

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Ettevõtluse osakond

Ave Vaarma

**KUTSEKOOLI MAINE JA KVALITEET
VANA-VIGALA TEHNIKA- JA
TEENINDUSKOOLI NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Airi Noppel

Kaasjuhendaja: Gerda Mihhailova

Pärnu 2013

SISUKORD

Sisukord	2
Sissejuhatus	3
1. Maine, imago ja kvaliteedi teoreetilised alused	6
1.1. Maine olemus organisatsioonis ja teoreetilised käsitlelused.....	6
1.2. Imago olemus ja teoreetilised käsitlelused.....	10
1.3. Kvaliteedi mõju mainele ja imagole	14
1.4. Kliendirahulolu uuring ja meetodid	21
2. Ülevaade uurimisobjektist ning uuringumetoodika tutvustus.....	27
2.1. Ülevaade organisatsioonist ja probleemidest	27
2.2. Uuringu metoodika ja tulemused	31
2.3. Järeldused ja ettepanekud.....	44
Kokkuvõte	47
Viidatud allikad.....	49
Lisad.....	52
Lisa 1. Küsitlus kutsekooli õpilasele.....	53
Lisa 2. Küsitlus põhikooli õpilasele	57
Summary	59
Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	62

SISSEJUHATUS

Ajal, mil efektiivsus ja kvaliteet on omandamas üha suuremat tähendust kogu ühiskonna arengus, ei pääse sellest mööda ka kutsehariduse uuendamisel. Kvalifitseeritud tööjõu nappus on muutunud Eesti majanduse arengu piduriks. Haridus peab looma inimese toimetuleku ja eneseteostuse ning riigi arengu eeldused. Tegevusetus täna, võib homme tähendada massilist võõrtööjõu vajadust.

Eesti, kui äärmiselt piiratud inimressursiga riik peaks omama haridussüsteemi, mis on üles ehitatud õppijate vajadustest lähtuvalt. Haridussüsteem peab toetama maksimaalselt kõigi inimeste potentsiaalset arendamist. Kutsekoolil tuleb oma tegevuses läbimõeldumalt suhtuda õpetamisprotsessi ja keskenduda kvaliteediprintsiipidele. See tähendab õpikeskkonna kaasajastamist. Kiiresti muutuv maailm nõuab koolilt paindlikkust ning valmisolekut uuendustega kaasas käia. Mida paindlikumad ja mitmekesisemad on õppimisvõimalused, seda tõenäolisemalt leiavad õppijad endale nende hulgast sobiva. Noored õpivad, kuidas saada reaalse tegevuse kaudu aktiivseks kodanikuks. Kutseõppe läbinute rakendumine tööturul ning edasi õppijate osakaal lõpetajatest on üks olulisi näitajaid kutseõppe kvaliteedist.

Õpilase seisukohalt on oluline rahulolu kooliga, kuna enamik ajast möödub tal koolis. Oluline on keskkond, kus noor areneb ja kasvab – meeldiv ja inimsõbralik õhkkond, mis oleks kindlasti ka turvaline. Õpilaste rahulolu või rahulolematuse kooli suhtes on üks mõjuvatest kvaliteedi näitajatest.

Teema on aktuaalne, kuna Eestis on aastatega sündivus vähenenud ja paljudes koolides on õpilaste arv märkimisväärselt väike. Õpilaste arvu vähenemine võib tekitada lähiaastatel raskusi Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli komplekteerimist õpilastega. Selle tulemusena ei täitu klassid või grupid ja tagajärjeks võib olla koguni

kooli sulgemine. Konkurents püsimeks on oluline teha uuringuid õpilaste arvamustest, et selgeks saada, millised on Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli võimalused tulevikus.

Käesoleva töö eesmärk on uurida ja analüüsida Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli mainet, kvaliteeti ja imago kahe sisemise sihtgrupi – Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskoolis õppivate õpilaste ja põhikoolilõpetajate seas. Eesmärgi saavutamise tulemusena saame ülevaate õpilaste rahulolust kooli õppekorralduse, sise- ja väliskeskkonna, huvitegevuse, õpetajatega läbisaamisega jne suhtes. Lähemalt tuleb uurida neid valdkondi, mis on olulised ja õpilast mõjutavad tegurid koolis käimiseks.

Valimi moodustavad kolme põhikooli lõpetajad ja ühe kutsekooli õpilased ning töö tulemusena valmib ülevaade kutsekooli imago olulisimatest omadustest ja mõjuritest.. Imago hetkeseisu selgitamise praktiline eesmärk on pakkuda kutsekooli juhtkonnale olulisi teadmisi uuritud sihtgrupi kohta. Eesmärgiks on anda ülevaade organisatsiooni sisemisest ja välisest imagost ja seda kujundavate tegurite erinevatest teoreetilistest lähtekohtadest.

Töö keskendub konkreetse sihtgrupi - kooliõpilaste seisukohtade uurimisele ning kuna mõned põhikooliõpilased on veel alaealised (alla 16-eluaasta) võib tulemus peegeldada mingil määral ka nende vanemate seisukohti. Lõputöö tulemustest antakse ülevaade kõikide küsitluses osalenud koolide juhtkondadele.

Eesmärgi saavutamiseks püstitatakse järgmised ülesanded:

- kirjeldada erialase kirjanduse põhjal imago, maine ja kvaliteedi olemust ning nende võimalikku mõju üksteisele;
- selgitada välja sobilik uurimismetoodika ja koostada küsimustik;
- viia läbi maine uuring õpilaste seas;
- analüüsida uuringu tulemusi ning teha ettepanekuid.

Uuringu läbiviimiseks kasutatakse erinevaid uurimismeetodeid. Õpilaste küsitlemiseks koostatakse ankeetküsitlus nii suletud kui ka lahtiste küsimustega. Kutsekooli õpilaste ja põhikooli viimaste klasside õpilaste käest kogutakse informatsiooni veebiküsitluse

vormis. Iga sihtgrupi jaoks valmistatakse eraldi ankeet ning uuritavate sihtgruppide arvamuste võrdlemiseks on arvestatud ka sellega, et uurimisinstrumentidel oleks ühisosa.

Töö koosneb kahest osast, millest esimeses peatükis antakse teoreetilise materjali põhjal tehtud ülevaade maine, imago ja kvaliteedi olemusest. Lähemalt seletatakse lahti maine olemus organisatsioonis ja mida kujutab endast imago. Uuritakse kvaliteedi mõju mainele ja imagole. Samas peatükis käsitletakse kliendirahulolu ja rahulolu meetodikaid. Töö teises osas toob autor välja uuringu eesmärgi, valimi, meetodi ja korralduse, tulemused ja nende analüüs, üleskerkinud probleemid ja autoripoolsed ettepanekud. Samas peatükis tutvustatakse uurimisobjekti ja uurimismetoodikat. Lähemalt antakse ülevaade organisatsioonist ja esile kerkinud probleemidest seoses maine ja kvaliteediga.

Lõputöö vormistamisel lähtutakse Tartu Ülikooli üliõpilaste kirjalike tööde vormistamise juhendist. Lõputöös kasutatakse erinevaid eesti-, ja võõrkeelseid kirjandusallikaid.

1. MAINE, IMAGO JA KVALITEEDI TEOREETILISED ALUSED

1.1. Maine olemus organisatsioonis ja teoreetilised käsitlused

Esimeses peatükis käsitletakse maine, imago ja kvaliteedi olemust ja võrreldakse erinevaid teooriaid nendest. Lähemalt tuleb selles alapeatükis juttu mainest ja selle olemusest organisatsioonis. Maine tähendab lühidalt öeldes seda, mida avalikkus mõtleb teatud nähtusest, organisatsioonist, tootest või isikust. Maine oleneb taustast ja sõnumist. Sõnumit saab levitada, kuid samas peab taust olema kindel ja usaldusväärne. Hea maine kujunemise aluseks võib pidada usaldust, mis tekib kliendi ja organisatsiooni vahel.

Tõnismäe & Gern (2008) kirjutavad oma raamatus „Juhendamine ja mentorlus“, et igal organisatsioonil on oma hing ja oma kultuur, mis koosneb kõigi liikmete väärtuste summast. Seetõttu on oluline, et igaüks, kes kuulub organisatsiooni meeskonda, saaks kõigepealt ühenduse oma väärtustega. Iga üksiku töötaja võimalus on olla igapäevaselt organisatsiooni kultuuri kandja ja looja. Koos, ühiste väärtuste, jagatud mõtete ja tegevuste kaudu, saab luua organisatsiooni, kus voolab õige energia, tekivad head ideed ja toimub pidev areng.

Organisatsioon on inimeste ühendus, mida seovad struktuur, tehnoloogia ja strateegia ning seda on defineeritud kui inimrühma, kes omab kindlat strateegiat, struktuuri ja tehnoloogiat ühise eesmärgi saavutamiseks. Edukus tuleneb inimeste koostöö tulemustest (Alas 2004: 8). Organisatsioonidena võib Vadi (2004: 11) meelest käsitleda äritegevuseks loodud ühendusi, kuid ka valitsust, koole, teenindusettevõtteid, ühinguid jne. Üksvārava (1992: 5) järgi on inimene iga organisatsiooni nurgakivi, peamine ressurss, väärtus ja jõud. Ühise eesmärgi saavutamiseks, mis tuleb võimu ja

eestvedamise mõjutusel, kujutab organisatsioon endast kindla inimrühma terviklikult korraldatud ühendust.

Kindersley (2001: 18-19) arvates on maine kujundamine iga organisatsiooni jaoks väga oluline ja pikaajaline protsess, mis ei tohi kunagi lõppeda. Lepa (2011) seisukohalt on mainekujundusega tegelemine eriti oluline organisatsioonidele, kelle kokkupuude sidusrühmadega ja sõltuvus üksteisest on suur, kuna see mõjutab ka sidusrühma mainet ning läbisaamist nende osapoolte vahel.

Past (2007: 155) tunnetab, et maine kujuneb sotsiaalses tegevuses ja on sotsiaalne konstruktsioon. See, mis mõjutab maine kujunemist, on erinevates sihtgruppides erinev, persooni ja organisatsiooni mainele antakse hinnang sõltuvalt tajuja sotsiaalses võrgustikus domineerivatest väärtustest. Maine ei ole persooni või organisatsiooni koopia, vaid on alati mõjutatud tajuja identiteedist ja sotsiaalsest suhtlemisest. Positiivse maine saavutamine on pikaajaline protsess ja kunagi pole võimalik öelda, et maine on nii hea, et paremaks minna ei saa ega ole vaja.

Maine aluseks ei ole sõnumid, vaid käitumine, mis tagab (Past 2007: 60):

- kvaliteetse toote,
- kvaliteetse teeninduse,
- innovatsiooni,
- sotsiaalse vastutuse,
- keskkonnasäästlikkuse,
- seadusekuulekuse.

Korporatiivne maine on sotsiaalne konstruktsioon korporatiivsest käitumisest tulenevale võimekusele vastata erinevate sihtgruppide ootustele. Reputatsioon on üldine hinnang, mille avalikkus annab organisatsioonile, hinnates mainet kas heaks või halvaks (Past 2007:12):

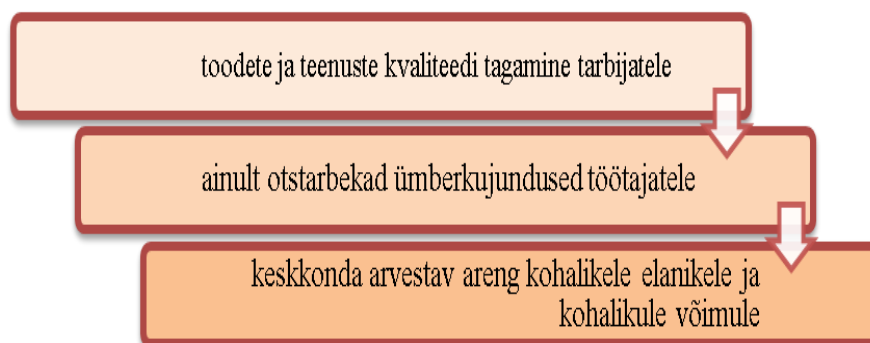
- maine on kognitiivne representatsioon uuritava nähtuse võimest vastata oma sihtgruppide ootustele;

- maine kirjeldab neid emotsionaalseid ja ratsionaalseid assotsiatsioone, mis sihtgruppidel on uuritava nähtuse kohta;
- maine kirjeldab uuritava nähtuse imagote hinnangulist võrgustikku kõigi sihtgruppide jaoks.

Iga organisatsioon konkureerib põhiliselt oma maine, s.o kvaliteedi, töökindluse, hinna ja tarnimise abil ning enamik inimesi tunnistab nüüd, et kvaliteet on neist konkurentsirelvadest kõige tähtsam. Järgnevad mainega seotud aspektid on olulised kõikide organisatsioonide jaoks (Oakland 2006):

- maine on rajatud järgmistele konkurentsielementidele: kvaliteedile, töökindlusele, tarnimisele ja hinnale, mille hulgas kvaliteet on muutunud strateegiliselt kõige tähtsamaks;
- kui organisatsioon on saanud tuntud halva kvaliteedi poolest, siis kulub väga palju aega selle maine muutmiseks;
- maine, olgu see hea või halb, levib kiiresti kogu riigis;
- konkurentsirelvade, näiteks kvaliteedi juhtimist saab õppida nagu ükskõik millist oskust ning aja jooksul ära kasutada halva maine likvideerimiseks ja asendamiseks hea mainega.

Organisatsiooni mainet mõjutab kõige enam tunnetatud organisatsioonikäitumine. Järgnevalt (vt joonis 1) on ära toodud, millist organisatsiooni käitumist peavad erinevad allikad hea maine aluseks.



Joonis 1. Organisatsiooni käitumine (Past 2007: 60).

Tooman (2002) leiab, et organisatsiooni maine on klientide poolt tajutav kvaliteedi tegur. Negatiivse maine korral võimenduvad ka pisivead ja vastupidi – positiivse mainega organisatsioonile antakse enam andeks.

Fombruni (1996) arvates tuleneb identiteedist organisatsiooni maine, mis on osaliselt organisatsiooni identiteedi peegeldus ja näitab, kuidas organisatsioon teeb kõik selle heaks, et veenda meid enda headuses. Identiteet kajastab seda, milline on organisatsiooni olemus tegelikkuses ja kuidas ennast esitleb, millised on olulised jooned. Pasti (2007: 19) seisukohalt ei ole identiteet midagi võltsi või kosmeetilist, vaid peegeldab organisatsiooni põhiolemust. Positiivne maine põhineb organisatsiooni identiteedil. Pasti (2009: 35-36) arvates saab identiteedist lähtuvalt olla organisatsioonil strateegia, kuidas organisatsioon tahab sisemiste sihtrühmade poolt olla tajutud ehk sisemine maine kujundamise strateegia. Strateegia aluseks on imago uuringud, kuidas mitmesugused sisemised sihtgrupid organisatsiooni tajuvad. Organisatsiooni identiteet säilib kommunikatsiooni kaudu.

Priimägi (2012) väidab, et mainet on töömaailmas kerge rikkuda. Piisab, kui ei ilmuta töövestlusele, käitutakse ülbelt, küsitakse põhjendamatult palju palka, ei täideta lubadusi või ollakse muul moel hoolimatu oma käitumises. Et endale veidrusi lubada, peaks inimene olema end enne üles töötanud. Et oma mainega midagi pihta hakata, tuleks eeskätt saada peegeldusi, kuidas teised meid näevad. Teadlikkus on esimene samm muutuste teel. Tänapäeval oleks lisaks heale mainele vaja ka veel eristuda, meelde jääda, sügavat muljet jätta. Loomulikult võib inimene elada ka tagasihoidlikult, silmapaistmatult, kuid siiski levitades head aurasid enda ümber.

Käesolevas töös on organisatsiooniks kool ja klientideks õpilased. Kokkuvõtvalt võib öelda, et organisatsiooni mainet mõjutab klient – kui ta on rahul, siis on ka tagasiside positiivne. Head mainet on saavutada üsna raske aga veel raskem on saavutatud head mainet hoida, üks ainus halb kogemus ja maine võib muutuda negatiivseks.

1.2. Imago olemus ja teoreetilised käsitlused

Järgnevas alapeatükis mõtestab autor lahti imago olemuse ja tekkimise ning selle jagunemise erinevates sihtgruppides. Tutvustatakse erinevate teoreetikute mõtteid imagost ja võrreldakse neid omavahel.

Imago kohta on autorid varasematel aastakümnetel erinevaid teoreetilisi seisukohti andnud. Kokkuvõtvalt on need kirja pannud C. B. M. van Riel (1995, viidatud Paldis 2008 vahendusel), Bouldingu (1956) jaoks on imago subjektiivne teadmine. Aasate pärast on Reynoldsi & Gutmani (1984) arvates imago hierarhiline tähenduste struktuur, mis moodustub tähenduste ahelatest ning kus Dowlingu (1986) arust on imago tähenduse asetus, mille kaudu objekti teatakse ja läbi mille inimesed kirjeldavad, mäletavad ja seostavad sellega. See on inimese uskumuste, ideede, tunnete ja muljete interaktsioon objekti kohta. Samal aastal on Bernsteini (1986) imago kujutis mõistuses, see mõjutab suhtumist, mis omakorda mõjutab käitumist. Järgnevalt on Ford (1987) seisukohal, et imago on nende kogemuste summa, mis kellelgi on institutsiooniga. Beach (1990) teab, et imago on igasuguste otsustamiste puhul küllaltki oluline - toimivad kognitiivsed skeemid, imago on mõtlemise komponent.

Kognitiivpsühholoogia aspektist lähtudes, siis imago on tunnetamise kognitiivne vorm. Riel (1995) ise väidab, et imago on sihtrühmades omandatud pilt organisatsioonist. Vos (1996) kirjeldab, et imago on kuju, inimese, asja representatsioon või imitatsioon; illusoorne vorm, nähtu representatsioon; vaimne pilt millestki reaalsest; teatud grupi peas olev sümbolite ja alussuhtumiste ning orientatsioonide kogum, massimeedia kirjeldatud populaarne kontseptsioon.. Rieliga sarnaselt mõtleb Past (1999), kes näeb imagos sihtgruppides organisatsioonist tekkinud meelepilti, mille kujunemist mõjutavad organisatsiooni käitumine ja sümboli kommunikatsioon, sihtgrupi domineerivad skeemid ja kolmandate allikate info.

