän maine kohdemaassa oli merkittävämpi miespuoleisille vastaajille. Oppilaitoksen sijoitus muihin oppilaitoksiin verrattuna ei tosin noussut kovinkaan korkealle muihin tärkeisiin kriteereihin verrattaessa, koska jopa 46 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että oppilaitoksen sijoitus on vähemmän tärkeää. Tämä tulos poikkeaa hieman OECD:n (2011) tekemästä tutkimuksesta, jonka mukaan korkealle rankatut oppilaitokset saavat suuremman mielenkiinnon opiskelijoiden keskuudessa.

Irlantilaisten opiskelijoiden mielestä maan elinkustannukset oli tärkeä aspekti valitessa kohdemaata. Suomen suurlähetystön (2011) kirjoituksen mukaan tämä on täysin ymmärrettävää. Kotimaansa taloudellisen tilanteen takia työpaikkoja ei ole tarjolla eikä näin ollen ole mahdollista säästää tulevaa ulkomaan reissua varten. Samoin The Guardianin (2012) mukaan irlantilaiset nuoret lähtevät mieluummin ulkomaille tekemään töitä kuin opiskelemaan. Rahan tie-naaminen on paljon tärkeämpää. Toisen opinnäytetyön tekijän ollessa Irlannissa ihmisistä ei niinkään huomannut kotimaansa taloudellisia ongelmia, mutta kuulopuheiden mukaan moni irlantilainen nuori lähti ulkomaille töihin. Vuosittaiset luvut olivat jopa tuhansia. Ulkomailla uskotaan olevan paremmat mahdollisuudet ja töitä hankittiin varsinkin maista, joissa puhutaan englanninkieltä, jotta työpaikan saaminen olisi helpompaa.

Tärkeintä	Tärkeää	Vähemmän tärkeää
Kansainvälisyys	Koulun maine	Oppilaitoksen sijainti
Opetuksen taso	Lukukausimaksu	
	Kaverit opiskelevat samassa koulussa	

Taulukko 2: Vaihtokoulun valintaan vaikuttavia tekijöitä

Vaihtokoulun valinta oli haastatelluille toissijainen, koska heitä kiinnostaneissa kohdemaissa oli vain yksi oppilaitos vaihtoehtona. Eräs haastateltavista kertoi, että oli kuullut paljon hyvää vaihtokoulun kurseista, opetuksen tasosta ja kurssien hyväksilukemisesta, joka itsessään nopeuttaisi hänen valmistumista. Tämän vuoksi hän päätti lähteä juuri kyseiseen oppilaitokseen vaihtoon. Kohdekoulua valittaessa Laurea-ammattikorkeakouluun tulleet vaihto-opiskelijat mainitsivat tärkeimmiksi kriteereiksi oppilaitoksen kansainvälisyyden sekä opetuksen tason (Taulukko 2). Irlantilaisten opiskelijoiden vastauksista saatiin selville se, että lukukausimaksulla ja oppilaitoksen maineella on väliä valittaessa oppilaitosta. Oppilaitoksen kansainvälisyys oli irlantilaisista tärkeää sekä miehille että naisille, mutta tämä on helposti arvattavissa, kun on kyse englanninkielisistä opiskelijoista. OECD:n (2011) tekemän tutkimuksen mukaan opiskelijat valitsevatkin yhä useammin vaihtomaan ja - koulun kurssitarjonnan ja opetuksen tason mukaan.

Haastateltavien muita lähtöön vaikuttaneita syitä oli muun muassa kavereiden suositukset ja mahdollisuus jatkaa harrastuksia kohdemaassa. Muita vaihtokoulun valintaan vaikuttavia asioita irlantilaiset olivat arvioineet seuraavanlaisesti: suurimman osan vastanneitten mielestä oli tärkeä kriteeri, jos kaverit jo opiskelisivat samassa oppilaitoksessa. Naispuoleisten vastaajien mielestä yksi tärkeimmistä muista vaikuttavista asioista oli suositukset ystäviltä, perheeltä tai opettajilta. Albanese & Boedeker (2002, 119-120) perustelivat suositusten vaikutuksen sillä, että ihminen arvostaa muun muassa perheen ja kavereiden antamia ohjeita. Ropen & Pyykön (2003, 42-43) mielestä ihmisten väliset keskustelut ja mainonta eli toisin sanoen markkinaärsykkeet, vaikuttavat myös ihmisen päätöksen tekoon.

Suomen vankka englanninkielen osaaminen houkuttelee myös OECD:n (2011) tutkimuksen mukaan opiskelijoita Suomeen, vaikka suomea kielenä ei puhutakaan laajasti ulkomailla. OECD:n (2011) tekemästä tutkimuksesta selvisi myös, että suomalaisten tapa kohdella ulkomaalaisia opiskelijoita kuin kotimaisia (muun muassa lukukausimaksujen suhteen) ja koulussa aikaisin aloitettu englanninkielen opetus ovat syitä sille, minkä takia Suomeen tulneiden vaihto-

opiskelijoiden määrä on kasvanut vuoden 2000 ja 2009 välillä roimasti. Irlantilaisille tehdyn kyselyn mukaan kahdestatoista vaihdossa olleesta opiskelijasta suurin osa oli ollut maassa, jossa ei puhuta englantia, joten opiskelijoita ei pitäisi olla vaikeaa houkutella Suomeenkaan. Yleisten tilastojen, esimerkiksi OECD:n (2011), mukaan irlantilaiset pääosassa nimenomaan matkustavat juuri englanninkielisiin maihin vaihtoon.

8 Markkinointikeinoja ja kehitysehdotuksia Laurea-ammattikorkeakoululle

Opinnäytetyön avulla haluttiin luoda Laurea-ammattikorkeakoululle ideoita, joilla se voisi markkinoida omaa tarjontaansa irlantilaisille opiskelijoille ja miksei muillekin. Viiteen irlantilaiseen oppilaitokseen lähetettiin sähköpostia ja kysyttiin, kuinka heidän oppilaitoksissaan hoidetaan kansainvälisten asioiden markkinointi. Vastaus saatiin vain kahdesta oppilaitoksesta. Paremmiin ideoita saatiin työssä käytetyistä menetelmistä. Varsinkin teemahaastattelusta saatiin hyvin tietoa oppilaitosten toiminnasta ulkomailla, mitä hyviä asioita löytyy ja missä olisi vielä parantamisen varaa. Näiden tietojen avulla Laurea-ammattikorkeakoululle kehitettiin kehitysehdotuksia ja asioita, joihin tulisi kiinnittää huomiota vaihto-opiskelijoiden suhteen.

Laurea-ammattikorkeakoululla on vain kolme yhteistyökoulua Irlannissa ja irlantilaisille tehdyn kyselyn mukaan monilla oppilaitoksilla ei ole muitakaan yhteistyökouluja Suomessa. Suurin osa vastanneista tosin opiskeli yliopistossa, joten markkinarako näiden oppilaitosten suhteen ei ole Laurea-ammattikorkeakoululle oleellinen. Osa vastanneista opiskeli GMT:ssä, josta joiltain linjoilta on jo mahdollista tulla Laurea-ammattikorkeakouluun vaihtoon. Suuri osa vastanneista tosin opiskeli linjalla, jolla tätä mahdollisuutta ei ole. Tässä on Laurea-ammattikorkeakoululla hyvä tilaisuus laajentaa yhteistyötä esimerkiksi tämän oppilaitoksen kanssa.

