JYX JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

**This is a self-archived version of an original article. This version may differ from the original in pagination and typographic details.**

**Author(s):** Alajoutsijärvi, Kimmo; Kettunen, Kerttu

**Title:** Tulevaisuuden kauppakorkeakoulua visioimassa

**Year:** 2018

**Version:** Published version

**Copyright:** © Kirjoittajat & Turun Kauppakorkeakoulu, 2018

**Rights:** In Copyright

**Rights url:** http://rightsstatements.org/page/InC/1.0/?language=en

**Please cite the original version:**

Alajoutsijärvi, K., & Kettunen, K. (2018). Tulevaisuuden kauppakorkeakoulua visioimassa. In S. Piha, & P. Ojala (Eds.), Miten menee, markkinointitiede? : professori Rami Olkkosen juhlakirja (pp. 49-86). Turun kauppakorkeakoulu. http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-7300-2

# TULEVAISUUDEN KAUPPAKORKEAKOULUA VISIOIMASSA

*Kimmo Alajoutsijärvi & Kerttu Kettunen*

RAMI ON PAITSI HYVÄ YSTÄVÄMME myös pitkäaikainen kollegamme. Tunnemme Ramin erityisesti 'vanhan liiton' kriittisenä ajattelijana, mikä on katoavaa perinnettä muuttavassa kauppakorkeakoulukentässä, jota enenevässä määrin hallitsevat tehokkuusmittaristot, auditointikulttuuri ja statustemput. Ramin ajattelua ja työtapaa kuvaavat sekä kauppa että sivistys; nämä ovat juuri ne arvot, joille suomalainen kauppakorkeakoulu reilu sata vuotta sitten perustettiin. Siksi nyt hyvä on pohtia kysymystä: "Minne olet menossa, kauppakorkeakoulu?"

## Kauppakorkeakoulut muutoksessa

Suomalainen kauppakorkeakoulu työyhteisönä on muuttumassa syvällisesti; entinen korkeamman kauppasivistyksen instituutio muistuttaa yhä enemmän tuotanto-organisaatiota, teollisuutta ja liiketoimintaa.

Alan tutkijat (research on higher education) näkevät tulevaisuuden tyypillisesti joko hyvin synkkänä tai yltiöpäisen ruusuisena. Ensimmäisen porukan mukaan (Polster, 2000; Nelson, 2004) kehitys on uhka yliopistoille ja erityisesti niiden perustutkimukselle. Humboldtilaisen yliopistoihanteen pelätään jäävän historiaan, ja korkeakoulusektorin ajautuvan kohti akateemista kapitalismia (Slaughter & Rhoades 2004). Toisille (Eztkowitz, 2004; Christensen & Eyring, 2011) tämä on suuri mahdollisuus, jos instituutiot vain onnistuvat muuntumaan yrittäjyys- tai innovaatioyliopistoiksi, jopa tietotalouden moottoreiksi. Se, mikä näyttää olevan yhteistä sekä pessimisteille että optimisteille, on heikko yliopistohistorian tuntemus ja globaalimpi ymmärrys yliopistojen moninaisuudesta. Pohjoismaisten kollegojen

(esim. Huzzard, Benner & Kärreman, 2017) tapaan tämän esseen kirjoittajat suhtautuvat muutokseen kriittisesti, mutta pragmaattisesti: Luvassa ei ole riemuvoittoa, muttei myöskään suuronnettomuutta; esimerkiksi 1980-luvun kauppakorkeakoulu ei ollut ongelmaton onnela, mutta sen sivistysyliopistoeetoksessa on paljon säilyttämisen arvoista.

Kotimaisten kauppakorkeakoulujemme ensimmäiset sata vuotta olivat kansainvälisten mallien matkimistarina (Kettunen, 2013). Seuraavat sata luultavasti myös. Mielestämme suomalaisten liiketaloustieteilijöiden on tärkeää ymmärtää, mistä tulemme eli tunnistaa maamme kauppatieteiden kehitysvaiheet, kansainväliset vaikutteet ja historialliset erityispiirteet. Se auttaa meitä näkemään instituutiomme osana globaalia liikkeenjohdon koulutuskenttää ja arvioimaan tulevaisuuden näkymiä ja vaihtoehtoja. Esseemme *tavoitteena on visioida tulevaisuuden kauppakorkeakoulua erityisesti Suomen olosuhteisiin*. Näkökulmamme on siten sekä historiallinen että globaali, ja pyrkimyksemme pintaa syvemmälle.

Tässä esseessä hahmotamme liikkeenjohdon globaalia koulutuskenttää kuvaamalla sen erilaisia institutionaalisia logiikoita (Thorton & Ocasio, 2008). Ensiksi pohdimme kauppakorkeakoulujen markkinallistumista (marketization), joka on muuttuvien institutionaalisten logiikoiden takana oleva ilmiö. Sitten esittelemme yksityiskohtaisemmin kolmea globaalia yliopistologiikkaa ja niiden taustoja. Väitämme, että tämä kansainvälinen vertailuasetelma antaa vihjeitä tulevaisuudestamme täällä Suomessa. Korkeakoulumallit kun kulkeutuvat maasta toiseen yhtä kätevästi kuin imppiläiset anzmaceihin ja kotlerit kirjastoihin.

Vertailun jälkeen esitämme havaintojamme käytänteistä, joilla suomalaiset instituutiot ovat pyrkineet nostamaan asemaansa korkeakoulukilpailussa. Pyrimme tunnistamaan nykykauppakorkeakouluja yhdistävän eetoksen, jonka kriittinen analyysi olisi mielestämme tulevaisuutta pohdittaessa enemmän kuin tarpeellista. Lopuksi esitämme oman visiomme tulevaisuuden kauppakorkeakoulusta.

## Kauppakorkeakoulujen markkinallistuminen

Kauppakorkeakoulujen markkinallistumisella tarkoitamme opetuksen ja tutkimuksen hyödykkeistämistä (Noble 2002). Siinä nämä korkeakoulun ydintoiminnot muunnetaan kaupallisesti vaihdettaviksi tuotteiksi, joita voidaan pilkkoa, paketoida, brändätä ja myydä. Markkinallistumisen ehkä näkyvin osa ovat liikkeenjohdolta lainattu kieli ja termistö. Suomalaisenkin korkeakoulujohdon peruskäsitteistössä toimintasuunnitelma on vaihtunut strategiaksi, hallinto palveluorganisaatioiksi ja sokerina pohjalla: opetusohjelma modulaariseksi koulutustarjonnaksi. Samalla opiskelijasta on tullut asiakas, jonka odotukset ovat tentteihin pänttäämisen sijaan valmiiksi tarjoilluissa viihteellisissä oppimiselämyksissä. Juuri hyödykkeistäminen mahdollistaa koulutuksen ja tutkimuksen globaalit massamarkkinat.

Markkinoinnin kieli ja käsitteet muuntavat akateemisia yhteisöjä ja luovat liike-elämästä tuttua todellisuutta ja käytäntöä. Alan tutkijoina tunnemme asiakkaan kokeman arvon, asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun käsitteet jo vuosien takaa ja sovellamme näitä konsepteja vaivatta kontekstista toiseen. Yliopistomaailmaan tuotuna näillä on sekä toivottuja että tahattomia seurauksia. Marketologia (Panula, 2000) voi siis olla yhteiskunnallisesti vaikuttavampaa kuin uskommekaan.

Kauppakorkeakouluissa markkinallistuminen on muuttanut perinteistä akateemista toimintatapaa ja synnyttänyt ’uusia’ ja kilpailevia institutionaalisia logiikoita. Markkinallistumisen muovaama institutionaalinen logiikka korostaa akateemisen, professioon tähtäävän koulutuksen (education) sijaan valmennusta (training) muistuttavaa opettamista ja oppimista (Noble, 2002). Valmennus – joka on monessa suhteessa melkein vastakohta akateemiselle koulutukselle – perustuu usein kustantamoiden valmiina tarjoamiin kirjoihin, kalvoihin, harjoituksiin ja tentteihin. Sen tavoitteena on kehittää oppijalle sellainen taitojen ja tietojen valikoima, joilla hän on työnantajalle käyttökelpoinen. Valmennuksessa oppija ja hänen tietotaitovalikoimansa ovat siis erillisiä, mikä mahdollistaa myös sisältöä tuottavan

opettajan ja oppilaan vuorovaikutuskytköksen katkaisemisen ja siten koulutustarjonnan tuotteistamisen (Noble, 2002).

Akateeminen koulutus sen sijaan on kollektiivista, interaktiivista ja holistista. Tällainen laatukoulutus on aina myös työintensiivistä sekä oppimistilanteissa mutta varsinkin ennen niitä; opettavaan henkilöstöön on panostettu usein tutkijakoulutusvuosia, jopa vuosikymmeniä, ennen oppimistilanteita. Akateemisesta koulutus- ja tutkimusputkesta valmistunut opettaja tuottaa sisältöä itse, ja opetus on ainakin osin tutkimukseen perustuvaa ja opettajansa näköistä. Näin ollen, kun yliopistoalumnit vuosia valmistumisensa jälkeen muistelevat oppimiskokemuksiaan, he harvoin onnistuvat palauttamaan mieleensä, mistä kurssista tai seminaarista oli kyse. Sen sijaan he muistavat opettajan, joka muutti heidän käsityksiään oppimisen kohteesta ja samalla usein myös heitä itseään. Aidosti akateemiset tiedot ja taidot ovat siten erottamaton osa ihmistä ja hänen kehittymistään vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Vaikka opettajan lavakarismassa (monotonista yksinpuhelua), opetusteknologioissa (piirtoheitin), ja jopa pedagogiikassa (kalvosulkeisissa) saattoi Ramin opiskeluaikoinakin olla toivomisen varaa, professorin persoona ja sen jättämä muistijälki yhdistävät alumnikuntaa läpi vuosikymmenten.

## Kauppakorkeakoulujen institutionaaliset logiikat

Seuraavaksi kuvatut institutionaaliset logiikat muodostuvat konteksteissaan järkevinä ja sopivina pidetyistä uskomuksista, ajattelutavoista ja käytännöistä, joita alan toimijat muovaavat (Thornton & Ocasio, 2008; Gumport, 2000). Logiikat eivät esiinny puhtaina konfiguraatioina ’luonnossa’, mutta yksinkertaistavat kauppakorkeakoulujen todellisuutta tälle esseelle sopivalla tavalla, tehden vertailut mahdolliseksi.

| | Julkinen | Yksityinen |
|---|---|---|
| Voittoa tavoittelematon | **Traditionaalinen tiedeyliopisto-logiikka**<br>Akateeminen logiikka | Murattiliigalogiikka |
| Voittoa tavoitteleva | **Akateemiskapitalistinen logiikka** | **Markkinalogiikka** |

Kuvio 1. Korkeakoulukentän institutionaaliset logiikat

Varsinkin viimeisen puolivuosisadan aikana USA:n mahtiyliopistot ovat olleet eurooppalaisten ihannoimia ja matkimia. Ensinnäkin *traditionaalisen tutkimusyliopiston akateeminen logiikka* on meille tuttua joko valtiollisen *sivistysyliopiston logiikkana* tai USA:n mahtiyliopistojen *murattiliigan logiikkana*. Vaikka näiden yliopistojen juridinen muoto (julkinen ja yksityinen) on erilainen, ne ovat olemukseltaan melko samankaltaisia akateemisen elämän ja työn tyyssijoja. Ne rahoittavat toimintaansa valtion tuella ja yksityisten lahjoitusten tuotoilla.

Nyt sekä sivistysyliopisto- että murattiliigalogiikka ovat muuntumassa kohti *akateemiskapitalistista logiikkaa.* Tämä toimintatapa tarkoittaa professoreiden, laitosten, yksittäisten kauppakorkeakoulujen ja koko kentän käytäntöjen ohjautumista tulojen tuottotarkoitukseen (Rhoades, 2014). Kyseessä on prosessi, jossa eri tasojen akateemiset toimijat enemmän tai vähemmän pestautuvat yritysten ja muiden ’ulkopuolisten’ palvelukseen tavalla, jonka väitetään muuttavan perinteisiä akateemisia arvoja ja niihin pohjautuvia toimintatapoja. Tämä kaikki vie poispäin yhteisen hyvän tuottamismissiosta, jossa esimerkiksi suomalaisten yliopistojen juuret ovat. Lisäksi pohjoismaisessa kontekstissa toistaiseksi melko tuntemattomia ovat yritysyliopistot (corporate university), joita on maailmalla lukumääräisesti

iso joukko ja jotka ovat puhtaasti *markkinalogiikalla* toimivia massakouluttajia. Näistä suurimmat ovat jopa pörssissä listattuja miljardiyrityksiä, jotka tietenkin toimivat yritysten tavoin ja voittoa tavoitellen.