Past (2009: 44) on ka seisukohal, et imago tekib kiiremini kui maine, on ebastabiilsem, on enam mõjutatud sihtgruppide eneseidentiteedist ja situatsioonist, sisaldab nii hinnanguid kui ka emotsioone. Imago tekib selle põhjal, mida organisatsioon ise enda

kohta räägib, sõnumi saajate isiklikest kogemustest ning kolmandatest allikatest tuleva informatsiooni põhjal. Sageli on kolmandateks allikateks meedia või arvamusiidrid.

Organisatsiooni imago jaguneb sise- ja välisimagoks (Suhtekorralduse käsiraamat 1998):

- siseimago - loovad sihtgrupid, kellel on organisatsiooniga rohkem isiklike kogemusi ehk sisesihtgrupid. Tugevad mõjutajad on kogemused ja suhted. See on grupi meie-pilt, mis mõjutab liikmete lojaalsust ja töötamise motivatsiooni ning on osa organisatsiooni liikmete enesehinnangust.
- välis- ehk avalik imago - valitseb välissihtgruppide seas ja koosneb paljude sihtgruppide imagotest. Ei ole võimalik luua positiivset avalikku imagot, kui seda ei toeta positiivne siseimago. Parimateks kaasaaitajateks organisatsiooni positiivse avaliku imago tekkel on selle liikmed ning sageli ei teki see mitte identiteedile tuginedes, vaid väljaspool seisjate arvamuse kaudu.

Sellisest jagunemisest võib töö autor järeldada, et sihtgrupid loovad vastastikuse mõju tulemusena organisatsioonist kujuteldava pildi. Üheltpoolt loob selle organisatsioon ise ja teiselt poolt loovad selle sihtgrupid, kes organisatsiooniga kokku puutuvad. Oluline on sihtgruppide omavaheline kommunikatsioon. Kultuuriloolane ja imagoloog Linnar Priimägi (2012) ütleb, et imago on paratamatus. See on kujutluspilt inimese peas, mis tekib niikuinii. Seepärast oleks targem see hoida hooldatuna ja kontrolli all. Kui näeme välja õnnetu, muutumegi õnnetuks. Neisse aga, kes levitavad enda ümber sümpaatiat, suhtutakse kui sümpaatsetesse inimestesse. Muljet loome me niikuinii – ka ebateadlikult. Kui aga tead, kes tahad olla, on lihtsam kujundada imago, mis toetab eesmärkide saavutamist. Imago alla käib hoiak, kõnestiil, hää, kehakeel, kõnnak, naeratus, välimus – rõivastus, soeng. Aga ka see, mida sööd, kus meelt lahutad, kellega suhtled, mida loed ja palju muud. Kogu elustiil hõljub meie ümber ja on osa imagost.

Pastil (2005) on jällegi oma seisukoht ja tema jaotab imago kahetasandiliseks: ühel poolel on olemas organisatsiooni eneseimago, millele vastavalt luuakse ka oma kommunikatsioon ning teisele poolele tekivad imagod sihtgruppides, kes organisatsiooniga kokku puutuvad. Imago tekkimine ja püsimine on mõjutatud

situatsioonist kus sihtgrupid organisatsiooniga suhtlevad – seega on imago situatsiooniline, kuigi ta on suhteliselt püsiv kujutluspilt.

Imago on uskumuste, ideede ja muljete võrgustik, mis tekib inimesel mingisuguse objekti kohta. Imago tekib ja eksisteerib ka siis, kui seda otseselt ei looda ning selle loomiseks ei ole tehtud tahtlikke jõupingutusi. Sõnumit saab edastada ka lihtsalt oma olemasoluga.. Imago kujuneb selle põhjal, kuidas ja mida organisatsioon endast räägib, mida kogevad sihtgrupid organisatsiooniga lävides ja mida ütleb kolmandatest allikatest tulev info organisatsiooni kohta. Sihtgrupid loovad ise organisatsiooni imago ja suhtuvad sellesse nii, nagu oleks see tegelikkus. Tihtipeale ei peegelda sihtgrupi nägemus organisatsiooni kõiki omadusi. Sihtgrupp tõlgendab organisatsiooni sõnumit vastavalt oma kogemusele, kultuuritaustale ja kommunikatsiooniprotsessist lähtudes. Organisatsiooni imago olulisemad tegurid on (Suhtekorralduse käsiraamat 1998):

- organisatsioon ise,
- organisatsiooni sisulised ja vormilised iseärasused,
- üldine sotsiaalmajanduslik ja sotsiaalpoliitiline olukord,
- konkreetne kahepoolne kommunikatsioon ja teadet vastu võtva sihtgrupi iseärasused.

Lähtudes suhtekorralduse käsiraamatu (1998) järgi võib ühe inimese tajus organisatsiooni imago jaguneda struktuuriüksuste või tegevuse imagoks. Imago muudab organisatsioonil sihtgruppidega suhtlemise alustamise kergemaks. Olemasolevaid imagoid tuleb mõõta ja analüüsida ning võrrelda soovituga ja luua soovitud imago tekkeks vajalik kommunikatsioonistrateegia ning organisatsioonikäitumine. Sihtgruppide jaoks on imago suhteliselt püsiv nähtus. Inimene suhtub organisatsiooni ikka vastavalt oma ettekujutusele, kuni pole tekkinud uut ettekujutust, kuigi organisatsioon võib olla juba muutunud. Organisatsiooni imago kujunemist saab strateegia kaudu mõjutada, kuigi imago loojateks on sihtgrupid.

Imagot aitavad luua kõik organisatsiooniga seonduvad sõnumid ja märgid. Alates loomulikult inimestest, aga ka logo ning kodulehekülg kuni igapäevase tegevuse ja sellest oskusliku teavitamiseni. Iga organisatsiooni puhul on soovitava imago

põhitunnuseks usaldusväärsus. Vastavalt tegevusalale lisanduvad sinna erinevad eristavad elemendid – trendikas noortepärasus või väljapeetud soliidsus, säästlikkus või eksklusiivsus jne. Need ei välista usaldusväärst, kuid nende abil kujuneb organisatsioonile täpsem oma nägu. Oluline on mõista, et imago pole võimalik hinnata pelgalt hea-halb teljel, see on palju keerukam paljudest komponentidest koosnev moodustis. Hea või halb saab aga olla maine, mis näitab kõige üldisemalt, kas teid peetakse usaldusväärseks või mitte. (Suhtekorraldus vabaühendustes 2005: 8-9)

Otseses seoses organisatsioonis kehtivate väärtushinnangutega on usaldus organisatsiooni vastu, mis on kindlaks määratud ka ühtses visioonis, missioonis ja põhiväärtustes. Usaldus organisatsiooni vastu on otseses seoses imago definitsiooniga, mille järgi imago on just kuvand organisatsioonist sihtgruppide peas, mis kujundab sihtgruppide hoiakuid imago kandja suhtes (Past 1999).

Organisatsiooni põhieesmärgi tuumaks on missioon, mis on eksisteerimise peamine alus. Missioon vastab küsimustele, miks organisatsioon eksisteerib, milleks on ta vajalik ja mis on tema eksistentsi õigustuseks. (Vadi 2001: 259) Missioon vastab organisatsiooni eesmärgile, väljendab organisatsiooni otstarvet ja väljendab selle funktsioone ning seda, miks neid funktsioone täidetakse (Past 2008: 288).

Identiteedi sõnastamise esimene samm on missiooni sõnastamine. Organisatsioonil on mitmeid identiteete (Past 2009: 36):

- tegelik identiteet – juhtimisstiil, kultuur, omanikering, turud, toodang, väärtused;
- edastatud identiteet:
 - a) korporatiivselt kontrollitud sõnumid, reklaam, sponsorlus;
 - b) mittekontrollitud kommunikatsioon – meedia, kuulujutud.
- tajutud identiteet – tajutud omadused, imago, maine;
- ideaalne identiteet – organisatsiooni optimaalne positsioneerimine.

Ideaalsele identiteedile väga lähedane mõiste on soovitud identiteet, mis peegeldub liidrite kujutluses ja sarnaneb visiooniga. Dowlingu (2002: 69) teooria kohaselt on visioon aga orienteeritud tulevikule ning peegeldab organisatsiooni jaoks ideaali ja

väärtusi, mille poole peaks organisatsioon pürgima. Past (2008:279) leiab aga, et visioon loob harmoonilise silla selle vahele, mida hindavad nii organisatsiooni liikmed kui ka selle sihtrühmad.

Kutseõppeasutuste imago erinevate sihtgruppide hulgas Seileri (2007) arvates mõjutab inimeste suhtumist kutseharidusse. Kutsehariduse seisukohalt on oluline sihtgrupp õpilased, kes kommunikatsiooni kaudu jagavad ühist imagot. Õpilastel on kutsehariduse kohta kujunenud oma arvamused ja tõekspidamised. Kuid arvamused ei pruugi kajastada tegelikkust. Imago uurimine ja analüüsimine aitab mõista, milline on suhtumine ja miks see just selline on. Imago mõõtmine annab teadmise, millisena näevad erinevad sihtgrupid kutseõppeasutusi. Omades ülevaadet olemasolevast imagost, on võimalik seda sihipärase suhtekorraldusliku tegevusega muuta.

Priimägi (1998: 57) on seisukohal, et organisatsioonil võib olla samaaegselt palju imagoid, erinev imago näiteks töötajate, tarbijate, seadusandjate, noorte või vanade seas. Kõik need imagod on nende loojate jaoks õiged, kuid organisatsioonil on vaid üks terviklik maine, mis on hinnanguline skaalal hea või halb.

Autor teeb järelduse, et imago kujunemist mõjutavad organisatsioon või indiviid ise ja vastastikuse mõju tulemusena tekib organisatsioonist kujuteldav arusaam. Lõpptulemus oleneb sellest, kuidas organisatsioon ise ennast peegeldab ja mida tunnevad erinevad sihtgrupid temaga suheldes.

1.3. Kvaliteedi mõju mainele ja imagole

Selles alapeatükis käsitleb töö autor teenuse kvaliteeti ning selle mõju mainele ja imagole, mis omakorda mõjutab selle olemust organisatsioonis. Kvaliteedi ootuste alla saab paigutada kõik, mida klient loodab konkreetselt teenuselt.

Kvaliteeti seostatakse tegevuste, teenuste, toodete, esemete ja nähtustega. Kvaliteeti käsitletakse olulise omadusena, mis muudab tööprotsessid, teenused, tooted, esemed ja nähtused nendeks, mis nad on, ning annab neile olulise eripära. Kvaliteet ei avaldu ainult kliendi vajaduste rahuldamisena, vaid ka vajaduste rahuldamisele järgneva rahuloluna. (Nikkainen, Lyytinen: 2005).

Kvaliteedi mõistet võib käsitleda mitmeti: kvaliteet kui erand, kvaliteet kui ideaal, kvaliteet kui vastavus otstarbele, kvaliteet rahaliselt mõõdetava väärtusena ning kvaliteet kui uuendav muutus ja loov muundumine (Harvey & Green 1993). Kvaliteeti on määratletud ka kliendile oluliste asjade kogumina (Senge 1990: 124), ettevõtte konkurentsivõime olulise suurendajana (Lillrank 1990) ja hea mainena (Ahlberg 1994: 70). Kvaliteedi mõiste on oma olemuselt abstraktne, tugevalt subjektiivne ja väärtushinnangutel põhinev. Morall (1998) käsitleb kvaliteedi defineerimist filosoofilise küsimusena. Kvaliteedi defineerimine sõltub defineerija vajadustest, soovidest, kogutud infost, väärtushinnangutest ja uskumustest. Kvaliteet on seega suhteline, sõltudes defineerijast, valitud kriteeriumidest ja mõõtmismeetoditest. Kvaliteedi defineerimisel ei ole üldiselt püütud leida ühte ja ainsat kõikehõlmavat definitsiooni, vaid pigem on püütud esile tuua näiteks üks organisatsiooni, tööprotsessi, toote või kliendiga seotud aspekt.

Barnetti (1992: 4-5) arvates võib kvaliteet olla mitmete huvigruppide vaheline vaidlusobjekt ja kvaliteedidiskussioonid on hariduse ja selle sisemise võimuvõitluse osa ning lähtudes tema teooriast võib kvaliteedikäsitlused jagada objektiivseteks, relatiivseteks ja progressiivseteks. Eri osapooltel on kvaliteedi suhtes oma seisukohtadest sõltuvalt oma ootused. Sarala (1993) arvates võib kvaliteetse all silmas pidada:

- veatut toodet või teenust;
- konkurentsivõimelist toodet või hästi teostatud teenust;
- parimat vastet tootesse või teenusesse investeeritud raha hulga;
- toodet või teenust, mis on vähemalt sama hea kui konkurentide pakutav;
- mida tahes, mida klient soovib, nii et otsustav on kliendi rahulolu;
- head toodet või teenust, mis kahjustab võimalikult vähe keskkonda.

Järgnevalt toob töö autor välja erinevatel aastakümnetel kirjanduses esinevaid definitsioone kvaliteedi kohta erinevate autorite käsitluses (viidatud Nikkainen, Lyytinen: 2005: 244-246 vahendusel). Kaheksakümnendatel arvati, et kvaliteet on vastavus otstarbele ja kvaliteedi sisu ning ulatuse määratlemine on lakkamatu protsess, sest nii sisu kui ka ulatus muutuvad ühiskondlike muutuste käigus. Üheksakümnendatel

tekkis arusaam, et kvaliteet tähendab kõiki neid asju, millel on kliendi jaoks tähtsust (näiteks toote ja teenuse kvaliteet ning usaldusväarsus), oldi ka seisukohal, et kvaliteet on väärtus, mille klient teenusega saab, mis suhtes hinna, tarneaja ja toote tootmise sotsiaalsete mõjudega. Kvaliteet oli ka oluline ettevõtte konkurentsivõimet suurendav tegur. Teoreetikud väitsid, et kvaliteet on laiem mõiste kui pelgalt lõpptulemuse kvaliteet. Kvaliteet on nii toode kui ka tegevus. Toote (või teenuse) kvaliteet on hea, kui kliendi kogemused selle kohta vastavad vähemalt tema ootustele ja vajadustele ehk klient on tootega rahul. Tegevuse kvaliteet keskendub ettevõtte sisemistele protsessidele ja üksiktoimingutele. Kvaliteet on see, et töö tehakse efektiivselt ja õigesti juba esimesel korral. Teenuse kvaliteet loeti mitmetasandiliseks, kus eristuvad selgelt kaks peamist tasandit - rahulolu ja kontekst. Rahulolu osutab selle saavutamisele, mis oli külastuse põhjuseks. Kontekst aga hõlmab kogemust ennast - interaktsioon personaliga, raskused süsteemidega ja keskkonna mugavused. Kui tahetakse kvaliteetset tööd ja tulemusi, tuleb keskenduda klientide ootustele ja nende ületamisele ning nende protsesside parandamisele, mille käigus sünnib pidevalt kvaliteetsemaid tulemusi.

Kvaliteet on kompleks tegevusprotsesside, teenuste ja toodete nendest joontest ja omadustest, mis on kliendile tähtsad, mille abil suudetakse rahuldada sise- või väliskliendi piiritletud ja eeldatud vajadusi ning isegi ületada kliendi ootusi ja mis kahjustab võimalikult vähe keskkonda (Nikkainen, Lyytinen: 2005). Kvaliteet ei ole lõplik seisund, mille saavutamise järel enam midagi ei juhtu ja võib jääda loorberitele puhkama. Kvaliteet saavutatakse pidevate muutuste kaudu ja nende tulemusena töö paraneb. Koolis on kvaliteedi seisukohalt kesksel kohal töö muutustega. Määrava tähtsusega on ka innovatsioonile orienteeritud koolikultuur. (Skogen, Holmberg 2004: 21) Muudatustena võib eelkõige esile tuua õppekavade uuendamist ja kaasajastamist.

Popkewitz (1997: 132) on seisukohal, et kool on ühiskonna poolt sotsiaalne institutsioon, mis toimib sotsiaalse regulatsiooni mehhanismina, kasutades tähtsaima tööriistana õppekava. Kool on kasvava inimese jaoks üks olulisemaid, mõjusamaid ja enam tema aega neelavaid arengukeskkondi, mida vähemalt koolikohustuse lõppemiseni ei ole üldjuhul võimalik vältida. Õpilane veedab ju peamise osa päevast tegeledes õppetööga.

Cowen (2000) näeb jällegi kooli kogukonnana, just koolis töötavate ja õppivate inimeste seisukohalt, kes omavahel suuremal või vähemal määral paratamatult kontakteeruvad ning mida iseloomustab liikmete heaolu tase ja sotsiaalne kliima. Õpilase seisukohalt võib koolikliima olla stressi tekitav, õpilasi selekteeriv ja sorteeriv, mingeid käitumisviise karmilt piirav ning kammitsev, mingite võimete avaldumist pidurdav või tõkestav. Ent koolikliima võib olla ka kõiki kaasav, kõigi oma liikmete parimaid võimeid päevavalgele toov, arendav, kultiveeriv ning toetav. Õpilaste akadeemiline edukus ning koolinõuetele kuuletumine on põhjustatud ühekorraga paljudest teguritest. Tähtsal kohal on õpilase isikuomadused – võimekus, õpitahe, tervis, samuti tema pere koosseis, majanduslik olukord, kultuuritaust, vanemate haridustase jt. Tähtsad on ka ühiskonnas omaks võetud oskused. (Morris, Maisto 2005: 240)

Moos (1976: 320-356) peab otstarbekaks kooli kui kogukonna sotsiaalset kliimat lahata järgmise kolme dimensiooni alusel:

- inimsuhted (näiteks, mil määral üksteist toetatakse ja aidatakse ning, kuidas tuntakse seotust koolikollektiiviga ja enda kuuluvust kogukonda);
- isiksuse arengu põhisuunad ja eesmärgid (kuidas väärtustatakse isiksuse sõltumatust ja autonoomiat või allaheitlikust ning kuulekust, kas peetakse oluliseks teatud moraalseid või religioosseid väärtusi, millisel kohal on vaimsed, praktilised ja tööga seotud väärtused ja kuidas orienteerutakse koostööle või konkurentsile);
- süsteemi stabiilsuse säilitamine ja muutus (kord, organisatsioon, kontroll, innovatsioon).

