

OPPIMATERIAALEJA

PUHEENVUOROJA 65

RAPORTTEJA

TUTKIMUKSIA

Johanna Saarinen, Satu Helmi & Ari Putkonen

TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN TYÖELÄMÄYHTEISTYÖ

Kumppanien näkökulmia



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPPIMATERIAALEJA

PUHEENVUOROJA 65

RAPORTTEJA

TUTKIMUKSIA

Johanna Saarinen, Satu Helmi & Ari Putkonen

TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN TYÖELÄMÄYHTEISTYÖ

Kumppanien näkökulmia



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN
PUHEENVUOROJA 65

Turun ammattikorkeakoulu
Turku 2012

ISBN 978-952-216-281-6 (painettu)

ISSN 1457-7941 (painettu)

Painopaikka: Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print Oy, Tampere 2012

ISBN 978-952-216-307-3 (EPUB)

ISSN 1459-7756 (elektroninen)

ISBN 978-952-216-282-3 (PDF)

ISSN 1459-7756 (elektroninen)

<http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522162823.pdf>



SISÄLTÖ

ALKUSANAT	4
JOHDANTO	6
MIELIKUVAT TURUN AMMATTIKORKEAKOULUSTA TUTKIMUS- JA KEHITYSTYÖN KUMPPANINA Neljän varsinaissuomalaisen pk-yrityksen haastattelututkimus	9
HANKETOIMINNAN VAIKUTTAVUUS Kysely Turun ammattikorkeakoulun ulkoisille hankekumppaneille	24
OPISKELIJAT TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN YRITYS- YHTEISTYÖTÄ TUTKIMASSA JA EDISTÄMÄSSÄ	38
LOPPUSANAT	43
KIRJOITTAJAT	45

ALKUSANAT

Aluekehityksessä alueiden keskinäinen kilpailu on korostunut viime vuosien aikana. On havaittavissa, että ne alueet, joissa elinkeinoelämän ja kouluttajatahojen yhteistyö toimii hyvin, menestyvät parhaiten. Kuten ammattikorkeakoululaki määrittää, on ammattikorkeakoulujen keskeiseksi tehtäväksi asetettu työelämäyhteistyö ja elinkeinoelämän tarpeisiin vastaavat opetussisällöt. Näin ollen on luonnollista, että ammattikorkeakoulujen toiminnassa pääpainon tulee olla vuorovaikutteisessa toiminnassa alueen työ- ja elinkeinoelämän kanssa.

Ei liene epäilyksiä siitä, etteikö Turun ammattikorkeakoulu toimisi niin kuin laki määrittää. Vuorovaikutteisuutta toteutetaan kaiken aikaa alueen yritysten kanssa liittyen projekteihin, T&K-toimintaan, opiskelijoiden harjoittelujaksoihin, opinnäytetöihin, jne. Myös kumppanuushankkeet ja yhteistyö elinkeinoelämän muiden toimijoiden kanssa ovat jatkuvia.

Mitä siis vielä tarvitaan? Tässä tutkielmassa käydään läpi muutamia tutkimuksia ja selvityksiä, jotka liittyvät alueen pk-yritysten mielikuviin ja näkemyksiin Turun ammattikorkeakoulusta yhteistyötahona ja sen toiminnasta yleensä. Yritysten näkemysten perusteella on nähtävissä, että tietyt asiat vaativat kehittämistä, vaikkakin yleispiirteisään AMK:n toimintaan ollaan tyytyväisiä erityisesti niiden yritysten osalta, jotka ovat AMK:n palveluita käyttäneet.

Tehdyistä selvityksistä käy ilmi, että alueemme pk-yritykset eivät sittenkään riittävällä tavalla hahmota AMK:n toimintaa ja ole tietoisia sen palveluista. Tuleekin siis miettiä, millä keinoin viestit AMK:n toiminnasta saadaan paremmin perille maakunnan pk-yrityksiin. On tietenkin selvää, että ns. perinteistä viestintää voidaan aina kehittää, mutta muitakin lähestymistapoja tulee etsiä. TKI-opinnäytetyössä esitetty henkilökohtaiseen yhteydenpitoon panostaminen saattaa olla eräs muoto, jota ainakin kannattaa kokeilla. Eräänlainen ”oma lääkäri”-yhteys on tavoiteltavaa, mutta se sitoo mittavasti resursseja eikä liene sen myötä laajasti sovellettavissa.

Yrittäjäjärjestö on omalta osaltaan korostanut jalkautumista yrityksiin, joissa tuo henkilökohtainen kontakti parhaiten syntyy. Käytävien keskustelujen myötä yritysten tarpeet saadaan paremmin esiin kuin kirjallisten kyselyjen kautta.

Kaiken kaikkiaan, kyse on ennen muuta asiakkuudenhallinnasta. Kuinka AMK:n organisaatio voidaan sen monilla portailla, opettajat ja opiskelijat mukaan lukien, virittää kohtaamaan asiakkaiden, yritysten tarpeet? Pitääkö pyrkiä eräänlaiseen front office -tyyppiseen toimintaan, jota kautta asiakkaat ensi vaiheessa kohdataan, vai toimiako leveämmällä rintamalla? Tällä hetkellä vaikutelmaksi jää, että selkeä linjaus puuttuu.

Asiakkuuden hallinnan lisäksi toiminnan vaikuttavuus on keskeistä. AMK:n toiminnassa tulee tähdätä siihen, että yhä laajempi osuus alueen pk-yrityksistä saadaan yhteistyön piiriin. Hyvät esimerkit yhteistyöstä AMK:n ja yritysten välillä puhuvat puolestaan. Niihin kannattaa tukeutua.

Turussa 21.2.2012

Henri Wibom
Toimitusjohtaja
Varsinais-Suomen Yrittäjät

JOHDANTO

Satu Helmi & Johanna Saarinen

Koko ammattikorkeakoulujärjestelmän yhtenä tavoitteena on alueellisen kehityksen vahvistaminen ja osaamistason kohottaminen. Ammattikorkeakoululain (351/2003) mukaan ammattikorkeakoulujen tehtävänä on muun muassa antaa työelämän ja sen kehittämisen vaatimuksiin perustuvaa korkeakouluopetusta ja edistää aluekehitystä tukevaa ja alueen elinkeinorakenteen huomiioon ottavaa soveltavaa tutkimus- ja kehitystyötä.

Alueellinen vaikuttavuus on käsitteenä moniselitteinen ilmiö. Vähäpassin ja Moituksen (1999, 3) mukaan ilmiötä voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta, kuten ulkoisten sidosryhmien kannalta, aluekehitykseen peilaten, korkeakoulun sisältä käsin tai ulkopuolisen arvioijan ja tutkijoiden silmin. Eriyisesti ammattikorkeakoulujen toiminnassa korostuu korkeakoulujen ja alueen vuorovaikutus sekä yhteydet alueen työ- ja elinkeinoelämään. Alueelliseen vaikuttavuuteen kuuluu tärkeänä osana opiskelijoiden rekrytointi ja työllistymisnäkökohdat, mutta myös alueen organisaatioita hyödyttävä tutkimus-kehitys ja innovaatiotoiminta, opiskeluun liittyvä projektityöskentely, harjoittelu, opinnäytetyöt sekä työelämää tukevat täydennyskoulutuksen ja avoimen ammattikorkeakoulun koulutuspalvelut ja palvelutoiminta.

Kinnusen (2001) mukaan vuorovaikutteisuuden korostaminen johtaa siihen, että korkeakoulun alueellisen vaikuttavuuden määrittelyjä ei ole tarkoituksenmukaista soveltaa ”kirjaimellisesti”. Vaikuttavuudella tarkoitetaan hallinto- ja taloustieteellisessä keskustelussa toiminnan todellisia vaikutuksia eli tuotoksia. Kuitenkin korkeakoulun tuotokset, kuten tutkinnot, eivät vielä kerro mitään vaikuttavuudesta, vaan tuotokset määrittyvät yksilötason tietoina ja taitoina vasta työmarkkinoilla. (Kinnunen 2001, 13.)

Korkeakoulujen arviointineuvosto on 2000-luvulla toteuttanut useita alueellisen vaikuttavuuden arviointitutkimuksia ja julkaissut aiheeseen liittyviä julkaisuja. Analyysissä korkeakoulujen laadunvarmistusjärjestelmien auditointien tuloksista vuosilta 2005–2008 (Moitus 2009) todetaan, että korkeakoulujen yhteiskunnallinen vuorovaikutus, vaikuttavuus ja aluekehitystyö ovat vielä varsin uusia

tehtäväkokonaisuuksia. Tämä näkyy muun muassa siinä, että korkeakoulujen dokumentaatiossa on keskitetty toiminnan sisältöjen kuvaukseen laadunvarmistuksen sijaan. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että korkeakoulujen yhteistyö sidosryhmien kanssa ei olisi toimivaa tai laajaa vaan sitä, että toiminnan laadunvarmistus on vielä alkuvaiheessa. Auditointiraporttien perusteella on ilmeistä, että korkeakoulukentällä tarvitaan vielä keskustelua siitä, mitä yhteiskunnallisella vuorovaikutuksella, vaikuttavuudella ja aluekehitystyöllä tarkoitetaan, mitä niillä tavoitellaan ja miten laadunvarmistus toteutetaan. (Moitus 2009, 33)

Turun ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmän auditoinnin (Hintsanen ym. 2010) mukaan yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen, vaikuttavuuden ja aluekehitystyön laadunvarmistus on Turun ammattikorkeakoulussa kehittyvässä vaiheessa. Raportin mukaan ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmässä sidosryhmäyhteistyö jää varsin vähälle huomiolle. Sidosryhmäkyselyiden, yhteistyökumppaneiden määrän ja yhteistyökontaktien määrän ohella kaivattaisiin lisää huomiota toiminnan laadun ja vaikuttavuuden kehittämiseen.