Traditionaalinen tutkimusyliopisto, akateemiskapitalistinen yliopisto ja yritysyliopisto ovat institutionaalisia logiikoita, joita on vaikea sovittaa yhteen. Vaikka usein sorrumme ihannoimaan traditionaalista yliopistoa, lähtökohtaisesti mikään logiikka ei ole toistaan parempi. Ne vain palvelevat hyvin erilaisia tarkoitusperiä ja pärjäävät vaihtelevasti erilaisissa konteksteissa. Toisin sanoen niillä on toisistaan eroavat 'yhteiskuntasopimukset', jotka tuottavat erilaisia akateemisia työpaikkoja.

## Traditionaalinen tutkimusyliopisto: akateeminen ja murattiliigan logiikka

Traditionaalisen tutkimusyliopiston juuret ovat Immanuel Kantin yliopistosuunnitelmassa, jonka pääajatuksena oli, että yliopistojen tehtävänä on tuottaa itsenäisesti tietoa ja osaajia eheytyvän Saksan palvelukseen. Suunnitelma toteutettiin vuonna 1810 Wilhelm von Humboldtin johdolla Berliinissä. Valtio rahoitti autonomisen yliopiston, jossa tutkimus integroitiin ensimmäisen kerran aidosti osaksi opetusta.

Myöhemmin malli vietiin Pohjois-Amerikkaan, jossa saksalainen oppituolimalli demokratisoitiin akateemisiksi oppiainelaitoksiksi. Viimeksi mainittu on lähellä myös skandinaavista yliopistomallia. Pohjois-Amerikan vanhimmat ja arvostetuimmat yliopistot ovat yksityisiä, mutta omaisuusmassansa ja suurien lahjoitusten ansiosta ne toimivat melko samalla periaatteella kuin valtion omistamat yliopistot (Axtell, 2016; Välimaa, 2018). Näissä yliopistoissa autonomia pyrittiin takaamaan bottom-up johtosäännöllä, jossa professorit valitsivat laitosjohtajat ja dekaanit ja nämä kaikki yhdessä rehtorin. Yliopiston hallitus koostui puolestaan kaikkien henkilöstöryhmien edustajista.

Monissa maissa perinteisten tutkimusyliopistojen rinnalla on toiminut luonteeltaan enemmän tai vähemmän niitä muistuttavia korkeakouluja. Suomessa tällaisia olivat esimerkiksi tekniset yliopistot ja kauppakorkeakoulut. Käytännönläheisen ja soveltavan luonteensa vuoksi niitä ei hyväksytty heti osaksi yliopistoa, mikä johti erillisten korkeakoulujen perustamiseen 1900-luvun alussa. Saksassa korkeakoulutus on perustunut huomattavassa määrin alemman prestiisin ammattikorkeakouluihin (*Fachhochschulen*). Ranskan erikoisuus ovat *grandes ecoles* -instituutit, jotka ovat sekä spesialisoituneita että hyvin arvostettuja. USA:ssa variaatio on ollut vielä suurempi, sillä siellä merkittäviä olivat myös uskonnolliset, yksityiset, *liberal arts* ja *teaching-only* -korkeakoulut. Oma lajinsa ovat vielä niin sanotut maanlahjoitusyliopistot (*land-grant universities*), joista on tullut myöhemmin myös kansainvälisesti tunnettuja (esim. Massachusetts Institute of Technology) tai osavaltion yliopistoja (esim. California State University). Kaikissa edellä mainituissa on tehty myös vaihtelevasti perustutkimusta, jolla on tavoiteltu akateemista prestiisiä.

Yhdysvalloissa tutkimusyliopistot suhtautuivat eurooppalaisia myönteisemmin liikkeenjohdon koulutukseen, ja kauppakorkeakouluista tuli jo verrattain varhain niiden osia. Myös kauppakorkeakoulusektorin laajenemisen juuret ovat toisen maailmansodan jälkeisessä USA:ssa, jossa veteraanilainsäädäntö takasi siviiliin palaaville sotilaille pääsyn yliopisto-opintoihin. Samaan aikaan kauppakorkeakoulujen opetuksen ja erityisesti tutkimuksen tasosta alettiin kuitenkin olla huolissaan. *Ford Foundation* ja *Carnegie Corporation* rahoittivat 1950-luvulla kaksi laajaa selvitystä, joiden yhteisen viestin mukaan ongelmana oli kauppakorkeakoulujen opetus, joka ei perustunut tutkimukseen, vaan entisten liikkeenjohtajien muistelmiin ja tarinoihin. Tästä syystä kauppakorkeakoulut haluttiin nopeasti ”tieteellistää”. (Simon, 1967; Locke, 1996; Khurana, 2007). Lääkäreiden koulutus, jonka tieteelliseksi perustaksi valittiin biologia, fysiologia ja kemia 50 vuotta aikaisemmin, toimi projektin esikuvana. Näinpä myös kauppakorkeakoulujen ”perustieteet” tuli tunnistaa (Augier & March, 2011).

Fordin säätiö rahoitti nykyrahassa noin 250 miljoonalla dollarilla pääasiassa murattiliigan kauppakorkeakoulujen opetushenkilöstön tieteellistämistä. Käytännössä tämä tarkoitti potkuja kuinka-minä-sen-tein -miehille ja uuden henkilöstön rekrytointia lähinnä kansantaloustieteestä, tilastotieteestä ja käyttäytymistieteistä. Niinpä kuin varkain kauppakorkeakoulujen uudeksi eetokseksi nousivat rationalismi, objektiivinen päätöksenteko ja usko markkinoihin (Spender, 2007). Vaikutukset opetukseen ja tutkimukseen olivat nopeita ja konkreettisia, kun liikkeenjohdon päätöksenteon tieteellisinä menetelminä alettiin pitää esimerkiksi matemaattista optimointia ja tilastojen käyttöä (Porter, 1995).

Samaan aikaan tieteellistä uskottavuutta haettiin symbolisin elein, perustamalla tieteellisiä aikakauskirjoja ja akateemisia vuosikonferensseja. Vähitellen muodostui oppiainesiiloja, joihin henkilöstö samaistui ja sitoutui. Laitosten ja henkilöstön arvioijiksi kelpuutettiin ainoastaan saman oppiaineen muut edustajat, mikä edelleen vahvisti laitosjakoa. Hallintohenkilöstöä oli vähän ja heidän tehtävänään oli lähinnä auttaa opetuksen järjestämisessä. Enemmän kuin varsinaisia sääntöjä henkilöstö noudatti koulun ja oppiaineen perinteitä (Ginsberg, 2011).

Tutkimusrauhan turvaksi perinteisiltä tutkimusyliopistoilta omaksuttiin myös pitkät, usein vasta eläköitymiseen päättyvät virkasuhteet. Parhaimmillaan yliopistoja mukailevien kauppakorkeakoulujen hyveiksi muotoutuivat akateeminen vapaus, perinpohjaisuus, kiireettömyys, tiedelähtöisyys, epäkaupallisuus, epäonnistumisen sieto, totuuden etsintä ja uuden tiedon itseisarvoisuus (Pihlanto, 2014). Opiskelijamäärät sotien jälkeisissä kauppakorkeakouluissa kasvoivat sekä Yhdysvalloissa että Euroopassa, mutta nykyisiin massakursseihin verrattuna opiskelijoita oli edelleenkin suhteellisen vähän ja heitä kasvatettiin kriittiseen ajatteluun ja kansalaisyhteiskunnan tukipilareiksi.

Kriitikot piikittelevät, että humboldtilainen onnela oli totta ainoastaan mielikuvissa. Arkitodellisuudessa kyseessä oli idealistinen, hidas ja päätöksentekoon kyvytön instituutio, joka ei missään nimessä pärjäisi 2000-luvun globaalissa huippuyliopistokilpailussa. Yksityisen sektorin ”tehojohtajille” (joita enenevässä määrin istuu suomalaistenkin yliopistojen hallituksissa) akateeminen työ näyttäytyy pölyisten kirjapinojen parissa puuhasteluna ja akateeminen vapaus löysäilynä, jonka poiskitkemiseksi tarvitaan mittareita, keppejä ja porkkanoita. Kauppakorkeakoulujen ja niiden ainelaitosten sisällä humboldtilainen kulttuuriaromi elää kuitenkin Suomessa vielä vahvana, eikä yhteentörmäyksiltä yliopistojen keskushallinnon tehostamisvaateiden kanssa voida välttyä.

## Akateemiskapitalistinen yliopisto

Uusliberalistinen talouspolitiikka ja siihen löyhästi liittyvä uusi julkisyhteisöjen johtaminen (*New Public Management, NPM*) alkoivat muuntaa yliopistoja yritysten kaltaisiksi organisaatioiksi 1980-luvulla (Slaughter & Rhoades, 2004). Yhdysvaltojen ja Iso-Britannian kulkiessa Reaganin ja Thatcherin johdolla etukenossa, muu Eurooppa seurasi tarkkaavaisena perässä. Tämä koski myös kauppakorkeakouluja, jotka olivat monella tapaa linkki yritysten ja yliopistojen välillä ja jotka vielä usein olivat aktiivisia toimijoita uusien oppien istuttamisessa valtion rahoittamiin sivistyslaitoksiin. Samaan kuoroon kuului yleinen koulutusgospel, jonka mukaan länsimaat olivat muuttuneet tietotalouksiksi, joiden kansainvälinen menestys riippui paljolti korkeakoulusektorista (Grubb & Lazerson, 2005).

Niinpä uusi akateemiskapitalistinen logiikka ei pidä yliopistoja enää pelkästään yhteiskunnallisena sivistysinstituutiona vaan huomattavassa määrin teollisuutena, liiketoimintana ja kansakunnan talouden vauhdittajana (Giroux, 2014). Kun aikaisemmin korkeakoulutusta pidettiin siviiliyhteiskunnan ja demokratian tukipylväänä, nyky-ymmärryksen mukaan kysymyksessä on yhä enemmän kansainvälinen vaihdettava hyödyke tai yk-

silöllinen kokemus. Logiikan keskiössä ovat markkinallistuminen ja asiakas-opiskelija-metafora. Tämän järkeilyn luonnollinen jatke on vähentää suoraa julkista tukea yliopistoille ja antaa opiskelija-asiakkaiden äänestää valintatuntemuksillaan ja kulutuskokemuksillaan.

Koska opiskelija-asiakkaat eivät osta pelkästään koulutusta vaan kokonaisen kampuselämyspaketin, yliopiston on tärkeää olla monessa suhteessa vetovoimainen. Erityisesti amerikkalaisissa yliopistoissa jättilahjoitukset ja sijoitustuotot ovat synnyttäneet kiusauksen investoida tutkimuksen ja oppimisen sijaan viihdyttämiseen: urheilustadioneihin, huvittelukeskuksiin ja viiden tähden asuntoloihin. On jopa väitetty, että huomattava osa amerikkalaisista korkeakouluista on muuttunut teinien bilepaikoiksi (party schools) tai tutkintotehtaiksi (subprime colleges), joissa oppiminen on sekä valinnaista että vapaaehtoista (Brandon 2010).

Akateemiskapitalistista yliopistoa johtaa ylhäältä yliopiston ulkopuolisista jäsenistä muodostettu hallitus. Top-down-johtamisjärjestelmän ohella muita tunnusmerkkejä ovat alati paisuva ja vaikutusvaltainen hallintokoneisto, auditointikulttuuri ja markkinavetoiset tutkimusprojektit. Samalla yliopistoissa sovelletaan ahkerasti monia yrityksissä hyvänä pidettyjä käytänteitä kuten tyytyväisyystutkimukset ja mielikuvamarkkinointi sekä muotitermejä kuten asiakaskokemus.