Laurea-ammattikorkeakoulun olisi hyvä tutkia myös muita yhteistyökouluja Irlannista, koska tämä saattaisi osaltaan lisätä vaihto-opiskelijoiden määrää. Täysin uusi kohdemaahan saattaa vetää hyvinkin paljon kiinnostuneita opiskelijoita puoleensa ja kun uusi kohde on löydetty, alkaa aktiivinen markkinointi. Suomi ei kuitenkaan ole täysin tuntematon maa irlantilaisille, joten mielenkiinto saadaan varmasti nousemaan.

Irlantilaisilta oppilaitoksilta kysyttiin, millä tavalla niissä markkinoidaan vaihto-opiskelua opiskelijoille. Nämä olivat Laurea-ammattikorkeakoulun yhteistyökoulut Athlone Institute of Technology ja Galway-Mayo Institute of Technology. Athlone Institute of Technologyn kansainvälisten asioiden koordinaattorin (2011) mukaan Athlonessa käytetään kansainvälistä ilmoitustaulua, jossa mainostetaan erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia päästä ulkomaille. Samoin oppilaitoksilla on tietty henkilökunta, joka vastaa kansainvälisistä asioista. Parhaimmak-

si tavaksi Athlonen kansainvälisten asioiden koordinaattori katsoo, että kohdekoulusta pääsisi muutama henkilö kertomaan opiskelumahdollisuuksista ja elämästä kohdemaassa. Näin opiskelijat saisivat vakuuttavamman kuvan ja innostuisivat maasta mahdollisesti enemmän. Athlonen oppilaitoksesta vaihtoon lähtö ei ole viime vuosina ollut kovinkaan suosittua. Athlonen kansainvälisten asioiden koordinaattorin mielestä tämä on kuitenkin muuttumassa ja yhä useampia kyselyjä on tullut asiaa koskien.

Galway-Mayo Institute of Technology vastaanottaa vuosittain noin 100 opiskelijaa ulkomailta ja yhteistyökouluja on Euroopassa 77 kappaletta (Suomessa Laurea-ammattikorkeakoulun lisäksi kolme koulua) ja samoin myös Aasiassa ja Yhdysvalloissa (GMIT). Internetsivujen perusteella huomaa, että oppilaitos panostaa enemmän vaihto-opiskelijoiden vastaanottamiseen kuin omien opiskelijoiden lähettämiseen ulkomaille. Irlantilaisille opiskelijoille tarkoitettu informaatio löytyy useimmiten oppilaitoksen sisäisiltä internetsivuilta. GMIT:in kansainvälisten asioiden koordinaattori (2012) kertoi, että heidän koulussa järjestettiin helmikuun lopussa International Officen isännöimä tapahtuma koskien vaihto-opiskelua. Paikalla oli opiskelijoita kohdekouluista ja samoin myös irlantilaisia opiskelijoita kertomassa omista vaihtokokemuksistaan. GMIT:n kansainvälisten asioiden koordinaattorin mukaan irlantilaisen lähdössä vaihtoon, opiskelijan täytyy silti maksaa GMIT:ille lukukausimaksuja, vaikka kohdekoulussa opiskelu olisi ilmiä. Opiskelijat voivat kuitenkin hakea stipendejä, joilla helpottaa maksujaan. Jos opiskelija haluaa lähteä EU-rajojen ulkopuolelle opiskelemaan, GMIT lupaa maksaa 500 euroa opiskelijoiden lennoista.

GMIT toteutti kyseisellä helmikuun tapahtumalla juuri sen, mistä Athlonen kansainvälisten asioiden koordinaattori (2012) puhui. Kansainväliset tapahtumat vetävät paljon opiskelijoita yhteen ja vaihto-opiskelusta kiinnostuneet saavat parhaimman kuvan kokemuksesta, kun saavat puhua muiden opiskelijoiden ja asiantuntijoiden kanssa asiasta. Harva uskaltaa lähteä ulkomaille yksinään, jolloin tällaiset tapahtumat ovat loistava mahdollisuus tavata muita opiskelijoita, jotka suunnittelevat vaihtoon lähtöä ja hyvällä lykyllä tapaa henkilön, joka haluaa juuri samaan kouluun tai maahan. Kehitysidea tähän tapahtumaan liittyen olisi se, että Laurea-ammattikorkeakoulu ottaisi selvää, koska kyseisiä tapahtumia järjestetään ja lähettäisi paikan päälle henkilökunnan edustajan tai opiskelijan kertomaan Laurea-ammattikorkeakoulusta.

Tehtyjen teemahaastatteluiden perusteella GMIT:n pitämää tapahtumaa käytetään myös muissa maissa, esimerkiksi Singaporessa ja Kanadassa. Laurea-ammattikorkeakoulun kannalta tämä tietenkin toimisi parhaiten, jos kohdekouluihin olisi jo saatu suomalaisia opiskelijoita. Opiskelijat lähetetään kohdemaahan edustamaan kotimaataan ja varsinkin oppilaitostaan. Moni paikallinen opiskelija on varmasti kiinnostunut kuulemaan vaihto-opiskelijoiden kotimaasta ja tässä on hyvä tilaisuus markkinoida omaa oppilaitostaan. Kohdekouluihin voi myös

lähettää Laurea-ammattikorkeakoulusta erilaisia mainoslehtiä, joita opiskelijat voivat selata läpi tapahtumapäivinä ja muulloinkin.

Oppilaitoksilla on mahdollisuus opiskelijavaihdon lisäksi toteuttaa opettajavaihto. Vaihtoon sisältyy yleensä kohdemaan kollegoiden työn seuraamista, omien oppituntien pitämistä, koulujärjestelmään tutustumista ja koulutuksiin osallistumista (CIMO 2011). Näin opettajien on mahdollisuus saada ideoita oman oppilaitoksen opetusmenetelmiin. Laurea-ammattikorkeakoulusta on myös mahdollisuus päästä kyseiseen opettajavaihtoon. Prosessi onnistuu samalla tavalla Erasmus- ohjelman kautta ja vaihto kestää noin viikon ajan. Vaihtoaika lisätään osaksi opettajan vuosittaista työsuunnitelmaa. (Lehtori 2012.) Opettajavaihdon ajankohtaakin voisi suunnitella kohdekoulun kansainvälisten tapahtumien ja vaihtohaun aikoihin.

Samoin teemahaastattelussa tuli ilmi, kuinka kohdekoulut markkinoivat omia tapahtumiaan sosiaalisen median kautta, varsinkin Facebookin. Opinnäytetyössä on aikasemmin jo tullut esille kuinka Facebook on tänä päivänä suuri osa nuorten elämää. Sinne voi kuka tahansa liittyä ja se on helppo ja nopea tapa esimerkiksi yritysten mainostaa itseään. Laurea-ammattikorkeakoulun olisi syytä panostaa osa markkinoinnista sosiaaliseen mediaan. Facebookissa voi laittaa linkkejä irlantilaisten oppilaitosten sivuille, joista opiskelijat näkisivät helposti Laurea-ammattikorkeakoulun tarjontaa. Linkkejä voi laittaa myös oppilaitoksille, jotka eivät vielä ole Laurea-ammattikorkeakoulun yhteistyökouluja. Opiskelija saattaa hyvin saada viestistä idean hakea itsenäisesti Suomeen opiskelemaan. Facebookin sivuille voi helposti laittaa kuvia tapahtumista ja linkkejä erilaisten yhteistyökumppaneiden sivuille. Parhaimmassa tapauksessa sivun kautta löytää myös muita opiskelijoita, joihin voi tutustua jo ennenkuin on saapunut Suomeen.