Turun ammattikorkeakoulussa on tartuttu laadunvarmistustyön kehittämisen haasteeseen. Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan laatua ja työn vaikuttavuutta on lähestytty sekä määrällisellä että laadullisella tutkimusotteella; tavoitteena on ollut löytää toimivia työkaluja ja tapoja arviointiin.

Tässä julkaisussa esitellään tehtyjä tutkimuksia, jotka toimivat pohjana arviointityön kehittämisessä. Ensimmäinen artikkeli perustuu laadulliseen tutkimukseen, jossa teemahaastattelujen avulla tutkittiin pk-yritysten mielikuvia ammattikorkeakoulusta kumppanina. Artikkelissa kuvataan yhteistyön kannustimia sekä niitä tekijöitä, jotka saattavat muodostaa esteitä yhteistyölle. Tietous kumppanuusmielikuvista toimii perustana toiminnan kehittämisessä ja suuntaamisessa.

Toisessa artikkelissa pureudutaan vaikuttavuuteen kyselytutkimuksen avulla. Tutkimuksessa keskityttiin analysoimaan hanketoiminnan vaikutuksia sen jälkeen, kun itse hankkeesta on kulunut jonkin aikaa. Keskeisimpinä teemoina olivat hankkeen suunnittelu ja toteutus, ulkoinen viestintä, hankkeen tuotokset sekä yhteistyön laatu ammattikorkeakoulun toimijoiden kanssa. Kolmas artikkeli on yhteenvedo kolmesta vuosina 2001–2011 tehdystä Turun ammattikorkeakouluna työelämäyhteistyötä kuvaavasta opinnäytetyöstä ja niiden tuloksista.

Yhteistä kaikille tutkimustuloksille on se, että Turun ammattikorkeakoulun asiantuntemusta arvostetaan ja yrittäjät ovat pääsääntöisesti tyytyväisiä yhteistyöhankkeiden tuloksiin. Alueen yritykset ovat kiinnostuneita yhteistyöstä ammattikorkeakoulun kanssa, mutta he kaipaavat lisätietoa korkeakoulun tarjoamista mahdollisuuksista ja ovat epätietoisia siitä, miten korkeakoulun kanssa käytännössä toimitaan.

LÄHTEET

Hintsanen, V., Luukka, M-R., Lounasmeri, T., Majander, M., Renvall, J., Holopainen, H., Hiltunen, K. 2010. Turun ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmän auditointi. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisu 2:2010. Helsinki: Korkeakoulujen arviointineuvosto.

Kinnunen, J. 2001. Korkeakoulujen alueellisen vaikuttavuuden arviointi - Kriteerejä vuorovaiikutteisuuuden arvottamiselle. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisu 5:2001. Helsinki: Korkeakoulujen arviointineuvosto.

Moitus, S. 2009. Analyysi korkeakoulujen laadunvarmistusjärjestelmien auditointien tuloksista vuosilta 2005–2008. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisu 14:2009. Helsinki: Korkeakoulujen arviointineuvosto.

Vähäpassi, A. & Moitus, S. (toim.) 1999. Korkeakoulut alueidensa vetureina. Viisi näkökulmaa vaikuttavuuteen. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisu 2: 1999. Helsinki: Korkeakoulujen arviointineuvosto.

MIELIKUVAT TURUN AMMATTIKORKEAKOULUSTA TUTKIMUS- JA KEHITYSTYÖN KUMPPANINA

Neljän varsinaissuomalaisen pk-yrityksen haastattelututkimus

Johanna Saarinen, Satu Helmi & Ari Putkonen

JOHDANTO

Ammattikorkeakoulujen velvoite on tehdä työelämää ja aluekehitystyötä palvelevaa tutkimus- ja kehitys- ja innovaatiotoimintaa (TKI), mikä suuntaa niitä toimimaan ympäristöissä, joissa tietoa sovelletaan. Ammattikorkeakoulujen TKI-työn laatua arvioitaessa keskeisiä kriteereitä ovat siis tulosten sovellettavuus ja käyttökelpoisuus työelämässä. Turun ammattikorkeakoulun TKI-toiminnan tasoja voidaan tarkastella ylimmältä korkeakoulun perustehtävän tasolta aina yksittäisen tutkijan näkökulmaan saakka. (Putkonen & Hyrkkänen, 2007.) Tässä tutkimuksessa asiakkaiden mielikuvia tarkastellaan tasolla, jossa yksittäisen tutkimus- tai kehittämistehtävän ratkaisemiseksi on perustettu hanke, jonka avulla on pyritty tarjoamaan asiakkaan tarpeen mukainen palvelu.

Tämä tutkimus on osa Turun ammattikorkeakoulun TKI-toiminnan ulkoisen arvioinnin kehittämistyötä. Tutkimuksessa selvitettiin TKI-yhteistyöhön osallistuneiden, pk-yrityksissä työskentelevien, henkilöiden mielikuvia ammattikorkeakoulusta kumppanina. Tutkimus on tärkeä myös strategisen kehittämisen kannalta. Turun ammattikorkeakoulun valitsemassa innovaatiopedagogisessa lähestymistavassa (ks. esim. Kairisto-Mertanen ym. 2009; Kettunen 2011 ja Putkonen ym. 2011) korostetaan yritysten, opiskelijoiden ja henkilöstön välisen vuorovaikutuksen toimivuuden tärkeyttä. Tämän vuoksi yrityksissä vallitsevien mielikuvien tuntemus on ammattikorkeakoululle erityisen tärkeää.

Yhtenä kimmokkeena tämän tutkimuksen toteuttamiseen oli vuonna 2010 toteutettu Turun ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmän auditointi. Auditoinnissa todettiin, että TKI-toiminnan laadunvarmistus on alkavassa vaiheessa. Auditointiraportin mukaan *tutkimus- ja kehitystyön laadunvarmistus kattaa osan toiminnasta ja keskittyy yksittäisten hankkeiden laadunvarmistukseen. Sen tuottamaa perustietoa käytetään toiminnan kehittämisen välineenä, mutta järjestelmä ei vielä tuota kattavasti tietoa esimerkiksi toiminnan vaikuttavuuden ja sisällöllisen arvioinnin kehittämiseen.* (Hintsanen ym. 2010, 29.) Tämän tutkimuksen tavoite on tehdä näkyväksi TKI- ja palvelutoiminnan vaikuttavuutta sekä kehittää käytänteitä asiakaspalautteen keräämiseen ja hyödyntämiseen.

Turun ammattikorkeakoulu on aiemmin kerännyt tietoa TKI-hankkeiden onnistumisesta ja vaikuttavuudesta yrityksissä lomakekyselyillä vuosina 2008, 2009 ja 2011 (ks. Helmi tässä julkaisussa). Lomakekyselyllä saatua tietoa täydentämään ja syventämään päätettiin kokeilla laadullista tutkimusotetta, ja metodiksi valittiin teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu. Laadullisen tutkimusotteen avulla haluttiin kartuttaa ymmärrystä mahdollisista kumppanuuden kannustimista sekä esteistä yritysten ja ammattikorkeakoulun välillä. Lisäksi haluttiin arvioida haastattelututkimuksen soveltuvuutta TKI-toiminnan vaikuttavuuden arviointiin.

MIELIKUVAT JA NIIHIN VAIKUTTAMINEN

Mielikuvia luotaavan teemahaastattelun suunnittelu edellyttää siihen liittyvien keskeisten käsitteiden avaamista, kuten mitä mielikuvat ovat, miten ne muodostuvat ja miten niihin voi vaikuttaa. Rope ja Metherin (2001, 18) mukaan ”yleisesti käytetyin määritelmä kertoo mielikuvan olevan ihmisten kokemusten, tietojen, tuntemusten ja uskomusten summa jotakin asiaa kohtaan”. Mielikuva on näin jokaisella ihmisellä henkilökohtainen eli subjektiivinen ja se kertoo, mitä mieltä henkilö asiasta on. Näin ollen se ei kuvaa objektiivista totuutta vaan on asenne- ja arvoperustainen. (Rope & Mether 2001, 13–14.)

Mielikuvat ovat yksilökohtainen käsitysten kokonaisuus, jonka muodostumiseen vaikuttavat useat eri tekijät. Mielikuva yrityksestä muodostuu kaikista niistä kohtaamisista, joita henkilöllä on yrityksen kanssa. Kohtaamiset voivat tapahtua lähes missä tahansa; lähikaupassa, yrityksen tiloissa tai mediassa. (Malmelin & Hakala, 2005, 24–25.) Mielikuva Turun ammattikorkeakoulusta ei siis synny pelkästään niissä ”suunnitelluissa” tapaamisissa, joita sidosryhmille järjestetään,

vaan myös kaikissa satunnaisissa kohtaamisissa, joissa tavataan ammattikorkeakoulun opiskelijoita tai henkilökuntaa. Lisäksi mielikuvat kehittyvät jatkuvasti; ne eivät siis ole kiinteitä tai pysyviä (Malmelin & Hakala, 2005 126.). Tämän perusteella tässä tutkimuksessa esiin nousseet yritysten mielikuvat eivät ole syntyneet pelkästään TKI-hankkeiden perusteella, vaan ne ovat muodostuneet kaiken ammattikorkeakoulun kanssa tehdyn yhteistyön perusteella, kuten esimerkiksi TKI-toiminnan, palvelutoiminnan, täydennyskoulutuksen sekä opiskelijoiden harjoittelun ja yrityksessä tehtävien opinnäytetöiden pohjalta.