Tehokkuusajattelun tuloksena esimerkiksi Yhdysvaltojen valtionyliopistot, jotka saivat rahoituksestaan 1970-luvulla 70–80 prosenttia suoraan verovaroista, saavat sitä nyt noin 10–20 prosenttia (Bousquet & Nelson, 2008). Ehkä kuvaavin muutos amerikkalaisessa yliopistojärjestelmässä on tapahtunut vakinaisen ja pätkätyöläisopettajien välisessä suhteessa. Vielä 40 vuotta sitten kolme neljästä professorista oli vakinaisia, nyt enää neljännes, joka pienenee edelleen. Samaan aikaan huonopalkkaisen, huomattavia tuntimääriä opettavan osa-aikahenkilöstön hyväksikäyttö on merkittävästi lisääntynyt (Bousquet & Nelson, 2008).

Meillä Suomessa ei ole päästy vielä näin pitkälle, mutta olemme samalla polulla. Korkeakoulujemme pääkonttoreissa työskentelee jo nyt kasvava määrä päälliköitä ja asiantuntijoita, jotka eivät ole suorassa kosketuksessa ydintehtäviimme; he enemmänkin suunnittelevat suunnittelua ja kehittävät kehittämistä. Mikäli vakinainen professorikunta menettää asemansa yliopistojen ammattijohdon ja päällikkövirkailijakaaderin varteenotettavana vastavoimana, yliopistomme muuttuvat syvällisesti ja pysyvästi (Ginsberg, 2011).

Kauppakorkeakoulut ovat olleet yliopistosektorilla akateemiskapitalistisen logiikan esitaistelijoita ja markkinoijia, sillä niiden 1980-luvulla omaksuma uusliberalistinen eetos on sopinut tähän hyvin. Ehkä taustalla on ollut myös ajatus hyötyä tuloksellisuutta ja tehokkuutta korostavasta hallintologiikasta monitieteisten yliopistojen valtapeleissä, jossa kauppakorkeakouluja on perinteisesti pidetty lypsylehminä ja kalliiden laboratorioinvestointien maksumiehinä.

Statuskilpailu erilaisissa rankingeissa on akateemiskapitalistisille kauppakorkeakouluille luonteenomaista, sillä koulutuksen koettu arvo tulee paljolti sen opiskelijoilleen tarjoamasta sosiaalisesta statuksesta ja uramahdollisuuksista. Kilpailu ranking-asemasta eroaa olennaisesti markkinoinnin oppikirjojen kuvaamasta kilpailusta: Rankingit ovat niukkoja absoluuttisesti, sillä vain yksi koulu voi olla samalla sijalla, ja edelleen vain sata koulua voi olla sadan parhaan joukossa. Päinvastoin kuin oppikirjakilpailussa, statuskilpailussa ei ole tarjolla ’Ansoffin ikkunoita’ tai ’sinisiä laguuneja’ (Alajoutsijärvi, Kettunen & Sohlo, 2017).

Statuskilpailu on myös itse itseään vahvistavaa, jolloin koulutusmarkkinoiden uudet tulokkaat eivät kykene kilpailemaan eliittikoulujen kanssa. Ranking-listat ovat pääsääntöisesti hyvin pysyviä ja itseään toistavia, koska alalle tulon esteitä on niin moninaisia. USA:ssa erityisesti lahjoitusten puute muodostaa tehokkaan esteen rankingissa kiipeämiselle. Monimuotoi-

suudelle ei kauppakorkeakoulumarkkinoilla siten ole sijaa ja yhden korkeakoulun nousu nokkimisjärjestyksessä tietää aina toisen laskua. Todellinen laatuero esimerkiksi 1. ja 10. ranking -sijan välillä voi olla suhteellisen pieni, mutta urheilukilpailusta tuttu 'paremmuustaulukko' saa sen näyttämään suurelta.

Perinteisesti kauppakorkeakoulun status muodostuu pääasiassa koulun historian tuomasta prestiisistä, sijainnista, tutkimusnäytöistä sekä opiskelijavalinnan selektiivisyydestä. Lisäksi kansainväliset akkreditoinnit (AACSB ja EQUIS) ovat jo pitkään olleet pääsylippu kansainvälisten huippukoulujen joukkoon ja rankingeihin (esim. FT 100), minkä lisäksi ne vaikuttavat yhä merkittävämmin kauppakorkeakoulujen kansalliseen hierarkiakilpailuun myös Suomessa. Korkeamman statuksen koulutus kun antaa alemman kastin alma matereihin verrattuna paremmat uranäkymät. Status ei tietenkään ole ainoa valintakriteeri esimerkiksi opiskelijoille, mutta joka tapauksessa tärkeämpi kuin opetuksen laatu, sillä status tunnetaan etukäteen, mutta opetuksen laatua ei (Marginson, 2006).

Joka tapauksessa statuskilpailu on nolla-summapeli, jossa voittajat voittavat ja häviäjät häviävät. Tässä mielessä maksimaaliset tulovirrat ovat akateemiskapitalistisille yliopistoille vain keinoja nousta nokkimisjärjestyksessä. Taloudellinen tulos ei siis ole akateemiskapitalistisessa logiikassa lopullinen päämäärä kuten on laita puhtaasti markkinalogiikalla toimivissa yritysyliopistoissa.

## Yritysyliopistot

Yritysyliopisto saattaa kuulostaa modernilta kauppakorkeakoulumuodolta, mutta todellisuudessa ensimmäiset jo 1800-luvulla toimineet kaupallisen opetuksen tarjoajat olivat voittoa tavoittelevia yrityksiä. Kun kaupallinen koulutus 1900-luvun alun Yhdysvalloissa siirtyi yliopistoihin, yritysyli-

opistoista tuli marginaalitoimijoita (Zammuto, 2008). 1990-luvulla yritysyliopistot tulivat uudestaan yleiseen tietoisuuteen – nyt jopa listattuina miljardiyrityksinä.

Useimmiten yritysyliopiston tunnistaa mittavasta online-opetustarjonnasta, aikuiskoulutuksesta ja markkinointilupauksista, jotka povaavat käytännön työelämävalmiuksia ja nopeaa työllistymistä. Maailmalla ehkä tunnetuin yritysyliopisto on University of Phoenix, jolla ei kyllä ole juuri tekemistä Phoenix-nimisen kaupungin kanssa, eikä kriitikoiden mukaan liioin yliopistojenkaan kanssa. Tästä huolimatta koulutusjätin opiskelijamäärä on useina vuosina ollut yli puolimiljoonaa. Suurin osa yritysyliopistoista on kuitenkin suhteellisen pieniä kansallisia toimijoita. Hyvin monet voittoa tavoittelevista yritysyliopistoista toimivat kansainvälisesti nimenomaan kehittyvissä talouksissa tai kehitysmaissa, joissa koulutukseen liittyvä sääntely ja laadunvalvonta ovat puutteellisia ja akateemiset perinteet ja instituutiot nuoria tai heikkoja.

Yritysyliopistojen koulutusvalikoima on tyypillisesti online-opetusta, jota englanniksi voisi luonnehtia termeillä ”vocational training” eli suomeksi se tarkoittaa lähinnä ammattiin valmentamista. Valmennuksen tavoitteena on tuottaa oppilaille sellainen tietojen ja taitojen valikoima, joka auttaa heitä työllistymään nopeasti. Itse asiassa online-opetus on uusin menetelmä pitkässä etäopetuksen historiassa, jonka oppimistulokset ovat kautta aikain parhaimmillaankin olleet vain keskinkertaisia. Esimerkiksi kirjekurssit olivat USA:ssa aikanaan miljardiluokan liiketoimintaa, mutta hiipuivat vähitellen, kun vaatimattomat oppimissaavutukset tulivat yleiseen tietoisuuteen, jolloin myös perinteiset yliopistot päättivät lopettaa kirjekurssiopetuksen (Noble, 2002).

Päinvastoin kuin kahdessa edellisessä institutionaalisessa logiikassa yritysyliopistoissa professorikunta ei koskaan ole ollut kollegiaalinen ja ohittamaton oppineiden yhteisö (Parker, 2014; Alajoutsijärvi, Siltaoja &

Kettunen, 2018). Yritysyliopistossa opetushenkilöstö on akateemista työvoimaa, jota hallintohenkilöstö valvoo ja arvioi. Opetuksessa käytettään tyypillisesti valittujen oppikirjojen tuottamaa materiaalia, josta ei ole lupa poiketa. Tällä varmistetaan se, että kurssit ovat tasalaatuisia. Samalla standardisisältö helpottaa opettajien nopeaa kiertoa.

Monien yritysyliopistojen markkinointimateriaali on mahtailevaa, jopa suuruudenhullua suhteessa todellisuuteen. Koska kauppakorkeakoulujen arvostus tulee paljolti tutkimusmeriiteistä, monet yritysyliopistot kerskailevat tutkimuksensa tasolla (world-class excellence!) vaikkei sitä käytännössä juurikaan olisi. Koska yritysyliopistojen ansaintalogiikka perustuu nimenomaan opetuksesta saataviin lukukausimaksuihin, ne hyvin harvoin antavat henkilökunnalleen aikaa ja resursseja tutkimukseen. Henkilökunnan osaaminen on siten hankittu aikaisemmissa työ- ja opiskelupaikoissa. Yritysyliopistot eivät myöskään saa lahjoituksia, nehän ovat voittoa tavoittelevia yksityisiä yrityksiä.

Yritysyliopistojen opettajien palkat ovat varsinkin matalan verotuksen maissa kohtuullisen korkeita. Akateemisen uran kannalta huomattava osa henkilöstöstä on jäänyt ansaan; tutkijatie uhrataan taloudellisin perustein, sillä jo muutama vuosi opetuskoneena yritysyliopistossa vanhentaa CV:n ja alkaa olla mainehaitta tiedevetoisiin kauppakorkeakouluihin haettaessa.

Siinä missä akateemiskapitalistisessa yliopistossa on tavoitteena rakentaa keskipitkällä tähtäyksellä mainetta ja nousta statushierarkiassa ylöspäin, yritysyliopistot keskittyvät lyhyen tähtäimen voittoon, jolle lähes kaikki on alisteista. Tästä syystä kaikki valta on keskitetty johdolle ja esimerkiksi akateemiselle kollegiaalisuudelle ei ole sijaa; yritysyliopistoissa henkilökunta sinnitteleekin usein vuodesta toiseen tai hakee paikkaa ”paremmista” kouluista.

Suomessa ainoat tällä hetkellä toimivat yritysyliopistot, Helsinki School of Business (HELBUS) ja Estonian Business School näyttävät

omaksuneen jossain määrin traditionaalisten yliopistojen käytäntöjä, joten ne eivät täysin muistuta kansainvälistä konfiguraatiota. Viimeksi mainittu on jopa saavuttanut EPAS-akkreditoinnin yhdelle ohjelmistaan. Sen sijaan tutkimuksemme (Alajoutsijärvi, Davies & Kettunen, 2017a) kahdesta sadasta Suur-Lontoon kauppakorkeakoulusta, joista suuri enemmistö on yritysyliopistoja, antaa niistä varsin lohduttoman kuvan. Aineistossa on mukana toimijoita globaaleista yrityksistä pikkuruisiin maahanmuuttajavetoisiin feikki-kouluihin (ks. Kuva 1). Ensin mainitut ovat paisuttaneet sisäänottoaan muutamassa vuodessa jopa kymmenkertaiseksi, jolloin niukat opettajaresurssit eivät ole kyennet tuottamaan edes kohtuullisia oppimistuloksia. Viimeksi mainitut ovat mukana pikemminkin viisumibisneksessä kuin koulutustoiminnassa ja monet niistä katoavat pikavoittojen jälkeen (ks. Kuva 1).

**Kuva 1. Ovensa sulkenut ja kodittomien majapaikaksi muuttunut ”The Business School of London”**

Kaikille lontoolaisille yritysyliopistoille on kuitenkin ollut yhteistä hyödyntää Britannian löysää korkeakoulutuksen sääntelyä ja anteliasta opiskelijalainoitusta. Käsityksemme mukaan viimeistään brexitin myötä Lontoon business-koulumarkkina kriisiytyy samaan tapaan kuin toisessa neoliberalistisessa korkeakoulutuslaboratoriossa Dubaissa (Alajoutsijärvi, Juusola & Lamberg, 2014; Davies, Alajoutsijärvi & Kettunen, 2017).