Vaihto-opiskelijoiden jo tultua Suomeen, on myös hyvä muistaa käyttää sosiaalista mediaa hyödyksi. Todennäköisesti Facebook on nopein tapa saada tavoitettua opiskelijat, esimerkiksi lyhyiden ja harvojen koulupäivien takia. Facebookissa voi markkinoida tulevia tapahtumia, erilaisia kursseja ja mahdollisia projekteja. Laurea-ammattikorkeakoulun kannattaa perustaa erilaisia sivustoja, joihin opiskelijat voivat liittyä ja mahdollisesti keksiä itse esimerkiksi retkiä.

Suomessa olevat vaihto-opiskelijat ovat myös tärkeä osa markkinointia, koska heidän avullaan Laurea-ammattikorkeakoulu voi puskaradion tavoin levittää olemassaoloaan. Laurea-ammattikorkeakouluun saapuu lukukausittain yhteensä noin sata vaihto-opiskelijaa monesta eri maasta, joten heidän avulla olisi helppoa saavuttaa lisää opiskelijoita. Mahtavan vaihtokokemuksen jälkeen opiskelijat palaavat kotimaahansa ja kertovat kavereilleen ajastaan Suomessa. Varsinkin, jos kokemus on ollut positiivinen, opiskelijakaverit saattavat valita myös

Laurea-ammattikorkeakoulun. Samalla tavalla Laurea-ammattikorkeakoulussa työskentelevä lehtori (2012) kiinnostui opettajavaihdosta, koska oli opettanut kohdekoulunsa opiskelijoita ja kuullut pelkkää hyvää kohteesta. Koulusta on siis annettava hyvä kuva ja vaihto-opiskelijoille kohdennettua toimintaa ja opetusta on myös syytä kehittää jatkuvasti.

Markkinoinnissa olisi hyvä ottaa huomioon oppilaitoksen tarjonta, kurssit ja varsinkin aktiviteetit ja koulun ohella käytävä toiminta. Suurin osa opiskelijoista kuitenkin lähtevät vaihtoon tavoitteenaan pitää hauskaa ja saada uusia kokemuksia. Monet myös hakevat muutosta omaan arkeen ja ylenpalttinen opiskelu harvoin kuuluu kuvaan. Laurean olisi hyvä tiedottaa heti alkuun LAUREAMKOn järjestämistä retkistä (esimerkiksi Lapin ja Pietarin retkistä) ja juhlista. Laurean jokainen kampus on vielä hyvällä sijainnilla lähellä Helsinkiä, jota varmasti pidetään tärkeänä. Pääkaupunkiseudulla on varmasti enemmän elämää kuin pienemmillä paikkakunnilla.

Haastattelujen perusteella kävi ilmi, että opiskelijat haluavat tutustua kohdemaahansa kunnolla. Erilaiset juhlat vaihto-opiskelijoille ovat mukavia, niiden avulla tutustutaan hyvin toisiinsa opiskelijoihin. Moni kuitenkin haluaa myös nähdä kulttuurillisen puolen maasta. Vaihto-opiskelijoille olisi hyvä oppilaitoksen toimesta järjestää esimerkiksi perinteisen suomalaisen ruoan ilta, jossa vaihto-opiskelijat itse pääsisivät kokkaamaan. Vaihto-opiskelijoiden omia juhlapäiviä olisi myös hyvä muistaa, kuten kiinalainen uusivuosi ja Pyhän Patrikin päivä, joka on irlantilaisten kansallispäivä. Näiden tapahtumien suunnittelussa annettaisiin vaihto-opiskelijoille mahdollisuus ideoida ja vaikuttaa tapahtumien sisältöön jakaen omat kulttuurilliset näkökulmansa. Erilaiset kierrokset Helsingin keskustassa tai matkat Turun saaristoon saattaisivat myös kiinnostaa opiskelijoita.

Opetuksen taso on tärkeää, mutta vaihto-opiskelijoiden tapauksessa myös opettajien englannin kielen taso on huomioitava asia. Usein vaihto-opiskelijoilla on hieman kehnempi englannin kielen taito ja halu oppia kieltä on kova. Siksi olisikin hyvä, että opettajalla olisi selkeä ja hyvä kielitaito, jotta opiskelijat voisivat oppia kursseilla samalla kieltä. Englanninkielen osaaminen korostuu juuri esimerkiksi irlantilaisten opiskelijoiden kohdalla. Kansainvälisten luennoitsijoiden käyttö erityisesti vaihto-opiskelijoille suunnatuilla kursseilla olisi enemmän kuin suotavaa.

Jokaisella linjalla pitäisi olla omat englanninkieliset kurssit ja kursseja muutenkin enemmän. Vaihto-opiskelijoiden ja paikallisten integraatio on myös tärkeä aspekti. Tästä syystä englanninkieliset kurssit tulisi järjestää sekoittaen paikallisia ja vaihto-opiskelijoita mahdollisimman paljon. Vaihto-opiskelijoilla on suuri halu tutustua paikalliseen meininkiin eikä vain oman maan kansalaisiin. Jos tätä ei tapahdu, vaihdon idea lähtee siinä pois.

Laurea-ammattikorkeakoululla on tapana mainostaa itseään todella kansainvälisenä oppilaitoksena, mutta Laurea-ammattikorkeakoulu ei hyödynnä vaihto-opiskelijoiden tuomaa asiantuntijuutta, mielipiteitä ja ajatuksia koko potentiaalin edestä. Osaamisen laajentamisesta kiinnostuneita vaihto-opiskelijoita tulisi hyödyntää muun muassa erilaisissa projekteissa, jolloin hyöty olisi molemminpuolinen. Työharjoittelupaikkojen mainostukseenkin tulisi panostaa kansainvälisten opiskelijoiden suhteen. Useampaa opiskelijaa saattaisi kiinnostaa jäädä kouluun työharjoitteluun vaihtokauden jälkeen, kun he jo tuntevat maan kulttuurin ja elintavat.

9 Markkinointiesite

Tämän opinnäytetyön tuotoksena oli markkinointiesite, joka on suunnattu nimenomaan irlantilaisille opiskelijoille. Tarvittaessa tietoja voi tietenkin hyödyntää myös muiden maiden opiskelijoihin. Tarkoituksena olisi, että markkinointiesite tulisi olemaan lehtisen muodossa, jotta sitä olisi helppo selailla läpi. Esitteen ideana on lisätä irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden määrää Laurea-ammattikorkeakoulussa.

Esitteen suunnittelu aloitettiin maaliskuussa. Ideointi aloitettiin kirjoittamalla ylös kaikki asiat, joiden ajateltiin olevan tärkeitä tämän tyyllisessä esitteessä. Ideointivaiheessa mietittiin asioita, joita opiskelijat mahdollisesti haluaisivat tietää tuntemattomasta kohteesta. Tärkeänä pidettiin myös tietoa kaikista asioista, jotka voisivat auttaa opiskelijoita sopeutumaan vaihtomaahan. Ideoita saatiin opinnäytetyössä käytettyjen tutkimusmenetelmien vastauksista, työhön kirjoitetusta teoriasta, erilaisista matkustusoppaista ja myös Laurea-ammattikorkeakoulun sivuilta. Menetelmien ja teorian avulla saatiin hyvin tietoa, mitä opiskelijat oikeasti haluavat vaihtokokemukseltaan ja näin ollen mikä tieto olisi heille oleellisinta.

Markkinointiesitteeseen etsittiin tietoa ensin Suomesta, muun muassa hyödyllisiä vinkkejä ja suosituksia, mitä tehdä Suomessa ja miten jokapäiväiset asiat toimivat. Sitten syvennyttiin Laurea-ammattikorkeakouluun liittyviin asioihin, etsittiin muun muassa tietoa yksikkömäärästä ja koulutusohjelmista. Esitteen jokaiseen vaiheeseen lisättiin myös paljon kuvia, jotka elävöittäisivät sisältöä. Tämän jälkeen aineisto siirrettiin power pointille. Kaikki tarvittava tieto oli jo oikeastaan kasassa, joten tässä vaiheessa alkoi graafinen suunnittelu. Mitkä asetelmat, värit ja kuvat näyttäisivät hyviltä.