Koolikliima mõjutegureid tuleb otsida mitmelt tasapinnalt. “Ülalt” mõjutavad koolikeskkonda haridusseadustik, riiklik õppekava, koolisüsteemi ja koolivõrgu ülesehitus, riiklik ja regionaalne hariduspoliitika jm. “Alt” mõjutavad koolikogukonda lastevanemate ootused, õpilaste kodune olukord jpm. (Ruus, *et al.*, 2007) Kooli sotsiaalset kliimat mõjutab ka füüsiline keskkond: roheluse olemasolu või selle puudumine, õhu saastatuse aste, müra, hoone arhitektuur, ruumide ala- või ülekoormatus, valgustus jms.

Raja (2005) arvates on ühiskonnas vaja levitada positiivset sõnumit kutseharidusest, kuid loomulikult peab paranema ka selle sisu – kvaliteet. Kutsehariduse erinevatel kliendirühmadel on erinevad ootused, õpilaste rahulolu on seotud protsessi ja tulemustega, töötajatel protsessiga ning tööandjatel, lapsevanematel ja maksumaksjatel eelkõige tulemustega. Kutsehariduse mainet saab positiivsemaks kujundada süsteemi, protsessi ja tulemusi parendades ja sellest arusaadavalt rääkides-kirjutades. Oluliseks tuleks pidada eelkõige kooli atraktiivsust.

Hariduse kvaliteedisüsteemi käsitlemisel õppeasutuse tasandil on olulised kaks komponenti: 1) hariduse sisu, milles on rõhk õpetatavate ainete tasemete vastavusel koolituse eesmärgile; 2) koolituse korraldus, kus luuakse järjest soodsamaid tingimusi hariduse sisu edastamiseks õppuritele ja nendepoolseks omandamiseks. Kvaliteedi sisu on võimalik seletada ka kahe parameetri abil "mida-kvaliteet" ja "kuidas-kvaliteet". Mõiste "mida-kvaliteet" all peab ta silmas tegevust ehk õppejõu poolt teadmiste edasiandmist ning "kuidas-kvaliteet" tähendab viisi, kuidas seda tehakse, kas õppur ka midagi realselt omandab selles protsessis (Rekkor 2000: 20-21).

Kutsehariduse arengukavas aastani 2013 on seisukoht, et kutsehariduse kvaliteet sõltub eelkõige sellest, kuivõrd heal tasemel ja kaasaegne on õpetajakoolitus, õppekavaarendus ning õppeasutuste infrastruktuur, millised kvaliteedi tagamise meetmed toetavad koolide arengut ning kas koolide rahastamine suudab tagada kvaliteetse kutsehariduse. Varasematel aastatel tehtud edusammud kutseõppe kvaliteedi edendamisel ja rahastamise suurendamisel on toonud kaasa kutseõppeasutuste lõpetajate professionaalse taseme paranemise, mis kinnitab senise arendustöö prioriteetide asjakohasust ja jätkamise vajadust.

Loogma (2004) väidab soome uurijatele Lasonenile ja Manningule toetudes, et õppija seisukohalt määrab kutsehariduse kvaliteedi see, millised on tema võimalused personaalseks arenguks, hariduslikuks ja tööalaseks mobiilsuseks ning millised edasise arengu teed ja võimalused kutseharidus tema jaoks avab või suleb. Pern oma 2005 aasta uuringus toob välja, et õpilaste rahulolu oma kooliga on oluline faktor, mis annab õpitulemuste kõrval informatsiooni kooli kvaliteedi kohta. Õpilaste rahulolu sõltub üldisest õhkkonnast koolis, õpetajate ja õpilaste vahelistest suhetest, õpetamise

kvaliteedist, võimalustest oma soove väljendada ja sünnipäraseid andeid arendada. Pern (2007) on seisukohal, et kui seni on kooli kvaliteedi näitajateks peetud ikka akadeemilist taset, riigieksamite tulemusi ja riikliku järelevalve andmeid, siis ühiskonna arenedes on üha olulisemaks muutunud organisatsiooniga seotud inimeste rahulolu. Seda peegeldab peamiselt kolm valdkonda:

- kas inimesele meeldib see, mida ta teeb (õpilase jaoks õppimine, õppekorralduslik pool);
- kas talle meeldib kollektiiv (kaasõpilased ja õpetajad, omavahelised suhted);
- kuivõrd rahul on ta selle organisatsiooniga (kool iseenesest – juhtkond, reeglid, kooli maine jmt).

Samas näitab õpilaste rahuolu või rahulolematust oma kooliga väga palju ka kooli kvaliteeti. Arvestades nende kiiret arengut ja vastuvõtlikkust ümbruskonnale, on äärmiselt oluline, et keskkond, kus nad kasvavad ja arenevad, oleks turvaline, inimsõbralik ja meeldiva õhkkonnaga. Viimased aastad on kutseharidusse toonud erinevad valdkonnad, kus oluliseks on kujunenud koolide kvaliteet ja maine. Kuna kutsekooli näol on tegemist teenindusasutusega, siis on olulisel kohal nii töötajate (juhtkond, õpetajad, teised töölised), õpilaste kui ka lapsevanemate arvamused.

Kutsehariduses tähendab kvaliteet Antoni (2011) arvates kõigepealt ikkagi seda, et tööandja saab endale koolilõpetaja, kes on oma erialal asjatundja. Samuti on kvaliteet seotud töötaja vastutusega töö tulemuste osas. Seda soovitakse õpetajatelt ja sama hoiakut kujundavad nad õpilastes.

Hariduse puhul on tegemist tavalise teenusettevõttega. Teenuse osutamisel on määrav roll selles, kas ja kui palju on meil tegemist teenusega ja kui palju tootega. Haridusteenuse puhul on vähem toodet ja rohkem teenust ning sellevõrra keerulisem on tulemust mõõta ja hinnata, kuna siin hakkavad mängima rolli hindajate endi väärtushinnangud. See teeb haridusteenuse hindamise väga subjektiivseks. Alati on lihtne hinnata, kui on olemas mõõdikud: riigieksamite tulemused, väljalangevuse näitajad jm. Need on üheselt ja lihtsalt arusaadavad kõikidele. Kuid kas ja kui palju näitavad need koolis antava hariduse kvaliteeti? (Koolide pingeline...2013)

Kvaliteedijuhtimise kohta on öelnud Ahto Tihkan: „Kvaliteet pole kunagi juhus: see on alati tulem kõrge eesmärgist, siirast pingutusest, arukast sihist ja heast teostusest; see kujutab endast paljude alternatiivide tarka valikut. Mis on kvaliteet? See on usaldusväärse standard, mis eeldab teadlikku püüdlemist kvaliteedi suunas, tahet, oskusi jõuda kvaliteedini.“ Kvaliteetne toode saadakse juba algusest peale kvaliteeti planeerides. Kvaliteedi saavutamise võti on seejuures töötajad ja nende arendamine. Kvaliteeti kindlustatakse protsesside kaudu. (Kvaliteedi statistika ja statistika kvaliteet 2009: 13)

Kvaliteet ei ole lõplik seisund, mille saavutamise järel enam midagi ei juhtu ja võib jääda saavutatud tulemustele puhkama. Kvaliteet saavutatakse pidevate muutuste kaudu ja nende tulemusena lõpp resultaadi paraneb. Stephen Murgatroyd ja Colin Morgan (1992) viitavad, et kvaliteedijuhtimise seisukohalt on koolis kesksel kohal töö muutustega. Samuti on määrava tähtsusega innovatsioonile orienteeritud koolikultuur.

Pärin (2007) on oma uurimuses välja toonud, et Eesti ühiskonnas on haridus kujunenud rohkem gümnaasiumi- ja ülikoolikeskseks. Kutsehariduse kvaliteet ja maine ei ole piisavalt populaarne. Enamus põhikooli lõpetajaid jätkavad oma õpinguid gümnaasiumites, kuna selle lõpetamine tagab suurema tõenäosusega ligipääsu kõrgkooli. Kutseõppe kasuks otsustavad õpilased enamuse selle paindlikkuse tõttu - põhikooli järgselt saab kutseõpet omandada teatud erialadel ilma üldharidusaineteta, lisa-aasta võimalus neile, kes soovivad üldharidusaineid suuremas mahus omandada, et pärast kutsekooli lõpetamist jätkata õpinguid kõrgkoolis.

Kvaliteetse hariduse nimel ollakse valmis elukoha vahetuseks, koondudes suurematesse keskustesse. Hariduse humaniseerimise põhimõte eeldab kõikide laste võrdsed võimalusi osalemiseks kaasaegses õpikeskkonnas, kus on tagatud tema turvalisus. Koolikeskkonna arengustrategia võib kooli olla erinev, sõltudes kooli missioonist ja piirkondlikest vajadustest. Kooli vaimse ja materiaalse keskkonna loovad õpetajad ja õpilased üheskoos. (Talts 2000: 225)

Kutseõppe kvaliteedi ja atraktiivsuse edendamine on jätkuvalt üks suuremaid väljakutseid tulevikuks, sest kutseõpe peaks olema kõrgetasemeline ja ühtlasi

garanteerima võrdsed võimalused kõigile. Kutseõppe süsteemide avatumaks, paindlikumaks ja atraktiivsemaks muutmine on oluline majanduse, tööhõive ja sotsiaalagendas tervikuna. Vaja on rohkem tähelepanu pöörata kutseõppe kuvandile, staatusele ja atraktiivsusele. Kutseõppe atraktiivsus, kättesaadavus ja kvaliteet peaksid aitama kutseõppel mängida peamist rolli elukestva õppe strateegiate elluviimisel, silmas pidades kahte eesmärki: edendada võrdset kohtlemist, ärialast suutlikkust, konkurentsivõimet ja innovatsiooni ning samaaegselt võimaldada kodanikel omandada oskusi, mis neil tööalaseks arenguks vaja on, osaleda koolitustel, olla aktiivne ja saavutada isiklik rahulolu. (Kutseõppe areng Euroopas 2002-2008:66)

Toetudes erinevatele teoreetikutele võib autor tõdeda, et kutsekoolide eksistentsi aluseks peab eelkõige olema kutseõppe atraktiivsus, kaasaegsus, kvaliteetne õpikeskkond ja kutsekooli hea maine. Kuna kutsekoole saab samastuda teenindusasutustega, mis pakuvad klientidele erinevaid teenuseid, seega on klientide ehk õpilaste ootuste täitmine ja ületamine eelduseks pikaajalisele ja mõlemaid pooli rahuldavatele kliendisuhetele.

1.4. Kliendirahulolu uuring ja meetodid

Selles alapeatükis toob töö autor välja erinevate teoreetikute seisukohad, mis puudutavad kliendirahulolu, rahulolu-uuringuid ja uuringumeetodeid. Kliendirahulolu välja selgitamine on pidev protsess, mille käigus viiakse läbi rahulolu uuringuid ja intervjuusid ning tegutsetakse vastavalt neist saadud informatsioonile. Oluline on kasutada saadud tagasisidet õigesti. Teenuste turundus kui organisatsiooni juhtimisfilosoofia seab kõikidele turunduslike kaalutluste keskpunkti potentsiaalsete klientide vajadused, probleemid ja soovid. Eduteguriteks võib lugeda kliendi rahulolu ja teeninduse kvaliteeti. Suhted kliendiga määravadki ära organisatsiooni tuleviku. Kindla ja pikaajalise suhte omakorda garanteerivad kliendi kvaliteetne teenindus ja kvaliteetne pakutav teenus.

Erialases kirjanduses on toodud välja erinevate autorite poolt mitmesuguseid definitsioone kirjeldamaks kliendi rahulolu. Zeithamli, Bitner (2003) leidsid, et rahulolu on kliendi hinnang pakutavale tootele või teenusele, sõltuvalt sellest, kas see toode vastas tema vajadustele ja ootustele. Kliendid on ühelt poolt need, kes omandavad

organisatsiooni pakutavaid uusi võimalusi, teisalt on kliendid ka need, kellele ebakvaliteetsed teenused valmistavad pettumust ja viha. Kui organisatsioonis mõistetakse oma klientide vajadusi, siis osatakse neile pakkuda seda, mida nad ootavad ja mida neile pole varem välja pakutud.

Kvaliteedist ja kliendirahulolust on McDanieli ja Gatesi (2001) sõnul saanud põhilised konkurentsivõime abivahendid. Väid vähesed organisatsioonid tegutsevad tänapäeva ärikeskkonnas edukalt ilma keskendumata kvaliteedile ja kliendirahulolule. Kogu maailmas on ettevõtted rakendanud kvaliteedi parandamise ja rahulolu programme, et saavutada kulude vähendamine, säilitada kliente ja suurendada turuosa. (Kotler 2003:20)

Iga organisatsiooni edukus sõltub sellest, kui hästi suudavad tema teenused rahuldada praeguste ja tulevaste klientide vajadusi. Märksõna on siin kliendikesksus. See ei ole iga hinna eest klientidele meele järele olemine või erinevate klientide kohtlemine erineval viisil. See on mõtteviis, mille tuum on arusaam, et klient on kõige olulisem. Sageli ei tunta täpselt oma sihtrühma, tema soove ja vajadusi. Sellest tulenevalt ei suudeta kujundada kliendi ootustele vastavaid teenuseid. Kliendikesksusest võime rääkida siiski ainult sel juhul, kui teame, kuidas oma teenustega olla kasulik olemasolevatele või tulevastele klientidele. See eeldab kliendi väga täpset tundmist. (Perens 1998:63)

Kliendisuhete juhtimise eesmärk on pakkuda klientidele suurepärasest kogemust - seda, mis kindlustaks, et kliendil jääb hea tunne ja et ta ikka ja jälle tahaks tagasi tulla. Kliendirahulolu - see on osa tervikust, mida nimetame kliendisuhete juhtimiseks. Klient on rahul, kui teenus on tema ootuste tasemel või ületab ootusi. Kuidas me teame, mida klient vajab või ootab? Me küsime seda temalt. Edasi tuleb hoolitseda selle eest, et klient saaks, mida ta vajab ja rohkemgi. Kliendirahulolu uuring on teenuse kvaliteedi indikaatoriks. (*Ibid.* 1998:57)

Tuginedes erialasele materjalile, võib väita, et kliendi rahulolu all mõeldakse kliendi ootuste ja tegeliku kogemuse võrdluse tulemust tarbimise ajal või selle järgselt. Iga organisatsiooni eesmärk on hoida oma kliente ja pakkuda neile parimat, seeläbi lootes, et kliendid on rahul. Uurides kliendi rahulolu saab organisatsioon vastused mitmetele

küsimustele: kuidas klient väärtustab organisatsiooni teenust, millised on tõeliselt olulised kriteeriumid, kas on konkurente turul jne. Kliendi rahulolu mõõtmise meetodeid ja mudeleid on mitmeid erinevaid: turundusuuring (primaaruuring), SERVQUAL mudel, ASCI rahulolu indeks jne. Ei ole ühtset ja õiget, mida kõik peaks kasutama. Iga ettevõtte valib omale sobiva meetodi või mudeli, lähtudes uuringu eesmärgist, probleemi sisust, valimi suurusest, ajalistest võimalustest jm teguritest. (Alliksaar 2012)

Klientide rahulolu ja teenuse kvaliteedi hindamise meetodeid on erinevaid, seetõttu on ka erinevaid mudeleid. Teenuste kvaliteedi alased uuringud võib tinglikult jaotada kahte eri koolkonda – Ameerika ja Põhjamaade koolkonda. Ameerika koolkond tugineb peamiselt Berry, Parasuramani ja Zeithamli töödele, kus uurimistööde fookusesse on seatud klientide hoiakud kvaliteedi suhtes. Nende poolt loodud teenuste oodatud ja tegeliku kvaliteedi vaheliste lõhede mudel on tänaseni aluseks paljudele teeninduskvaliteedialastele uuringutele, seda ka avalikus sektoris. Sageli eksisteerib tegelikkuses püüeldava ja kliendi poolt tajutava kvaliteedi vahel väga suur lõhe.

Parasuraman, Zeithaml ja Berry (Parasuraman, Zeithaml, Berry 1990: 35) töötasid teenuse kvaliteedi viie lahkevuse mudeli alusel välja empiirilise mõõtmistehnika SERVQUAL, mis on üks populaarsemaid kvaliteedi mõõtmise meetodeid. SERVQUAL metoodika võimaldab hinnata kliendi arvamust teenuse kvaliteedi suhtes, mõõtmistehnikaks on küsimustik, millega on võimalik kontrollida viie lahkevuse mudeli õigsust ehk võimaldab uurida klientide ootuste ja tegeliku kogemuse vahelisi erinevusi.

Põhjamaade koolkonna (Crönroos, Gummesson jt) käsitlustes jaotatakse teenuste kvaliteet kaheks: tehniliseks (mida klient saab) ja funktsionaalseks (kuidas klient teenust saab). Üldtuntud Grönroosi-Gummessoni kvaliteedimudel näidatakse, et igaüks toetab kvaliteeti ning kvaliteedi allikad võivad olla väga erinevad (Grönroos 1999). See kvaliteedimudel uurib kvaliteeti ja klientide rahulolu selle järgi, mida ja kuidas kliendile pakutakse ning milline on ettevõtte maine.