Taulukossa 1 tiivistämme kolme esiteltyä institutionaalista logiikkaa ja erittelemme niitä edustavien korkeakoulutyyppien piirteitä.

Taulukko 1. Kauppakorkeakoulujen institutionaaliset logiikat[4]

| | **Traditionalinen tutkimusyliopisto** | **Akateemiskapitalistinen yliopisto** | **Yritysyliopisto** |
|---|---|---|---|
| ***Johto & organisaatio*** | | | |
| Eetos | Palvella yhteiskuntaa | Palvella yksilöitä ja yrityksiä | Palvella omistajan voiton tavoittelua |
| Kontrolli | Kollegiaalinen | Enenevästi ylhäältä alas | Ylhäältä alas |
| Päätöksentekijät | Dekaani yhdessä professoreiden kanssa | Dekaani ja hallintohenkilöstö | Toimitusjohtaja ja hallintohenkilöstö |
| Työsuhteet ja palkat | Vakituinen henkilöstö, palkkaerot kohtuullisia | Enenevästi määräaikaisia pätkätyöläisiä, palkkaerot kasvussa | Määräaikainen & osa-aikainen henkilöstö, palkkaerot isoja. |
| Kieli | Akateeminen ja byrokraattinen | Byrokraattinen ja business | Business |
| Mission | Merkityksellinen olemassaolo ja tekeminen | Keskipitkän tähtäimen prestiisi | Lyhyen tähtäimen taloudellinen tulos |
| ***Tutkijat & tutkimus*** | | | |
| Uuden tiedon luonti | Tähtää totuuden etsintään ja aidosti uusiin oivalluksiin | Mitattavissa oleva erinomaisuus | Vähäistä parhaimmillaankin |
| Tutkijat | Vakituinen henkilöstö | Enenevästi määräaikaista | Pelkästään osa- ja määräaikaista akateemista työvoimaa |
| Motivaatio ja kompensaatio | Ammatillinen kehitys, akateeminen ura ja sitoutuminen | CV:n rakentaminen ja yksilölliset urapolut | Palkka |
| Julkaisut | Monografiat, A- ja B-journaalijulkaisut | Huippukouluissa vain A-julkaisut, muissa myös B-julkaisut lasketaan | D-julkaisut parhaimmillaan |
| ***Opiskelijat & oppiminen*** | | | |
| Oppiminen | Tiedepohjaisesti ohjattu, holistinen, kehittynein | Enenevästi massakoulutusta, vaihtelevat oppimistulokset | Työelämä taitojen ja työllistymisen valmentamista |
| Opiskelijan rooli | Aktiivinen yhdessä oppija | Voimaantunut asiakas | Hyväksikäytetty kuluttaja |
| Opinto-ohjelmat | Henkilökohtaisia oppimisuria | Samankaltaistuvat kansainvälisesti | Standardisoituja ja massoille suunniteltuja |
| Kurssit | Perustuvat opettajien professionaaliseen osaamiseen, opettajiensa näköisiä | Perustuvat enenevässä määrin kansainvälisiin oppikirjoihin ja niiden oheismateriaaleihin | Hyödykkeistettyjä online-kursseja |
| Opiskelijoille tärkeää | Yliopiston traditio, perinteet ja maine | Yliopiston status, viihtyisä opiskeluympäristö, huvitukset | Työllistyminen ja nopea opiskelu |
| Opiskelijoita valmistetaan | Kriittiseen ajatteluun, demokraattiseen kansalaisyhteiskuntaan | Uramenestykseen | Työllistymään |
| Oppimisen varmistus | Interaktiivinen ja intensiivinen sosialisaatio | Akkreditointien ohjeistama | Pinnalliset monivalintatestit |

[4] Perustuu paljolti: Alajoutsijärvi, Juusola & Siltaoja (2013), Alajoutsijärvi, Siltaoja & Kettunen (2018) ja Alajoutsijärvi & Kettunen (2016)

## Kauppakorkeakoulut statusjahdissa

Se, miten pitkälle markkinallistuminen on globaalissa kauppakorkeakoulukentässä edennyt, on monelle ulkomaisista yliopistoista töitä tai prosenttisopimusta hamuavalle suomalaisakateemikolle yllätys. Veikkauksemme on, että noin 15000 kauppakorkeakoulusta vain reilu tuhat on aidosti joskus muistuttanut traditionaalista tutkimusyliopistoa, ja nyt niistäkin melkein kaikki toimivat enemmän tai vähemmän akateemiskapitalistisella logiikalla. Monet murattiliigan yliopistojen dekaanit ja professorit väittävät, että sama akateemiskapitalistinen logiikka on jo arkea niissäkin (Bok, 2003; Lewis, 2006; Tuchman, 2009; Giroux, 2014). Suomen kauppakorkeakouluista Harvardia ja MIT:a mukaillen Aalloksi jalostettu Helsingin kauppakorkeakoulu on tällä kehityspolulla pisimmällä, mutta muut seuraavat perässä. Koska lähes poikkeuksetta kauppakorkeakoulut ovat emoyliopistojensa lypsylehmiä, niiden odotetaan tuottavan voittoa (tai ylijäämää) konsernille. Näin on myös meillä Suomessa, mutta aste-erojakin on; huonosti johdetut yliopistot kuppaavat kauppatieteiltä enemmän kuin paremmin johdetut.

Lukumääräisesti suurin osa maailman kauppakorkeakouluista on yritysyliopistoja – vaikka nämä markkinointiviestinnässään usein muuta väittävätkin. Kaikki yritysyliopistot eivät kuitenkaan ole tehtävässään huonoja, sillä ainakin jotkut niistä onnistuvat tarjoamaan jonkinlaista korkeakoulutusta muutoin sen ulottumattomissa oleville opiskelijoille ja lunastavat siten lupauksensa parantuneista työllistymismahdollisuuksista. Maailmassa ei ole kuitenkaan yhtään aitoa kansainvälisen tason tutkimusyliopistoa, joka toimisi markkinalogiikan ehdoin (Marginson, 2006). Yritysyliopiston ansaintamalli ei yksinkertaisesti pysty rahoittamaan tutkimusta, sillä nämä voittoa tavoittelevat instituutiot eivät juurikaan nauti valtion tuista saati yksityisistä lahjoituksista. Myös yltiöpäisen optimistiset pedagogiset lupaukset ovat helposti voiton tavoitteluun liittyvän taloudellisen tehokkuuden kanssa ristiriidassa.

### *Kansainväliset akkreditoinnit*

Suomessa on perinteisesti uskottu kauppatieteellisen koulutuksen tasalaatuisuuteen. Ainakaan julkisesti ei ole ollut muuta sopivaa väittää. Syitä tähän on ollut ainakin OKM:n ohjaus, kauppatieteellisten yksiköiden kansallinen yhteistyö, ekonomiliitto, opetus- ja tutkimushenkilöstön tiiviit kollegiaaliset verkostot sekä kansainvälisten akkreditointien puuttuminen. 2000-luku ja lisääntyvä akkreditointiaktiivisuus ovat kuitenkin tehneet suomaisten kauppakorkeakoulujen keskinäisestä nokkimisjärjestyksestä melko luvallisen keskusteluteeman, kansalliset hierarkiat kun ovat enenevässä määrin kytköksissä ylikansallisiin statusjärjestelmiin.

Kansainvälisistä akkreditoinneista on tullut yhä tärkeämpiä myös meikäläisille kauppakorkeakouluille. Kansallisesti vanhimmat Aalto ja Hanken hankkivat ensimmäiset akkreditointinsa jo vuosituhannen taitteessa muiden pitäessä niitä vielä joko tarpeettomina tai mahdottomina saavuttaa, ja ovat nykyään ”triple crown accredited”. Kuten tyypillistä statushierarkioille, Aalto ja Hanken ovat alkaneet painottaa ”huippustatustaan” aiempaa selvemmin, tehden näin pesäeroa ”maakuntayliopistojen” opinahjoihin. Tämän seurauksena jälkimmäiset keskikastin koulut pyrkivät nyt entistä kiihkeämmin kohti kansainvälisiä akkreditointeja ja kisa valtakunnan kolmossijasta käy kuumana, ammattikorkeakoulujen pysyessä ainakin toistaiseksi statushierarkian pohjimmaisina. Kuvaavaa on, että tällä hetkellä useimmilla Suomen kauppakorkeakouluilla on jo joko AACSB:n (8+2 ammattikorkeakoulua) tai EFMD:n (5+3 ammattikorkeakoulua) jäsenyys. Akkreditoituja kouluja on pääkaupunkiseudun lisäksi Oulussa, jossa Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu AACSB-akkreditoitiin vuonna 2013.

### *Statustemput*

Koska statushierarkiat ovat pysyviä, niissä kiipeäminen on vaikeaa. Tämä houkuttelee korkeakouluja erilaisiin statustemppuihin, joiden monenkirjava skaala vaihtelee markkinointitempauksista onttoihin lupauksiin ja jopa

suoranaiseen vääristelyyn (Alvesson, 2013). Yksi kotimainen esimerkki ilmiöstä on prosenttiprofessorikikkailu; koulu rekrytoi huippuprofessorin esimerkiksi 20 prosentilla täydestä palkasta ja saa vastineeksi nimen ja CV:n, ja koulun affiliaatiolla (ja ehkä jopa vakinaisen henkilökunnan kanssa yhdessä) tuotettuja julkaisuja. Todellisuudessa prosenttiprofessorit piipahtavat silloin tällöin työpaikallaan ja jäävät irrallisiksi jäseniksi työyhteisössä – ympäröivästä yhteiskunnasta puhumattakaan.

Toinen statustemppuilun alalaji ovat JUFO-kikat. Kuten kaikki tiedämme, luokitusta käytetään korkeakoulujen tieteellisen julkaisutuotannon laadun indikaattorina OKM:n rahoitusmallissa. JUFO on osa eurooppalaista tendenssiä vähentää opiskelijamääriin tai henkilöstön palkkoihin perustuvaa julkisen rahan allokaatiota kohti tulospohjaista rahanjakoa. Ensimmäisen ponnistuksen tutkimustuloksiin perustuvassa arvioinnissa teki Iso-Britannia jo vuonna 1986, mutta tällä vuosituhannella lukuisat maat Euroopassa ja Aasiassa ovat kehittäneet omat kansalliset arviointijärjestelmänsä. Suomessakin kolmeportainen JUFO-luokittelu saatiin synnytettyä pitkällisen akateemisen politikoinnin ja edunvalvonnan tuloksena. Kukaan ei tietenkään ole laskenut järjestelmän luomis- ja ylläpitokustannuksia, mutta jos professoreiden työllä ja ajankäytöllä on muutakin yhteiskunnallista arvoa, projekti tuli eittämättä enemmän kuin kalliiksi.

Mikään mittaristo tai journal ranking ei tietenkään koskaan ole täydellinen tai valmis. Luokittelut ovat kuitenkin suosittuja jo siksikin, että esimerkiksi virantäyttöprosesseissa ne nopeuttavat kiireisten arvioitsijoiden työtä; heidän ei tarvitse lukea hakijoiden tuotantoa – ymmärtämisestä puhumattakaan. Erilaisten rankingien ei-toivottu sivuvaikutus onkin se, että kun hyvästäkin mittaristosta tulee itse tavoite, se muuttuu huonoksi ja alkaa vääristää alun perin toivottua käyttäytymistä. Ja näinhän meille Suomessa on ainakin osittain jo käynyt. Kotimainen *Hallinnon Tutkimus* (JUFO 2!) on tietenkin koominen esimerkki, joka on saanut myös suomalaiset liiketaloustieteilijät targetoimaan julkaisujaan lehteen, joka kansainvälisesti katsottuna kuuluu luokkaan Ö. Toinen esimerkki ovat kommando-tyyppiset

tutkimusryhmät, joissa julkaisuja tuotetaan vuorotteluvapaaperiaattein, mutta JUFO-pisteitä kerääntyy kaikille. Kolmantena, kun kustantajat luokiteltiin, editoiduista kirjoista tuli eriomainen JUFO-katiska, mistä alkoi juttujen pilkkominen useammaksi julkaisuksi.