Markkinointiesite alkaa Suomi-osuudella. Siihen on kerätty tietoa, joka on hyödyllistä opiskelijalle, joka ei ole koskaan ennen ollut Suomessa eikä muutenkaan tiedä maasta paljoa. Ensimmäiseksi kerrotaan yleistä faktatietoa Suomesta, joka on oleellista ja mielenkiintoista henkilölle, joka ei ennen ole käynyt maassa. Faktaosiossa on lueteltuna pääkaupunki, väkiluku, valuutta, pinta-ala ja aikavyöhyke. Faktoiden lisäksi esitteeseen liitettiin Suomen kartta, josta saa paremman käsityksen kyseisestä maasta.

CIMOn (2001) tekemästä tutkimuksesta selvisi, kuinka vaihto-opiskelijat pitävät Suomea eräänlaisena eksoottisena maana. Etelänmaista tulevat opiskelijat odottivat mielenkiinnolla suomalaista lumista ja kylmää talvea ja ottivat ilmaston enemmänkin haasteena. Markkinointiesitteessä Suomen ilmastosta on kerrottu ytimekkäästi vuodenaika kerrallaan kuvien kera. Talven pakkasia ei tarvitse pelätä, vaan esitteeseen on yritetty saada esiin vuodenaikojen hyvät puolet. Luonnosta tärkeät faktat on ilmaistu kuvien ja kuvatekstien avulla, kuten kuinka paljon Suomen pinta-alasta metsä kattaa ja että Suomessa on karhuja, susia ja hirviä. Villieläinfakta on oleellista juuri irlantilaisten opiskelijoiden suhteen, koska Irlannissa ei ole isoja petoeläimiä. Seuraavaksi on kerrottu Suomen kuuluisista hulluista kilpailuista, kuten saunan ja ilmakitaran maailmanmestaruudet, suojalkapallo, eukonkanto ja saappaanheitto.

Markkinointiesitteeseen haluttiin myös jotain huumorilla höystettyä tietoa, jotta paketti ei olisi liian vakavan oloinen. Suomea halutaan mainostaa hauskana ja mukavana maana, joten sen hullu puoli haluttiin saada markkinointiesitteeseen mukaan. Suomi-osiossa kerrotaan myös kuvien avulla asioita, joita irlantilaiset saattavat jo tietää Suomesta. Näistä esimerkkeinä ovat muun muassa Nokia, joulupukki ja revontulet. Suomi on maailmalla tunnettu myös urheilusta, joten jääkiekko, Formula 1 ja kuuluisia jalkapalloilijoita on myös mainittu. Varsinkin irlantilaisille jalkapallo on hyvin lähellä sydäntä, joten opiskelijat saattavat jo tietää suomalaisia jalkapalloilijoita.

Hyödyllisenä tietona irlantilaisia ajatellen pidettiin myös matkustamista. Opinnäytetyön luvussa 7 Tulokset mainittiin kuinka vaihtoon lähtevät opiskelijat usein ovat matkustaneet enemmänkin ja vaihto-opiskelijoiden vapaa-ajan viettoon kuuluu matkustaminen ympäri maailmaa. Tämän takia markkinointiesitteeseen haluttiin tuoda esille erilaiset matkustusmahdollisuudet. Ensin ovat lueteltuna lentoyhtiö, jolla Irlannista pääsee Suomeen. Lentoyhtiö Ryanair on hyvin suosittu irlantilaisten keskuudessa ja se lentää Suomesta 15 eri kaupunkiin, vaikkakaan ei Dubliniin. Lentoyhtiöllä on tunnetusti halvat lennot, jotka vetävät paljon matkustajia. Markkinointiesitteessä on myös esitelty toinenkin matkustustapa, laivat. Suomesta pääsee moneen eri maahan myös laivalla ja joillekin vaihto-opiskelijoille se saattaa olla eksoottinen ja uusi tapa matkustaa. Junalla ja bussilla pääsee taas kätevästi matkustamaan ympäri Suomea, jossa myös on paljon nähtävää.

Toisessa osiossa on esiteltyä Laurea-ammattikorkeakoulu. Ensimmäiseksi kerrotaan yleisesti Laurea-ammattikorkeakoulusta, kuinka monta yksikköä ja koulutusala löytyy ja kuinka paljon opiskelijoita ja henkilökuntaa oppilaitoksella on. Seuraavaksi ovat esiteltyä Laurea Leppävaara ja Kerava, koska näihin yksiköihin irlantilaiset opiskelijat voivat tulla vaihtoon. LAUREAMKO eli Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta on myös esiteltyä, koska heillä on suuri osa vaihto-opiskelijoiden elämää. Opiskelijakunta haluttiin mainita teemahaastattelusta

esiin nousseen näkökulman vuoksi. Kysyntää erilaisille tapahtumille löytyy, koska vaihto-opiskelijoilla on paljon vapaa-aikaa ja täten haluavat olla mukana kaikenlaisessa toiminnassa. LAUREAMKOsta on kerrottu muun muassa se, että jäsenenä saa etuja, minkälaisia matkoja he järjestävät ja se, että LAUREAMKO on vastuussa vaihto-opiskelijoiden tuutoroinnista. LAUREAMKOn erilaisista tapahtumista on myös kuvia, jotta opiskelijat saavat paremman kuvan toiminnasta.

Yleisesti Suomessa asumiseen on kerrottu ”Good to know”-tietoja, joita ovat muun muassa vinkkejä asutuksesta, matkustamisesta ja myös halpoja hotelleja ja hostelleja. Halvat hotellit ja hostellit ovat oleellinen tieto muun muassa silloin, jos opiskelija saapuessaan tarvitsee tilapäisasutuksen tai vaikka ystäviä ja sukulaisia varten. Esitteessä kerrotaan myös esimerkkejä siitä, mitä kaikkea Suomessa voi tehdä vapaa-ajalla. Koulun ohella opiskelijoilla on paljon aikaa ja puolen vuoden aikanakin joillain on jo tapana hankkia kohdemaassa jokin harrastus. Opinnäytetyössä käytettyjen menetelmien perusteella opiskelijat hakevat enemmän uusia kokemuksia vapaa-ajanvietossa kuin opiskelussa. Tämän takia erilaisia aktiviteetteja on hyvä olla, joilla niin sanotusti voi tappaa aikaa. Esimerkkeinä mainitaan kuntosaleja, elokuvateattereita ja kauppakeskuksia. Jo aikaisemmin mainitut matkustusmahdollisuudet kuuluvat myös tärkeänä osana opiskelijoiden vapaa-ajan viettoon.

Tämän jälkeen alkaa esitteen kolmas osio, joka on tarkoitettu nimenomaan irlantilaisille opiskelijoille. Siinä on kerrottu, mitä kaikkea irlantilaista Suomesta löytyy, esimerkiksi tieto Suomi-Irlanti - seurasta, Irlannin suurlähetystön osoite Helsingissä ja eri irlantilaistyylisiä pubeja, jotka tuovat mieleen kotimaan. Tämä osa ajateltiin lieventämään irlantilaisten opiskelijoiden mahdollista integraatiota. Irlantilaisen opiskelijan ei tarvitse tuntea oloaan syrjityksi Suomessa, koska maasta löytyy paljon irlantilaiseen elämäntapaan liittyviä asioita. Viimeisenä esitteestä löytyy sivu, jossa on kerrottu kaikkia hyödyllisiä internet-sivuja ja Facebook-yhteisöjä, jotka kannattaa ottaa selville. Teemahaastattelussa tuli ilmi kuinka oppilaitokset käyttivät hyödyksi sosiaalista mediaa tapahtumien markkinoinnissa. Facebookia tulisi hyödyntää jo ennen kuin opiskelijat ovat saapuneet kohdemaahan. Sivuilla voi kertoa erilaisista käytännön asioista ja tapahtumista, joilla yritetään herättää opiskelijan mielenkiinto. Markkinointiesitteessä näitä sivuja ovat esimerkiksi Laurea-ammattikorkeakouluun liittyvät sivut, Suomi-Irlanti - seuran sivut ja vuokra-asuntoja välittävien yritysten sivut.