Teenuste erilised omadused komplitseerivad teenusekvaliteedi määratlemist ning sellest tulenevalt ei saa klient hinnata teenust ennem, kui ta ei ole seda tarbinud. Parasuraman, Zeithaml ja Berry on liigitanud need teenuseomadused järgmiselt (Parasuraman 1985: 41):

- mittemateriaalne (*intangibility*) – teenus on abstraktne, see on mittemateriaalne nähtus, mida ei saa käega katsuda ja mis ei saa muutuda omandiks;
- heterogeenne (*heterogeneity*) – teenus on tekkelt ebaühtlane, teenuse kvaliteet võib koosneda mitmest osakvaliteedist, mis võivad olla individuaalsed nii iga teenuse kui iga kliendi jaoks;
- osadeks lahutamatu (*inseparability*) – teenus on tervikprotsess, seda pole võimalik osutada ilma kliendita, kes mõjutab nii teenuse osutamise protsessi kui ka teenuse kvaliteeti.

Grönroos käsitleb teenust, kui tegevust, mis on enamasti mittemateriaalne ning realiseerub teenindaja ja kliendi vastasmõju käigus, et lahendada probleeme, mis on kliendist tingitud ning juhib tähelepanu teenuse neljale iseloomulikule tunnusele (1990: 29-30):

- teenus on mittemateriaalne,
- teenus on tegevus,
- teenus on teenindusprotsessist lahutamatu,
- klient osaleb teenindusprotsessis ja mõjutab teenuse kvaliteeti.

Zeithaml, Parasuraman ja Berry selgitasid välja 10 olulist tegurit, mille järgi klient hindab teenusekvaliteeti (Zeithaml, Parasuraman, Berry 1990: 37): kombatav, usaldatavus, tundlikkus, kompetentsus, viisakus, usaldusväarsus, turvalisus, ligipääsetavus, suhtlus ja kliendi mõistmine.

Klientide rahulolu uurimiseks kasutatakse tunnustele orienteeritud meetodeid, mis on kvantitatiivsed ja neid rakendatakse standardiseeritud küsitlustena. Sellised uuringud on organisatsioonile väga olulised, nende põhjal saab selge ja kokkuvõtliku pildi organisatsiooni teeninduse kvaliteedist. Oluline on kliendirahuloluuuringutest teha

kokkuvõtteid ja järeldusi, sest tegelikult annab klient uuringule vastates ju tagasisidet organisatsiooni ja teenuse kohta. Klientidelt saadav tagasiside aitab organisatsioonil leida arendamist vajavaid valdkondi ning analüüsida oma tugevusi ja nõrkusi. Klientide tagasiside annab omakorda võimaluse edaspidiseks arenduseks.

Iga organisatsiooni edukus sõltub suurel määral sellest, kuivõrd hästi suudavad tema teenused kliente rahuldada, siis on kliendikesksus organisatsiooni jaoks väga oluline. Kliendikeskne mõtteviis tähendab, et klient on äritegevuses kõige olulisem. Seejuures tuleb siiski silmas pidada, et see ei tähenda klientide meele järgi olemist iga hinna eest. Kliendikesksele organisatsioonile on oluline oma kliendi tundmine, mis omakorda eeldab info kogumist klientide kohta. Kliendiinfo kogumise põhiliste meetoditena kasutatakse (Mis toimub...2008):

- turundusuuringuid (küsitlused),
- vaatlusi,
- test-ostusid,
- eksperimente.

Organisatsiooni tegevusi saab väga hästi analüüsida erinevate küsimustike abil. Need koostatakse, kas spetsiaalselt konkreetse probleemi analüüsimiseks (töötajate rahulolu uuring, info liikumine organisatsioonis jne) või kasutatakse ära juba varem väljatöötatud küsimustikke mingi probleemi kohta informatsiooni saamiseks. Klientide küsitlus on üks levinumaid turundusinfo kogumise meetodeid. Selle eesmärk on saada sihtrühma kohta statistiliselt usaldusväärseid andmeid: näiteks selgitada klientide hoiakuid, eelistusi, hinnanguid ja käitumisharjumusi. Küsitletakse tavaliselt suuremat hulka vastajaid ja vastuseid töödeldakse statistiliselt. Sellele järgneb tulemuste analüüs ja järelduste tegemine. Regulaarsed ja sama metoodika alusel korraldatud küsitlused võimaldavad teha järeldusi ka pikema perioodi kohta, hinnata muutusi ja suundumusi. Statistiliselt usaldusväärsete küsitluste peamised meetodid on (Mis toimub...2008):

- postiküsitlus,
- personaalne intervjuu (küsitaja küsib ja märgib vastused ise),
- telefoniküsitlus,

- elektrooniline küsitlus (veebi- või meilipõhine).

Posti teel küsitlus ei ole tänapäeval populaarne ja selle osatähtsus on märgatavalt taandunud. Personaalsed intervjuud on järjest levinumad ja neid teostatakse erinevates uuringutes. Kõige tihedamini kasutatakse telefoni- ja elektroonilisi küsitlusi.

Kokkuvõtlikult võib tõdeda, et kvaliteedist ja kliendirahulolust on kujunemas tugev konkurentsieelis erinevatele kutsekoolidele. Autor on seisukohal, kui teenindusasutuse pakutav teenus ei vasta kliendi ootustele, siis ei otsusta ta selle organisatsiooni kasuks. Tuues näitena kutsekooli, siis võib tõdeda, et kui kooli maine ja teenusekvaliteet ei vasta õpilase ootustele, siis valib ta oma haridustee jätkamiseks teise kooli. Sellest võib eeldada, et mainel ja kvaliteedil on organisatsiooni jaoks oluline roll.

2. ÜLEVAADE UURIMISOBJEKTIST NING UURINGUMETOODIKA TUTVUSTUS

2.1. Ülevaade organisatsioonist ja probleemidest

Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskool (VVTTK) on Haridus- ja Teadusministeeriumi hallatav riigi kutseõppeasutus. Kool asub Lääne – Eestis, Rapla maakonnas, Vigala vallas. Vallal on ühine piir Märjamaa valla, Pärnu maakonna Halinga ja Koonga valla ning Läänemaa Kullamaa ja Lihula vallaga. Kool asutati 1920.a. kevadel, esialgu Vigala Põllutöökoolina. Peale mitmeid reorganiseerimisi üheksakümnendate lõpul sai kool oma praeguse nime – Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskool. Alates 1999. aastast õpetatakse koolis tehnika ja teenindamisega seotud erialasid. (Arengukava aastani 2014)

Antud kutsekooli õpilased on pärit erinevatest Eestimaa paikadest, lisaks õpib koolis üks õppegrupp õpilasi Läti Vabariigist autodiagnostika erialal. Võimalused kutseõppeks on loodud ka erivajadustega isikutele. Hariduslike erivajadustega noorte õpetamist alustati 1998. aastal, sealhulgas alates 2003. aastast õpetatakse raskestikasvatatavaid õpilasi (kasvatus-, põhihariduse jätkamine- ja ametiõpe). Selle koolitusmudeli kaudu võimaldatakse hariduslike erivajadustega õppuritele kutseõpe. 2008. aastal avati vaimse puudega õpilastele kodumajanduse eriala toimetuleku õpperühm. Kokkuvõtlikult pakub Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskool edasiõppimisvõimalusi lihtsustatud või toimetuleku õppekava järgi põhihariduse omandanutele ning ilma põhihariduseta noortele. Lähtutakse põhimõttest, et võimetekohase kvaliteetse õppe võimalused on kättesaadavad igale Eesti elanikule, sõltumata vanusest, vaimsest ja füüsilisest tervisest, sotsiaalsest staatusest ja elukohast. Seni on õppurid iseenda ja õppimisega toime tulnud. Aasta-aastalt muutub aga õpilaskontingent raskemaks. Põhiliselt esinevad õppuritel õpiraskused, emotsionaal- ja käitumisraskused. (*Ibid.*)

Erialade õpetamine on suunatud (*Ibid.*):

- põhi- ja keskhariduse omandanud õpilastele, et tagada regiooni noortele kodulähedase kutseõppe võimaluse andmine ja säilitamine ning kindlustada sotsiaalselt eluterve õpi- ning elukeskkond koolis;
- põhiharidusega, koolikohustusea ületanud ning kasvatusraskustega koolikohustusealistele noortele, et võimaldada põhiharidusõpingute jätkamine ja kutsealase eelkoolituse omandamine koos põhiharidusõpingutega 7, 8 või 9 klassis;
- täiskasvanud inimestele elukestvaks õppeks tingimuste loomine, mille eesmärgiks on parandada Raplamaa ja ümbruskonna maakondade elanikkonna haridustaset ning luua uusi võimalusi nii inimeste isiksuse kui tööoskuste arenguks;
- erivajadustega ja puuetega õppijatele hariduse ja kutseoskuste tagamine läbi õppe- ja tööhõivekeskuse väljaarendamise, milleks on koolil olemas aastatepikkune kompetents ja kogemused.

Kutsekooli põhiliseks ressursiks on inimesed sh õpilased ja seatud eesmärgid saavutatakse vaid siis, kui mõistetakse ühiseid väärtusi ja püütakse toimida kooli missioonist lähtuvalt. Missioon on kindlustada õppija areng kvaliteetses kutseõppes ning kujundada temas valmisolek elus ja tööturul toimetulekuks vastavalt igapäevastele eeldustele ja võimetele. Visioon on olla innovaatiliste õppesuundadega, kaasaegsete õppetingimustega ja kvalifitseeritud õpetajaskonnaga konkurentsivõimeline kutseõppeasutus. (Kooli kodulehekülg 2013)

Põhiväärtused, millest tuleb koolil oma tegevustest lähtuda:

- kvaliteet - õppetöö protsessi juhitakse kvaliteetjuhtimisel läbi uuenduslike meetodite ja pideva arendustöö, mis võimaldab kutseõppe läbinutel töötada kõrget kvalifikatsiooni nõudvatel töökohtadel;
- kättesaadavus - õppimisvõimaluste tagamine kõigile soovijatele materiaaltehnilise baasi, olme- ja majutusvõimaluste olemasolu tagamisega erinevate vajaduste ja eeldustega õppijatele vastavalt kooli tunnuslausele – Kool kõigile;

- efektiivsus - õppeprotsessis ja kooli tegevuses on sisse viidud efektiivse majandamise ja ressursikasutuse printsiip, mis võimaldab oluliselt tõsta õppetöö kvaliteeti;
- konkurentsivõimelisus - kooli tegevus on suunatud läbi arendustöö, suhete koostööpartneritega, tööturuvajadustele orienteerituse ja kvaliteetse õppeprotsessi konkurentsivõime tõstmiseks nii kutseharidust pakkuvate koolide kui ka üldhariduskoolide hulgas;
- eesmärgistatus - läbi arengukavas püstitatud lühiajaliste ja pikaajaliste eesmärkide saavutamise ja planeeritud tegevuse kaudu tagada visiooni täitmise ettenähtud perioodil ja ajaks;
- koostöö - toimivad partnerlussuhted tööandjate, üldhariduskoolide, teiste kutsekoolide, kõrgkoolide ja muude kutseharidusega seotud organisatsioonidega nii Eestis kui välismaal.

Haridus- ja teadusministri poolt on moodustatud kooli tegevuse suunamiseks nõukogu, kelle ülesandeks on tegeleda kooli arengu, vara, eelarve ja juhtimisega seotud küsimustes. Kooli juhib direktor, kes peab tagama kooli tulemusliku töö. Õppenõukogu moodustavad pedagoogid ja nende ülesanne on lahendada õppetegevusega seotud küsimusi.

Õppetöö toimub Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskoolis neljas hoones ja õpilaste kasutuses on kaks õpilaskodu. 2008. aastal alustati kooli õppe- ja majutusbaasi renoveerimise ning kaasajastamisega. Järjest uuendatakse majutamise ja toitlustamise, mootorliikurite, laevanduse- ja lennundustehnika, tarbekunsti ja oskuskäsitöö ning materjalitöötluste (puidutöö) õppebaase Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi investeeringute toel. Koolil on kaasaegne õppetöökoda, mis valmis 2011. aasta suvel, kus asuvad autoplekksepa-, automaalri-, puidukäsitöö-, puidumasintöötlemise-, kiviraiumise- ja sepatöö- õppetöökogad. 2012. aasta lõpuks sai renoveeritud peahoone teise ploki fassaad ja 2013. aasta alguses avati renoveeritud õpilaskodu. (Kooli tutvustus 2013)

Aastakümneid oli VVTTK-s õppivate õpilaste arv üle 700 ja püsis samal tasemel, kuid aastatega on sündivus vähenenud ja suurenenud on konkurents kutsehariduses ning koolil on olnud aegu, kui päevakorralt ei ole puudunud küsimus kooli sulgemise kohta.

Sisseastuvate õpilaste arv on aastatega kahanenud ja suur osa nendest langeb välja juba esimesel aastal. Väljalangevuse põhjuseid on erinevaid: eriala vale valik, halb õppeedukus, käitumisprobleemid, tööle minek, haigus, üleminek teise kooli jne.

Järgnevas tabelis 1 on välja toodud VVTTK õpilaste üldarvud, vastuvõetud õpilaste ning lõpetanud ja väljaarvatud õpilaste arvud õppeaastate lõikes. Kõige suurem langus õpilaste vastuvõtmisel oli 2006/2007 õppeaastal, kui avati renoveeritud Haapsalu Kutsehariduskeskus. Paljud õpilased valisid oma koolitee jätkamiseks just selle kooli, sest kõik oli seal uus ja huvitav ning kindlasti olid seal paremad õppe- ja vabaaja tingimused võrreldes antud kooliga sellel ajal.

Tabel 1. Õpilaste üldarvud Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskoolis

Õppeaasta	Õpilaste üldarv	Vastu võetud	Lõpetanud	Välja arvatud
2003/2004		196	80	74
2005/2006		236	88	86
2006/2007	429	121	66	66
2007/2008	311	155	123	51
2008/2009	361	164	128	47
2009/2010	402	198	91	76
2010/2011	406	168	110	57
2011/2012		123	119	56
2012/2013	322	133	22 (04.04.2013.a.)	31 (04.04.2013.a.)

Allikas: Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskool 2013, autori koostatud.

Koostöös Vana-Vigala Põhikooliga on käivitatud projekt „Uus võimalus,“ mis loob võimalusi põhikooli pooleli jätanud või kohustuslikust koolieast väljunud noortele õpingute jätkamiseks koos kutse algoskuste omandamisega. Välja on töötatud õppeprogrammid (eelkutsõpe) noortele, kel põhihariduse omandamine on jäänud pooleli. Neil on võimalus põhikoolis omandada põhiharidus ja kutsekoolis saada samaaegselt ametialaseid algteadmisi. Vastu võetakse nii koolikohuslasi (alla 17-aastased) kui ka koolikohuslase ea ületanud noori (üle 17-aastased). Sisseastuvate õpilaste arv on olnud aastatega väga erinev ja väljalangejaid on palju, õpilastel on kadunud motivatsioon, õpiharjumus ja distsipliinitunne. Ühe variandina saavad põhihariduseta noored üldainetest loobuda ja pühenduda ainult ametile. Teine võimalus on omandada korraga nii põhiharidus kui eriala. Kaasaegsed elamistingimused on selle

koolimudeli puhul väga oluline, sest suur osa sihtgrupi noortest on õpingud katkestanud just kodu toetuse puudulikkuse või mõne muu sotsiaalse puuduse tõttu. (Arengukava aastani 2014) Tabelis 2 on ära toodud eelkutsõpilaste voolavus aastate lõikes.

Tabel 2. Eelkutsõpilaste voolavus aastate lõikes

Õppeaasta	Vastu võetud	Lõpetanud	Välja arvatud
2003/2004	51	15	15
2005/2006	47	39	10
2006/2007	33	24	andmed puudu
2007/2008	26	2	4
2008/2009	46	21	14
2009/2010	38	5	20
2010/2011	25	10	8
2011/2012	23	2	10
2012/2013	24		5 (04.04.2013.a.)

Allikas: Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskool 2013, autori koostatud.

Õpilaste rahulolu küsitlust on VVTTK-s läbi viidud ka varasematel aastatel. Küsitlus on koostatud SERVQUAL metoodika põhjal, mille tulemusena saadakse teavet õpilase ootuste ja nõudmiste kohta; kuidas õpilane tegelikult kogeb teenuse taset koolis ja milliseid teenuse kvaliteedi näitajaid on vaja tõsta. Küsitlustest on selgunud, et koolil on madal maine ja kvaliteet õpilaste hulgas. Õpilaste arvates eristub kool teistest kutsekoolidest sellepoolest, et võetakse vastu kõik õpilased (sh erivajadustega ja raskesti kasvatatavad õpilased). Järgnevast alapeatükist saamegi ülevaate tulemustest, mis on vastused autori koostatud küsitlusest õpilastele.

2.2. Uuringu metoodika ja tulemused

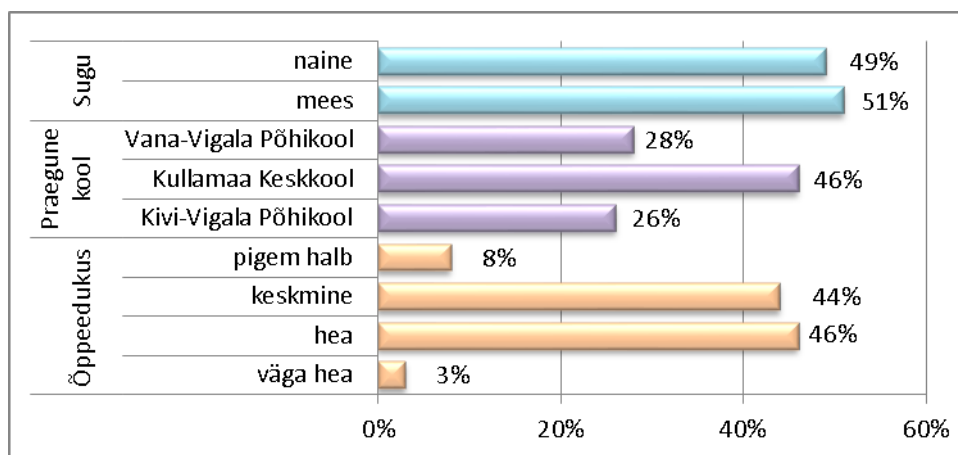
Käesoleva uuringu eesmärgiks oli välja selgitada Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli maine erinevates sihtgruppides ja õpilaste rahulolu ja suhtumist kutsekooli. Esimeseks sihtgrupiks olid Vana-Vigala ja Kivi-Vigala Põhikoolide ning Kullamaa Keskkooli üheksanda klasside õpilased. Teiseks sihtgrupiks olid antud kutsekooli õpilased ning kummalegi sihtgrupile oli koostatud oma küsitlus.