Markkinoinnin alalla JUFO-luokittelun ohjausvaikutus ilmenee moneen muuhun disipliiniin verrattuna räikeämmin. Toinen tämän esseen kirjoittajista oli yksi niistä monista, jotka onnistuivat lobbaamaan *Industrial Marketing Management* -lehdelle JUFO 3 -luokituksen. Motivaattoreita tälle oli moniakin – hyviä ja huonoja. Markkinoinnin 'huippulehdet' ovat hyvin amerikkalaisvetoisia ja sisältävät lähinnä kuluttajamarkkinoinnin tutkijoiden hieroglyfi- ja risuaitaharjoitelmia. Laadullisilla menetelmillä tuotettujen teollisen markkinoinnin tutkimuksien pääsy *Journal of Marketingiin* on vähintäänkin rajattu, ellei mahdoton. Tästä syystä kolmosluokkaan piti saada edes yksi imppiläistä maailmankuvaa edustava ja julkaisupotentiaalinen lehti. Kukaan ei kuitenkaan ehkä arvannut, kuinka suuri suomalaisten ryntäys (ja menestys!) siitä tulisi. Arviomme on, että ehkä jo joka kuudes lehdessä ilmestyvä paperi on meiltä kotoisin. Nyt kansainvälistä uraa luoville markkinointitieteilijöille ongelmaksi on muodostumassa se, että 'immejä' ei angloamerikkalaisessa tenure-kilvassa juuri noteerata. Jälkiviisaasti on helppo todeta, että Suomen kauppatieteilijöiden olisi pitänyt ottaa brittien ABS-lista käyttöönsä sellaisenaan ja ehkä lisätä siihen *Liiketaloudellinen* ja *Kansantaloudellinen Aikakauskirja*. Tällä menettelyllä olisi säästetty aikaa, rahaa ja henkilösuhteita sekä autettu seuraavan sukupolven karriääritutkijoita.

### *Ammattikorkeakoulujen viestintäkikkailut*

Statushierarkian pohjalla maakuntayliopistojen kauppakorkeakoulujen kanssa taistelevat ammattikorkeakoulut ovat nekin marssittaneet kisalavalle omat taidonnäytteensä. Pääkaupunkiseudun ja suurten kasvukeskusten ammattikorkeakoulut ovat suhteellisen suosittuja hakukohteita, mutta

pienemmissä kaupungeissa ne kamppailevat usein opiskelijapaikkojen täyttämisessä. Yleisesti sanottuna ammattikorkeakoulut ovat kuitenkin statuksensa loukussa; riippumatta siitä kuinka erinomaista niiden opetus olisi, ne eivät voi koskaan saada korkeaa arvostusta, koska prestiisi ja koettu laatu ruokkivat toinen toisiaan. Akateemisella tutkimuksella, johon perinteisten tutkimusyliopistojen prestiisi suurelta osin perustuu, ne eivät voi kilpailla ollenkaan. Myös amkkien kehittämishankkeet ovat tyypillisesti välittäjäorganisaatiovetoisia ja vailla aitoa yritysmaksajaa.

Silti, heti perustamisestaan lähtien ammattikorkeakoulut alkoivat matkia yliopistoja paremman statuksen toivossa. Ensimmäisenä koulujen englanninkieliset nimet muutettiin lähemmäksi yliopistoja (University of Applied Sciences). Toiseksi alettiin vaatia oikeutta maisteritason koulutukseen – samalla kun entisten kauppaopistojen opettajien käyntikorttitittelit vaihtuivat professoreiksi ja rehtoreille laitettiin mahtiriimut kaulaan. Samaan syssyyn AMK-opettajat ilmoittautuivat kauppakorkeakoulujen jatkoopiskelijoiksi mielessä korkeammat oppiarvot – valitettavan usein vailla sisäistä tutkimuspaloa ja kunnollisia tieteentekemisen valmiuksia. Ahkerimmat saivatkin lopulta lisensiaatti- tai tohtoritodistuksen, mutta usein suomenkielisistä opinnäytteistä ani harva on yltänyt ABS-tason suoritukseksi.

Kaiken huippuna ammattikorkeakoulujen taholta on väitetty, että yliopistot tekevät vain työelämälle vierasta perustutkimusta ja tutkijakoulutusta, kun taas amkkien innovaatiot palvelevat työelämää, koska vain ne on tehty yhteistyössä yritysten kanssa. Viimeisin statustemppu on ”ammattitaidon tohtorin tutkinto”, jonka myöntöoikeus tulisi AMK-johdon mukaan antaa ammattikorkeakouluille (Heinimäki, 2016).

Kauppakorkeakoulujen historiaa tunteville amkkien statusponnisteluissa ei ole mitään uutta eikä yllättävää: Ihan samanlaisia, näennäisesti tieteellisyyttä korostavia temppuja tehtiin aikoinaan myös Helsingin, Turun ja muissakin kauppakorkeakouluissa. Toisin kuin ammattikorkeakoulut väit-

tävät, Suomen korkeakoulumalli kaupallisella alalla ei ole koskaan nojannut aitoon työnjakoon ja kahteen erilliseen peruspilariin. Ammattikorkeakouluille ei yksinkertaisesti ollut missään vaiheessa aitoa 'markkina-aukkoa' kauppakorkeakoulujen ja yritysten välissä. Väitteet Suomen kauppakorkeakoulujen käytännön irrelevanssista eivät ole läheskään totta. Nykyiset kauppakorkeakoulut saavat rahoituksestaan n. 40 prosenttia muualta kuin valtion budjetista. Suuri osa tästä on muun muassa TEKES-rahaa, johon sisältyy aina yritysrahoitusosuus. Ylisanat ammattikorkeakoulujen yritysrajapinnoista sen sijaan ovat paljolti vain tyhjää markkinointiläppää, joka vaikeuttaa niiden oikeaa kehittämistä.

Tällä hetkellä kotimainen korkeakoulukenttä näyttää jo siltä, että jotkut ammattikorkeakoulut ovat onnistumassa soluttautumaan yliopistojen sisälle ja yhteisiin kampuksiin. Näin on tapahtunut jo Lappeenrannassa ja tendenssi jatkuu Tampereella ja Oulussa. Viimeksi mainittu jopa aikoo ostaa 50,5 prosenttia paikallisen ammattikorkeakoulun osakekannasta. Yliopisto-ammattikorkeakoulu-yhteistyön vaikeus on kuitenkin pohjimmiltaan hyvin erilaissa tavoitteissa. Ensin mainittu voi suostua rahapulassaan jakamaan tukitoimien kustannuksia kuitenkin mielellään niin, ettei sen yliopistollinen status vaarannu ja raja ammattikorkeakouluun hämärry. Jälkimmäinen taas tavoittelee ensisijaisesti korkeampaa statusta pyrkimällä sumentamaan tiede- ja ammattikorkeakoulujen eroa ja on valmis maksumieheksi, jos se sitä kautta onnistuu.

Pahoin pelkäämme, että nykyisten yliopistojen rehtorit eivät säästöpaineissaan ymmärrä, että ajatus kimppakampuksesta ei lopulta rajoitu opiskelijoiden yhteiskäytössä oleviin vessoihin ja tietokoneluokkiin, vaan johtaa ennen pitkää syvältä käyvään kulttuuriseen muutokseen. Kauppakorkeakouluille tämä on erityisen vaarallista, sillä niiden akateeminen asema ei ole läheskään yhtä turvattu kuin vaikkapa luonnontieteiden. Myöskään työmarkkinanäkökulmasta ero ekonomin ja tradenomin ammattikuvan välillä ei ole verrattavissa esimerkiksi lääketieteeseen, jossa lääkärin tutkinto tekee suorittajastaan asemaltaan turvatun ammattikunnan jäsenen, jonka

tehtävä ja toimivalta poikkeaa olennaisesti ja selvästi AMK-koulutuksen saaneiden sairaanhoitajien vastaavasta.

## Kauppakorkeakoulut piilevien ideologioidensa vankeja?

Monet sosiologit väittävät, että koulutusinstituutiot ovat ytimessä, kun ideologioita synnytetään, levitetään ja ylläpidetään (Elias, 2000; Cameron, Ireland, Lussier, New & Robbinsm, 2003). Kauppakorkeakoulut ovat tässä erityisen tehokkaita, sillä ne kokoavat yhteen nuoria tulevaisuuden liikkeenjohtajia otollisina oppimisvuosina. Ideologiathan ovat ismejä ja itseriittoisia uskomusjärjestelmiä, joiden ajatuksia niiden kannattajakunta pitää totena. Siten niiden voidaan sanoa luovan harhaista ja yksiulotteista varmuutta asioiden tilasta ja siihen liittyvistä toimenpiteistä ja ohjaavan ajattelua pois moninäkökulmaisesta kriittisestä tarkastelusta.

Kauppakorkeakouluja on syytetty käytännön irrelevanssista ja vaikuttavuuden puuttumisesta, mutta todellisuudessa niiden piilevä vaikutus on merkittävä (Ferraro, Pfeffer, & Sutton, 2005; Ghoshal, 2002). Esimerkiksi managerialistinen ja neoliberalistinen kieli ja ajattelutapa ovat ujuttautuneet suurelta osin meidän kauttamme jo lähes kaikille yhteiskunnan aloille. Näiden liikkeenjohdon ismien asema on erityisen vahva, koska niillä on palveluksessaan massiivinen kustannusteollisuus, joka markkinoi teoriat käytäntöön konsultointina, kirjoina, lehtinä ja ohjelmistotuotteina. Muilla yhteiskuntatieteilijöillä, esimerkiksi sosiologeilla tai valtio-oppineilla, ei ole vastaavaa.

Väitämme, että kauppakorkeakoulujen tutkimuksen ja opetuksen enemmän tai vähemmän piilevät ideologiat ovat *neoliberalismi, managerialismi* ja *shareholderismi*. Toisin kuin esimerkiksi nykypäivän kommunismi ja fasismi, ne ovat ideologioina anonyymeja ja puettu tieteen kaapuun sopivasti empiirisillä todistusaineistoilla tuettuna. Itseasiassa kauppakorkeakoulujen masinoimien aatteiden voima on juuri siinä, että ne eivät näytä

vaarallisilta tai kyseenalaistettavilta ideologioilta, vaan järkeviltä ja yhteensopivilta markkinatalouden peruspilareilta. Näin kuitenkaan ei ole.

Neoliberalismin huomion kohteena on yhteiskunta ja politiikka (Klikauer, 2013). Aate kannattaa individualistista yhteiskuntaa, jossa vapaat markkinasuhteet ja yksilölliset (kuluttaja)päätökset tuottavat optimaalisen hyvinvoinnin. Kansalaiset ovat lähtökohtaisesti hyvin informoituja kuluttajia, jotka hintamekanismin kautta palkitsevat parhaita tuottajia ja ainakin ennen pitkää rankaisevat heikkoja. Neoliberalismi on siten pohjimmiltaan yhteiskunnalliseen hyvinvointiin ja kuluttajademokratiaan tähtäävä aate, joka näkee valtion uhkana vapaudelle ja yksityisomistukselle, minkä vuoksi valtion rooli markkinatalouden sääntelijänä tulee minimoida. Tehokkaiden – saati sitten täydellisten – markkinoiden saavuttaminen näyttää kuitenkin olevan käytännössä vaikeaa, miltei mahdotonta.

New Yorkin pörssin piti olla maailman sofistikoitunein, mutta sekin olisi romahtanut vuoden 2008 finanssikriisin seurauksena ilman valtion massiivista väliintuloa. Kriitikoiden mukaan neoliberalismi kuten kommunisminkin on perinpohjaisesti epäonnistunut aate, jonka kaanonimaiset sovellutukset ovat päätyneet katastrofiin (Crouch, 2011; Alajoutsijärvi, 2012). Toisin kuin kilpailijansa, neoliberalismi kuitenkin elää ja voi hyvin monien maiden (mm. Iso-Britannia) korkeakoulupolitiikassa, jossa valtion sääntelyä on systemaattisesti purettu (Alajoutsijärvi, Davies & Kettunen, 2017a).