Markkinointiesite tulee olemaan lehtisen muodossa, joka lähetettäisiin irlantilaisiin oppilaitoksiin, jotka ovat Laurea-ammattikorkeakoulun yhteistyökouluja. Miksei muillekin oppilaitoksille, jotta opiskelijat voivat hakea itsenäisesti Suomeen tai vaikka lähteä lomalle. Markkinointiesite on apuna oppilaitosten työntekijöille ja opiskelijoiden on helppo selailta lehtistä, johon on paketoitu kaikki oleellinen tieto ytimekkäästi. Tarkoituksena olisi, että Laurea-ammattikorkeakoulu voisi muokata esitteestä omanlaisensa, mutta ideat olisivat annettu heil-

le valmiiksi. Esite on muotoiltu niin, että sen voi helposti muokata toista kohdetta varten, jolloin tämän esitteen Irlanti-osuus vain tulisi muuttaa esimerkiksi Ranska-osuudeksi. Tuotosta ei tulla julkaisemaan tässä vaiheessa missään, koska esimerkiksi kaikki kuvat ovat vain esimerkkejä eikä niihin täten ole julkaisu-oikeuksia.

10 Johtopäätökset

Prosessi aloitettiin etsien tietoa kirjoista ja internetistä ja olemalla yhteydessä sekä suomalaisiin että irlantilaisiin oppilaitoksiin. Tiedonkeruu osoittautui alussa haastavaksi, koska kyseisestä aiheesta ei ollut paljoa teoriaa. Haastavaa oli myös se, että teoriasta tuli valita hyödyllinen tieto, joka sopi tehtyyn opinnäytetyöhön. Varsinkin valintoihin vaikuttavista tekijöistä löytyi monia teoriakirjoja, mutta suurin osa tiedosta ei ollut työtä varten hyödyllistä. Internet osoittautui hyväksi tietolähteeksi ja sieltä löytyikin monia hyödyllisiä linkkejä. CIMOn tekemistä tutkimuksista oli suuri apu ja onneksi moni ihminen oli valmis auttamaan sähköpostien kautta.

Työn riittävä laajuus toi myös oman haasteensa, koska tekijöitä oli kaksi. Työssä käytettiin paljon englanninkieltä, muun muassa lähteissä, kyselyissä ja lopputuotoksessa. Haastavinta oli varmaankin kyselyiden teko, jotta opiskelijat, jotka eivät puhu englanninkieltä äidinkielenään, ymmärtäisivät mitä ajettiin takaa. Englanninkielen käyttö ei kuitenkaan luonut paineita opinnäytetyön tekijöiden taustan vuoksi. Työn haastavuutta lisäsi aikataulujen yhteensovittaminen, koska molemmat opinnäytetyön tekijät työskentelivät prosessin ohella.

Opinnäytetyössä käytettiin kahta erilaista tutkimusmenetelmää, kysely ja teemahaastattelu. Kysely oli ainut järkevä vaihtoehto varsinkin irlantilaisille opiskelijoille. Sähköinen kysely oli helpoin tapa saavuttaa opiskelijat ja samoin heidän oli helpoin vastata siihen. Tekijöiden kaveripiirissä on paljon opiskelijoita, jotka ovat olleet vaihdossa, joten haastattelutilanne oli helppo järjestää ja hyvä keino saada monipuolisempia vastauksia. Jälkeenpäin ajateltuna myös muita innovatiivisempia menetelmiä olisi voitu käyttää, varsinkin teemahaastattelun kohdalla, mutta näihin käytettyihin menetelmiin oltiin varsin tyytyväisiä.

Opinnäytetyön alussa oltiin hyvin optimistisia kyselyjen suhteen, otettiin muun muassa useaan irlantilaiseen oppilaitokseen yhteyttä ja luultiin, että vastauksia tulisi helposti. Loppujen lopuksi kyselyihin olikin hyvin vaikea saada vastauksia. Erityisesti irlantilaisilta tämä oli vaikeaa, kun ei ollut mahdollista lähteä paikan päälle keräämään aineistoa. Alun takkuisuuden vuoksi vastausten keruussa päätettiin käyttää sosiaalista mediaa apuna, joka tänä päivänä on nimenomaan nuorten ihmisten suosiossa. Kyselyt lähetettiin myös opinnäytetyön tekijöiden irlantilaisille kavereille, jotka lähettivät linkkiä eteenpäin. Irlantilaisia oppilaitoksia etsittiin laajasti myös Facebookista, ja muutaman oppilaitoksen seinälle laitettiin linkki. Vaikka lopullinen vastausmäärä jäikin vain 32, tekijät päättivät kuitenkin avata kyselyn tuloksia ja hyödyntää niitä lopputuotoksen ja markkinointikeinojen ideoinnissa.

Vaihto-opiskelijoille lähetetty kysely sai sekin paljon vähemmän vastauksia kuin odotettiin. Kyselyt lähetettiin Laurea-ammattikorkeakouluun 2012 kevääksi tulleille vaihto-opiskelijoille

Laurea-ammattikorkeakoulun kansainvälisistä asioista vastaavan koordinaattorin kautta, mutta kun tämä ei tuonut riittävästi vastauksia, lähetettiin kyselyt myös Laurea-ammattikorkeakoulun hallituksen jäsenen kautta aikaisemmin opiskelleille vaihto-opiskelijoille. Tällä tavoin vastausmäärä nousi viiteenkymmeneen. Vaihto-opiskelijoille suunnatun kyselyn vastausten keräämisessä olisi voitu toimia vieläkin paremmin. Kysely olisi esimerkiksi voitu käydä täyttämässä vaihto-opiskelijoiden tunnilla, jolloin kerralla olisi saatu useampi vastaus.

Ennen kyselyn lähettämistä oikealle kohderyhmälle kyselyn toimivuus testattiin koehenkilöillä. Jo ensimmäisten vastausten jälkeen huomattiin, ettei vaihto-opiskelijoille suunnattu asteikko toiminut aivan halutulla tavalla. Englanninkielen käyttö toi oman haasteensa kyselyyn, samoin kuin irlantilaisille opiskelijoille tehtyyn versioon. Muutamassa kohdassa opiskelijat olivat käsittäneet kysymyksen väärin ja vastausten järjestykseen laitto tuotti myös ongelmia. Koehenkilöiden jälkeen yksi kysymys poistettiin kokonaan ja yhtä muokattiin ymmärrettävämmäksi. Vastauksista saatiin kuitenkin selville, mikä oli tärkein ja mikä vähiten tärkeä kriteeri.

Puutteita huomattiin jälkikäteen myös irlantilaisten kyselyssä. Yksinkertainen kysymys ”Miksi Suomi ei kiinnostaisi” tai jokin vastaava, olisi tuonut lopputuotoksen kannalta tärkeitä huomioita esille. Se, että yhteystietoja ei kysytty, jäi harmittamaan kahden irlantilaisen National University of Ireland Galwayn opiskelijan myötä, koska he olivat olleet vaihdossa Helsingissä ja Jyväskylässä. Heiltä olisi ollut mielenkiintoista kysyä, miksi he tulivat juuri Suomeen vaihtoon, mutta yhteystietoja oli mahdotonta selvittää jälkikäteen. Molempia kyselyitä olisi voituhioa vielä tarkemmiksi, mutta näistä versioista saatiin myös hyvin vastauksia.