Kutsekooli õpilaste ja põhikooli viimaste klasside õpilaste käest koguti informatsiooni veebiküsitluse vormis. Käesoleva uuringu raames valmistati mõlema sihtgrupi jaoks

oma ankeet ning arvestati ka seda, et uurimisinstrumentidel oleks olemas ühisosa, mis võimaldab uuritavate sihtgruppide arvamusi uuritava objekti kohta võrrelda. Elektroonilised küsimustikud koostati *Google Docs* keskkonnas ja andmeid töödeldi *Microsoft Office Excel 2010* programmiga. Küsimustikku said õpilased täita arvutitundide ajal või privaatselt *Facebook* keskkonnas. Küsimustikest saadud andmed esitatakse töös tabelite ja joonistena, koos autoripoolsete kommentaaridega.

Uuringu eesmärgi saavutamiseks viidi läbi õpilaste seas kvantitatiivne uuring. Ankeetküsitluse baasil, mis koosnes valikvastustega küsimustest, millest paljud on viie vastusevariandiga ning kodeeringuga 1-5, kus 5 on kõige kõrgem ja 1 kõige madalam.

Küsitluses osales kolm põhikooli, kaks nendest antud kutsekooliga ühes vallas paiknevad põhikoolid – Vana-Vigala Põhikool ja Kivi-Vigala Põhikool ning Läänemaakonnas asuv Kullamaa Keskkool. Uurimuse üldkogumiks oli 276 õpilast, millest valimisse valiti 41 üheksanda klassi õpilast, kellest küsitlusel osales 39 õpilast. Joonisel 2 on ära toodud õpilaste sugu, kool ja õppeedukus põhikooli lõpetamisel. Antud joonisest saab ettekujutuse konkreetsete koolide 9 klasside õpilaste arvust, soolisest jaotusest ja õppeedukusest. Positiivseks näitajateks on võrdne sooline jaotuvus ja hea õppeedukus.



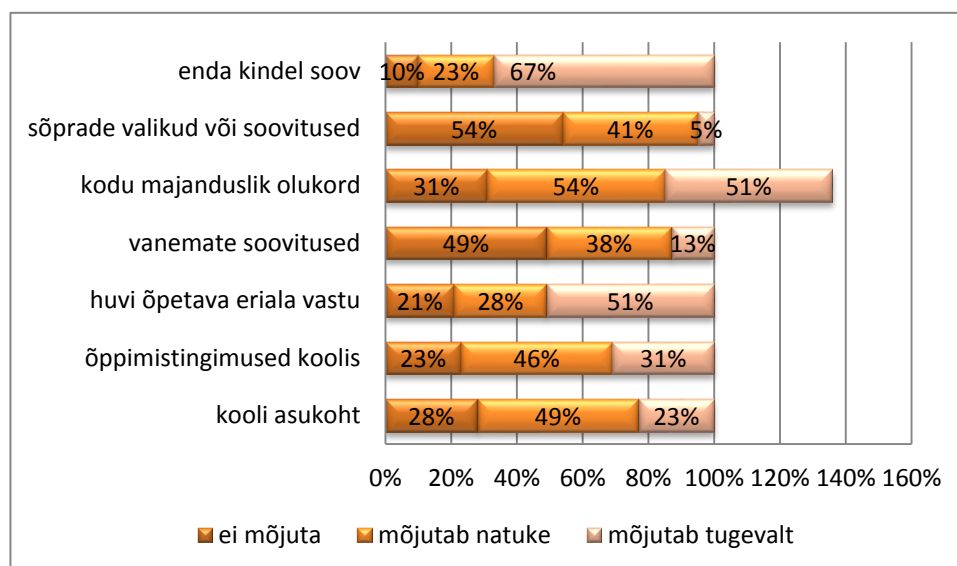
Joonis 2. Õpilase sugu, kool ja õppeedukus (autori koostatud).

Edasiõppimise otsust mõjutavad mitmed tegurid, näiteks huvi õpitava eriala vastu, õppimistingimused koolides, kooli asukoht, sõprade valikud või soovitusel, vanemate soovitusel ning kodune majanduslik olukord. Noorte enda sõnul mõjutab edasi

õppimise otsust kõige enam enda kindel soov (vt joonis 3 lk 33), mille mõju hindavad tugevaks üle poolte põhikoolilõpetajad. Teiseks tugevaks mõjutajaks on võrdselt kodu majanduslik olukord ja huvi õpetava eriala vastu, nii arvavad napilt üle poole vastajatest.. Kindlasti on siin oma osa ka asukohal, kuna Vigala vallas puudub gümnaasium ning kui õpilane soovib minna peale põhikooli gümnaasiumisse, siis on ta sunnitud kodust lahkuma ning kõik see nõuab rahalisi ressursse. Rahalised raskused on sageli põhjustatud perekonna keerulisest sotsiaalmajanduslikust olukorrast. Kolmandaks jäävad õppimistingimused koolis.

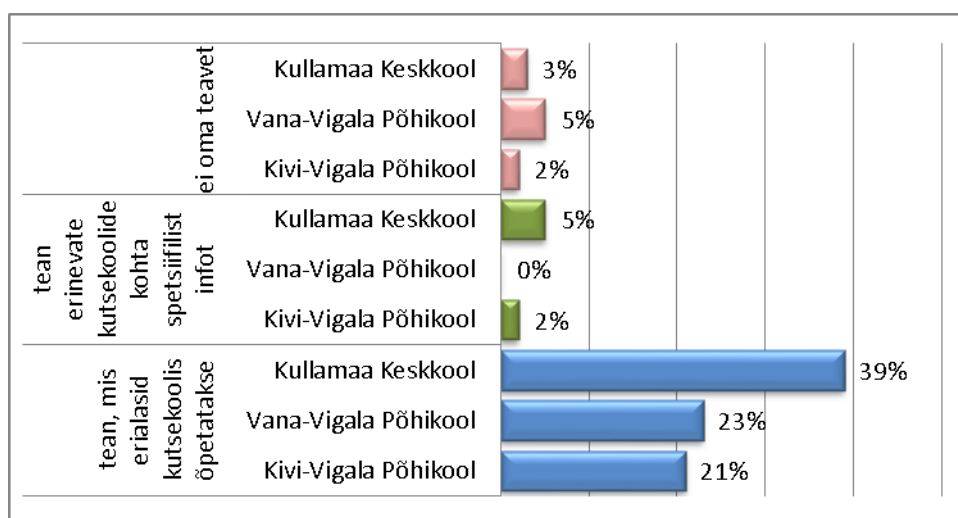
Kõige vähem mõjutavad põhikoolilõpetajaid otsuse langetamisel endi sõnul sõprade valikud või soovitused ning lapsevanemate soovitused ei mõjuta poolte koolilõpetajate otsuseid. Viimane vastus on küll väga üllatav, ei oleks osanud arvata, et põhikooli lõpetajat ei mõjuta vanemate soovitused. Kindlasti on siin oma osa lapse ja vanema vahelisel läbisaamisel. Tänapäeval võib meie ühiskond tekitada sellist olukorda, et vanemad võivad olla hõivatud tööga ja neil pole piisavalt aega lastega tegeleda ning tekivad konfliktid, mis võivad mõjutada laste tulevikuvaateid.

Antud küsimusest selgus ka see, et kahte õpilast ei mõjutanud otsuse langetamisel mitte ükski tegur. Positiivselt lähtudes võib tõdeda, et ülejäänud õpilastel on kindlad arusaamad, mis nende valikuid mõjutavad.



Joonis 3. Mõjutegurid otsuse langetamisel (autori koostatud).

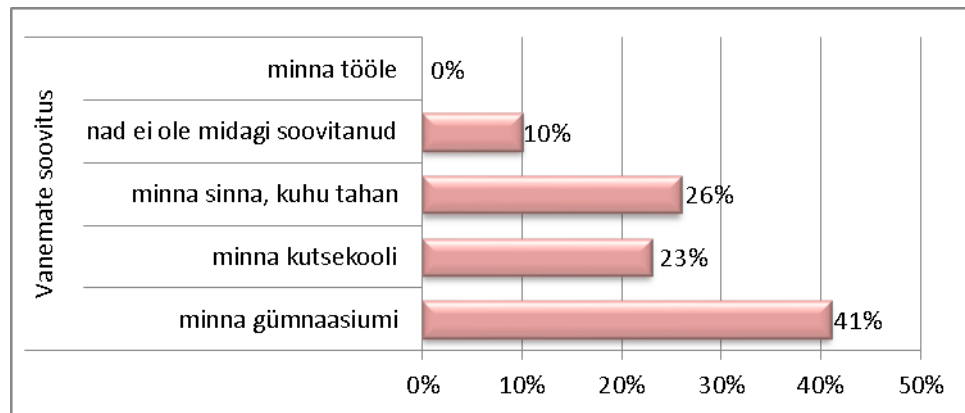
Kutsekooli maine üks kujundav komponent on kindlasti indiviidi informeeritus ja kokkupuude kutseharidussüsteemiga ning tema hariduslikud eesmärgid. Joonisest 4 võib välja lugeda, et enamuse õpilasi omavad informatsiooni kutseõppeasutustest ja seal õpetatavatest erialadest kuigi spetsiifilist infot kutsekoolide kohta teavad vähesed. Üldse ei oma teavet neli õpilast. Töö autor uuris ka *face-to face* õpilaste käest nende varasemat kokkupuudet kutsekoolide kohta ja õpilased tõdesid seda, et nad ei oma piisavalt informatsiooni. Infot oma koolis kutsehariduse- ja koolide kohta saavad nad vahetult enne põhikooli lõpetamist, kuid kas see on piisav aeg, et teha otsus juba kevadel ära. Koolidel peaks põhikooli astmes olema väga oluline roll noorte suunamisel, et nad oleksid teadlikud erinevatest võimalustest ning oskaksid teha edasise edasiõppimise valiku oma võimetest ja huvidest lähtuvalt.



Joonis 4. Õpilaste teadmised kutsekoolide kohta (autori koostatud).

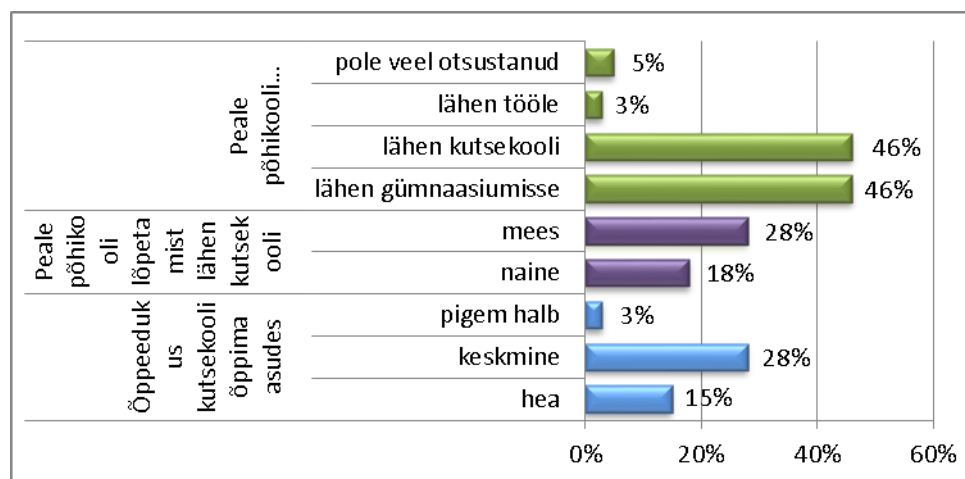
Kuna võis oletada, et noored hindavad vanemate nõuannete mõju üsna kõrgelt, siis oli oluline mõista, mida vanemad neile edasi õppimiseks enamasti soovitavad. Käesolevas uuringust aga selgus, et paljusid põhikoolilõpetajaid ei mõjuta vanemate soovitusel. Järgmisest joonisest (vt joonis 5 lk 35) võib välja lugeda jällegi seda, et ka lapsevanemad ise ei ole suuremad soovitajad ja nõuandjad. Natuke alla poole on neid vanemaid, kes annavad lapsele vabaduse valida ise endale kool või kes ei soovita lapsele midagi. Kõige rohkem soovitavad lapsevanemad lastel gümnaasiumi minna. Ja tegelikult oli ka kutsekooli soovitajate arv päris suur. Ükski lapsevanem tööle ei ole soovitanud peale põhikooli lõpetamist minna. Huvitav tähelepanek oli see, et nendel lastel, kelle vanemad ei ole jaganud soovitusi edasiõppimiseks, olid õppeedukused head

ja keskmised. Sageli mõeldakse, et kui õppeedukus on halb, siis on ka lastevanemate suhtumine teine aga sellest vastusest seda järeldada ei saa.



Joonis 5. Vanemate soovitus (autori koostatud).

Joonisel 6 toodi välja ja võrreldi omavahel õpilasi ja nende õppeedukust, kes tegid valiku kutsekooli kasuks. Kutsekooli ja gümnaasiumi valisid oma edasiseks õppimiseks võrde arv vastajaid. Kutsekooli minejate seas on ülekaalus noormehed, mis on tingitud kindlasti sellest, et tänapäeval on kutseõppeasutustes rohkem erialavalikuid meesterahvastele, kuigi kõikidele erialadele võivad ka tütarlapsed õppima minna. Antud vastuste tulemused on õppeedukuse kohta pealt positiivsed ja hea meel on tõdeda seda, et kutsekooli ei lähe õppima ainult need õpilased kellel on õppimiskasvatus. Autor teeb selle põhjal järelduse, et küsitletud põhikoolides on õpilastele hea õpikeskkond.



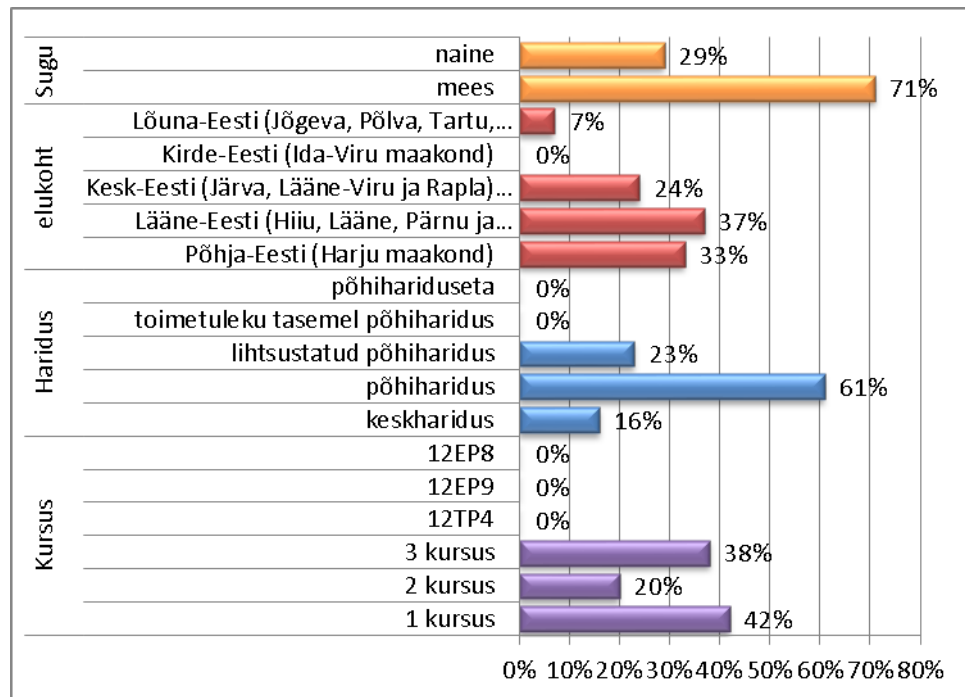
Joonis 6. Õpilase valikud peale põhikooli (autori koostatud).

Antud kutsekooli uurimuse üldkogumiks oli 322 õpilast ja küsitlusele vastas 92 õpilast, mis on kõigest 29% õpilaste koguarvust. Vastajate vähesus on tingitud sellest, et neli õppegruppi olid küsitluse ajal välipraktikal ning nendega ei olnud võimalik ühendust saada. Toimetuleku taseme baasil õppurid ei ole iseseisvalt võimelised adekvaatselt küsitlusele vastama ja töö autor võttis endale seisukoha, et ei kasuta vastuste saamiseks eripedagoogi abi, kuna see võib mõjutada õpilase vastamist. Eelkutse õpilased olid teadlikud küsitlusest aga nemad eirasid seda ja ühtegi vastajat 19 õpilasest ei olnud. Õpilaste nimekirjas on autodiagnostikute grupid, kus õpivad ka lätlased ning nemad samuti ei vastanud küsitlusele. Kuna küsitlus oli veebikeskkonnas, siis oli õpilasi kellel puudus võimalus ankeeti täita ja nad loobusid teistest alternatiivsetest (kasutada teise õpilase arvutit) võimalustest.

Vastajate andmed kursuse, hariduse ja soo kohta on ära toodud joonisel 7 (vt lk 37), kus meessoost vastajaid on rohkem, mis on ka loogiline, kuna enamus õpetatavaid erialasid on suunatud eelkõige noormeestele, mis ei keela muidugi tütarlastel neid ameteid õppima tulla. VVTTK õpilaste koguarvust 3/4 on meesterahvaid, mis võib ka olla üks põhjustest, miks koolis ei ole piisavalt õpilasi, kuna õpilased on ise väitnud, et tüdrukute arv on minimaalne ning eelistatakse teisi kutsekoole, kus gruppides oleks rohkem tüdrukeid.