Erilaiset sidosryhmät ovat Turun ammattikorkeakoulun tärkeimpiä mielikuvamarkkinoinnin kohteita. Rope ja Metherin mukaan mielikuvamarkkinoinnissa on keskeistä se, ettei kohderyhmänä pidetä ainoastaan asiakkaita, vaan kaikkia yrityksen keskeisiä sidosryhmiä. Mielikuvatyön tulee olla tavoitteellista ja sen tulee auttaa yritystä saavuttamaan tavoitteensa. (Rope & Mether 2001, 26–27.) Mielikuva Turun ammattikorkeakoulusta rakentuu tämän mukaan sekä sisäisesti ammattikorkeakoulun henkilöstölle että ulkoisesti ammattikorkeakoulun sidosryhmille.

KOHDEYRITYKSET JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Lomakekyselyssä pyritään usein tulosten yleistämiseen johonkin perusjoukkoon nähden ja haastateltavien valinta ja lukumäärä perustuu otantaan. Teemahaastattelussa, jossa syntyvä aineisto on tavalla tai toisella puheesta kirjattua tekstiä, haastattelujen määrä on yleensä niin pieni, että tilastolliseen yleistämiseen ei edes pyritä, vaan korostetaan aineiston laadullista merkitystä. Tämä vuoksi teemahaastattelussa haastateltavien valintaan onkin kiinnitettävä erityistä huomiota. (Kurkela, viitattu 22.9.2011).

Tätä haastattelututkimusta suunniteltiin yhdessä Varsinais-Suomen yrittäjien kanssa ja yhtenä valintakriteerinä oli yrityksen jäsenyys järjestössä. Turun ammattikorkeakoulun projektitietokannasta (Projektori) etsittiin hankkeita, jotka on toteutettu V-S yrittäjien jäsenyritysten kanssa. Lisäksi pyrittiin valitsemaan mukaan sellaisia yrityksiä, joille on lähetetty vuonna 2011 myös Turun ammattikorkeakoulun aluekehityskeskukseen hankevaikuttavuuskysely. Haastattelun ja lomakekyselyn toivottiin näin täydentävän toisiaan.

Yllä kuvatuilla kriteereillä haastateltavien yritysten löytäminen osoittautui ennakoitua hankalammaksi. Projektitietokantaan ei ole systemaattisesti ja kattavasti tallennettu kaikkien yrityskumppaneiden tietoja. Lisäksi asetettu vaatimus V-S yrittäjien jäsenyydestä vähensi soveltuvien yritysten määrää. Lopulta haastateltavaksi valikoitui viiden eri yrityksen edustajat. Kaikki haastateltavat kuuluivat yrityksen ylimpään johtoon. Yksi valituista yrityksistä kieltäytyi haastattelusta ajanpuutteeseen vedoten. Haastatellut neljä yritystä edustivat jokainen erityyppisiä hankkeita ja olivat eri tulosalueiden kumppaneita, joten valittuja yrityksiä ja haastateltavia henkilöitä voidaan pitää erilaisia näkemyksiä edustavina. Haastateltujen yritysten henkilöstömäärä vaihteli kolmesta kolmeenkymmeneen. Kaksi yritystä toimi ainoastaan kotimarkkinoilla ja kahdella yrityksellä oli myös vientitoimintaa. Kaikilla haastatelluilla yrityksillä oli ollut yhteistyötä Turun ammattikorkeakoulun TKI- tai palvelutoiminnan kanssa lukukaudella 2010–2011. Kumppanit olivat Tekniikka, ympäristö ja talous, Bioalat ja liiketalous, Tietoliikenne ja sähköinen kauppa sekä Hyvinvointipalvelut tulosalueilta (kieltäytynyt yritys oli myös Tekniikka, ympäristö ja talous -tulosalueen kumppani).

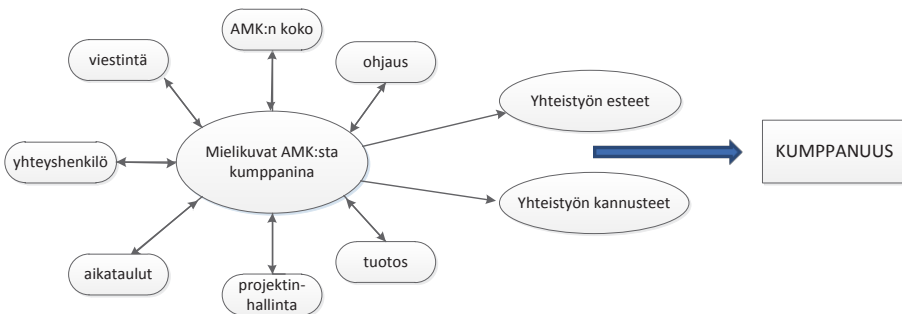
Haastattelut suoritettiin touko–kesäkuun 2011 aikana. Haastattelijat eivät olleet osallistuneet ao. yrityshankkeiden toteuttamiseen, eivätkä tunteneet yrityksiä ennalta, joten tästä näkökulmasta tutkimuksen tekijät ovat ”neutraaleja” toimijoita. Haastattelut olivat puolistrukturoituja (kysymysrunko liitteenä) ja ne litteroitiin analysointia varten. Haastattelut kestivät kukin 1–1,5 tuntia.

Haastattelujen tulkinnessa hyödynnettiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoja. Sisällönanalyysi perustuu tulkintaan ja päättelyyn, jossa edetään empiirisestä aineistosta kohti käsitteellisempää näkemystä tutkittavasta ilmiöstä. Tutkija pyrkii ymmärtämään, mitä asiat tutkittaville merkitsevät ja pyrkii tarkastelemaan tutkittavia heidän omasta näkökulmastaan. (ks. esim. Tuomi & Sarajärvi, 2006)

Tämän tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin lisäämään käsittelemällä aineistoa kahdessa vaiheessa. Ensin tutkijat lukivat toinen toisensa haastattelulitteroinnit ja tekivät koko aineiston alustavan pelkistämisen ja ryhmittelyn toisistaan riippumatta. Tämän jälkeen lopullinen analysointi ja johtopäätösten teko tehtiin yhteistyössä. Näin pyrittiin minimoimaan subjektiivisten tulkintojen vaikutus johtopäätöksiin. Tutkijoiden toisistaan riippumaton aineiston pelkistäminen noudatti hyvin samoja linjoja, joten tuloksia voidaan pitää luotettavina suhteessa kerättyyn aineistoon.

TULOKSET – MIELIKUVAT AMMATTIKORKEAKOULUSTA KUMPPANINA

Teemahaastatteluissa nousi selkeästi esiin seitsemän yhteistyön sujuvuuteen ja sitä kautta kumppanuusmielikuviin vaikuttavaa teemaa, jotka toistuivat eri näkökulmista katsottuna haastattelujen eri vaiheissa (kuvio 1). Nämä teemat olivat: ammattikorkeakoulun organisaation koko, projektinhallinta, projektin aikataulutus, projektin ja yhteistyön tulokset, ohjaus, viestintä ja yhteyshenkilö. Kaikilla edellä mainituilla osa-alueilla voidaan erottaa sekä yhteistyön esteitä että yhteistyöhön kannustavia tekijöitä. Huomionarvoista oli myös se, että rahoitukseen liittyvät seikat eivät olleet esille nousseiden teemojen joukossa. Taloudellisilla kysymyksillä ei siis ollut suurta roolia kumppanuusmielikuvien synnyssä tai yhteistyön kehittämisessä.



KUVIO 1. Haastattelujen keskeiset teemat.

Turun ammattikorkeakoulun organisaation koko

Kun vastaajia pyydettiin kuvailemaan yhdellä tai kahdella sanalla mielikuvaa ammattikorkeakoulusta yleisesti, organisaation kokoon liittyvät asiat nousivat selkeästi esiin. Ammattikorkeakoulu mielletään suureksi ja sen koetaan olevan monipuolinen osaamiskeskittymä. Suuruus tuo mukanaan sen, että vastaajat kokivat vaikeaksi hahmottaa kaikkea tarjontaa. Tarjontakokonaisuus tuntui monimutkaiselta hahmottaa, vaikka oma ala ja sen mahdollisuudet olivatkin haastateltaville melko tuttuja. Monialaisuutta ja muiden kuin oman alan mah-

dollisuuksia tulisi haastateltavien mielestä tuoda selkeämmin esille. Eräs haastateltava totesikin, että *on vaikea muodostaa mielipidettä, mitä palveluja siellä on ja mitä niistä sitten pitäisi sanoa.*

Projektinhallinta

Haastattelussa tiedusteltiin erikseen yrityksen kanssa toteutetun projektin osalta projektinhallinnassa onnistumista ja teemaa sivuttiin muissakin vastauksissa. Vastajat nostivat esille ammattikorkeakoulun ammattitaitoisen henkilökunnan ja sen, että apua toteutusvaiheessa sai tarvittaessa. Toisaalta ongelmaksi oli koettu henkilökunnan vaihtuvuus ja projektien viivästyminen. Yrittäjät myös kaipasivat toimintamallia tai konseptia ammattikorkeakoulun kanssa tehtävän projektin läpivientiin – *jos olisi ollut joku toimintamalli.* Olemassa oleva projektiohjeistus ei siis ollut tavoittanut yrittäjiä. Haastatteluissa tuli myös esille asiakkaan tarpeiden selvittämisen tärkeys: *Mistä te löydätte sen viisauden, että yrityksille tulee todellista hyötyä?* Esille nousi yleisemminkin projektimaailmaan liittyvä kysymys, tehdäänkö projekteja toisinaan vain projektien tekemisen vuoksi.

Aikataulut

Aikataulutukseen liittyvät asiat nousivat selkeästi esiin kumppanuuden haasteena. Opiskelijoiden kanssa tehtävissä kehitysprojekteissa aikajänne on erilainen kuin yritysten hektinen arki, jossa tuloksia pitää usein saada heti, tässä ja nyt – tai ainakin mahdollisimman nopeasti. Kehityshankkeisiin osallistuminen vie aikaa yrityksessä, ja vaadittavan ajan irrottaminen arkisesta ns. perustyöstä voi olla ongelmallista. Eräs yrittäjä kiteytti ajankäytön ja resurssien välisen dilemman seuraavasti: *monta kertaa yritysten ongelmana on, että kun töitä on paljon, niin silloin tällaisiin hankkeisiin ei ehditä ja sitten kun on hiljaista ja olisi aikaa, niin ei ole rahaa.* Aikataulutusta nähtiin siis haasteena ammattikorkeakoulun kanssa tehtävässä yhteistyössä; kyse ei tosin välttämättä ole pelkästään ammattikorkeakoulusta kumppanina, vaan tutkimus- ja kehitystyön haasteista ja aikapaineista yrityksissä yleisemminkin.

