

MAANMITTAUSALAN IMAGO

Maanmittausalan tulevaisuus ratkaistaan osaksi kilpailussa uusista opiskelijoista. Alan kehittyminen ja maanmittareiden korkean ammattitaidon turvaaminen tulevana vuosina edellyttävät, että saamme maanmittausalan oppilaitoksiin riittävästi hakijoita ja sitä kautta myös jatkossa korkeatasoista opiskelija-ainesta.

Kilpailu opiskelijoista eri alojen kesken kiristyy jatkuvasti. Ikäluokat pienevät ja opiskeluvaihtoehtoja koti- ja ulkomailla on runsaasti. Muillakin aloilla on pulaa nyt ja tulevaisuudessa osaavasta työvoimasta. Maanmittausalan heikkoutena tässä kilpailussa on alan pienuus ja siitä johtuva vähäinen tunnettavuus. Toki me maanmittarit itse tiedämme, että maanmittausala voi tarjota mielenkiintoisia työtehtäviä hyvin erilaisista asioista kiinnostuneille ja että työtilanne alalla on nyt ja tulevaisuudessa hyvä.

Ongelmana on kuitenkin se, että peruskoululaiset ja lukiolaiset eivät tunne (eivätkä myöskään heidän opinto-ohjajansa) maanmittausalaa ja alan työtehtävien sisältöjä. Maanmittarit mielletään usein pelkästään agraariyhteiskunnan vanhahtaviksi jäänteiksi tai kadun reunassa kolmijalkaan nojaaviksi kummajaisiksi. Ja koska alaa ja sen tarjoamia opiskelumahdollisuuksia ei tunneta, sille ei myöskään osata hakeutua. Uhkakuva on selvä. Maanmittaus koetaan auringonlaskun alaksi, jota ei arvosteta opiskelupaikkaa hakevien, kunnianhimoisten nuorten keskuudessa ja joka putoaa pelistä kilpailussa muiden alojen kanssa. Jo tällä hetkellä tilanne on vaikea kartoittajien koulutuksessa. Aloituspaiikkoja ei saada aina täyteen ja alalle hakeutuvat nuoret eivät ole välttämättä alaan sitoutuneita.

Maanmittareiden tulevaisuuden kannalta alan pienuus voi kuitenkin olla myös mahdollisuus. Tehdyn selvityksen mukaan maanmittausalalle opiskelijoiksi hakeutuvat saavat parhaiten tietoa alan tarjoamista mahdollisuuksista ”suoramarkkinoinnin” kautta. Markkinointihenkilöinä nuorille toimivat alalla työskentelevät sukulaiset ja tuttavat sekä

peruskouluissa ja lukioissa vierailevat oppilaitosten ja työelämän edustajat. Tätä markkinointia tukevat koululaisille tarjotut mahdollisuudet tutustua alan työtehtäviin työpaikoilla (esim. peruskoulun TET-harjoittelussa tai kesäharjoittelijoina) sekä Internetistä ja opinto-oppaista saatava lisäinformaatio.

Pienenä ja yhtenäisenä ammattikuntana voimme yhdessä organisoida tätä suoramarkkinointia ja etsiä muitakin keinoja alan tunnettavuuden lisäämiseksi nuorten keskuudessa. Mielestäni mainio esimerkki tästä yhteiseen hiileen puhaltamisen tahdosta on noin kaksi vuotta sitten perustettu maanmittausalan IMAGO-työryhmä. Työryhmässä on kattavasti edustettuina eri sektoreiden työnantajia, alan ammatillisia ja aatteellisia yhdistyksiä sekä alan oppilaitoksia ja sen tarkoituksena on etsiä keinoja, joilla peruskoulun ja lukioiden oppilaiden tietämystä maanmittausalasta voidaan lisätä.

IMAGO-työryhmä on toimintansa aikana muun muassa kannustanut alan työnantajia ja järjestöjä kertomaan alasta oppilaitoksissa, laatinut alan opiskelumahdollisuuksia kuvaavan esitekansion ja CD:n suoramarkkinoinnin apumateriaaliksi, järjestänyt maanmittareiden Internet-sivuille alan oppilaitosten yhteystiedot (<http://www.maanmittari.fi/oppilaitokset.html>), selvittänyt yhteistyömahdollisuuksia valtakunnallisten nuorisjärjestöjen (partio, 4H, suunnistajat) kanssa, laatinut suunnitelman maanmittausalan yhteisen Internet-sivuston rakentamiseksi ja pohtinut muitakin uusia markkinointikeinoja.

Markkinoinnin tehostuminen ja sen entistä parempi suunnitelmallisuus ovat näkyneet jo tuloksinakin. TKK:n maanmittausosaston hakijamäärä on kahtena viime vuonna lähtenyt selvään kasvuun ja osasto on ilmeisesti nousemassa kuiville sitä uhkaamassa olleesta hakijakadon kuolemanlaaksosta. Samansuuntainen kehitys on ollut havaittavissa myös ammattikorkeakoulujen kohdalla.

Maanmittausalan markkinoinnin tulee

kuitenkin olla jatkuvaa ja pitkäjänteistä toimintaa. Maanmittausalan mahdollisuuksista on kerrottava nuorille aktiivisesti ja järjestettävä heille tilaisuuksia tutustua työtehtäviimme peruskoulun yläasteen ja lukio-opintojen aikana. Tämän suoramarkkinoinnin voima ja mahdollisuus on siinä, että sen avulla me maanmittarit itse voimme vaikuttaa siihen, että opiskelijoiksi saadaan alan tehtävistä aidosti kiinnostuneita nuoria. Pitkässä juoksussa tämä varmasti parhaiten turvaa maanmittausalan menestyksen myös tulevaisuudessa.



ARVO VITIKAINEN

Kiinteistötekniikan professori
arvo.vitikainen@hut.fi