Kysely koettiin kuitenkin hyväksi tutkimusmenetelmäksi, koska ihmiset yleensä vastaavat rehellisesti kyselyihin eli kertovat myös negatiiviset asiat. Tuloksien pohjalta pystyttiin luomaan hyviä markkinointiehdotuksia ja saatiin aineistoa lopputuotosta varten. Vaikka vastausten määrä oli pienempi, mitä odotettiin kummankin kyselyn suhteen, kyselyjen avulla saatiin mielenkiintoisia ja monipuolisia vastauksia, joista oli hyötyä opinnäytetyölle. Teemahaastattelun tulokset täydensivät hyvin kyselyjen tuloksia, joten pääasiallisesti molemmat menetelmät toimivat hyvin opinnäytetyön lopputuloksen kannalta. Yksinään kyselyistä saadut tulokset olisivat jääneet hieman vaisuiksi, mutta teemahaastattelun avulla vastauksiin saatiin syvyyttä.

Teemahaastattelu järjestettiin kyselyiden lähettämisen jälkeen, mikä osoittautui hyödylliseksi. Kyselyjen vastauksista saimme ideoita tarkentaviin kysymyksiin haastattelua varten. Näiden kysymysten avulla haastateltavat saatiin pohtimaan syvemmin asioita ja vastauksiin monipuolisuutta. Teemahaastatteluun kutsuttiin yhteensä kymmenen opiskelijaa, joista vain nel-

jä pääsi paikalle. Vaikka määrä olikin pienempi kuin mitä aluksi toivottiin, saatiin näiltä neljältä hyvin erilaisia ja mielenkiintoisia vastauksia. Haastattelu menikin kaiken kaikkiaan hyvin. Haastateltavilla oli paljon asiaa ja aiheessa pysyttiin koko haastattelun ajan. Kaiken kaikkiaan haastattelu oli melkein jopa hyödyllisempi menetelmä kuin kysely, koska kohdeopiskelijat saivat kertoa mielipiteensä tarkemmin ja mielenkiintoisia keskusteluja saatiin aikaan. Haastatteluun valittiin opiskelijoita, jotka opiskelevat Laurea-ammattikorkeakoulussa ja olivat olleet opiskelijavaihdossa mahdollisimman erilaisissa kohteissa. Etukäteen tiedettiin myös, että opiskelijoilla oli ollut erilaisia vaihtokokemuksia, sekä positiivisia että negatiivisia, ja tämä takasikin paljon erilaisia mielipiteitä. Haastattelu tuntui tässä tilanteessa olevan paras vaihtoehto, koska vastaajien määrä haluttiin pitää pienenä, jotta vastauksien analysointiin voitaisiin syventyä paremmin.

Teemahaastatteluun osallistui kuitenkin vähemmän opiskelijoita kuin oli ajateltu, joten määrää lisättiin lähettämällä haastattelun teemat ja tarkennetut kysymykset sähköpostitse vielä muutamalle opiskelijalle. Heidän vastauksistaan saatiin vielä uusia näkökulmia, jotka koettiin hyvin hyödyllisiksi työn kannalta. Sähköpostitse lähetetty teemahaastattelu lähetettiin henkilöille, jotka eivät opiskelleet Laurea-ammattikorkeakoulussa, mutta olivat olleet vaihdossa. Tämän ajateltiin lisäävän materiaalin näkökulmia positiivisesti ja heiltä saatiinkin hyvin erilaisia vastauksia.

Haastattelutilanteessa haastateltavat jaettiin kahteen ryhmään, joissa he pareina kirjoittivat paperille ajatuksia kysytyihin teemoihin liittyen. Tämän jälkeen kaikki nämä asiat käytiin yhteisesti läpi, mikä toi esille uusia asioita, kun toinen oli saattanut unohtaa itse kertoa asiasta. Kyseinen käytäntö koettiin hyödylliseksi ja se, että haastattelun yleinen keskusteluosio sekä kuvattiin että nauhoitettiin, oli hyvä, koska silloin ei jäänyt mikään asia huomaamatta. Jotta haastattelumateriaalia olisi saatu vieläkin enemmän, olisi ollut hyvä järjestää useampi haastattelutilanne. Tämä oli kuitenkin aikataulullisesti sen verran haastavaa, että tekijät tyytyivät jo saatuun materiaalmäärään.

Tekijöiden mielestä opinnäytetyölle asetetut tavoitteet saavutettiin suuriltaosin, vaikka ongelmia olikin. Vaihtoon lähtöön vaikuttavista tekijöistä saatiin laaja skaala erilaisia mielipiteitä. Hienointa oli, että haastattelun ja kyselyiden vastaukset poikkesivat välillä toisistaan ja samalla olivat vielä ristiriidassa teorian kanssa. Näin saatiin paljon monipuolisempi katsaus. Vaikka varsinkin irlantilaisien opiskelijoiden vastausten määrä jäi vähäiseksi, saatiin silti suuntaa antavia tietoja.

Työn tarkoituksena oli kehittää Laurea-ammattikorkeakoululle markkinointikeinoja ja kehitysideoita. Markkinointikeinoja oli helppo lähteä ideoimaan luetun teorian ja irlantilaisien oppilaitosten kansainvälisten asioiden vastaaville lähetettyjen kyselyiden kautta. Heiltä kysyttiin

kuinka markkinointi hoituu heidän oppilaitoksissaan ja tämän perusteella pohdittiin, kuinka Laurea-ammattikorkeakoulu voisi markkinoida omaa tarjontaansa ulkomailla hyödyntäen kohdekoulujen keinoja. Keinot liittyvät suurilta osin internetiin, koska se on tänä päivänä hyvin yleinen nuorten keskuudessa. Tekijät uskovatkin, että sen avulla saadaan tavoitettua monia opiskelijoita ja internetin kautta on helppo löytää tietoa.

Kehitysehdotuksia saatiin paljon teemahaastattelun avulla. Haastateltavilta kysyttiin positiivisia ja negatiivisia kokemuksia kohdekoulun päivittäisissä asioissa. Samalla keskustelu kääntyi myös Laurea-ammattikorkeakouluun, josta opiskelijoilla oli oma mielipiteensä. Kehitysehdotukset liittyvät lähinnä vaihto-opiskelijoiden kohteluun. Mihin asioihin tulisi tulevaisuudessa kiinnittää huomioita, mitä opiskelijat haluavat kohdekoulultaan ja mitä asioita tulisi hie- man kehittää, jotta vaihto-opiskelijat viihtyisivät vielä paremmin. Työn tekijät toivotatkin, että näistä markkinointikeinoista ja kehitysehdotuksista olisi paljon hyötyä Laurea-ammattikorkeakoululle. Irlannissa on vielä monia oppilaitoksia, joista ei ole mahdollisuutta päästä opiskelemaan Suomeen, joten tässä on ainakin yksi kanava, jota kautta Laurea-ammattikorkeakoulu voisi lähteä mainostamaan itseään. Uuden yhteistyökoulun avulla saavutetaan satoja uusia potentiaalisia vaihto-opiskelijoita.