Tuotos

Yhteistyön lopputulos koettiin laadukkaana ja opiskelijoiden innovatiivisuutta kehuettiin: *Kun nuoret kaverit sanoivat, että ei mitään ongelmaa. He ovat ennakkoluulottomia, suunnittelivat sellaisen [...]. Se voi mahdollistaa sellaisen megaloimaanisen bisneksen kasvun.* Samoin Turun ammattikorkeakoulun henkilökuntaa kehuettiin osaavaksi. Yrityksillä oli ollut monen tyyppistä yhteistyötä ammattikorkeakoulun kanssa (mm. TKI, täydennyskoulutus, palvelutoiminta, opinnäytetyöt, harjoittelu), joten näkökulma lopputuloksen laatuun oli monipuolinen. Varsinaista tyytymättömyyttä lopputulokseen ei tullut esiin lainkaan, mutta esille nousi epätietoisuus projektin vaikutuksista pidemmällä aikavälillä, *kyllä projektit ovat hyviä, mutta vaikutuksia ei voi heti tietää*, ja se, että kehitetty tuote vaatii vielä jatkokehittelyä.

Ohjaus

Opiskelijoiden ohjauksen ja opiskelijoiden kanssa toteuttavien hankkeiden haasteet nousivat selkeästi esille haastatteluissa. Yrittäjät tunsivat ”henkistä vastuuta” opiskelijoista ja he pitivät tärkeänä, että opiskelijat hyötyisivät projektista oppimalla uutta ja että heille jäisi hyvä kuva yhteistyöstä. Toisaalta kommunikaatio opiskelijoiden kanssa koettiin vaativana; opiskelijat tarvitsevat ohjausta ja yrittäjällä ei useinkaan ole tähän vaadittavaa pedagogista osaamista. Vastuuntunne opiskelijan oppimisesta ja toisaalta tunne oman ohjausosaamisen puutteista aiheutti ristiriitaisia tunteita. *Se, että miten sä kerrot niille opiskelijoille, mitä pitää tehdä ja miten opiskelijat sen sitten ymmärtää. Se on se kommunikaatio. Yrittäjänä on vaikea sanoa, kun yrittäjä täällä lennokkaasti menee juna täysillä eteenpäin, miten opiskelijan päähän menee asiat. Se on se kommunikaatio. Vika on varmasti molemmissa päissä – ei kummassakaan erikseen.*

Osassa tapauksista opettajien osallistuminen ohjaukseen oli ollut yrittäjän näkökulmasta vähäistä ja opettajat olivat olleet melko passiivisia: *Opettajat olivat aika hissukseen siellä taustalla vaan. Ei ollut oikein dynaamisesti siellä, antoi vaan meidän siellä sitten hääriä.* Myös opiskelijoiden motivoinnissa koettiin olevan kehittämistä; tosin osa opiskelijoista sai vuolaita kehuja. Opettajilta siis kaivattiin selkeästi aktiivisempaa roolia tehtäessä yhteistyötä yrityksen kanssa. Tosin yksi yrittäjä totesi, että hän ei tiedä, minkälaista ohjausta ammattikorkeakoulun päässä tapahtuu ja toinen puolestaan pohti, että onko ehkä tarkoituskin, että opiskelijat toimivat täysin itsenäisesti. Jälkimmäisessä tapauksessa kukaan opettajista ei ollut käynyt tai soittanut yritykseen koko hankkeen aikana.

Viestintä

Yksi haastattelukysymys koski tiedonvälityskanavia ja sitä, millaista tietoa yritykset kaipaavat Turun ammattikorkeakoulusta. Viestintään liittyvät asiat tulivat esille muidenkin teemojen yhteydessä. Yhteenvetona voisi kärjistäen todeta, että yritysten tietous ammattikorkeakoulusta on puutteellista ja ammattikorkeakoulun tietous yrityksistä on niin ikään puutteellista.

Yritykset kokivat, että he eivät tiedä, mitä kaikkea ammattikorkeakoulu voisi tarjota ja millaista yhteistyötä sen kanssa voisi mahdollisesti tehdä. Hankkeisiin liittyen myös palaute saavutetuista tuloksista oli jäänyt liian vähäiseksi. Tietoa toivotaan toisaalta sähköpostitse, mutta toisaalta taas osa koki, että sähköpostia tulee muutenkin liikaa. Myös ns. myyntityö ja henkilökohtaiset yhteydenotot ja yrityskäynnit koettiin tarpeellisiksi: *Se on hyvä, että pidetään puolin ja toisin yhteyttä.* Toisaalta yhteydenpitoa ei koettu olevan tarpeeksi, kuten yksi yrittäjä totesi *ei ne yritykset ainakaan sinne teille osaa tulla.* Toisaalta halua tulla olisi, sillä yksi yrittäjä toivoi pääsevänsä pitämään vierailuluentoja, mutta ei tiennyt, miten edetä asian kanssa.

Yhteyshenkilö

Oman yhteyshenkilön merkitys yhteistyön helpottajana tuli selvästi esille haastattelun eri vaiheissa. Mikäli yrittäjällä oli oma tuttu kontakti, yhteydenpito oli helppoa ja selkeää. Ellei sellaista ollut tai mikäli haluttiin kontakteja toisen alan edustajiin, koettiin vaikeaksi tietää, keneen ottaa yhteyttä. Esille tuli ”omalääkäriajatus” ja yrityksiin jalkautumisen tarve. Toisaalta yksi vastaaja pohti realistisesti, että *yhdyshenkilöajatus on kaunis. Olisi ihminen, joka tuntisi sen yrityksen, mutta kun kappalemäärä menee tietyn rajan yli, se menettää merkityksensä. Et sä voi tietää 200 firmaa, tietää niiden tarpeista. Mutta joku malli...* Kovin tiivistäkään yhteydenpitoa ei välttämättä oletettu, vaan *jos kerran vuodessa kävisi edes opettaja, esim. linjanjohtaja, tutustumassa yritykseen.* Oma kontaktihenkilö, joka kävisi säännöllisesti kertomassa, mitä on tarjolla ja kartoittamassa yrityksen tarpeita, koettiin siis yrityksen näkökulmasta parhaaksi tavaksi toimia.

LOMAKEKYSELYN JA HAASTATTELUTUTKIMUKSEN TULOSTEN VERTAILU

Hankevaikuttavuuskyselyllä on nettilomakkeen avulla kerätty tietoa siitä, miten Turun ammattikorkeakoulun kanssa tehty hanke on koettu yrityksessä ja miten se on vaikuttanut yrityksen toimintaan hankkeen päätyttyä. Elokuussa 2011 kysely lähetettiin osalle vuonna 2010 päätyneiden hankkeiden ulkoisille kumppaneille. Kysely lähetettiin 175 henkilölle ja vastauksia saatiin 27 (= 15 %). Ulkoisilla kumppaneilla tarkoitetaan tässä tapauksessa niitä yrityksen tai yhteisön edustajia, jotka ovat olleet mukana ammattikorkeakoulun kanssa toteutetussa projektissa. Samanlainen kysely on toteutettu myös vuosina 2008 ja 2009 päätyneille hankkeille. (Ks. tarkemmin Helmi tässä julkaisussa)

Kyselyyn vastaajista suurin osa oli saanut tiedon yhteistyömahdollisuuksista henkilökohtaisen kontaktin kautta, joko kollegalta/yhteistyökumppanilta tai ammattikorkeakoulun henkilökunnalta/opettajalta. Yhteyshenkilön ja yhteydenpidon merkitys korostuu siis sekä lomakevastauksissa että tämän haastattelututkimuksen aineistossa.

Yleisesti voidaan todeta, että nettikyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä ammattikorkeakoulun kanssa tehtyyn hankeyhteistyöhön ja tuloksiin. Erityisen tyytyväisiä oltiin yhteistyön laatuun (ka 4,38 asteikolla 1–5). Avoimissa kommentteissa kiiteltiin lisäksi henkilökunnan osaamista ja toimintaa. Haastattelututkimuksen tulokset eivät kuitenkaan täysin tue tätä nettikyselyllä saatua arviota. Muutamissa haastateltavien kommentteissa tuli esiin yhteistyön syventämisen tarve ja toivottiin yritysten tarpeiden ottamista nykyistä paremmin huomioon. Yhdessä kommentissa tuli lisäksi esiin toive projektien organisoinnin keventämisestä ja myös vastuullisen henkilön poissaoloa tapaamisista kritisoitiin.

Yllättävää oli se, että lomakekyselyssä negatiivista tai kehittävää palautetta on tullut huomattavasti vähemmän kuin haastatteluissa. Tämä saattaa osittain selittyä kohderyhmän eroista: hankevaikuttavuuskysely on kohdennettu tiettyyn yksittäiseen hankkeeseen ja kyselyyn vastasivat hankkeissa toimineet henkilöt, kun taas haastatteluissa vastaajina olivat ylimmän johdon edustajat. Hankkeiden lopputuloksiin oltiin haastatteluissakin tyytyväisiä, mutta mielikuvia tutkittaessa haastatteluissa nousi esille laajempi kuva ammattikorkeakoulun toiminnasta ja yhteistyön kehittämiskohteista.

