

Koulutusvientiä kiihdytyskaistalla

Leena Alalääkkölä, KTL, osaamisalojohtaja, Kaupan ja kulttuurin osaamisala, Lapin ammattikorkeakoulu

Asiasanat: koulutusvienti, asiakaskysyntä, kumppanuus, haasteet

Koulutusviennistä on tullut Suomelle uusi mahdollinen vientituote. Olosuhteet menestyvälle liiketoiminnalle ovat olemassa, mutta eteneminen on tapahtunut kovin hitaasti ja pienin askelin. Johtavia koulutusviennin maita ovat USA, Iso-Britannia ja Australia. Kuitenkin Suomella on erinomainen maine peruskoulun kehittäjänä, hyvinvoivan ja onnellisen kansakunnan osaamistason nostajana sekä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan osaajana.

Opetus- ja kulttuuriministeriö on patistanut erityisesti korkeakouluja etenemään koulutusviennin suhteen ja avuksi on perustettu mm Future Learning Finland –klusteri, jonka yhteyteen rakennettiin lappilaisten korkeakoulujen yhteistyönä Future Learning Lapland -hanke vuonna 2012. Yhteistyön ohella on toteutettu erilaisia yksittäisten toimijoiden koulutusviennin kokeiluja ja rakennettu asiakkuuksia.

Kumppanien kanssa liikkeelle

Keskeisiä kysymyksiä ovat olleet asiakastarpeiden selvittäminen, potentiaalisten asiakkaiden ja maksajien tunnistaminen ja kontaktointi, tuotevalikoiman kokoaminen, kohdennettujen tarjousten laatiminen referensseineen, myynti-, neuvottelu- ja sopimusosaamisen parantaminen sekä asiakastyytyväisyyden ja yhteydenpitojärjestelmän kehittäminen.

Lapin ammattikorkeakoulussa Kaupan ja kulttuurin osaamisalalla on lähdetty olemassa olevista kumppanuuksista tai tuntemistamme kontaktihenkilöistä.

Ulkomaisten korkeakoulujen kanssa on tehty yhteistyösopimuksia, joiden kautta kumppaniorganisaatio ja sen toimintatavat ovat tulleet tutummiksi. Tietojen vaihto ja vieraileminen kumppanioppilaitoksessa ovat avanneet tietä mm ajasta ja paikasta riippumattomalle etäopetukselle ja etäopiskelupedagogiikalle. Sille näyttää olevan kysyntää erityisesti oppilaitoksilla, jotka haluavat korvata toimipisteensä turvattommaksi koetulla alueella tai palvelulla paremmin kiireisiä asiakkaitaan tai säästää toimitiloissaan.

Korkeakoulujen kesken kiinnostusta on enemmän toimintamalleista kuin substanssista. Tällaisia ovat esimerkiksi opetussuunnitelma ja siihen liittyvät pedagogiset ratkaisut, yhteisopettajuus, tiimitoiminta opiskelussa, oppimisen tuki (mm tuutorointi, opintojen ohjaus), työelämäorientaatio ja tekemällä oppiminen, kehittävä arviointi, opettajien pedagogiset valmiudet, jopa koko koulujärjestelmän rakenne.

Toki substanssiosaamista kysytään. Viimeisimmät esimerkit tulevat Intiasta, jossa panostetaan korkeakouluopiskelijoiden kyvykkyyteen ottaa haltuun suvun yritystoimintaa. Siksi kumppaniyliopistomme on kääntynyt puoleemme ja haluaa ostaa opiskelijoille akatemiamaailman mukaista yrittäjyyteen valmennusta. Ensimmäinen toteutus oli jo viime vuoden elokuussa. Intiassa on myös kiinnostusta suomalaiselle ICT-osaamiselle. Nokian vuonna 2014 valittu intialainen toimitusjohtaja on tuonut uskoa nokialaiseen ja suomalaiseen alan osaamiseen ja innovointiin. Muuallakin Aasiassa (Vietnam, Kiina) ollaan kiinnostuneita ympäristön kuormittamisen vähentämisen innovaatioista, kestävästä kehityksestä, puhtaasta ilmasta ja vedestä.

Alumnit ja muut kontaktien avaajat

Meiltä valmistuneet alumnit ovat voineet myös edistää koulutusviennin asiakashankintaa. Tällaista lähestymistapaa käytetään Kiinan markkinoilla. Tälläkin hetkellä kaupalla ja kulttuurilla on neljä tarjousta sisällä eri puolilla Kiinaa. Koulutusvienti opiskelijoille tapahtuu oppilaitosten kanssa neuvotellen. Ainakin Kiinassa on merkitystä sillä, että nuori pääsee opiskelemaan turvalliseen, puhtaaseen länsimaahan ja saa ponnahduslaudan hakeutua jälkeensä sinne myös tutkinto-opiskelijaksi.

Toisaalta myös Venäjällä näyttäytyy toive saada nuori opiskelemaan ulkomaille. Syyt ovat erilaisia. Asiakkaamme Murmanskissa ostaa meiltä valmennusta nuorille, jotka haluavat hakea tutkinto-opiskelijaksi Suomeen. Tämä asiakkuussuhde on jatkunut nyt neljättä vuotta. Nuoret

halutaan pois maasta opiskelemaan niin pitkäksi aikaa, että heitä ei enää voida kutsua armeijaan. 3,5 – 4 vuotta ammattikorkeakoulua antaa lisää aikaa miettiä seuraavaa askelta.