Ankeedis oli sotsiaal-demograafiline küsimus õpilase elukoha kohta. Antud küsimuse vastusevariandid sai jagatud viieks piirkonnaks: Lõuna-Eesti, Kirde-Eesti, Kesk-Eesti, Lääne-Eesti ja Põhja-Eesti. Õpilasi käib koolis kõige rohkem Lääne-Eestist ja kõige vähem Lõuna-Eestist ning Kirde-Eestist ei ole ühtegi vastajat. Muidugi on õpilasi, kes ei ole sellele küsitlusele vastanud ning nende hulgas võib olla õpilasi, kes seda jaotust muudaksid. Probleemiks on kindlasti Vana-Vigala asukoht ja bussitransport. Busside sõidugraafik on vähene ja otseliin paljude sihtkohtadega puudub. Õpilased peavad kooli ja koju jõudmiseks kasutama erinevaid bussiliine.

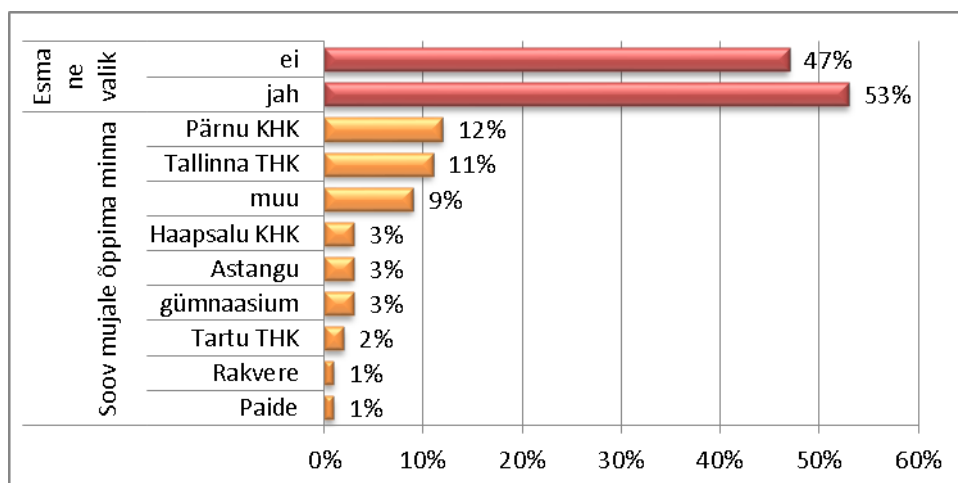
Antud küsimuse põhjal saame väita, et iga organisatsioonile on oluline tema paiknemine. Soodne asukoht on kindel näitaja sellest, millise otsuse teeb teenuse tarbija. Kui asukoht on ebasoodne, siis tihtipeale jäävad muud tegurid tahaplaanile ning selle all kannatab kvaliteet ja maine.



Joonis 7. Vastajate andmed (autori koostatud).

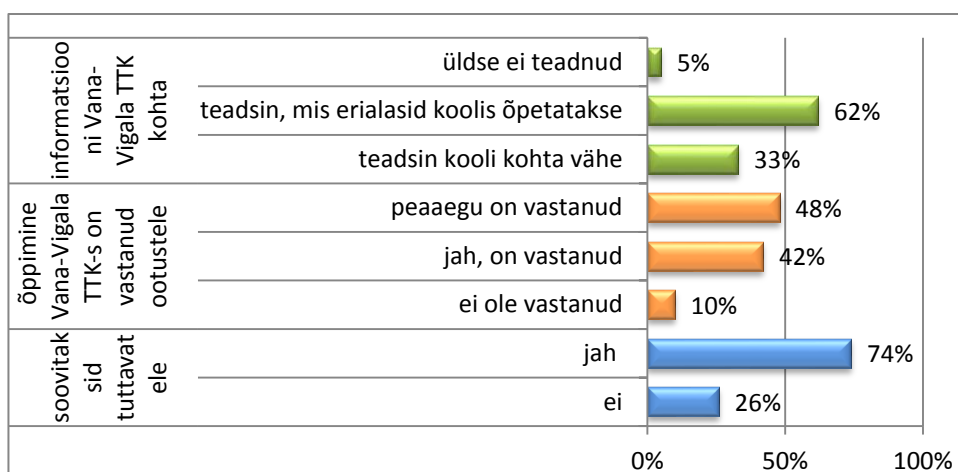
Joonisel 8 (vt lk 38) on ära toodud õpilaste koolivalik. Küsitlusest selgus, et üle poolte õpilaste oli VVTTK-sse õppimine tulek esmane valik ja alla poole vastajatele oli see teine valik. Saadud tulemus on väga halb ja paneb mõtlema selle üle, kui need 49 õpilast oleksid ka mujale õppima asunud, siis oleks tõesti VVTTK-s vähe õpilasi. Paljud õpilased olid valinud enda koolitee jätkamiseks mõne teise kooli aga kuna ei saanud nendesse sisse, siis valisidki õppimiseks VVTTK, kuna sisseastumine kooli ei valmistanud raskusi.

Õpilased väärtustavad tänapäeval edasiõppimise võimalusi ja koole valitakse põhjalikult, kui leitakse endale sobiv eriala, siis hindavad nad ka kooli olemasolevat mainet. Hinnanguid teenivad veel teisedki mõjuvad tegurid, nagu seos hobi või huvialaga, sobiv õppekeel, tulevane töökoht ja kooli asukoht. Kutsehariduses on tähtsal kohal praktika sooritamine ja õpilased uurivad enne kooli tulekut praktika võimalusi koolis. Siingi on oma osa asukohal, kohalikke ettevõtteid ei ole piisavalt, et kõiki õpilasi saaks kindlustada praktikakohaga. Mõned õpilased, kes valisid antud kooli teise võimalusena, käivad küll ühe aasta ära aga siis jätkavad sügisel ikka oma kooliteed mõnes teises koolis.



Joonis 8. Õpilaste eelistus õpingute jätkamisel (autori koostatud).

Kooli kohta omasid varasemat informatsiooni üle poolte vastajatest (vt joonist 9), mis näitab ikkagi seda, et õpilased uurivad erinevate koolide kohta informatsiooni ja teevad oma otsuseid sellest lähtuvalt. Erialade valikute kohta teadsid üle poolte õpilaste, mõni üksik vastaja väidab, et ta üldse ei teadnud informatsiooni Vana-Vigala Tehnika- ja teeninduskooli kohta. Kokkuvõttes on enamustele vastanud õppimine ootustele ja nad soovivad kooli tutvavatele. Sellest küsimusest tuli ka välja see, et õppimine ei ole vastanud ootustele seitsmele vastajale ja nendest ükski ei soovi kooli ka tutvavatele. Nende hulgast, kelle jaoks oli kool esimene valik, ei ole kolmele vastanud ootustele ja need kellel ei olnud esimene valik, siis kuuele ei ole vastanud kool ootustele.

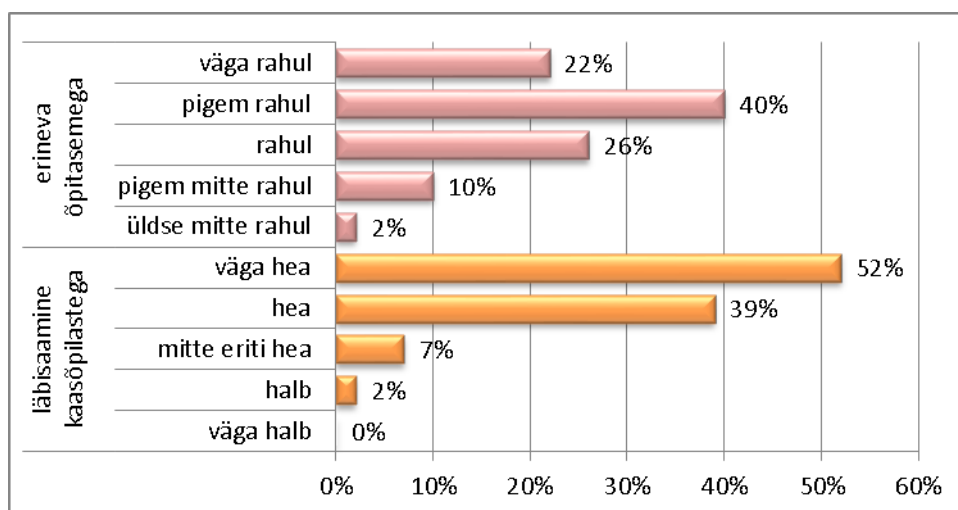


Joonis 9. Õpilaste informatsioon kooli kohta, õpingute vastamine ootustele ja tutvavatele soovitamine (autori koostatud).

Joonis 10 toob ära õpilaste rahulolu sellega, et koolis õpivad erineva haridustasemega õpilased. Selle küsimuse vastusest peaks tulema välja, kuidas õpilased suhtuvad üksteisesse ja kuidas mõjutab nende omavahelist suhtumist erinev haridustase. Tegemist on kindlasti ühe teguriga, mis kujundab kooli mainet ja imago. Koolis õpivad üheaegselt õpilased, kellel on keskharidus, põhiharidus, lihtsustatud põhiharidus, toimetuleku tasemel põhiharidus ja õpilased kellel ei ole põhiharidust. Kontingent on väga erinev ja koos õpivad õpilased, kellel on vaimsed- või kehalised puuded ja kes vajavad kindlasti enda kõrvale toetajat ning samas käib koolis ka õpilane, kes on täiesti terve.

Uuringust selgus, et küsitlusele vastajad on üldiselt selle olukorraga rahul, et koolis õpivad erineva õpitasemega õpilased. Rahulolematud olid vähesed ja saadud tulemus on üllatavalt positiivne, sest igapäevaselt koolis töötades tundub tegelik olukord sellest teistsugune. Kuid jällegi pean juhtima tähelepanu, et kogu küsitlusele vastajate arv oli väike ja 100% kindlat vastust ei saanud.

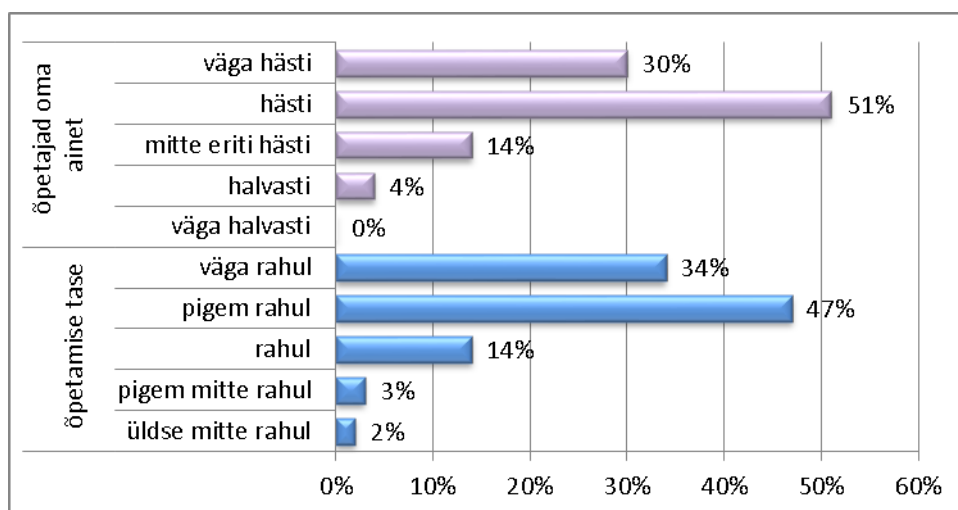
Samale joonisele (vt joonis 10) on ka toodud õpilaste omavaheline läbisaamine, mis on jällegi väga tähtis kvaliteedi, imago ja maine seisukohalt. Läbisaamist kaasõpilastega positiivseks on pidanud enamus vastajaid ja ükski vastajatest ei pea läbisaamist kaasõpilastega väga halvaks.



Joonis 10. Õpilaste rahulolu erineva kontingendiga ja läbisaamine kaasõpilastega (autori koostatud).

Kuidas õpetajad oma ainet tunnevad ja kuidas on õpilased rahul eriala õpetamise tasemega, on ära toodud joonisel 11. Üldiselt on õpilased rahul õpetajate aine valdamisega, üksikud on arvamusel, et õpetajad ei valda oma ainet mitte eriti hästi ja mõni on arvamusel, et see on halb, kuidas õpetaja oma ainet valdab. Kuid jällegi on heameel tõdeda, et vastajate hulgas ei olnud ühtegi õpilast, kes oleks arvamusel, et õpetaja ei valda oma ainet. Siit vastusest peaks saama kvaliteedi kohapealt positiivse vastuse kuna õpilaste arvates on õpetajate tase hea.

Samal joonisel on veel eriala õpetamise tasemega rahulolu õpilaste seas. Vastuse üldpilt on jällegi positiivne, ainult üksikud õpilased ei ole rahul õpetajate tasemega. Enamus VVTTK kutseõpetajaid on lõpetanud Tallinna Ülikooli kutsepedagoogika eriala, kus on omandatud ka erivajadustega õpilaste õpetamise oskusi. Kvaliteedi kohapealt jälle suhteliselt positiivne tulemus, sest rahul on õpetamise tasemega 95% vastajatest.



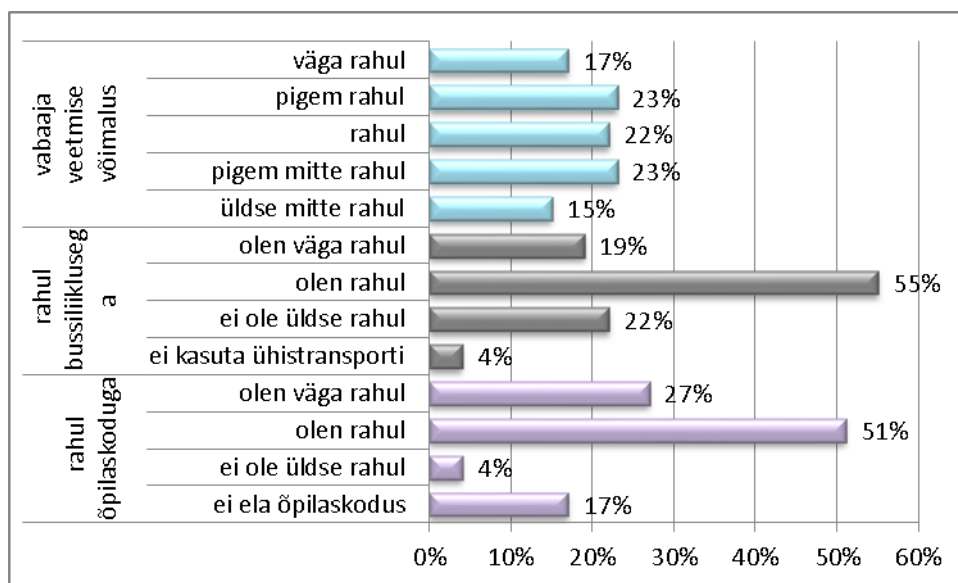
Joonis 11. Õpilaste rahulolu õpetajate õpetamise tasemega (autori koostatud).

Tavaliselt tahab kutsekooliõpilane peale koolipäeva tegeleda erinevate vabaaja veetmise võimalustega. Joonisel 12 (vt lk 42) näeme õpilaste rahulolu vabaaja veetmise võimalustega. Positiivsed ja negatiivsed vastused jagunevad omavahel võrdselt ja sellest vastusest näeb autor kindlasti probleemi, mis võib ohustada õpilaste kooli valikut. Olukord on kujunenud selliseks, kuna antud maakohas ei ole võimalik valida mitmete erinevate vabaajaveetmise võimaluste hulgast ja õpilased ei leia olemasolevate võimaluste seast endale meeldivat tegevust. Erinevaid tegevusi on toimunud aga nendest on õpilaste poolne osavõtt olnud minimaalne ning seoses õpilaste

mitteosalemisega on tegevustest loobunud, kuna õpilaste vähesuse tõttu ei ole seda ressursiliselt mõistlik jätkata. Koolis on olemas raamatukogu, mis aga ei toeta kaasaegset õppetööd, puudub korralik internetiühendus ja arvuti kasutamise võimalused on minimaalsed, mille tulemusena on õpilaste võimalused iseseisva töö tegemiseks ebapiisavad.

Kooli ja kodu vahel liikumiseks peab õpilane kasutama erinevat transpordivahendit, olgu see siis buss, auto, rong vms. Küsimusest 14 (vt lisa 2) saime teada, et kooli ja kodu vahel liiklemiseks kasutab ühistransporti ehk bussi 56 õpilast ja autodega käivad koolis küsitletust 36 õpilast. Bussiga mitte käimist põhjendavad õpilased sellega, et neil puudub võimalus kodukohast otse ühe bussiga kooli tulla ja nad peavad ümber istuma ning teist bussi ootama. Kuid niimoodi tulles ei jõua nad alati õigeaks ajaks kooli. Ühe autoga käivadki paljud õpilased nendest piirkondadest, kus on bussiliiklus halb. Bussiliiklusega on rahul üle poolte vastajatest. Mitte rahulolijate hulka sai arvestatud ka need, kes ei kasuta ühistransporti, kuna nad seletasid, et kasutavad muud vahendit koolis käimiseks, kuna bussiliiklus ei võimalda seda eriti hästi. Sellest jäeldub, et mitte rahulolijaid on 45%, kes kasutavad koolis käimiseks muud transpordivahendit. Kindlasti jääb õpilasi antud kooli tulemata just ühistranspordi vähesuse tõttu. See mõjutab aga negatiivselt asukoha imagot.