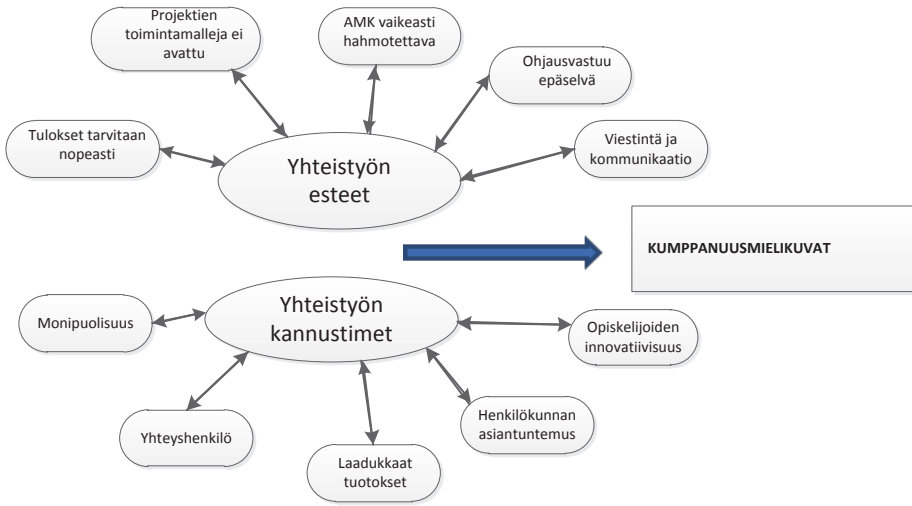
Puolistrukturoitu haastattelu osoittautui toimivaksi tavaksi saada tietoa yrittäjien mielikuvista sekä yhteistyön esteistä ja kannustimista. Kaikki haastateltavat kertoivat hyvinkin avoimesti kokemuksistaan. Tähän saattoi vaikuttaa myös se, että haastattelijat eivät olleet osallistuneet hankkeen toteutukseen ja edustivat näin ollen ”neutraalia” tahoja. Tietyn hankkeen kautta tutuksi tulleelle yhteistyökumppanille saattaa olla vaikeampaa antaa suoraa ja kriittistä palautetta kuin ulkopuoliselle tutkijalle. Haastattelijat myös ilmoittivat haastateltaville, että heidän tai yritysten nimiä ei mainita raportoinnissa.

Lisäkysymyksenä haastattelurungossa voisi tulevaisuudessa olla ”Miten toimit, kun haluat ottaa yhteyttä ammattikorkeakouluun?” -tyyppinen kysymys. Haastatteluista kävi selvästi ilmi yhteydenpidon ja tiedon löytyvyyden haasteet ja asiaa olisi hyödyllistä selvittää tarkemmin. Haastattelijoiden valintaan kannattaa myös kiinnittää huomiota, sillä ainakin tämän tutkimuksen valossa hankkeiden ulkopuolinen henkilö koettiin helpoksi lähestyä.

Jatkossa on tarkoitus postittaa hankevaikuttavuuskysely asiakkuudenhallintajärjestelmän (CRM) kautta kaikille päättyville hankkeille automaattisesti, ja tietoa pyritään keräämään pidemmältä aikaväliltä. Lomakekyselyllä saatua tietoa on syytä täydentää haastatteluin, jolloin saadaan tarkempi ja monipuolisempi kuva asiakkaiden mielikuvista. Tällöin myös kehittämistoimien suunnittaminen helpottuu.

JOHTOPÄÄTÖKSET KUMPPANUUDEN ESTEISTÄ JA KANNUSTIMISTA

Haastattelujen perusteella suurimmat yhteistyön esteet tai haasteet liittyvät ammattikorkeakoulun suureen kokoon, aikataulutukseen ja erilaisiin kommunikaatioon liittyviin puutteisiin. Yhteistyöhön ammattikorkeakoulun kanssa taas kannustaa tulosten laatu ja henkilökohtainen yhteyshenkilö. TKI-toiminnan tulosten laatua pidettiin kokonaisuutena hyvänä, vaikka projektinhallinnasta löytyi myös kehitettävää. Tämän tutkimuksen avulla löydetty yhteistyön esteet ja kannusteet, jotka vaikuttavat haastateltavien kumppanuusmielikuviin, on esitetty kuviossa 2.



KUVIO 2. Kumppanuusmielikuviin vaikuttavat yhteistyön esteet ja kannustimet.

Rope ja Mether (2001) ovat määritelleet mielikuvan subjektiiviseksi kokemusten, tietojen, tuntemusten ja uskomusten summaksi jotakin asiaa kohtaan. Tämän tutkimuksen perusteella mielikuvat Turun ammattikorkeakoulusta TKI-kumppanina näyttäisivät myös pohjautuvan hyvin henkilökohtaisiin kokemuksiin projektien toteutuksesta, ei niinkään esimerkiksi www-sivuilla esitettyihin tietoihin organisaatiosta tai sen palveluista. Haastateltavat esittivät usein näkemyksiään yhteistyöstä myös tunneperäisesti, joten näiden tuntemusten voidaan ajatella vaikuttavan myös kumppanuuspyrkimyksiin.

Malmelin ja Hakala (2005) ovat puolestaan todenneet, että mielikuva yrityksestä syntyy kaikissa kohtaamisissa ao. organisaation kanssa. Nämä kohtaukset voivat tapahtua yrityksen tiloissa, mediassa tai kaikissa henkilökohtaisissa tapaamisissa yrityksen edustajien kanssa. Tämän haastattelututkimuksen perusteella korostamme näiden kohtaamisten merkitystä myös kumppanuusmielikuvien rakentamisessa. Jokainen opiskelija ja henkilökuntaan kuuluva on osaltaan rakentamassa yritysten mielikuvaa Turun ammattikorkeakoulusta kumppanina. Tämän vuoksi on kiinnitettävä huomiota sisäiseen viestintään, jotta organisaation edustajilla on oikeaa tietoa jaettavaan erilaisissa kohtauksissa ulkoisten kumppaneiden kanssa. Näin myös potentiaalisten ulkoisten kumppaneiden mielikuvat toiminnasta vastaavat tarjottavia palveluja ja tukevat kumppanuuksien syntymistä.

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että ammattikorkeakoulun TKI-toiminnassa (kuten ammattikorkeakoulun toiminnassa yleensäkin) tulisi panostaa henkilökohtaiseen yhteydenpitoon yrityksiin. Lisäksi tulisi rakentaa välineitä ja toimintatapoja, jotka tekevät suuresta organisaatiosta helpommin hahmotettavan sekä yhteydenoton selkeäksi ja vaivattomaksi. Myös opiskelijoiden ohjausta tulee kehittää, kun tehdään yhteistyötä yritysten kanssa. Yrityksen näkökulmasta pitäisi olla selkeää, kenellä on pedagoginen vastuu opiskelijasta. Tämä edellyttää selkeän toimintamallin ja roolituksen läpikäyntiä yrityksen, opiskelijan ja opettajan kesken ennen yhteistyöhankkeen käynnistämistä. Mikäli käytössä on ongelmakeskeinen oppimistapa (PBL), senkin tulisi olla yrityksen tiedossa, jotta opiskelijoiden itsenäistä työskentelyä ei koeta opettajien välinpitämättömyydeksi tai passiivisuudeksi. Projektinhallinnan menetelmiä tulee edelleen kehittää ja viestiä toimintatavat selkeästi yhteistyökumppanille. Koska ammattikorkeakoulun henkilöstön osaamista arvostetaan ja hankkeita pidetään laadukkaina, edellytykset yhteistyömallien edelleen kehittämiseksi ovat hyvät.

Tämän haastattelututkimuksen vahvuutena oli, että vastaajat edustivat eri aloja ja olivat tehneet monipuolista yhteistyötä Turun ammattikorkeakoulun kanssa. Tulosten perusteella asiakkuudenhallintaan kannattaa kiinnittää huomiota koko organisaation tasolla ja yhteydenpidon pitäisi olla katkeamatonta, vaikka yrityksen kontaktina toiminut henkilö ei enää työskentelisikään ammattikorkeakoulussa. Mahdollisia yhteistyökumppaneita ei myöskään kannata lähestyä ainoastaan rahoitukseen liittyvillä perusteilla; motivaatio yhteistyöhön on paljon monisyisempi. Kuten laadullisissa tutkimuksissa yleensä, haastateltujen henkilöiden pienestä lukumäärästä johtuen pitkälle meneviä yleistyksiä tuskin voidaan tehdä, mutta siitä huolimatta näiden yritysten mielikuvat ammattikorkeakoulusta kumppanina ovat relevantteja ja heille tosia ja ne tulee siten ottaa huomioon toiminnan kehittämisessä.

Jatkossa Turun ammattikorkeakoulun eri tulosalueilla voitaisiin tehdä esimerkiksi vuosittain haastatteluja alueen yrityksissä. Tämä toisi lisää tietoa TKI-toiminnan laadun kehittymisestä ja yritysyhteistyön mahdollisista esteistä ja kehityskohteista sekä täydentäisi muita tiedonkeruumenetelmiä. Jatkossa olisi myös mielenkiintoista haastatella sellaisia yrityksiä, jotka eivät ole tehneet yhteistyötä Turun ammattikorkeakoulun kanssa; eroavatko mielikuvat ja millaisia yhteistyön esteitä näissä yrityksissä koetaan.

LÄHTEET

Hintsanen, V., Luukka, M-R., Lounasmeri, T., Majander, M., Renvall, J., Holopainen, H. & Hiltunen, K. 2010. Turun ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmän auditointi. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisuja 2:2010. Helsinki: Korkeakoulujen arviointineuvosto.

Kairisto-Mertanen L., Penttilä T. & Putkonen A. 2009. Innovaatiopedagogiikka – viitekehys uutta osaamista luovalle oppimiselle. Teoksessa Kairisto-Mertanen L., Kanerva-Lehto H. & Penttilä T. (toim.) Kohti innovaatiopedagogiikkaa – uusi lähestymistapa ammattikorkeakoulujen opetukseen ja oppimiseen. Turun ammattikorkeakoulun raportteja 92. Turku: Turun ammattikorkeakoulu, s. 9–24.