Onnistunut koulutusvienti tuottaa uusia toteutuksia. Tästä yhtenä esimerkkinä on jo viidettä kertaa toteutettu Travel and Tourism Management- opintokokonaisuus, jossa norjalaiset ja venäläiset opiskelijat opiskelevat yhdessä suomalaisten opiskelijoiden kanssa kiertäen näissä kolmessa maassa ja tehden yrityksille ja elinkeinoelämälle opintosuorituksiaan norjalaisen maksajan mahdollistamana.

Venäjän ja Kiinan markkinoilla on asiakkaina nähty korkeakouluopiskelijoiden lisäksi myös toisen asteen opiskelijat. Kohderyhmä, johon ei olla vielä saatu toteutuksia, ovat työelämässä toimivat täydennyskoulutettavat tai muuntokoulutettavat. Tähän tarvitaan uusia kontaktitahoja esittelemään mahdollisia koulutuksen järjestäjiä ja mahdollisia asiakkaita toisilleen. Pitäisi olla aikaa rakentaa tällaista yhteyttä mm suurlähetystöihin, kauppakamareihin, kaupallisiin edustoihin. Erinomaista taustatyötä ja polkujen avaamista on tehty monissa maissa Suomen valtionpäämiehen, ministereiden, virkamiesten ja yritysvaltuuskuntien toimesta. Aina sellaisen matkan jälkeen kannattaisi olla nopeasti yhteydessä mahdollisiin kontaktitahoihin noissa maissa.

Haasteita vai esteitä?

Koulutusvientiin valmistautumisessa on jo vuosien ajan suunniteltu tuotteistoa ja koottu eri toimijoiden osaamista, tavoitellen hyviä koulutuspaketteja. Tämä on näyttänyt ulkoapäin katsellen aikaa vievältä, ei asiakaslähtöiseltä ja räätälöinnin sivuuttavalta toiminnalta. Ihanteellisinta olisi, jos voitaisiin soveltaa olemassa olevan opetussuunnitelman opintojaksoja ja toisaalta rakentaa yhdessä asiakkaan kanssa kokonaisuus, joka koostuu vakioidusta osiosta, vaihtoehtoisista osioista ja täysin räätälöidystä osiosta. Tässä mallissa suunnittelu alkaa vakioidusta ja myynti räätälöidystä osiosta.

Kaikessa koulutuksessa tavoite on osaamisen kasvattamisessa. Rahalla maksaenkaan ei saa osaamista, jos ei ole oppimiskykyä tai -halua. Opiskelumotivaation vahvistaminen ja oppimisen tukeminen kuuluvat myös vastuullisen koulutusviennin myytävään kokonaisuuteen. Kiinan markkinoilla on oltu kiinnostuneita kiinan kielen taitoisen opiskelijatuutorin kytkemisestä koulutuspakettiin.

Laatu kiinnostaa asiakasta, mutta esimerkiksi valmennuskurssien osalta emme voi luvata valmennuksen jälkeen opiskelijan pääsevän valintakokeesta läpi. Jonkinlaisesta palvelutakuusta varmaankin ennen pitkää halutaan keskustella.

Erityisesti joillakin markkinoilla piratisointi on uhkana. Silloin emme luovuta yksityiskohtaisia opintosisältöjä neuvotteluvaiheessa. Kun kehitämme koko ajan tuotantoamme ja tarjontaamme, voimme säilyttää kilpailukyvyn muilla tavoilla.

Hinnan asettaminen, hintakeskustelun käyminen ja maksujärjestelyistä sopiminen saattavat muodostua haasteellisiksi. Kaupan ja kulttuurin osaamisalalla tavoitellaan konkreettista hintaa, joka asetetaan per opiskelija. Jos ryhmän koko on suurempi, hinta/opiskelija pienenee, kuitenkin tietyssä tavoitekehyksessä. Hinnan yhteydessä kannattaa sopia täsmällisesti mikä kaikki kuuluu hintaan ja mistä peritään erillinen maksu. Ensimmäisen kaupan edullista ns. kokeiluhintaa emme ole käyttäneet, sillä helposti ensimmäisestä hinnasta muodostuu vertailuhinta tuleville kaupoille.

Tuleva kehitys?

Kaupan ja kulttuurin osaamisala etsii suomalaisia ja aivan erityisesti lappilaisia yrityksiä koulutuskumppaneiksi koulutusvientiin. Jos yrityksellä on aikomus laajentaa toimintaansa uusilla markkina-alueilla ja jos yrityksessä toivotaan suomalaisen erityisosaamisen tai toimintatapojen istuttamista eri kulttuureista tulevien työntekijöiden toimintaan, olemme kiinnostuneita tarttumaan yhteiseen toimeen. Tyytyväiset asiakkaat ovat kaikkien etu ja uskomme, että heistä kasvaa uskollisia ja ennen pitkää myös kannattavia asiakkaita.