Lopputuotoksena opinnäytetyön tekijät laativat markkinointiesitteen. Sen tarkoituksena on mainostaa Laurea-ammattikorkeakoulua ulkomaalaisille opiskelijoille. Markkinointiesite on suunnattu nimenomaan irlantilaisille, mutta tarvittaessa sitä voi hyödyntää myös muiden maiden opiskelijoihin. Työn toimeksiantajana toiminut Laurea-ammattikorkeakoulu ei antanut minkäänlaista toivetta lopputuotokselle. Tämän takia haastavaa olikin keksiä tuotos, josta olisi oikeasti hyötyä toimeksiantajalle. Markkinointiesitteeseen on listattu tiiviiseen pakettiin asioita, joista olisi apua Suomeen lähtevälle opiskelijalle. Asiat liittyvät Laurea-ammattikorkeakouluun ja Suomeen. Tarkoituksena olikin saada monipuolinen mutta tiivis paketti ihmiselle, joka ei ennen maassa ole käynyt. Tässä tekijät mielestään onnistuivat. Markkinointiesitettä voidaan pitää pienenä maaoppaana, jota opiskelijan on helppo selaila läpi kotimaassaan. Markkinointiesitteen voi lähettää paikanpäälle postin, opiskelija- tai opettaja- vaihdon kautta.

Opinnäytetyön tekijät olivat koko työn ajan innoissaan aiheesta, mikä osanaan motivoi hyvin työstämään työtä eteenpäin. Aiheen mielekkyys auttoi myös vahvasti työn etenemisessä. Aihe oli molemmille tekijöille läheinen ja aihetta lähdeittiinkin hyvällä mielellä työstämään heti eteenpäin. Aikataulu piti melko hyvin loppuun asti, eikä kiire yllättänyt juuri missään vaiheessa, vaikka lopussa muun muassa arvioivan seminaarin päivämäärää siirrettiinkin. Tämä ainoastaan siitä syystä, että tekijät halusivat työn olevan jo hyvin viimeistellyssä vaiheessa ennen esitystä. Varsinainen opinnäytetyö ja markkinointiesite saatiinkin valmiiksi seminaariin. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön tekijät ovat työhönsä tyytyväisiä. Tietoa saatiin loppujen lopuksi

hyvinkin paljon ja niistä oli helppo lähteä ideoimaan asioita eteenpäin. Tekijät ovat molemmat olleet vaihdossa, joten esiin tuli asioita, joita ei ehkä itse pohtinut vaihtoon lähtiessä.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

- Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima.
- Ahola, H., Koivumäki, T. & Oinas-Kukkonen, H. 2002. Markkinointi, liiketoiminta, digitaalinen media. Vantaa: Dark.
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Porvoo: WS Bookwell.
- Chisholm, L. & Berry, H. 2002. Understanding the education: and through it the culture: in education abroad. New York, NY : International Partnership for Service-Learning.
- Doole, I. & Lowe, R. 2008. International Marketing Strategy. Lontoo: Seng Lee Press.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Geetanjali 2010. International Marketing. Jaipur: Global Media.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Iyengar, S. 2011. Valitsemisen taito. Tallinna: Tallinna Raamatutrukikoda.
- Jansson-Boyd, C. 2010. Consumer Psychology. England: McGraw-Hill Education.
- Mooij, M. 2005. Global Marketing and Advertising. Kalifornia: Sage Publications, Inc.
- Reisinger, Y. & Turner, L. 2003. Cross-Cultural Behaviour in Tourism. Oxford: Keyword Typesetting Services.
- Rope, T. & Pyykkö, M. 2003. Markkinointipsykologia : väylä asiakasmieleiseen markkinointiin. Helsinki: Talentum.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Helsinki: Edita Prima.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Vammala: Vammalan kirjapaino.

Sähköiset lähteet

- Aer Lingus. 2012. Company Profile. Viitattu 2.3.2012.
<http://www.aerlingus.com/aboutus/aerlingusmedia/companyprofile/#d.en.1250>
- CIMO. 2001. Why Finland. Selvitys ulkomaisten vaihto-opiskelijoiden hakeutumisesta suomalaisiin korkeakouluihin. Viitattu 02.03.2012.
http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/15460_whyfinland.pdf

CIMO. 2012. Mikä on CIMO? Viitattu 27.3.2012.

http://cimo.fi/mika_on_cimo

CIMO. 2011. Opettajavaihdot Norplus Junior- ohjelmassa. Viitattu 7.3.2012.

http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus_junior/opettajavaihdot

Eduix Oy. 1996-2009. E-lomake. Viitattu 20.3.2012

<https://e-lomake.fi/web/pintaasyvemmalta/kuvaus/>

Education and Culture DG, Lifelong Learning programme. 2011. Erasmus Student Mobility. Viitattu 22.2.2012.

http://ec.europa.eu/education/erasmus/doc/stat/0910/countries/ireland_en.pdf

Esite.fi. Esite markkinoinnin apuvälineenä. Viitattu 20.3.2012.

<http://www.esite.fi/>

Euroopan parlamentti. 2006. Kielitaidon parantaminen lisäisi liikkuvuutta EU:ssa. Viitattu 2.3.2012.

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=IMPRESS&reference=20060421IPR07490&language=FI>

Garam, I. 2011. Kansainvälinen liikkuvuus yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa. Viitattu 16.11.2011.

http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/20985_Kansainvalinen_liikkuvuus_yliopistoissa_ja_ammattikorkeakouluissa_1010.pdf

GMIT. Erasmus Exchange. Viitattu 22.2.2012.

<http://www.gmit.ie/International-Students/erasmus-exchange.html>

Helsingin yliopisto. 2006. Sosiaalinen media yliopistojen viestinnässä ja markkinoinnissa. Viitattu 15.2.2012.

http://www.helsinki.fi/viestinta-ja-yhteiskuntasuhteet/sosiaalinen_media.html

Juvenes. Esitteet. Viitattu 20.3.2012.

http://www.juvenes.fi/Suomeksi/Juvenes_Print/Tuotteet_ja_palvelut/Esitteet

Laurea-ammattikorkeakoulu. 2010. Viitattu 25.10.2011.

<http://www.laurea.fi/fi/tietoa-laureasta/Sivut/default.aspx>

Malinen, T. 2008. Kulttuurishokki. Viitattu 25.10.2011.

<http://www.utu.fi/opiskelu/kv/vaihdoissa/kulttuurishokki.html>

OECD. About the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Viitattu 27.3.2012.

http://www.oecd.org/pages/0,3417,en_36734052_36734103_1_1_1_1_1,00.html

OECD. 2011. Education at Glance. Viitattu 23.1.2012.

<http://www.oecd.org/dataoecd/61/32/48631079.pdf>

Opetushallitus. 2010. Sosiaalinen media ei ole vain välineitä ja palveluja. Viitattu 15.2.2012.

http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/sosiaalinen_media_ei_ole_vain_valineita_ja_palveluita

Oulun lyseon lukio. 2011. Integraatio. Viitattu 25.10.2011.