Kettunen, J. (2011). Innovation Pedagogy for Universities of Applied Sciences. *Creative Education*, 2(1), 56–62. <http://www.scirp.org/journal/ce>.

Kurkela, R. Tilastollinen tiedonkeruu – verkko-oppimateriaali. Tilastokeskus; Stadia. Luettavissa. <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/>. Viitattu 22.9.2011.

Malmelin, N. & Hakala, J. 2005. Yhdessä. Viestinnän ja markkinoinnin integraatio. Helsinki: Gaudeamus.

Putkonen, A. & Hyrkkänen, U. 2007, T&K-ohjelmatoiminta työelämän tutkimusavusteisen kehittämisen kohdentajana ja osaamisen kumuloijana. Teoksessa Ramstad E. & Alasoini, T. (toim.) Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen Suomessa, Raportteja 53, Työelämän kehittämisohjelma. Helsinki: Tykes, s. 171–190.

Putkonen, A., Kairisto-Mertanen, L. & Penttilä, T. 2011. Enhancing Engineering Students' Innovation Skills through Innovation Pedagogy – Experiences at Turku University of Applied Sciences. Teoksessa Aung, W., et al. *Innovations 2011: World Innovations in Engineering Education and Research*. Potomac, MD, USA: iNEER, s. 161–172.

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrändi – onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. Helsinki: WSOY.

Tuomi, J. & Sarajarvi, A. 2006. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Hki: Tammi.

LIITE

Mielikuvat Turun AMK:sta tutkimus- ja kehitystoiminnan kumppanina – haastattelu Varsinais-Suomen pk-yrityksissä

Haastattelututkimuksen esittely:

Turun AMK kehittää tutkimus- ja kehitystoiminnan vaikuttavuuden arvioinnin työkaluja.

Tavoitteena on selvittää yritysysteistyön esteitä ja kannustimia sekä mielikuvia AMK:sta kumppanina. Tutkimusmetodina on puolistrukturoitu haastattelu.

HUOM. Luottamuksellisuus (haastateltavat yritykset/henkilöt eivät esiinny raportoinnissa nimillä)

Haastattelurunko

Taustatiedot:

- Yrityksestä ja vastaajasta lyhyesti (*liikevaihto, henkilöstön määrä, toimipisteet*)
- Mitä yhteistyötä yrityksenne on tehnyt Turun AMK:n kanssa?
- Onko haastateltava tehnyt yhteistyötä Turun AMK:n kanssa (*mitä, miten usein, projektit/harjoittelu/opinnäytetyöt/muuta*)?

Kysymykset, jos haastateltava on tehnyt yhteistyötä AMK:n kanssa aikaisemmin

Kuvailisitko yhdellä tai kahdella sanalla mielikuvaasi AMK:sta yleensä?

Kuvailisitko mielikuvaasi AMK:n tutkimus- ja kehitystoiminnasta yhdellä tai kahdella sanalla (*esim. verrattuna yliopistoihin ja tiedekorkeakouluihin*)?

- Mikä on mielestänne ollut positiivista yhteistyössä Turun AMK:n kanssa?
- Mitä uusia ideoita tai ajatuksia yhteistyö on antanut yrityksellenne?
- Mitkä asiat olette kokeneet yhteistyössä haasteellisina?
- Miten AMK voisi parantaa toimintatapojaan ja palvella yrityksiä entistä paremmin jatkossa?
- Millaista kanavia pitkin ja minkälaista tietoa AMK:n pitäisi tarjota alueen pk-yrityksille?

Kysymykset koskien erityisesti projektitoimintaa (tiettyä projektia), jos haastateltava ollut mukana:

- Mitä mieltä olet opettajien ja opiskelijoiden panoksesta projektissa?
- Miten projektinhallinnassa mielestäsi onnistuttiin?
- Millaisia tuloksia projektissa syntyi (*henkilöstön osaaminen, asiakastyytyväisyys, uusia tuotteita tai palveluja, tulevaisuuden vaikutukset*)?
- Haluatteko sanoa jotakin muuta tästä projektista tai AMK:n kanssa työskentelemisestä yleisesti?

Kysymykset, jos haastateltava ei ole tehnyt yhteistyötä AMK:n kanssa aikaisemmin

- Kuvailisitko yhdellä tai kahdella sanalla mielikuvaasi AMK:sta yleensä?
- Kuvailisitko mielikuvaasi AMK:n tutkimus- ja kehitystoiminnasta yhdellä tai kahdella sanalla (*esim. verrattuna yliopistoihin ja tiedekorkeakouluihin*)?
- Millainen yhteistyö AMK:n kanssa voisi tulevaisuudessa kiinnostaa sinua ja yritystäsi?
- Jos tekisit yhteistyötä AMK:n kanssa, millaisia toiveita sinulla olisi yhteistyön suhteen?
- Millaisia tuloksia tai mitä hyötyä odottaisit saavasi yhteistyöltä?
- Mikä voisi mielestäsi olla esteenä yhteistyölle?
- Millaista kanavia pitkin ja minkälaista tietoa AMK:n pitäisi tarjota alueen pk-yrityksille?
- Haluatteko sanoa jotakin muuta AMK:sta tai mahdollisesta yhteistyöstä yleisesti?

HANKETOIMINNAN VAIKUTTAVUUS

Kysely Turun ammattikorkeakoulun ulkoisille hankekumppaneille

Satu Helmi

JOHDANTO

Ammattikorkeakoulujen alueen työelämää ja aluekehitystehtävää tukeva ja palveleva tutkimus- kehitys ja innovaatiotoiminta (TKI-toiminta) perustuu ammattikorkeakoululain sille määräämään lakisääteiseen tehtävään. Tässä tehtävässä onnistuminen on hyvin vaikeasti mitattavissa, ja erilaisia mittareita alueellisen vaikuttavuuden mittaamiseen on pyritty luomaan useilla eri tahoilla. Uusimmassa UAS-Journalissa Riikka Ahmaniemi kuvaa AMKtutka-verkoston vuosina 2010 ja 2011 toteutettua projektia, jossa pilotoitiin erilaisia vaihtoehtoja ammattikorkeakoulujen TKI-toiminnan tuloksellisuusmittareiksi sekä tehtiin pilotoinnin ja siihen liittyneiden analyysien pohjalta perusteltu esitys uusiksi tuloksellisuusmittareiksi. (Ahmaniemi, 2011) AMKtutka-verkosto ehdottaa työnsä tuloksena neljää määrällistä mittaria, jotka kuvaavat julkaisujen määrää ja TKI-toiminnan rahoituksen eri muotoja.

Putkosen ja Hyrkkäsen mukaan TKI-työn laatua arvioitaessa keskeisiä kriteereitä ovat tulosten sovellettavuus ja käyttökelpoisuus työelämässä. TKI-toiminnan onnistumisen edellytyksenä on toimijoiden välinen vuorovaikutus, jossa pyritään ylittämään osaamisalueiden ja organisaatioiden rajoja. (Putkonen & Hyrkkänen, 2007.) Toisin kuin AMKtutka-verkosto, Putkonen ja Hyrkkänen korostavat laatua arvioitaessa tulosten sovellettavuutta ja käyttökelpoisuutta työelämässä, eivätkä toiminnassa syntyneitä julkaisuja ja/tai saatua rahoitusta.

Turun ammattikorkeakoulun TKI-toiminta on hyvin monimuotoista. Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotyötä tehdään koulutusohjelmissa hyvin eri laajuudessa ja erilaisilla menetelmillä. Tästä syystä toiminnan mittaaminen ja ar-

vioiminen on haasteellista. Tässä artikkelissa esiteltävä hanketoiminnan asiakastytyväisyyskysely on yksi yritys arvioida Turun ammattikorkeakoulun TKI-toimintaa. Tutkimuksessa selvitettiin Turun ammattikorkeakoulun TKI-toimintaan osallistuneiden, yrityksissä työskentelevien henkilöiden käsityksiä hanketoiminnan vaikuttavuudesta. Kyselyllä kerättiin tietoa Turun ammattikorkeakoulussa vuonna 2010 toteutettujen hankkeiden vaikuttavuudesta. Vastaavanlainen kysely hankkeiden onnistumisesta ja vaikuttavuudesta yrityksissä on toteutettu myös vuosina 2008 ja 2009.

Turun ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmän auditoinnissa vuonna 2010 (Hintsanen ym. 2010, 29.) todettiin, että Turun ammattikorkeakoulun TKI-toiminnan laadunvarmistus on alkavassa vaiheessa. Raportin mukaan tutkimus- ja kehitystyön laadunvarmistus kattaa osan toiminnasta ja keskittyy erityisesti yksittäisten hankkeiden laadunvarmistukseen. Laadunvarmistuksen tuottamaa perustietoa käytetään toiminnan kehittämisen välineenä, mutta järjestelmä ei vielä tuota kattavasti tietoa esimerkiksi toiminnan vaikuttavuuden ja sisällöllisen arvioinnin kehittämiseen. Asiakastytyväisyyskyselyn tavoitteena on tehdä näkyväksi TKI- ja palvelutoiminnan vaikuttavuutta sekä kehittää käytänteitä asiakaspalautteen keräämiseen ja hyödyntämiseen.