Managerialismi puolestaan keskittyy organisaatioiden sisäisiin järjestelyihin. Aatteen keskeinen doktriini painottaa organisaatioiden ja toimialojen samanlaisuutta, jolloin esimerkiksi metsäjätteihin, yliopistoihin ja sairaaloihin voidaan soveltaa samoja yleispäteviä oppeja ja menetelmiä. Toisin kuin edellä kuvattu neoliberalistinen ideologia, managerialismin aate ei edes väitä pyrkivänsä demokratiaan, vaan uskoo vallan keskittämiseen (yritys)johdolle. Tämä oikeutus perustuu liikkeenjohtajakastin parempaan ymmärrykseen ja osaamiseen, jota varsinkin kauppakorkeakoulut tuottavat

koodattuna tietona (Locke & Spender, 2011; Klikauer, 2013). Johdolla pitää siis olla oikeus johtaa ja johtamisen esteet (esim. ammattiyhdistys) on poistettava.

Shareholderismissa osakkeenomistajat nähdään yhteiskunnan keskeisimpänä ryhmänä, joka kantaa yritystoiminnan riskin ja luo hyvinvointia investointipäätöksillään. Tästä syystä liikkeenjohtajat ovat osakkeenomistajille alisteinen ryhmä, agentit, joiden on pyrittävä maksimoimaan päämiestensä varallisuus. Ideologian perusväite on kuitenkin valheellinen (esim. Stout, 2002; 2012). Ensinnäkin, on järjetöntä olettaa kaikkien osakkeenomistajien olevan samanlaisia ja kiinnostuneita vain sijoitustensa tuotoista. Toiseksi väite siitä, että shareholderismi on osakeyhtiölain mukaan pakollista, ei pidä paikkaansa. Kolmantena ja toisin kuin aate väittää, listattujen pörssiyritysten omistajat eivät ole yritystoiminnan merkittävin riskin kantaja, vaan paljon suuremman riskin ottavat tyypillisesti yrityksen työtekijät, asiakkaat ja hankkijat, joilla pelissä on helposti koko toimeentulo, perhe, ja asuinpaikka – lyhyesti sanottuna koko elämä. Lopuksi shareholderismin uskotellaan tehostavan yritysten toimintaa, vaikka todellisuudessa ideologian toteuttaminen pörssikurssia maksimoimalla johtaa kehittämisvelkaan eli kuvitellun agentti-päämies -ongelman siirtymiseen ristiriidaksi yrityksen pitkäaikaisen kehittämisen ja johtoportaan lyhyen tähtäimen bonustavoitteiden välillä. Tästä seuraa se, että myös pitkäaikaiset sijoittajat häviävät, yhteiskunnasta ja muista sidosryhmistä puhumattakaan (Locke & Spender, 2011).

Väitämme, että kauppakorkeakouluista on tullut puolivahingossa edellä mainittujen ideologioiden vankeja, sillä aatteet ohjaavat vahvasti niiden tutkimusta ja opetusta. Huolimatta mahdollisista kriittisistä kursseista tai opetussisällöistä nämä kolme ideologiaa muodostavat kauppakorkeakoulujen eetoksen, joka iskostuu ekonomiprässissä useimpien opiskelijoiden mielenmaisemaan kolmena ’totuutena’:

- Tehokkaat markkinat tulee olla yhteiskunnallisen päätöksenteon tavoite
- Liikkeenjohtajilla on oikeus johtaa ja johtamisen esteet on syytä poistaa
- Yritysten olemassaolon tarkoitus on omistaja-arvon maksimointi

Voisi kuvitella, että juuri kauppakorkeakoulujen tutkimuksen ja opetuksen tulisi paljastaa näiden ideologioiden sisäisiä ja keskinäisiä epäjohdonmukaisuuksia sekä niiden heikkouksia ja ei-toivottuja seurauksia. Tämä ei näytä kuitenkaan olevan asian laita kuin marginalisoidussa critical management studies -traditiossa. Siiloutuneet ideologiat eivät myöskään helposti törmää toisiinsa, sillä liiketaloustieteilijät uskovat pääasiassa managerialismiin, kansantaloustieteilijät neoliberalismiin ja finanssitutkijat shareholderismiin. Ja taas nämä piilevät ideologiat edistävät kauppakorkeakoulujen edelleen siiloutumista.

## Uutta kauppakorkeakoulua visioimassa

### *Paradoksissa sen salaisuus*

Yliopistopohjaisilla kauppakorkeakouluilla on edelleen kaksi päätehtävää – tutkimus ja opetus, jotka ovat kuitenkin luonteeltaan hyvin erilaisia. Kauppakorkeakouluilla on Suomessa lähes monopoli korkeimpaan opetukseen, mutta ei tutkimukseen, jossa kilpaillaan myös monenlaisten yksityisten ja julkisten tutkimuslaitosten kanssa. Koulutuksen kannalta yliopisto on organisoitava selkeästi ja tunnistettavasti, mutta tutkimukselle tiedekunta- ja oppiainerajat voivat olla enemmänkin kahleita (Sipilä, 2007). Huippututkimus kauppakorkeakouluissa liittyy statuskilpailuun eikä sillä ole useinkaan suoranaista yhteyttä laatuopetukseen. Tutkimuksen ylikorostumisen ja kapea-alaistumisen myötä tilanne voi olla jopa päinvastainen.

Laatuopetuksen ja -tutkimuksen lähtökohdat ovat aina aidossa professionaalisuudessa, jolla tarkoitamme opetus- ja tutkimushenkilöstön kykyä

hallita teoreettiset keskustelut, kontrolloida omaa työtään, sisäistä motivoitumista ja sitoutumista eettiseen koodistoon ja jatkuvaan kollegiaaliseen kehittämiseen (Roberts & Donahue, 2000; Kettunen, Juusola & Alajoutsijärvi, 2015). Sekä akateemiskapitalistisessa että yritysyliopistologiikoissa tapahtuu väistämättä opettajakunnan epäammatillistumista; akateemisen työn valtaa ja kontrollia siirtyy hallintohenkilöstölle. Menetämme yliopistoista paljon ja lopullisesti, jos opetus- ja tutkimushenkilöstön ammatillinen autonomia ja siihen liittyvä sisäinen vastuuntunto katoaa.

Usein väitetään, että yliopistojen ”kolmas tehtävä” vaikeuttaa opetusta ja tutkimusta. Kolmas tehtävä on kuitenkin kaikkea muuta kuin uusi, ja sen moniulotteisuus julkisilla varoilla rahoitetuissa yliopistoissa tunnetaan jo pitkältä ajalta. Julkisella yliopistolla on lähtökohtaisesti monta yhteiskunnallista funktiota (Marginson, 2010). Ne ovat sekä sisäisesti itseriittoisia että ulkopuolisia palveluja tuottavia. Samaan aikaan ne myös ovat olleet konservatiivisia ja radikaaleja, elitistisiä ja demokraattisia, ja tuottaneet sekä perustutkimusta että konsulttitoimeksiantoja. Tällainen paradoksaalisuus on kuitenkin yliopiston ydin ja perusluonne. Eikä se ole johtanut vajaatoimintaan, vaan ollut jo pitkään niiden vahvuus ja pitkäikäisyyden selitys (Tourish, Craig & Amenic, 2017).

*Kauppakorkeakoulun tehtävä*

*Kauppakorkeakoulun tehtävä vuodelta 1911:*

1. *Perusteellisen taloudellisen ja kauppasivistyksen antaminen nuorille henkilöille, jotka tarpeellisen yleisen sivistyksen omistaen aikovat liikealalle antautua.*
2. *Tilaisuuden tarjoaminen kehittyneemmälle liikealalla toimivalle väelle syvempien tietojen hankkimiseen erinäisissä ammattiaineissa.*
3. *Tietopuolisen ja käytännöllisen ammattisivistyksen antaminen vastaisille kauppaoppilaitosten opettajille.*

Kuvio 2. Suomen ensimmäisen kauppakorkeakoulun tehtävä (Kukkonen, 1995)

Myös kauppakorkeakoulujen toimintaa on niiden perustamisesta saakka leimannut tieteen ja käytännön vastakkainasettelu (ks. Kuvio 2). Herbert Simon (1967) kuvasi business-koulun tehtävää ja olemassa olon oikeutusta öljyn ja veden jatkuvaksi sekoittamiseksi: ilman aktiivista vispausta tiede ja käytäntö erkaantuisivat hiljalleen toisistaan.

Simonin (1967) visio kauppakorkeakouluista oli aikansa tuote, mutta myös tuoreemmat kauppakorkeakoulukriitikot palaavat yhä uudestaan hänen esittämäänsä synteesiin akateemisesta perusteellisuudesta (rigor) ja liikkeenjohdollisesta relevanssista (relevance) (Rousseau, 2012; Khurana & Spender, 2012). Simonin näkemyksen mukaan kauppakorkeakoulut kuuluivat professionaalisesti orientoituneisiin aloihin, kuten sen esikuvat tekniikka ja lääketiede. Tällaisille koulutusinstituutioille tyypillisesti ne ammensivat tietopohjansa sekä ammatillisten käytäntöjen maailmasta että akateemisesta tiedemaailmasta. Tämän pohjalta näille aloille oli syntynyt kaksi tärkeää sosiaalista systeemiä, joihin kauppakorkeakoulujenkin tuli kietoutua: professionaalinen mainejärjestelmä ja tiedemainejärjestelmä. Kauppakorkeakoulujen piti siis ymmärtää syvällisesti liikkeenjohdon ongelmia ja integroida tieteellinen ongelmanratkaisu tutkimus- ja opetustoimintaansa, mikä puolestaan vaikutti monin tavoin koulun aktiviteetteihin sekä kulttuurisiin ja organisatorisiin käytäntöihin.

Simonille kauppakorkeakoulujen perustehtävä oli helppo todeta: kouluttaa johtajia ja asiantuntijoita käytännön tehtäviin ja kehittää tiedepohjaista ymmärrystä, jolla voitiin parantaa yritysten toimintaa. Simon kuitenkin arvosti laaja-alaista perustutkimusta eikä edellyttänyt sen olevan välittömästi ja suoraan hyödyllistä ja yritysten hyödynnettävissä. Myös kauppakorkeakoulujen opetuksessa tuli olla intellektuaalista haastetta ja jännitystä, joka kumpusi ennen kaikkea tutkimuksesta. Liiallista tutkimuspainotusta tuli kuitenkin välttää, sillä käytännön relevanssin kadotessa koko kauppakorkeakoulu menettäisi kurssinsa.

Edellä olemme kuvanneet ja kommentoineet markkinalogiikalla toimivien yritysyliopistojen kasvavaa joukkoa, sekä kotimaisten ammattikorkeakoulujen väitteitä käytännön relevanssista. Yhteistä näille korkeakoulutyypeille on, että niillä on hyvin vähän tekemistä kriittisen, akateemisen tutkimuksen kanssa. Omien organisaatioidemme yli ja globaalisti tarkasteltuna rigour vs. relevance -debatti on siis tosiasiassa harvojen luksusta. Paradoksi ei tule koskaan täydellisesti, yksimielisesti saati pysyvästi ratkaistuksi, mutta juuri siinä piilee homman juju. Ollessamme eri mieltä ikuisuuskysymysten äärellä olemme (ja pysymme) osana tutkimusyliopiston monisatavuotista jatkumoa.

Kauppakorkeakoulujen nykymenoa seuratessa on helppo taipua nostalgiaan ja menneiden haikailuun: Kyllä ennen oli paremmin, kiireettömämmin ja merkityksellisemmin. Tavoitetila (eli markkinakielellä visio), joka perustuu pelkästään perinteisen kauppakorkeakoulumielikuvan puolustamiseen, on kuitenkin kehno tulevaisuuden suunnannäyttäjä. Nyt käytössä oleva tulosjohtamisen metriikka yhdistettynä valtiovallan auditointikulttuuriin, kauppakorkeakoulujen massoittuminen, muutokset opiskelijapopulaation käyttäytymisessä, poliitikkojen koulutusgospel sekä kansainvälinen statuskilpailu ovat yksinkertaisesti ajaneet ohi vanhan hyvän ajan kauppasivistyksen tyyssijoista.