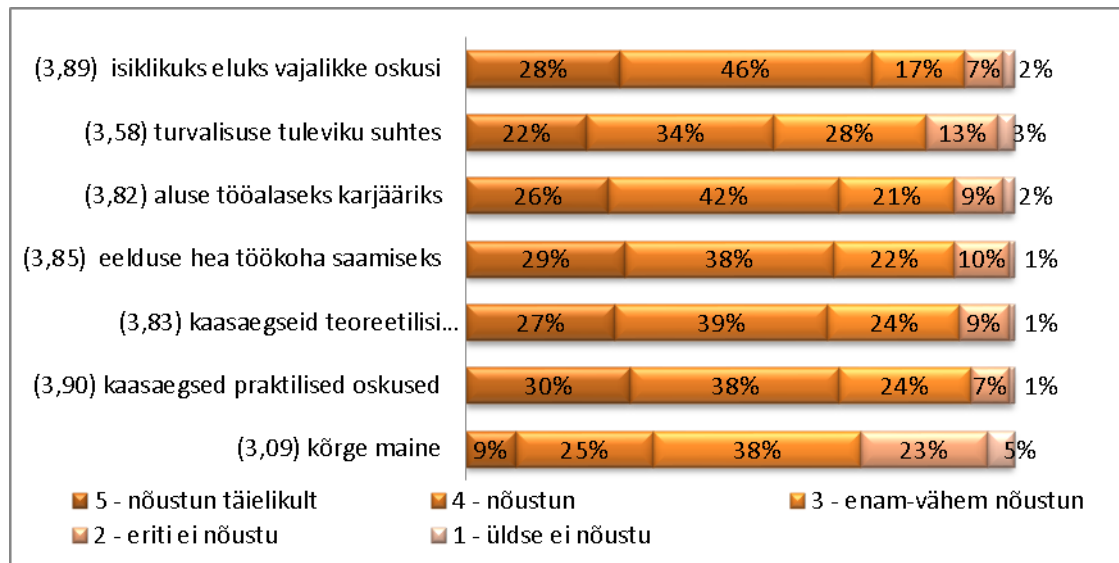
Kutsekoolis õppides on õpilase teiseks koduks õpilaskodu. Käesoleval aastal valmisid Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskoolil uued õpilaskodud ja kõik kooli õpilased elavad nüüd äsja renoveeritud uues majas. Varemalt olid õpilaste elamustingimused halvad ja nende rahulolu oli õpilaskodude suhtes väga madal ning õpilased ei varjanud oma pahameelt selle suhtes. Kooli maine ja kvaliteet said kindlasti sellest olukorrast tingituna väga madala hinnangu, kuna paljud õpilased loobusid siia õppima asumisest just peale tutvumist õpilaskoduga. Käesolevast küsitlusest võib juba näha positiivseid tulemusi, sest enamus õpilastest on rahul õpilaskoduga. Üksikute õpilaste rahulolematus võib olla tingitud sellest, et õpilaskodus on suhteliselt range kodukord ja distsipliin ning mõned õpilased ei ole lihtsalt sellise korraga harjunud ja neil on tekkinud teiste kaasõpilaste ja õpilaskodu kasvatajatega konflikte. Õpilaskodus peab valitsema puhtus ja kord, et iga õpilane saaks ennast seal mugavalt ja koduselt tunda.



Joonis 12. Õpilaste rahulolu vabaaja veetmisega, bussiliiklusega ja õpilaskoduga (autori koostatud).

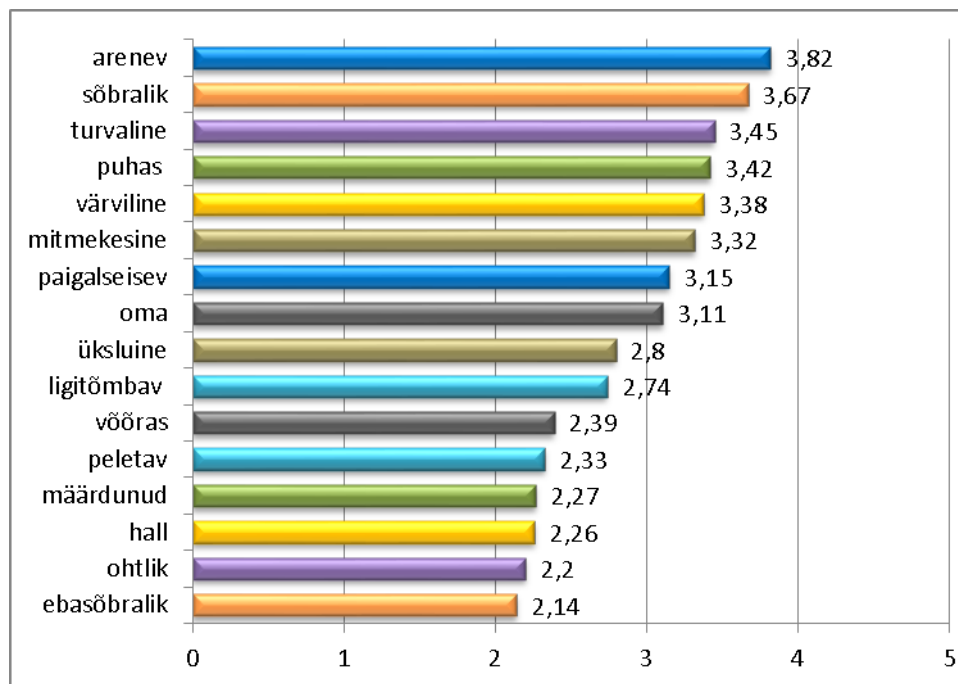
Mida arvavad õppimisest õpilased VVTTK-s on kujutatud joonisel 13 (vt lk 43). Saadud vastused on kodeeringuga 1-5 ja leitud on keskmine. Kõige rohkem on vastajad rahul sellega, kuidas nad saavad koolist kaasa kaasaegseid praktilisi oskuseid, mis kindlasti mõjutab õpilase hakkama saamist tööturul. Järgmisena hindavad õpilased seda, kuidas kool annab eluks vajalikke isiklikke oskusi ja kindlasti on need oskused eeldused saada hea töökoht, mida hindavad ka õpilased kõrgelt. Üldiselt hindavad õpilased hästi erinevaid oskusi, mida kool õpilastele õpetab, kõik ikka selleks, et õpilane oleks peale kooli lõpetamist täielikult valmis iseseisvalt elama ja töötama.

Kõige rohkem sai kriitilisi tulemusi kooli maine, millest saab järeldada, et kooli maine on madal ja seda peab kindlasti püüdma parandada, mis eeldab koostööd erinevate sihtgruppide vahel, kelleks on õpilased, õpetajad, kogu kooli personaal ja kool ise. Maine ja kvaliteedi tõstmine on pikaajaline protsess ja selle saavutamiseks tuleb palju tööd teha. Eelkõige on maine kujundajad oma kutsekooli õpilased, kelle kaudu levib info kõige rohkem.



Joonis 13. Mida annab õppimine VVTTK-s (autori koostatud).

Sihtgruppide hulgas valitseva imago uurimiseks arvutas autor iga omadussõnale antud hinnangute aritmeetilised keskmised. Joonisel 14 (vt lk 44) on näha, et kõige rohkem on õpilased rahul kooli arenguga, mis kindlasti on tänu viimastel aastatel toimuvate remontide ja renoveerimistega. Õpilased on endale saanud uue õppetöökoja ja õpilaskodu. Järgmisena on õpilased rahul sõbralikkusega koolis, positiivne vastus tuli juba välja varasemast küsimusest läbisaamisest koolikaaslastega. Veel on õpilased rahul kooli turvalisusega ja koolis valitseva puhtusega. Negatiivse omadussõnana oli õpilaste arvates kool paigalseisev, mis tegelikult on natuke vastuolus, kuna õpilased olid ju arvamusel, et kool on olnud arenev. Antud vastusest võib õpilaste pahameelt tõlgendada sellega, et käesoleval hetkel peaksid edasi toimuma kooli peahoone remonditööd aga seoses rahastamisega on tekkinud ehitustöödele paus. Õpilased ei ole ka rahul üksluisusega koolis ja nende arvates ei ole kool piisavalt ligitõmbav. Koolimajal on praeguseks renoveeritud ainult üks maja osa ja seoses sellega ei ole tõesti kooli üldpilt positiivne.



Joonis 14. Positiivsed ja negatiivsed imagodimensioonid (autori koostatud).

Käesolevast uuringust sai ülevaate õpilaste erinevatest arvamustest ja seisukohtadest Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli kohta ning järgmises alapeatükis toob autor ära järeldused ja erinevad ettepanekud, mille rakendamisel peaks kooli kvaliteet ja maine paranema.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Järgnevalt teeb töö autor järeldused lähtuvalt läbiviidud uuringu tulemustest ning esitab omapoolsed ettepanekud, kuidas tõsta kutsekooli kvaliteeti, mainet ja imago õpilaste hulgas ning kuidas seda hoida positiivsena.

Erinevaid haridusasutusi, kust õpilane saab endale vajaliku hariduse ja eriala omandada on Eestimaal palju ja konkurents on tihe. Iga kool annab endast parima, et just tema kasuks otsustatakse. Õpilane teeb oma valiku lähtudes paljudest teguritest: kooli asukoht, erinevad eriala valikud, sõprade ja tuttavate soovitusel, kooli maine praeguste õpilaste ja vilistlaste hulgas, õppetöö kvaliteet jne. Reeglina otsustab õpilane ikka nõ parema kasuks, kuid kas see on ka alati kõige õigem otsus? Kool peab enda eest

võitlema, et selles konkurentsipüüdis ja ainuke võimalus ongi hoida kooli head mainet ja tõsta kooli kvaliteeti.

Põhikooli õpilaste küsitlusest selgus, et õpilane ei oma eriti informatsiooni erinevatest kutsekoolidest ja kättesaadav info ei ole piisav, et õpilane saaks kindlalt väita, et ta teab kutseharidusest- ja koolidest kõik. Info kutsehariduse kohta oleks paremini kättesaadav, kui seda rohkem otse koolides levitatakse. Kutseharidust ja kutsekooli ei peaks tänapäeval õpilased pelgama ega sellesse negatiivselt suhtuma, tuleb lihtsalt mõelda ja tegutseda selles suunas, et põhikooli lõpetaja ei häbeneks ka väga hea õppeedukusega kutsekooli õppima tulla. Kindlasti on siin oma osa ka meie ühiskonnal, lapsevanemad on oma töö tõttu väga hõivatud ja sellega seoses peavad lapsed palju üksi olema ja ise hakkama saama. See kõik aga mõjub lapse psüühikale kurnavalt ja seoses sellega tulevad probleemid õppimisel ja suhtlemisel täiskasvanu ning lapse vahel, mis võivad mõjutada lapse edaspidiseid otsuseid ja valikuid. Kindlasti peavad siin omavahel koostööd tegema kool ja kodu. Probleemid tuleb juba eos lahendada, pärast ei pruugi need enam laheneda. Noort tuleb julgustada ja talle nõu anda.

Kutsekooli õpilaste küsitlusele laekus vastuseid oodatust vähem ja seoses sellega on väga raske praegu seisukohta võtta. Käesoleva töö teema valis autor just selletõttu, et nägi probleemi ja soovis leida põhjuseid, mis sellist olukorda tekitavad. Koolimaja, kus õpilased õppida saaksid on olemas ja areneb pidevalt aga kooli jaoks napib õpilasi. Mida tuleks ette võtta, et õpilased valiksid oma haridustee jätkamiseks just Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskooli? Konkurents on haridusmaastikul tihe ja kõik koolid teevad endast parema, et õpilased asuksid just nende kooli õppima. Eelkõige valivad õpilased endale kooli selle maine ja kvaliteedi järgi. Kui kooli maine on halb, siis seda kooli ei valita ja ei soovitata ka teistele. Tekib küsimus, et kas siis tõesti Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskooli maine, imago ja kvaliteet on nii halvad, et õpilased sellepärast ei tule kooli õppima?

Vastust peaks otsima antud uuringust ja sellest tegema järeldused. Suur hulk õpilasi ei ole oma esimeseks valikuks nimetanud antud kooli ning on valinud mõne teise kooli. Miks? Arvan, et sellele küsimusele saame vastuse siis, kui esitame selle tõesti ainult õpilasele ja laseme tal rääkida kõigest, mis tal selle kohta öelda on. Peame saama ja

suutma õpilast kuulata ja ta peab tunnetama, et temast peetakse lugu ja temaga arvestatakse. Meie eesmärgiks on saavutada austus ja ausus üksteise suhtes ja siis saame alles hakata looma mainet ja sellest kujuneb meie kooli imago, mis põhineb kvaliteetsusel.

Uuringust selgus, et peaaegu pooltel Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskoolis õppivatel õpilastel ei olnud see esimene valik, kuhu õppima asuda. Kuna Vana-Vigala asub geograafilises mõttes tõmbekeskustest eemal, siis juurdepääs ühistranspordi näol ei ole optimaalselt korraldatud, mis annab omakorda konkurentsieelise soodsamates asukohtades olevatele kutsekoolidele. Rahulolematus on ka õpilaste hulgas vabaaja veetmise võimalustega – koolil on olemas vastavad ruumid aga puudub kaasaegne ruumide sisustus, samas selgus ka, et õpilastel ei ole konkreetset huvi spordiga tegelemiseks.

Puudusena toodi välja ka kooli raamatukogu, mis ei toeta kaasaegset õppetööd (puudub internetiühendus ja arvuti kasutamise võimalus), mille tulemusena on õpilaste võimalused iseseisva töö tegemiseks ebapiisavad.

Lähtuvalt uuringu tulemustest näeb töö autor lahendustena konkurentsipüsimiseks kooli juhtkonna ees järgmiseid ülesandeid:

- uute õppekavade väljatöötamist, mis annaks suurema huvitatuse tütarlastele;
- atraktiivsemate õpilasürituste korraldamist ja koolitraditsioonide täiustamist, mis omakorda motiveerivad õpilasi tegelema intensiivsemalt erinevate vabaaja- ja huvitegevustega;
- kutse- ja karjäärinõustamine kutsealase eelkoolituse näol, et põhikoolide õpilased saaksid rohkem informatsiooni kutsehariduse- ja koolide kohta;
- õpilaste kaasamine õppetöökorraldusse.

Kutseõppe kvaliteedi ja maine parandamine on kogu riigi majanduse ja inimressursside arengu seisukohalt määrava tähtsusega ja rakendatavad abinõud kõikidel tasanditel peaksid olema ühendatud ühise eesmärgi huvides. Kõik see nõuab organisatsioonilt ühist tegutsemist ning edukus tulenebki ühise eesmärgi saavutamisest.

KOKKUVÕTE

Kutsehariduse eesmärk on tagada õpilasele individuaalse arengu võimalused, aidata kohaneda tööturu muutustega ning omandada laialdasi kutseoskusi. Hea hariduse märksõnad oleksid efektiivsus, paindlikkus, funktsionaalsus, koostöö, kvaliteet ja avatus. Kui kõiki neid sõnu positiivselt kasutades saab rääkida kutseharidusest, siis on hariduse omamine noortele tehtud meeldivaks ja nad soovivad seda õppida. Uuringu tulemustest selgus, et õpilaste rahuolu sõltub mitmetest teguritest: üldisest õhkkonnast koolis, õpetajate ja õpilaste vahelistest suhetest, õpetamise kvaliteedist, võimalusest väljendada oma soove ning kuidas on võimalus arendada oma sünnipäraseid andeid jne. Õpilaste rahulolu oma kooliga on üks olulisemaid kvaliteedi näitajaid, mis mõjutab maine ja imago kujunemist.

Käesoleva lõputöö eesmärgiks oli uurida ja analüüsida Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli mainet, kvaliteeti ja imagot kahe sihtgrupi seas (põhikooli- ja kutsekooliõpilased). Tänapäeval saab õpilane valida endale kooli ise ja väljavalituks osutub kool, millel on hea maine ja kõrge õpikvaliteet.

Käesoleva töö eesmärgi saavutamiseks uuriti ja analüüsiti Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli mainet, kvaliteeti ja imagot kahe sisemise sihtgrupi – Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskoolis õppivate õpilaste ja põhikoolilõpetajate seas. Küsitluseks koostati ankeetküsitlus, millele said vastajad vastata veebikeskkonnas. Küsitlusele saabus vastuseid 131 vastajalt. Põhikoolist vastasid enamus lõpetajaid aga kutsekooli õpilaste osakaalu oleks töö autor oodanud rohkem.

Uuringust selgus, et Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskool ei olnud alla pooltele vastajatele koolide valikus esimesel kohal, vaid kooli on tulnud alles siis õppima, kui

mujale ei ole pääsetud. Sellest võib järeldada, et koolil ei ole hea maine, mis omakorda on tinginud ka madala õppekvaliteedi.

Samas olid õpilased nõus nii õpetajate õpetamise tasemega kui ka sellega, kuidas nad oma ainet valdavad. Vastajaid ei häiri ega sega see, et koolis õpib palju erineva õpitasemega õpilasi ja nende omavaheline läbisaamine on hea. Kindlasti on siin oma osa õpetajatel ja kasvatajatel, kes tegelevad õpilastega ning aitavad neid omavahelisel suhtlemisel.

Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli tulevikku kindlustaks positiivselt see, kui uuendatakse õppekavasid, mis suurendaks õpilaste arvu ja muudaks kooli sisseastujatele esimeseks valikuks. Kõik see nõuab organisatsioonilt ühist tegutsemist ning edukus tulenebki ühise eesmärgi saavutamisest.

Töö autor tegi järelduse, et koolid on muutunud sarnasemaks äriorganisatsioonidele, mis konkureerivad omavahel õpilaste pärast ja õpilased valivad loomulikult atraktiivsemaid ja mainekamaid koole. Uuringust selgus, et Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskool ei ole sisseastujate seas esmane valik, see omakorda on vähendanud oluliselt õpilaste arvu, andes teistele kutsekoolidele konkurentsieelise. Ühtlasi mõjutab see Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli mainet, kui ka pakutava teenuse kvaliteeti.

VIIDATUD ALLIKAD

- 1) **Ahlberg, M.** 1994. Mita laatu ja jatkuva laadun kehittäminen voisivat merkitä yliopistoissa? Korkeakoulutieto 3, 70-74.
- 2) **Alas, R.** 2004. Juhtimise alused. Tallinn: Külim.
- 3) **Alliksaar, T.** Klientide rahulolu uuring OÜ Vilmix näitel. Bakalaureusetöö. [<http://hdl.handle.net/10492/543>] 25.03.2013.
- 4) **Anton, E.** 2011. Õpitrepp. Ajakiri täiskasvanute õppimisest ja õpetamisest. Haridus- ja Teadusministeerium.
- 5) **Bachmann, T.** 2005. Reklaamipsühholoogia. Tallinn: Ilo.
- 6) **Beach, L.R.** 1990. Image theory: Decision making in personal and organizational contexts. New York: Wiley.
- 7) **Cowen, E. L.** 2000. Handbook of Community Psychology. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- 8) **Dowling, C.** 2002. Creating Corporate Reputations: Identity, Image, and Performance. Oxford: University Press.
- 9) Eesti kutseharidussüsteemi arengukava 2009-2013. 2009. Haridus- ja Teadusministeerium. Tartu.
- 10) **Fombrun, Charles J.** 1996. Reputation: realizing value from the corporate image. Boston: Harvard Business School Press.
- 11) **Grönroos, C.** 1990. Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in Service Competition. Toronto: Lexington Books.
- 12) **Harvey, L. & Green, D.** 1993. Defining quality. Assessment & Evaluation in Higher Education.
- 13) **Kindersley, D.** 2001. Edukas suhtekorraldus. Tallinn: Koolibri.
- 14) Koolide pingeline rida või koolijuhtide pingerida? [<http://guidoulejev.wordpress.com/2012/10/21/koolide-pingeline-rida-voi-koolijuhtide-pingerida/#comments>] 17.04.2013.