Turun ammattikorkeakoulun ulkopuolisille sidosryhmille lähetetty asiakastytyväisyyskysely ei kuitenkaan ole tuottanut riittävästi tietoa toiminnan tueksi. Kyselyn vastausprosentti on useana vuonna jäänyt alhaiseksi ja hanketoiminnasta saatu palaute hyvin kapeaksi. Tästä syystä vuonna 2011 päätettiin verkkokyselyllä saatua palautetta täydentää ja syventää laadullisella tutkimusotteella. Laadullisen tutkimusotteen avulla haluttiin laajentaa ymmärrystä mahdollisista kumppanuuden kannustimista ja esteistä yritysten ja ammattikorkeakoulun välillä. Tavoitteena oli, että laadullinen ja määrällinen tutkimustieto täydentäisivät toisiaan. Laadullisen aineiston tuloksiin voi tutustua tässä samassa julkaisussa (ks. Helmi, Saarinen & Putkonen).

TKI-TOIMINNAN VAIKUTTAVAVUUS

TKI-toiminnan arviointi esimerkiksi tässä artikkelissa kuvatussa hankevaikutavuustutkimuksessa kytkeytyy Turun ammattikorkeakoulun laatuajatteluun ja toiminnan kehittämiseen. Arviointi ei näin ollen ole irrallinen osa toimintaa, vaan se liittyy osana koko ammattikorkeakoulun toiminnan arviointiin. Virtasen (2007) mukaan arviointi voi kytkeytyä toiminnan kaikkiin päävaihei-

siin, panoksiin, muuntomekanismiin tai tuotoksiin ja eri vaiheisiin eri tavalla. Tässä tutkimuksessa keskitytään pitkälti muuntomekanismin ja tuotosten arviointiin, eikä niinkään keskitytä toimintaedellytysten tai panosten arviointiin. Keskiöön pyritään nostamaan hankekumppanin kokema hyöty hanketoiminnasta ja toiminnan vaikuttavuus.

Laatusanasto (2005) määrittelee vaikuttavuuden mm. seuraavasti: ”missä määrin suunnitellut toimenpiteet toteutetaan ja tulokset saavutetaan”. Vaikutukset kuvaavat toiminnan seurauksia, kun toteutuksesta on kulunut jokin tietty aika. Vaikutukset ovat selkeästi havaittuja muutoksia, joihin toiminta on vaikuttanut. (Virtanen 2007, 87–89.) Tämän arvioinnin etuna voidaan pitää sitä, että tutkijan ei välttämättä tarvitse määrittää kaikkia tähän toimintaan liittyviä yksittäisiä tekijöitä. Lisäksi tämä mahdollistaa joidenkin laatuun liittyvien tekijöiden huomioimisen ilman erillisiä laadun mittareita. Ongelmia taas aiheuttaa toiminnan vaikutusten erottaminen muista ulkoisista tekijöistä. (Lönnqvist ym. 2010, 132–133.)

KOHDEYRITYKSET JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Lomakekyselyssä pyritään usein tulosten yleistämiseen johonkin perusjoukkoon nähden ja haastateltavien valinta ja lukumäärä perustuu otantaan. Toisin kuin haastattelututkimuksessa, määrälliseen tutkimukseen kuuluu aina numeraalinen havaintomatriisi, johon aineisto on tiivistetty ja johon analyysi kohdistuu. Määrällisessä tutkimuksessa pyritään tilastolliseen yleistämiseen. Määrällisessä lomakekyselyssä objektiivisuus katsotaan saavutettavan sillä, että tutkija nimenomaan pysyy erillään haastateltavasta kohteesta, eikä ryhdy kysymyksen ulkopuoliseen vuorovaikutukseen lainkaan. Tutkimuskohdetta katsotaan ikään kuin puolueettoman ulkopuolisen silmin. (Kurkela, viitattu 10.11.2011).

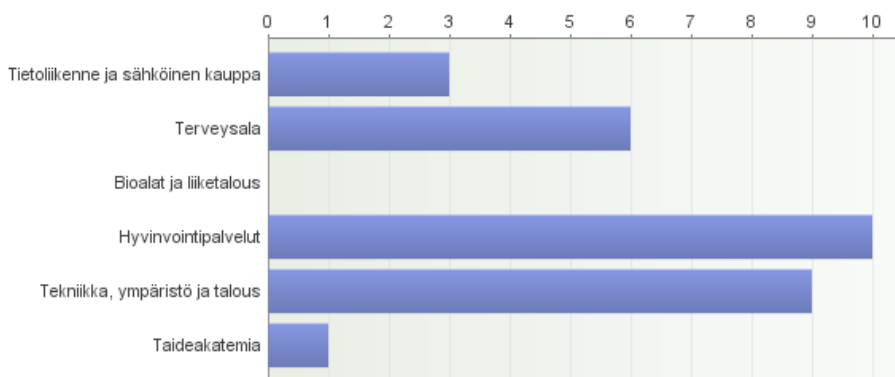
Tässä tutkimuksessa keskityttiin analysoimaan hanketoiminnan vaikutuksia sen jälkeen, kun itse hankkeesta oli jo kulunut aikaa. Kyselyllä pyrittiin saamaan vastauksia koko hankkeen elinkaaresta, vaikka se tehtiin noin puoli vuotta hankkeen päättymisen jälkeen. Keskeisinä teemoina olivat hankkeen suunnittelu ja toteutus, ulkoinen viestintä, hankkeen tuotokset sekä yhteistyön laatu Turun ammattikorkeakoulun toimijoiden kanssa hankkeen aikana.

Kyselyssä on useampia vaikuttavuutta mittaavia kysymyksiä, joiden keskiarvona syntyy Turun ammattikorkeakoulun 4T-toiminnanohjausjärjestelmään työelämän tyytyväisyyttä kuvaava tulosaluekohtainen tyytyväisyysluku.

Kyselylomaketta muutettiin hieman vuosien 2008 ja 2009 lomakkeesta. Turun kaupunki siirtyi vuonna 2010 käyttämään Webropol-kyselyohjelmaa joten lomake jouduttiin toteuttamaan tässä ohjelmassa. Tässä yhteydessä kyselylomaketta tarkistettiin hieman. Kyselylomakkeeseen lisättiin tarkentava kysymys siitä, miten yhteydenotto hankkeeseen tapahtui sekä kysymys ”miten yritys sai/löysi tietoa yhteistyömahdollisuuksista ammattikorkeakoulun kanssa?”. Uuden kyselylomakkeen ongelmaksi muodostui se, että vastaajalle ei voitu edellisten vuosien tapaan informoida, mistä vuonna 2010 toteutetusta hankkeesta on kysymys. Webropol-ohjelma ei mahdollista tämänkaltaisten ”dynaamisten” tietojen vientiä saatelomakkeeseen. Vastaajien mahdollinen epä tietoisuus arvioitavasta hankkeesta on voinut laskea vastausprosenttia ja toisaalta herättää hämmennystä vastaajissa.

Tutkimuksen aineisto kerättiin Webropol-kyselyohjelmalla kesäkuussa 2011. Kyselyyn otettiin mukaan tulosalueiden ilmoittamista hankkeista 32. Kaikkia hankkeita ei voitu hyväksyä mukaan puuttuvien yhteystietojen vuoksi. Alkuperäisenä tavoitteen oli, että jokaiselta ammattikorkeakoulun opetuksen tulosalueelta (6) valittaisiin mukaan vähintään kymmenen hanketta ja näiden hankkeiden kaikki ulkoiset kumppanit. Ulkoisilla kumppaneilla tarkoitetaan tässä yhteydessä niitä toimijatahoja, jotka osallistuvat projektin toteuttamiseen, eivät pelkästään hankkeen rahoittamiseen. Tavoitteena oli, että tulosalueet lähettäisivät vähintään 50 ulkoisen kumppanin sähköpostiosoitteet.

Lopulta kysely lähetettiin 175 hanketoiminnassa mukana olleelle Turun ammattikorkeakoulun ulkoiselle kumppanille. Tämä oli selkeästi suunniteltua pienempi määrä. Seuraavassa kuviossa 2 nähdään tulosaluekohtaiset vastaajien määrät.



KUVIO 1. Tulosaluekohtaiset vastaajien määrät.

Kumppaneista vain 29 eli 17 % vastasi kyselyyn. Vastauksia ei saatu lainkaan Bioalat ja liikelaitos -tulosalueelta. Sen sijaan Tietoliikenne ja sähköinen kauppa sekä Terveysala tulosalueiden tuloksia voi pitää luotettavuuden suhteen ainakin suuntaa antavina. Lomakekyselyn haasteena ovat näin ollen sekä sisäisen tiedonkeruun ongelmat että pieni vastausprosentti. Tästä johtuen tulosten yleistettävyyks on suhteellisen heikko ja tuloksia voidaankin pitää lähinnä viitteellisinä.

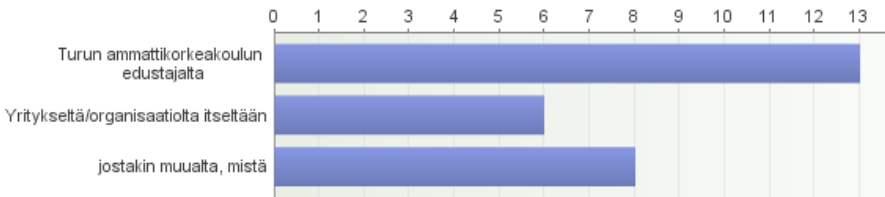
Avoimiin kysymyksiin vastattiin, heikosta vastausprosentista huolimatta, hyvin ja laajasti. Avoimet vastaukset teemoiteltiin kyselyn neljän pääteeman (hankkeen suunnittelu ja toteutus, ulkoinen viestintä, tulokset sekä yhteistyön laatu) alle. Vähän jopa yllättäen kaikki avoimet sopivat näiden neljän teeman alle. Avoimien vastausten kommentit onkin esitelty raportissa kyseisten määrällisten kysymysten yhteydessä. Näin vastaukset tukevat toisiaan.