*markkinointitiede?*

## *Matkimistarina jatkuu?*

Millainen sitten olisi suomalaisittain tavoittelemisen arvoinen kauppakorkeakoulu? Jos kysymme pääministeri Sipilältä, vastauksena voisi olla tehokas yrityshautomo ja teknologisten innovaatioiden kaupallistaja, jossa kaiken maailman dosentit vatuloimisen sijaan puhaltavat samaan kilpailukykyhiileen kuin kaikki muutkin. Suomen Yrittäjien ”20 kohdan kehittämislistan” (Suomen Yrittäjät, 2017) mukaan meidän tulisi tietysti valmentaa koko tulevaisuuden ekonomipopulaatiosta vähintäänkin sisäisiä, mutta mieluiten myös ulkoisia yrittäjiä ja oman bisneksen pyörittäjiä. Pääkaupunkiseudulla markkinaliberalistinen ajatuspaja Libera kannattajineen esittää ”laajan mutta heikon” korkeakouluverkostomme karsimista fuusioimalla ja keskittämällä yliopistot suurempiin kaupunkeihin (lähinnä tietysti Helsinkiin) (Kiesiläinen, 2018). Myös ammattikorkeakoulujen johdolla olisi meille selkeä vastaus: duaalimallin ylläpitäminen, mutta totta kai niin, että ammattikorkeakouluista tulisi yliopistoja (Heinimäki, 2016). Jos kuitenkin kysymme ”puolueetonta” huippuasiantuntija-arvioita, meidän kannattaa ehkä kuunnella ”herkällä korvalla” nobelisti Bengt Holmströmiä (ks. Kaleva 10.10.2016), jonka mukaan Yhdysvaltain yliopistojärjestelmä on yksinkertaisesti maailman paras (Helsingin Sanomat, 2017).

Holmström unohti kuitenkin vinkkejä jakaessaan mainita, että merkittävin lahjoitusvaroin tuetut murattiliigan yliopistot, joista hänen oma kokemuspiirinsä pitkälti koostuu, edustavat vain pientä murto-osaa amerikkalaisesta korkeakoulukentästä. Kun näkökulmaksi otetaan kaikki kaksi ja puoli tuhatta Yhdysvaltain julkista ja yksityistä yliopistoa, kokonaiskuva on jotain ihan muuta. Toki Amerikkaan mahtuu pari sataa korkeatasoista eliittiyliopistoa, mutta ylivoimainen enemmistö maan korkeakouluista koostuu kuitenkin parhaimmillaankin keskinkertaisista massojen koulutuslaitoksista. Joukossa on myös huomattava määrä voitonnälkäisiä yritysyliopistoja, joiden huijauksiksi paljastuneista oppimis- ja työllistymislupauksista jopa senaatin komitea on varoittanut: moni näistä opinahjoista kun on viime vuosina päätynyt konkurssiin, jolloin niiden vähempiosaisille opiskelijoille

on jäänyt kotiin kannettavaksi lähinnä loppuelämän talouden tuhoavat opintovelat.

Olisi tietysti hienoa, jos meillä olisi pari Harvardia ja MIT, mutta muilta osin Amerikan apinointi johtaa meidät harhaan. Kokonaisuutena korkeakoulusektorimme päihittää nykyisellään helposti jenkkien vastaavan. Resursseihin suhteutettuna yliopistojemme tutkimus- ja opetustulokset kestävät laajemmankin kansainvälisen vertailun mainiosti. Parasta lienee siis pienentää nobelistiradion volyymiä tai kuunnella sitä vain tietyltä taajuudelta. Vaihtoehtoinen, ja ehkä jopa hieman yllättävä ratkaisu olisi kysyä kauppakorkeakoulujen tulevaisuudesta niiltä itseltään!

## *Visio suomalaisesta kauppakorkeakoulusta*

Seuraavassa esitämme (kauppakorkeakouluissa pitkään tutkimus-, opetus- ja hallintotehtävissä työskennelleinä liikkeenjohdon koulutuksen tutkijoina) oman visiomme kauppakorkeakoulujen tulevaisuudesta viitoittamalla suuntaa, johon niiden tulisi haasteista huolimatta aktiivisesti ja selväsanaisesti pyrkiä (ks. Taulukko 2.)

Mielestämme kauppakorkeakoulut tarvitsevat tulevaisuuteen kurkottavan vision, jossa on markkinakielestä suomeksi käännettynä kysymys ennen muuta yhteisön jäseniä yhdistävästä ydinmerkityksestä (Laine, 2017). Tämä ydinmerkitys ei voi rakentua pelkästään ”vanhan hyvän ajan kauppakorkeakoulun” säilyttämisen tai pelastamisen varaan. Ensinnäkin, jonkin asiaintilan pelastamiseen tähtäävän vision ongelmana on, että siinä iso kuva sivuutetaan kiinnittämällä huomio erilaisiin nykytilan ylläpitämiseen tähtääviin käytännön toimiin (vrt. Laine, 2017). Näin valta luisuu kauppakorkeakoulujen johdolta niiden emoyliopistojen kehittämis- ja suunnittelubyrokraateille, jotka keskittyvät puuhastelemaan lähinnä omilla erillisillä vastuutonteillaan. Toiseksi, jonkin asian pelastamiseen liittyy aina uhka ja pelko sen menettämisestä. Edes suomalaisissa tämä ei välttämättä saa aikaan talvisodan hengestä kumpuavaa sisua ja innovatiivisuutta, vaan johtaa

lähinnä reaktiiviseen puolustuspeliin. Vaihtoehtoisen vision luomista ei auta pelkästään nykytilan kritisoiminen ja sen epäkohtien osoittaminen (Alvesson, 2013). Jos otamme auditointikulttuurin faktana, jolle emme voi mitään, olemme jo menettäneet pelin.

Taulukko 2. Kauppakorkeakoulujen tulevaisuuden suuntaviivoja

| Tänne | Ei tänne |
|---|---|
| ***Ydinmerkitys*** | |
| Korkeat yhteiskunnalliset tavoitteet, sivistysyliopiston henki, prestiisin rakentaminen | Yliopisto-kuin-yritys, konsulttitoimisto tai projektihaukka, tulovirtojen maksimointi |
| ***Johto & organisaatio*** | |
| Johto & hallinto suojelee ja tukee autonomista opettaja- ja tutkijakuntaa | Johto & hallinto mikromanageroi |
| Todellinen valta tutkijoilla ja opettajilla | Todellinen valta hallintohenkilökunnalla ja opiskelija-asiakkailla |
| Seminaareja ja ad hoc -tutkimuspalavereita | Hallinnollisia kokouksia |
| ***Tutkijat & tutkimus*** | |
| Akateeminen vapaus, tutkijoilla tilaa, aikaa ja luottamusta | Lyhyet työsopimukset ja auditointikulttuuri |
| Professorikunta esimerkillisiä akateemisen yhteisön jäseniä (academic citizenship) | Professorikunta pelaa omaan aineeseen ja itselle (sub-optimization) |
| Neoliberalismin, managerialismin ja shareholderimin kriittinen ja dialektinen tutkimus | Neoliberalismin, managerialismin ja shareholderimin kritiikitön ja yksiulotteinen markkinointi |
| Tutkimus relevanttia ja tieteellisesti perusteellista, uteliaisuusvetoista, syntetisoivaa, peruskysymyksiä pohtivaa | Tutkimus joko relevanttia tai rigoria tai ei kumpaakaan, siiloutunutta tai viimeistä muotia (gap spotting) |
| ***Opiskelijat & oppiminen*** | |
| Opiskelijat nuorempia kollegoja | Opiskelijat voimaantuneita asiakkaita |
| Opiskelijat keskittyvät holistiseen oppimiseen | Opiskelijat keskittyvät viihteeseen ja opintopisteisiin |
| Korkeamman kauppasivistyksen puolesta toimiva opettajakunta | JUFO-pisteiden perässä juokseva opettajakunta |
| Opetus pohjautuu tutkimukseen ja opettajan omiin liike-elämäkokemuksiin | Opetus pohjautuu oppikirjoihin ja niiden oheismateriaaliin |

Jos meiltä itseltämme puuttuu visio ja merkitys, sen tilan täyttävät pomminvarmasti kehittämislistailijat, keskittäjäpopulistit, ynnä muut, jotka ymmärtämättömyyttään tarjoilevat aivan liian yksinkertaista rohtoa aivan liian monimutkaisen yliopisto-organisaation lääkkeeksi – välittämättä siitä, onko kohde oikeasti edes rikki tai sairas. Kaikki tiedämme, että asiaa tuntemattomien ohjeet ovat helposti haitallisia ja parhaimmillaankin hyödyttömiä. Neuvojen vastaanottaminen ”asiantuntijalta”, joka ei itsekään tunnista tulokulmiensa yksiulotteisuutta, on sen sijaan suorastaan vaarallista.

Tulevaisuuteen näkemisessä kauppakorkeakoulut eivät itsekään ole helpon tehtävän äärellä, sillä esimerkiksi Suomen valtiovallan ja elinkeinoelämän koulutuspoliittiset ryntäilyt ja arvaukset ovat usein olleet sekä myöhässä että vääriä. Tämän esseen yksi teesi on, että kauppakorkeakoulujen umpikuja on ennen kaikkea ideologinen, ei niinkään älyllinen – väite, jolle olemme esittäneet sekä historiallisia, ideologisia ja globaaleja perusteluita.

Koska kauppakorkeakoulut ovat vähitellen ja vahingossa muuntuneet aiemmin kuvattujen ideologioiden saarnaajiksi ja myyntimiehiksi, ideologiat hallitsevat erityisesti opetusta, vaikka tarjolla olisi roppakaupalla vastakkaista tutkimusevidenssiä. Yhteiskunnallisesti kestävässä visiossa korkeakoulujemme pitäisikin suuntautua aktiivisemmin talouden ja liike-elämän kriittisiksi havainnoijiksi ja raportoijiksi kuin markkinamiehiksi ja -naisiksi. Erityiskohteena voisivat olla esimerkiksi vallalla olevat business-ideologiat ja niiden monet kasvot, vastakkaisuudet ja jännitteet. Geneeristen totuuksien ja käsitteistöjen tarjoilemisen sijaan kauppakorkeakoulujen tulisi pureutua edellä mainittuihin paradokseihin ja huomata liikkeenjohtamisen hyvin erilaiset kontekstit.

Yleinen perinteisten yliopistojen kauppakorkeakouluihin kohdistuva kritiikki on, että muistutamme lähinnä pölyttyneitä ja ylimielisiä sisäsiittoloita, jotka kurkottelevat parhaimmillaankin taaksepäin. Siksi meidän pitäisi muuttua akateemiskapitalistisiksi, vikkeliksi opiskelija-asiakkaiden palvelijoiksi. Uskallamme väittää, että erityisesti me markkinointitieteilijät ja -opettajat olemme omaksuneet opiskelija–asiakas -metaforan herkemmin kuin kollegamme esimerkiksi laskentatoimessa ja kansantaloustieteessä. Samaan aikaan markkinoinnista on Suomessa kehkeytynyt vaikutusvaltainen oppiaine. Esimerkiksi asiakastyytyväisyysmittaukset ovat kätevästi kääntyneet opiskelijatyytyväisyysmittauksiksi, jotka ovat jo arkea Suomen kauppakorkeakouluissa ja niiden emoyliopistoissa. Painoarvomme levittää – tai olla levittämättä – opiskelija-asiakasmetaforaa ja siitä johdettavia käytäntöjä on siis huomattava.

Ilman asiakastyytyväisyysmittauksiakin on selvää, että kauppakorkeakoulujemme täytyy olla sekä ajattomia että ajassa mukana, vaativia mutta joustavia, liikkeenjohdollisesti relevantteja mutta tieteellisesti perusteellisia. Totuus on, että lukiotaustaisilla opiskelijoilla ei ole riittävää omakohtaista liike-elämän kokemusta, joka antaisi kykyä arvioida opetuksemme sisältöä (ks. myös Alajoutsijärvi, Davies & Kettunen, 2017b). Heidän huomionsa kohdistuu aivan liian usein oppimisen kannalta toisarvoisiin asioihin: opettajan lavakarismaan, oppimateriaalien viihteellisyyteen ja sisällön näennäiseen käytännöllisyyteen. Jos kohtelemme opiskelijoita kuin teini-shoppailijoita, heistä aivan varmasti myös tulee sellaisia. Massayliopistomallista huolimatta meillä on opettajina edelleen mahdollisuus, ääneen ja eksplisiittisesti, painottaa opiskelijoidemme roolia nuorempina kollegoina, joista huolehditaan mutta joilta odotetaan myös itsenäistä vastuunkantoa. Tämä taasen edellyttää korkeakoulujen johdolta ja esimiehiltä kriittistä suhtautumista opiskelijapalautteeseen sekä mikro-manageroinnista pidättäytymistä: opettajuus on professio ja opettaja sitä myötä opetustapahtuman korkein auktoriteetti.