<http://www.lyseo.edu.ouka.fi/suvaitsevaisuus/suvaitse/integra.html>

RTE News/Ireland. 2011. 1,75m Facebook users in Ireland. Viitattu 29.2.2012.
<http://www.rte.ie/news/2011/0222/facebook.html>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto-2006. Viitattu 26.1.2012.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>

Social and Economic Conditions of Student Life in Europe. National Profile of Ireland, euro-student III 2005-2008. Viitattu 16.11.2011.
http://www.eurostudent.eu/download_files/members/Ireland.pdf

Suomen suurlähetystö. 2011. Talous, elinkeinoelämä ja ulkomaankauppa. Viitattu 9.3.2012.
<http://www.finland.ie/public/default.aspx?nodeid=43823&contentlan=1&culture=fi-FI>

Suomi-Irlanti seura. 2011. A cultural centre for Ireland in Finland. Viitattu 22.2.2012.
<http://www.finnish-irish.fi/historiasivu.html>

Talous-Sanomat. 2010. Päivän Facebook-status: Puoli miljardia rikki. Viitattu 15.2.2012.
<http://www.taloussanomat.fi/media/2010/07/22/paivan-facebook-status-puoli-miljardia-rikki/201010127/135>

The Guardian. 2010. Ireland's young flee abroad as economic meltdown looms. Viitattu 9.3.2012.
<http://www.guardian.co.uk/world/2010/nov/14/ireland-economic-crisis>

Thors, A. Vaihto-oppilastoiminta osana kansainvälistyskasvatusta. Viitattu 26.12.2011.
http://www.astridthors.fi/category/fi/?tdo_tag=afs

Tilastokeskus. 2011. Viitattu 31.10.2011.
<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/02/03/>

Ulkosuomalainen. 2012. Suomalaiset Ranskassa: Henriikka Hoffren. Viitattu 02.03.2012.
<http://www.ulkosuomalainen.com/artikkelit/0008/siirtolaisuustutkimus/akkultraatio.html>

Unesco Institute for Statistics, Global Education Digest 2011. 2011. Viitattu 19.1.2012.
http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/global_education_digest_2011_en.pdf

Julkaisemattomat lähteet

Education First ohjelmapäällikkö. 2012. EF High School Year. Hastings, Englanti.

Head of International Relations. 2011. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Kansainvälisten asioiden assistentti. 2011. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Kansainvälisten asioiden koordinaattori. 2012. Athlone Institute of Technology. Athlone, Irlanti.

Kansainvälisten asioiden koordinaattori. 2012. Galway-Mayo Institute of Technology. Galway, Irlanti.

Kansainvälisten asioiden koordinaattori. 2011. Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Kansainvälisistä asioista vastaava. 2011. Aalto-yliopisto. Helsinki.

Korkeakoulusihteeri. 2011. Laurea-ammattikorkeakoulu. Espoo.

Lehtori. 2012. Laurea-ammattikorkeakoulu. Espoo.

Pekkala, K. & Petäjäniemi, S. 2012. Kajaanin ammattikorkeakoulusta vuosina 2010-2011 vaihtoon lähteneiden kokemukset ja mielipiteet. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Kajaani. Opinnäytetyö.

Suomessa asuva irlantilainen nainen. 2012. Helsinki.

Vastaava asiantuntija. 2011. Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMO. Helsinki.

Kuvat

Kuvio 1: Irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden määrä vuosina 2000-2010	34
Kuvio 2: Irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden määrä oppilaitoksittain 2008-2010	34
Kuvio 3: Irlantilaisten vaihto-opiskelijoiden koulutusalat 2008-2010.....	35
Kuvio 4: Vaihto-opiskelijoille suunnatun kyselyn sukupuolijakauma.....	37

Taulukot

Taulukko 1: Vaihtoon lähtöön ja vaihtokohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä	46
Taulukko 2: Vaihtokoulun valintaan vaikuttavia tekijöitä	49

Liitteet

Liite 1 Kysely vaihto-opiskelijoille	70
Liite 2 Kysely irlantilaisille opiskelijoille	74
Liite 3 Teemahaastattelun teemat kysymyksineen	78

Liite 1 Kysely vaihto-opiskelijoille

Enquiry to exchange students in Laurea

We are two 4th year students from Laurea University of Applied Sciences, Finland. We are writing our thesis about "Factors that affect Irish student's choices about their studies abroad". We would like to know why you chose Finland and which factors interest foreign students in Finland.

Could you kindly fill this enquiry until the 17th of February? Thank you, we are grateful for all your help!

Best regards,
Jessica Santala ja Pia Jääskeläinen

Laurea University of Applied Sciences

Background

Sex

Female

Male

Age

18-20

21-23

24-26

Marital status

Single

In a relationship

Married

Where are you from?

Field of study

How did you first hear about Finland?

- Friends
- Family
- Internet
- Home school (coordinator)
- Earlier experience
- Some other way

If you answered "Some other way", please tell us how.

Was this country your first choice for international education?

- Yes
- No

If it was your first choice, please tell us why.

Which was most important in your decision of where to study abroad?

- The country
- The institution

Which factors helped you choose the following

Destination country

	Most impor- tant	Important	Less impor- tant	Least impor- tant
Location	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Language	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Climate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cost of living	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Future (work) opportunities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friend(s) already living there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputation of the education system in this country	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personal safety	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VISA process	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Destination school

Most important Important Less important Least important

Teaching quality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Requirement level	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internationality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuition fee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variety of courses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good reputation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Location	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social atmosphere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ranking position	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Other factors

	Most impor- tant	Important	Less impor- tant	Least impor- tant
Free time activities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recommendations from family, friends, teachers, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friends attending the same school	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Finland section

Why did You choose Finland? Putting the choices in order from 1 (least important) to 10 (most important). Note! Only one answer per number!

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Free education	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Easy to get to	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality of education	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibility to study in English	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Climate and nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture and language	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internationality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personal safety	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friend(s) already living or studying there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social atmosphere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Here you can tell us with your own words, why you came to Finland.

Proceed

Thank you for your time! Have a nice spring and enjoy your days in Finland! :)

Liite 2 Kysely irlantilaisille opiskelijoille

Enquiry to Irish students

We are two 4th year students from Laurea University of Applied Sciences, Finland. We are writing our thesis about "Factors that affect Irish student's choices about their studies abroad". We would like to know what Irish students want from their exchange experience and would they possibly be interested in studying in Finland.

Could you kindly fill this enquiry until the 17th of February? Thank you, we are grateful for all your help!

Best regards,
Jessica Santala and Pia Jääskeläinen

Laurea University of Applied Sciences

Background

Sex

Female

Male

Age

18-20

21-23

24-26

Marital status

Single

In a relationship

Married

Which school do you attend?

Field of study

Have you studied abroad?

Yes

No

If yes, where did you study?

Which factors did or would affect you when choosing where to study abroad?

Destination country

	Most impor- tant	Important	Less impor- tant	Least impor- tant
Location	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Language	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Climate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cost of living	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Future (work) opportunities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friend(s) already living there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputation of the education system in the country	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personal safety	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VISA process	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Destination school

	Most important	Important	Less important	Least important
Teaching quality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Requirement level	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internationality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuition fee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variety of courses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good reputation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Location	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social atmosphere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ranking position	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Other factors

	Most important	Important	Less important	Least important
Free time activities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recommendations from family, friends, teachers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friends attending the same school	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Finland section

Is it possible to do your exchange in Finland?

Yes

No

Which things would interest you in Finland?

	Most important	Important	Less important	Least important
Free education	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Easy to get to	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality of education	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibility to study in English	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Climate and nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Language	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internationality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personal safety	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friend(s) already living there	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Proceed

Thank you for your time! Have a nice spring and see you in Finland ;)

Liite 3 Teemahaastattelun teemat kysymyksineen

1. Vaihto-opiskelu
 - Miksi ylipäätänsä lähdit vaihtoon?

2. Kohdemaan
 - Miksi valitsit kyseisen maan?

3. Kohdekoulu
 - Miksi valitsit kyseisen koulun?

4. Valintoihin vaikuttavat asiat
 - Mitkä muut asiat vaikuttivat vaihtoon lähtöön?

5. Hyviä ja huonoja puolia
 - Missä asioissa kohdekoulu onnistui?
 - Missä olisi vielä parannettavaa?

6. Vastasiko odotuksia?
 - Valitsisitko jälkepäin ajateltuna eri kohteen?
 - Tutkisitko tarkemmin eri vaihtoehtoja?