- 15) Kopenhaagenist Bordeaux'ni. 2009. Kutseõppe areng Euroopas 2002-2008. Tallinn: OÜ Trükisilm.
- 16) **Kotler, P., Jain, D. C., Maesincee, S.** 2003. Muutuv turundus. Kasumi, kasvu ja uuendamise võimalusi. Kirjastus Pegasus.
- 17) Kvaliteedi statistika ja statistika kvaliteet. 2009. Eesti Statistikaalseti teabevihik. Tallinn: Ofset OÜ.
- 18) **Lepp, E-L.** 2011. Tallinna kooliõdede organisatsiooniline ja professionaalne identiteet. Bakalaureusetöö. TÜ.
- 19) **Lillrank, P.** 1990. Laatumaa. Helsinki: Gaudeamus.
- 20) **McDaniel ja Gates** 2001. Marketing Research: Tools & Techniques. Oxford University Press, 531 p.
- 21) Mis toimub ettevõttes? Ettevõtte hindamine ja arendamine. 2008. Õppematerjal. SA Innove.
- 22) **Morall, P.** 1988. Quality assurance in nurse education. The social context of learning. Nurse Education Today 9, 4.
- 23) **Morris, C. G., Maisto, A. A.** 2005. Understanding Psychology, 7th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- 24) **Murgaatrodyd, S., & Morgan, C.** 1992. Total Quality Management and the School. USA: Open University Press.
- 25) **Nikkainen, P. Lyytinen, H.** 2005. Õppiv kool ja enesehindamine. Tallinn: El Paradiso
- 26) **Oakland, J.S.** 2006. Terviklik kvaliteedijuhtimine. Teooria ja praktika. Tallinn: Külim.
- 27) **Paldis, K.** 2008. Pärnu imago Pärnu Sütevaka humanitaargümnaasiumi ja Pärnu Ülejõe gümnaasiumi abiturientide seas. Bakalaureusetöö. TÜ.
- 28) **Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L.** 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. – Journal of Marketing, vol 49, Fall, pp.41-50.
- 29) **Past, A.** 1999. Eesti linnade imago linnaelanike silmis. Publitseerimata magistratöö. TÜ.
- 30) **Past, A.** 2005. Juhtimine ja suhtekorraldus. Meelespealilledega tass. Tallinn: Kirjastus Pegasus.

- 31) **Past, A.** 2007. Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas. Tartu: Äripäeva Kirjastus.
- 32) **Past, A.** 2009. Too oma meeskond ühte paati. Sisekommunikatsioon ettevõtetes ja organisatsioonides. Tallinn: Äripäeva kirjastus.
- 33) **Perens, A.** 1998. Teenuste marketing. Kirjastus Külim.
- 34) **Pern, K.** 2005. Õpilaste rahulolu Türi Majandusgümnaasiumis. Pedagoogiline lõputöö. Tallinna Ülikool. [www.hot.ee/imetabane/kool/pikktoo.doc]10.04.2013.
- 35) **Pern, K.** 2007. Õpilaste rahulolu koolis – kas peaks uurima?. Õpetajate Leht. [http://haridus.opleht.ee/Arhiiv/1_22007/18-20mustv.pdf] 17.04.2013.
- 36) **Popkewitz, T. S.** 1997. The production of reason and power: Curriculum history and intellectual traditions. Journal of Curriculum Studies 29(2), 131-164.
- 37) **Priimägi, L.** 1998. Reklaamikunst. Tallinn: Tallinna Raamatutrükikoda
- 38) **Priimägi, L.** 2012. Isikliku maine kujundamine. – Rajaleidja. [<http://www.rajaleidja.ee/isikliku-maine-kujundamine/>] 15.04.2013.
- 39) **Raja, K.** 2005. Kliendi rahulolu tagamine kutseõppeasutuses läbi kvaliteedijuhtimise. Magistritöö. TLÜ.
- 40) **Riel, C.B.M.** 1995. Principles of Corporate Communication. Erasmus University Rotterdam.
- 41) **Ruus, V-R., Veisson, M., Leino, M., Ots, L., Pallas, L., Sarv, E-S., & Veisson, A.** 2007. Õpilaste edukus, toimetulek ja heaolu koolis. Eesti kool 21. sajandi algul: kool kui arengukeskkond ja õpilaste toimetulek. Tallinn: TLÜ Kirjastus.
- 42) **Seiler, K.** 2005. Kutseõppeasutuste imago potentsiaalsete ja praeguste õpilaste hulgas. Bakalaureusetöö. TÜ.
- 43) **Senge, P.** 1990. The fifth discipline. The art and practice of the learning organization. New York: Doubleday/Currency.
- 44) Suhtekorraldus vabaühendustes: käsiraamat kommunikatsioonist ja meediasuhetest. 2005. 34 lk. Tallinn: OÜ Erkotrükk.
- 45) Suhtekorralduse käsiraamat. 1998. Imago suhtekorralduses. Organisatsiooni/firma kommunikatsioon. Tallinn: Äripäeva Kirjastus.
- 46) **Zeithaml, V., Parasuraman, A., Berry, L.** 1990. Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectations. The Free Press.
- 47) **Talts, L.** 2000. Koolikeskkond õpilaste refleksioonis. Haridus ja sotsiaalne tegelikkus: artiklite kogumik. Tartu, lk 224-230.

- 48) **Tooman, H.** 2002 Teenuste osutamisprotsessi kvaliteet ja selle roll sotsiaalteenuste tervikliku kvaliteedi hindamisel. – Eesti Sotsiaaltöö II Kongress “Areneva ühiskonna väljakutsed. Sotsiaalteenused.”
- 49) **Tõnismäe, E. & Gern, H.** 2008. Juhendamine ja mentorlus. Tallinn. Äripäeva kirjastus.
- 50) **Vadi, M.** 2001. Organisatsioonikäitumine. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.
- 51) Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskool. Dokumendid.
[<http://web.vigalattk.ee/koolist/pohivaartused>] 14.03.2013.
- 52) Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskooli arengukava 2011/2012-2014. Vana-Vigala 2011.[<http://web.vigalattk.ee/dokumendid>] 18.03.2013.
- 53) Vana-Vigala Tehnika-ja Teeninduskooli kodulehekülg. [www.vigalattk.ee] 15.03.2013.
- 54) **Üksvärav, R.** 1992. Organisatsioon ja juhtimine. Tallinn.

Lisa 1. Küsitlus kutsekooli õpilasele

Hea Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli õpilane, käesolev anonüümne küsimustik on koostatud Tartu Ülikooli Pärnu Kolledži ettevõtlus ja projektijuhtimise eriala üliõpilase lõputööks vajaliku uuringu läbiviimiseks. Lõputöö teema on "Kutsekooli maine Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli näitel."

Küsimustik on anonüümne ja vastamine võtab aega 10 kuni 15 minutit. Palun leia see aeg, sest tänu Sinu vastustele saame õige ülevaate õpilaste arvamustest Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli maine kohta.

Ette tänades!
Ave Vaarma

1. Kas Vana-Vigala TTK-sse õppima tulek oli Sinu jaoks esmane valik?
 - ☐ Jah
 - ☐ Ei
2. Kui ei, siis milline oli esmane valik?
 - ☐ Palun kirjuta oma vastus kastikesse
3. Kui palju omasid informatsiooni Vana-Vigala TTK kohta enne siia tulekut?
 - ☐ Teadsin, mis erialasid kooli õpetatakse
 - ☐ Teadsin kooli kohata vähe
 - ☐ Üldse ei teadnud
4. Kas õppimine Vana-Vigala TTK-s on vastanud Sinu ootustele?
 - ☐ Jah, on vastanud
 - ☐ Peaaegu on vastanud
 - ☐ Ei ole vastanud

Lisa 1 järg

5. Õppimine Vana-Vigala TTK-s...

Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- üldse ei nõustu; 2- eriti ei nõustu; 3- enam-vähem nõustun; 4- nõustun; 5- nõustun täielikult

- ☐ on kõrge mainega
- ☐ annab kaasaegseid praktilisi oskuseid
- ☐ annab kaasaegseid teoreetilisi teadmisi
- ☐ loob eelduse hea töökoha saamiseks
- ☐ annab aluse tööalaseks karjääriks
- ☐ annab turvalisuse tuleviku suhtes
- ☐ annab isiklikuks eluks vajalikke oskusi

6. Kuidas oled rahul, et Vana-Vigala TTK-s õpivad erineva õpitasemega (keskharidus, põhiharidus, lihtsustatud põhiharidus, toimetulek ja põhihariduseta) õpilased?

- ☐ Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- üldse mitte rahul; 2- pigem mitte rahul; 3- rahul; 4- pigem rahul; 5- väga rahul

7. Kuidas oled rahul eriala õpetamise tasemega?

- ☐ Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- üldse mitte rahul; 2- pigem mitte rahul; 3- rahul; 4- pigem rahul; 5- väga rahul

8. Kuidas valdavad Sinu arvates õpetajad oma ainet?

- ☐ Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- väga halvasti; 2- halvasti; 3- mitte eriti hästi; 4- hästi; 5- väga hästi

9. Kuidas oled rahul vabaaja veetmise võimalustega Vana-Vigala TTK-s?

- ☐ Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- üldse mitte rahul; 2- pigem mitte rahul; 3- rahul; 4- pigem rahul; 5- väga rahul

10. Kuidas on Sinu läbisaamine kaasõpilastega?

- ☐ Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- väga halb; 2- halb; 3- mitte eriti hea; 4- hea; 5- väga hea

11. Kas soovitaksid tuttavatel Vana-Vigala TTK-sse õppima tulla?

- ☐ jah
- ☐ ei

Lisa 1 järg

12. Kuidas oled rahul Vana-Vigala TTK õpilaskoduga?

- Olen väga rahul
- Olen rahul
- Eo ole üldse rahul
- Ei ela õpilaskodus

13. Milline omadussõna kirjeldab Sinu arvates kõige paremini Vana-Vigala TTK-d?

- Palun vasta 5-palli skaalal, kus 1- üldse ei nõustu; 2- eriti ei nõustu; 3- enam-vähem nõustun; 4- nõustun; 5- nõustun täielikult
- Oma
- Võõras
- Arenev
- Paigalseisev
- Turvaline
- Ohtlik
- Sõbralik
- Ebasõbralik
- Puhas
- Määrdunud
- Mitmekesine
- Üksluine
- Ligitõmbav
- Peletav
- Värviline
- Hall

14. Millist transpordivahendit kasutad koolis käimiseks?

- Palun kirjuta oma vastus kastikesse

15. Kas oled rahul bussiliiklusega kooli ja kodu vahel?

- Olen väga rahul
- Olen rahul
- Ei ole üldse rahul
- Ei kasuta ühistransporti

16. Sugu

- Naine
- Mees

Lisa 1 järg

17. Milline haridus Sul oli Vana-Vigala TTK-sse tulles?

- Keskharidus
- Põhiharidus
- Lihtsustatud põhiharidus
- Toimetuleku tasemel põhiharidus
- Põhihariduseta

18. Mitmendal kursusel õpid Vana-Vigala TTK-s?*

- 1 kursus
- 2 kursus
- 3 kursus
- 12TP4
- 12EP9
- 12EP8

19. Millises Eesti piirkonnas Sa elad?*

- Põhja-Eesti (Harju maakond)
- Lääne-Eesti (Hiiu, Lääne, Pärnu ja Saare maakond)
- Kesk-Eesti (Järva, Lääne-Viru ja Rapla) maakond
- Kirde-Eesti (Ida-Viru maakond)
- Lõuna-Eesti (Jõgeva, Põlva, Tartu, Valga, Viljandi ja Võru maakond)

Tänan vastamast!

Lisa 2. Küsitlus põhikooli õpilasele

Hea põhikoolilõpetaja, käesolev anonüümne küsimustik on koostatud Tartu Ülikooli Pärnu Kolledži ettevõtlus ja projektijuhtimise eriala üliõpilase lõputööks vajaliku uuringu läbiviimiseks. Lõputöö teema on "Kutsekooli maine Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli näitel.“

Teie antav hinnang on väga oluline, et selgitada välja põhikooli lõpetaja valikud edasiõppimiseks.

Ette tänades!

Ave Vaarma

1. Mida plaanid teha, kui kevadel põhikooli ära lõpetad?

- lähen gümnaasiumisse
- lähen kutsekooli
- lähen tööle
- pole veel otsustanud

2. Kuivõrd Sind mõjutab otsuse langetamisel...

- Palun vasta 3-palli skaalal, kus 1- mõjutab, 2- mõjutab natuke, 3- mõjutab tugevalt
 - Kooli asukoht
 - Õppimistingimused koolis
 - Huvi õpetava eriala vastu
 - Kodu majanduslik olukord
 - Sõprade valikud või soovitusel
 - Enda kindel soov

3. Mida on vanemad Sul soovitanud peale põhikooli lõpetamist teha?

- Minna gümnaasiumi
- Minna kutsekooli
- Minna tööle
- Minna sinna, kuhu tahan
- Nad ei ole midagi soovitanud

Lisa 2 järg

4. Milline on Sinu õppeedukus põhikooli lõpetamisel?

- ☐ Väga hea
- ☐ Hea
- ☐ Keskmine
- ☐ Pigem halb

5. Kui palju omad infot kutseõppeasutuste kohta?

- ☐ tean, mis erialasid kutsekoolis õpetatakse
- ☐ tean erinevate kutsekoolide kohta spetsiifilist infot
- ☐ ei oma teavet

6. Sugu

- ☐ Mees
- ☐ Naine

7. Millises koolis õpid?

- ☐ Kivi-Vigala Põhikool
- ☐ Vana-Vigala Põhikool
- ☐ Kullamaa Keskkool

Tänan vastamast!

SUMMARY

VOCATIONAL SCHOOL REPUTATION AND QUALITY BASED ON VANA-VIGALA TECHNICAL AND SERVICE SCHOOL

Ave Vaarma

Estonia, with extremely limited human resources in the country should have an education system that is built around the needs of the learners. The educational system must support the development of all human potential. Vocational Schools should considerably concern in its teaching process and concentrate on the quality principles. This means modernization of the learning environment. A rapidly changing world requires from the school flexibility and willingness to keep up with innovations. The more diverse and flexible learning opportunities are, the more likely the students will find the most suitable ones. Young people learn how to get through real action an active citizen. Implementation of the vocationally trained to the labor market and the percentage of those continuing studies from the graduates is one of the important indicators of the quality of vocational training.

From the students perspective satisfaction with school is important, because most of the time they are at school. It is important that the environment in which the young develop and grow has a pleasant and friendly atmosphere, which is certainly safe. Students' satisfaction or dissatisfaction with the school is one of the compelling quality indicators.

The subject is topical, as the birth rate has decreased over the years and the number of students in many schools is remarkably small. Decrease in the number of students in coming years may create difficulties in completion of Vana-Vigala Technical and Service School with students. As a result the classes and groups are not fulfilled and it may even result in the school's closing. To remain competitive, it is important to do research on the students' opinions to learn about the Vana-Vigala Technical and Service School opportunities in the future. Aim of this thesis was to investigate and analyze the Vana-Vigala Technical and Service School's reputation, quality and image with two

internal target groups - Vana-Vigala Technical and Service School students and basic schools teachers.

To achieve the objective the following tasks were set:

- describe on the bases of specialized literature image, reputation and nature of quality and their potential impact on each other;
- identify appropriate research methodology and prepare a questionnaire;
- to carry out the reputation survey among students;
- analyze the survey results and make suggestions.

Achieving results in an overview of students' satisfaction towards school management, internal and external environment, recreational activities, getting along with teachers etc. More are examined those areas, which are important and students affecting factors regarding school attendance.

The survey revealed that almost half of the Vana-Vigala Technical and Service School students did not have it as the first choice where to study. Since Vana-Vigala is geographically located distant from the attraction centers, public transport is not optimally managed, which in turn provides a competitive advantage to vocational schools with more favorable locations. Students are dissatisfied also with leisure facilities – school has necessary facilities, however, there are no modern interior spaces, while it was also found that students do not have a particular interest in sports activities.

School library was pointed out as a deficiency, which does not support modern academic work (no internet and computer access), this has resulted to insufficient opportunities for students to work independently.

The author concluded that schools have become more similar to business organizations, which compete with each other for students and students choose the most attractive and prestigious ones. The survey revealed that the Vana-Vigala Technical and Service School is not among students the primary choice, which has significantly reduced the number of students, giving a competitive advantage to other vocational schools. It also

affects the Vana-Vigala Technical and Service School's reputation and quality of service.

Based on the results of the study the author provides solutions to the school administration in order to stay competitive:

- the development of new curricula, which would give a greater interest for girls;
- organizing attractive student activities and improvement of school tradition, which in turn will motivate students to engage more intensively to various leisure and recreational activities;
- vocational and career counseling, that provides more information to elementary school students about vocational schools;
- involving students to learning organization.

Improving the quality and reputation of vocational training will be crucial to the entire national economy and the measures implemented at all levels should be connected to a common objective interests. All this requires collective action from the organization and success depends on achieving the common goal.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Ave Vaarma

(sünnikuupäev: 23.01.1974.)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Kutsekooli maine ja kvaliteet Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskooli näitel,

mille juhendaja on Airi Noppel,

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
 3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **15.05.2013**