Humboldtilaisen yliopiston sivistykseen pohjaava ydinmerkitys on ollut kauppakorkeakouluillemme erinomainen roolimalli. Korkeamman kauppasivistyksen – siis *sekä* kaupan *että* sivistyksen – vaaliminen ja seuraaville sukupolville eteenpäin siirtäminen on mielestämme ydinmerkitys, jonka taakse sekä kauppakorkeakoulujen johdon, opetus- ja tutkimushenkilöstön sekä hallinnon tulisi voida hyvillä mielin asettua. Kauppakorkeakoulujen tehtävä ei ole viedä opiskelijoita sinne, minne he haluavat nyt, vaan kohti visiota, jonka merkityksen he vasta myöhemmin ymmärtävät.

## Kirjallisuus

**Alajoutsijärvi, K.** (2012) Ovatko kauppakorkeakoulut syyllisiä finassikriisiin? *Kansantaloudellinen Aikakauskirja*, Vol. 108 (3), 361–375.

**Alajoutsijärvi, K.** (2013) Vaan kuinkas sitten kävikään? *Liiketaloudellinen Aikakauskirja*, (1), 92–102.

**Alajoutsijärvi, K. – Davies J. – Kettunen, K.** (2017a) London's business schools: The good, the bad and the ugly? *Academy of Management Annual Conference Procedings.*

**Alajoutsijärvi, K. – Davies, J. – Kettunen, K.** (2017b) Should we give business school students what they want or what they need? *BizEd.* February 2017. <http://bized.aacsb.edu/articles/2017/02/should-we-give-business-school-students-what-they-want-or-what-they-need>

**Alajoutsijärvi, K. – Juusola, K. – Lamberg, J-A.** (2013) Institutional logic of business bubbles: Lessons from the Dubai business school mania. *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 13 (1), 5–25.

**Alajoutsijärvi, K. – Juusola, K. – Siltaoja, M.** (2013) Academic capitalism hits the fan: The birth of acamanic capitalism. Teoksessa: *Dialogues in critical management studies*, toim. V. Malin – J. Murphy – M. Siltaoja, 91–121. Emerald, UK.

**Alajoutsijärvi, K. – Juusola, K. – Siltaoja, M.** (2014) The legitimacy paradox of business schools: Losing by gaining? *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 14 (2), 277–291.

**Alajoutsijärvi, K. – Kettunen, K.** (2016) The "Dean's Squeeze" revisited: A contextual approach. *Journal of Management Development*, Vol. 35 (3), 326–340.

**Alajoutsijärvi, K. – Kettunen, K. – Sohlo, S.** (painossa) Shaking the status quo: Business accreditation and positional competition. *Academy of Management Learning & Education*. DOI: 10.5465/amle.2015.0199.

**Alajoutsijärvi, K. – Siltaoja, M. – Kettunen, K.** (käsikirjoitus) *´We are better than Harvard' – Grandiosity and acamanic capitalism*.

**Alvesson M.** (2013) *The triumph of emptiness: Consumption, higher education, and work organization*. Oxford University Press, Oxford.

**Augier, M. – March, J. G.** (2011) *The roots, rituals, and rhetorics of change: North American business schools after the Second World War.* Stanford University Press, CA.

**Axtell, J.** (2016) *Wisdom's workshop: The rise of the modern university*. Princeton University Press, NJ.

**Bok, D.** (2003) *Universities in the marketplace. The commercialization of higher education*. Princeton University Press, Princeton and Oxford.

**Brandon, C.** (2010) *The five-year party. How colleges have given up on educating your child and what we can do about it*. Ben Bella Books, Dallas.

**Cameron, K. – Ireland, R. D. – Lussier, R. – Ne, J. R. – Robbins, S.** (2012) Management textbooks as propaganda. *Journal of Management Education*, Vol. 27 (6), 711–729.

**Cox, A. M.** (2003) None of your business: The rise of the University of Phoenix and for-profit education – And why it will fail us all. Teoksessa: *Steal this university. The rise of the corporate university and the academic labor movement*, toim. B. Johnson – P. Kavanagh – K. Mattson, K. Routledge, New York & London.

**Crouch, C.** (2011) *The strange non-death of neo-liberalism*. Polity Press, Cambridge.

**Davies, J. – Alajoutsijärvi, K. – Kettunen, K.** (2017) Brexit means… *Global Focus, The EFMD Business Magazine*, Vol. 11 (1), 26–30.

**Elias, N.** (2000) *The civilizing Process: sociogenetic and psychogenetic investigations*. Blackwell, Oxford.

**Etzkowitz H.** (2004) The evolution of the entrepreneurial university. *International Journal of Technology and Globalisation*, Vol. 2 (1), 64–77.

**Ferraro, F. – Pfeffer, J. – Sutton R.** (2005) Economics language and assumptions: How theories can become self-fulfilling. *Academy of Management Review*, Vol. 30 (1), 8–24.

**Geuna, A. – Pialatto, M.** (2016) Research assessment in the UK and Italy: Costly and difficult, but probably worth it (at least for a while). *Research Policy*, Vol. 45 (1), 260–271.

**Ginsberg, B.** (2011) *The fall of the faculty: The rise of the all-administrative university and why it matters*. Oxford University Press, Oxford.

**Giroux, H. A.** (2014) *Neoliberalism's war on higher education*. Haymarket Books, Chicago, IL.

**Ghoshal, S.** (2005) Bad management theories are destroying good management practices. *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 4 (1), 75–91.

**Grubb, W. N. – Lazerson, M.** (2005) *The education gospel and the role of vocationalism in American education*. Harvard University Press, Cambridge, MA.

**Gumport, P.** (2000) Academic restructuring: Organizational change and institutional imperatives. *The International Journal of Higher Education and Educational Planning*, Vol. 39 (1), 67–91.

**Heinimäki, H.** (2016) Korkeakoulujen duaalimalli on elinkeinoelämän etu. *Talouselämä* 18.4.2016. <https://www.talouselama.fi/uutiset/korkeakoulujen-duaalimalli-on-elinkeinoelaman-etu/70b618b7-d8d9-3a0d-ac8e-5ad2d548a079>

**Helsingin Sanomat** (2017) Tunnetun talousprofessorin arvio suomalaisista: Ylikoulutettuja alisuorittajia. *Helsingin Sanomat* 13.4.2017. <https://www.hs.fi/talous/art-2000002723809.html>

**Huzzard, T. – Benner M. – Kärreman, D.** (toim.) (2017) *The corporatization of business education: Minerva meets the market.* Routledge, New York, NY.

**Juusola, K.** (2015) *Mercury beats Minerva? Essays on the accelerating impact of market forces permeating higher education.* Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.

**Juusola, K. – Kettunen, K. – Alajoutsijärvi, K.** (2015) Americanization from a comparative perspective: Business school systems in Finland and the UAE. *Journal of Management Inquiry*, Vol. 24 (4), 347–369.

**Kaleva** (2016) Petteri Orpo: Hallitus kuuntelee Holmströmiä herkällä korvalla. *Kaleva* 10.10.2016. <http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/petteri-orpo-hallitus-kuuntelee-holmstromia-herkalla-korvalla/740493/>

**Kettunen, K.** (2013) *Management education in a historical perspective: The business school question and its solution in Finland*. Acta Societatis Oeconomorum 4, Oulu.

**Kettunen, K. – Juusola, K. – Alajoutsijärvi, K.** (2015). What happens to the professor? Business schools, corporatization, and eroding professionalism. Teoksessa: *Management history's global past & present*, toim. B. Bowden – D. Lamond. IAP, Charlotte, NC.

**Kettunen, P.** (1997) *Iso pyörä kääntyy*. PS-Kustannus, Jyväskylä.

**Khurana, R.** (2007) *From higher aims to hired hands: the social transformation of American business schools and the unfulfilled promise of management as a profession.* Princeton University Press, Princeton and Oxford.

**Khurana, R. – Spender, J.-C.** (2012) Herbert A. Simon on what ails business schools: More than 'a problem in organizational design. *Journal of Management Studies*, 49 (3), 619–639.

**Kiesiläinen, M.** (2018) Paljon opittavaa – Korkeakouluverkostoa pitää harventaa. Blogi, julkaistu 8.5.2018. <http://www.libera.fi/blogi/paljon-opittavaa-korkeakouluverkostoa-pitaa-harventaa/>

**Klikauer, T.** (2013) *Managerialism: A critique of an ideology*. Palgrave Macmillan, New York.

**Kukkonen, A.** (1995) *Ekonomikoulutus Suomessa*. Suomen Ekonomiliitto. Gummerus, Jyväskylä.

**Laine, P.** (2017) Päättäjä hoi! Osaatko vastata kysymykseen: ”Minkälaista yhteiskuntaa olet rakentamassa?” Blogi, julkaistu 5.10.2017. <https://www.sitra.fi/blogit/paattaja-hoi-osaatko-vastata-kysymykseen-minkalaista-yhteiskuntaa-olet-rakentamassa/>

**Lewis, H. R.** (2007) *Excellence without a soul*. Public Affairs, New York.

**Lim, C.** (2014) *What's in it for me? Organizational commitment among faculty members in UAE business schools*. Väitöskirja. Oulun yliopisto, Oulu.

**Locke, R.** (1996) *Collapse of the American management mystique.* Oxford University Press, New York.

**Nelson R.** (2004) The market economy and the scientific commons. *Research Policy*, Vol. 33 (3), 455–471.

**Noble, D.** (2002) *Digital diploma mills: The automation of higher education.* Between the Lines, Toronto.

**Rhoades, G.** (2014) Extending academic capitalism by foregrounding academic labor. Teoksessa: *Academic capitalism in the age of globalization*, toim. B. Cantwell – I. Kauppinen, 113–134. John Hopkins University Press, Baltimore, MD.

**Roberts, K. A. – Donahue, K. A.** (2000) Presidential Address: Professing professionalism: Bureaucratization and deprofessionalization in the academy. *Sociological Focus*, Vol. 33 (4), 365–383.

**Panula, J.** (2000) *Hämärän taakse. Marketologian minuutta etsimässä*. Atena Kustannus, Jyväskylä.

**Parker, M.** (2014) University, Ltd: changing a business school. *Organization*, Vol. 21 (2): 281–292.

**Polster, C.** (2000) The future of the liberal university in the era of the global knowledge grab. *Higher Education*, Vol. 39 (1), 19–41.

**Porter, T. M.** (1995) *Trust in numbers: The pursuit of objectivity in science and public life*. Princeton University Press, Princeton, NJ.

**Pihlanto, P.** (2014) *Mielipiteen voimalla. Yliopistoja, yritysjohtajia ja poliitikkoja järjestykseen.* Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja C:1/2014, Turku.

**Rousseau, D. M.** (2012) Designing a better business school: Channelling Herbert Simon, addressing the critics, and developing actionable knowledge for professionalizing managers. *Journal of Management Studies*, Vol. 49 (3), 600–618.

**Simon, H. A.** (1967) The business school: A problem in organizational design. *Journal of Management Studies*, Vol. 4 (1), 1–16.

**Sipilä, J.** (2007). *Valta yliopistossa.* Vastapaino, Tampere.

**Slaughter, S. – Rhoades, G.** (2004) *Academic capitalism and the new economy: Markets, state and higher education*. The Johns Hopkins University Press, Baltimore, MD.

**Stout, L.** (2002) *Bad and not-so-bad arguments for shareholder primacy*. Cornell Law Library.

**Stout, L.** (2012) *The shareholder value myth.* Berret-Koehler Publisher, San Francisco.

**Suomen Yrittäjät** (2017) Suomen Yrittäjät julkisti 20 keinoa korkeakoulujen uudistamiseen 12.9.2017.