Tiedonkeruun ongelmien ja vastausprosentin pienuuden vuoksi hankevaikutavuuskyselyn toteutusta on harkittava uudelleen. Tavoitteena on, että tulevaisuudessa kyselyt voisivat lähteä puolivuositain tai kvartaaliksi suoraan Turun ammattikorkeakoulun projektitietokannasta Projektorista tai Turun ammattikorkeakoulun asiakkuudenhallintajärjestelmästä. Tämä ei onnistunut täysin vuonna 2011. Tiedonkeruun kehittämistyö on kuitenkin käynnistynyt.

TULOKSET – AMMATTIKORKEAKOULU HANKEKUMPPANINA

Aloitteentekijänä Turun ammattikorkeakoulu

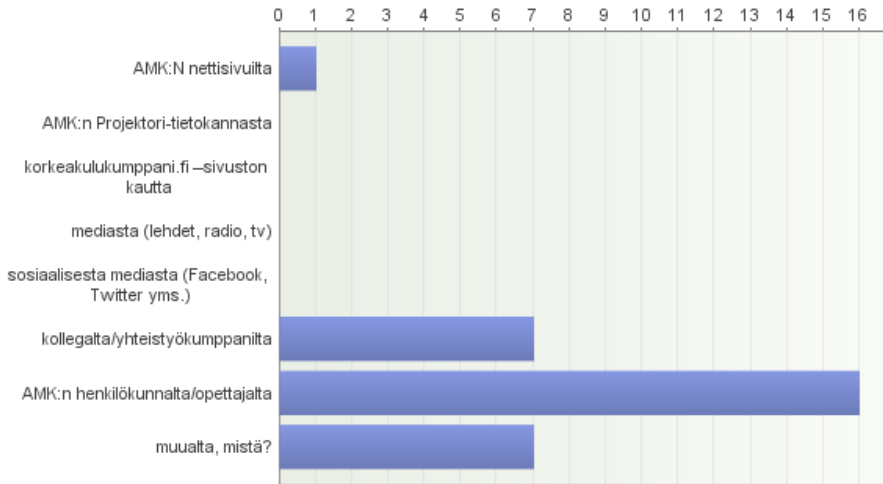
Vastaajien mukaan aloite hankkeen toteuttamiseen tuli lähes puolessa tapauksista Turun ammattikorkeakoulun edustajalta. Yritys tai organisaatio oli aloitteellinen joka viidennessä tapauksessa. Tämän lisäksi yhteistyötä ehdottivat myös muut korkeakoulut (N = 4), opiskelija (1) ja TEKES (1). Lisäksi kaksi hanketta alkoi yhteistyössä Turun ammattikorkeakoulun ja yrityksen kanssa.



KUVIO 2. *Keneltä hankkeen aloite tuli.*

Näyttäisikin siltä, että Turun ammattikorkeakoulussa luodaan ensin työelämää tukevia hankkeita, joihin sitten hankitaan ulkoisia kumppaneita partnereiksi.

Kuten kuvioista 3 voidaan havaita, yritys sai tiedon hankkeesta tai yhteistyömahdollisuudesta useimmiten Turun ammattikorkeakoulun henkilökunnalta. Tämä kertoo siitä, että ammattikorkeakoulun henkilökunta on aktiivisesti yhdessä alueen yrityksiin, kun hankkeisiin tarvitaan työelämäkumppania.



KUVIO 3. *Mistä yritys löysi tietoa yhteistyömahdollisuuksista?*

Seuraavaksi tärkein tiedostuskanava oli kollegat tai yhteistyökumppanit. Sosiaalisen median merkitys tiedon välittäjänä näyttäisi tämän tutkimuksen mukaan olevan vähäinen. Ammattikorkeakoulun kannalta ikävänä voidaan pitää sitä, että hankkeita hallinnoimaan ja niistä tiedottamaan luotu Projektori-tietokanta ei saanut yhtään osumaa. Turun ammattikorkeakoulun tuleekin vastaisuudessa kiinnittää enemmän huomiota hakkeista tiedottamiseen ja mainontaan. Yritykset eivät vielä itse osaa tarjoutua hankekumppaneiksi vaan odottavat ammattikorkeakoulun aktiivisuutta.

Hankkeen suunnittelu ja toteutus

Vastausten perusteella hankkeiden suunnittelu ja toteutus on onnistunut hyvin. Hankkeen aihevalinta perustui selkeästi työelämän tarpeisiin (ka 4,37) ja hankkeen suunnittelussa haettiin informaatiota työelämältä (ka 4,42). Tämän lisäksi valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että hankkeen toteutus on pitkälti suunnattu yritysten tarpeiden mukaan (ka 4,19). Näyttäisi siltä, että Turun ammattikorkeakoulussa onnistutaan suunnittelemaan ja toteuttamaan hyvin alueen työelämän tarpeet huomioivia hankkeita. Vain yksi vastaaja koki, että hanke ei ollut juuri lainkaan suunnattu yritysten tarpeisiin.

TAULUKKO I. Kysymykset hankkeen suunnittelusta ja toteutuksesta.

	erittäin paljon	melko paljon	jotain tältä väliltä	ei juuri lainkaan	ei lainkaan	Yhteensä	Keski-arvo	Mediaani
Hankkeen aihevalinta perustui selkeään työelämän tarpeeseen.	16	5	6	0	0	27	4,37	5
Hankkeen suunnittelussa haettiin informaatiota työelämältä	13	11	2	0	0	26	4,42	5
Hankkeen toteutus oli suunnattu yritysten tarpeiden mukaan	12	8	5	1	0	26	4,19	4

Tulosten kohdalla on havaittavissa pieniä tulosaluekohtaisia eroja. Erot eivät kuitenkaan ole merkittäviä eteenkään näin pienellä aineistolla. Tuloksia tulkittaessa on otettava huomioon se, että varsinkin terveys- ja hyvinvointialoilla hankkeet kohdistuvat pitkälti julkiselle tai kolmannelle sektorille.

Avoimissa vastauksissa osa vastaajista kiitti koulutushankkeen suunnittelua ja räätälöintiä juuri yrityksen kyseisen yrityksen tarpeisiin. Toisaalta oli myös vastaajia jotka korostivat, että kehitystarpeiden tulisi lähteä yrityksistä eikä niinkään hakkeesta.

Yritysten todelliset tarpeet ja toisaalta sitoutuminen hankkeen toteutukseen tulisi varmistaa riittävän hyvin.

Hankkeen ulkoinen viestintä

Vastaajat olivat suhteellisen tyytyväisiä hankkeen viestintään alan yrityksille alueella (ka 3,89), sen saamaan näkyvyyteen (ka 3,59) ja tulosten saatavuuteen (ka 3,38). Taulukosta 2 kuitenkin huomataan, että hankkeen tulosten saavutettavuudessa olisi vielä parannettavaa. Kolme vastaajaa katsoi, että hankkeen tulokset ovat melko huonosti saavutettavissa. Kuitenkin erittäin ja melko tyytyväisiä oli 11 vastaajaa.

TAULUKKO 2. Kysymykset hankkeen ulkoisesta viestinnästä.

	erittäin hyvin	melko hyvin	ei hyvin eikä huonosti	melko huonosti	erittäin huonosti	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Hankkeesta on viestitetty riittävästi alan yrityksille alueella.	6	13	7	1	0	27	3,89	4
Viestintä hankkeesta on tuonut positiivista näkyvyyttä yritykselle/organisaatiolle.	3	11	12	1	0	27	3,59	4
Hankkeen tulokset ovat helposti saavutettavissa esim. julkaisuina.	2	9	12	3	0	26	3,38	3

Avoimissa vastauksissa korostettiin viestinnän tärkeyttä. Yksi vastaaja toivoi, että hänen oma organisaationsa tulisi *enemmän esille AMK:n opiskelijoiden keskuudessa, samoin oman alamme muiden organisaatioiden keskuudessa ja miksei myös julkisuudessa*. Lisäksi vastauksissa nousi esiin ajatus, että ammattikorkeakoulun *oma osaaminen laajasti voitaisiin tarjota hankkeeseen yli/ohi 'osastorajojen'*. *Miten kerrotte sisällänne hankkeiden kulusta, tuloksista yleisesti? Millainen julkilausuttu mekanismi teillä on pyytää ja tarjota tukea uutta tarvetta synnyttäviin hankkeisiin?* Vastaaja myös esitti kysymyksen *tukeeko organisaatiokulttuurinne oikeasti tällaista avun/ylhteistyön pyyntöä?*

Hankkeen tulokset

Hankkeen tuottamia tuloksia tutkittaessa nähdään, että hankkeen tuloksiin ollaan pääsääntöisesti tyytyväisiä. Lähes viidennes vastaajista katsoi, että hanke luo mahdollisuuksia uuteen liiketoimintaan (ka 3,59) ja että se on vaikuttanut yrityksen tuottavuuteen (ka 3,48). Lisäksi kymmenen vastaajaa kertoi, että hanke on poikanut tai poikimassa käytännön jatkotoimia (ka 4). Vain yrityksen kilpailukyvyyn parantumiseen (ka 3,48) hankkeiden myötä ollaan vähemmän optimistisia. Kaksi vastaajaa oli joko täysin tai jokseenkin eri mieltä kilpailukyvyyn parantumisesta hankkeen myötä.

TAULUKKO 3. *Kysymykset hankkeen tuloksista.*

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Yhteensä	Keski-arvo	Mediaani
Hanke luo mahdollisuuksia uuteen liiketoimintaan.	5	9	10	3	0	27	3,59	4
Hanke on vaikuttanut yrityksen tuottavuuteen.	5	7	12	2	1	27	3,48	3
Hanke on poikanut tai poikimassa käytännön jatkotoimia.	10	9	7	0	1	27	4	4
Hanke on parantanut yrityksen kilpailukykyä.	4	8	13	1	1	27	3,48	3

Yhteistyön tuloksia kehuttiin avoimissa vastuksissa. Useat vastaajat kiittivät työn tuloksista ja hankkeen toimivuudesta. Erään vastaajan mielestä *työhön osallistuneilla tahoilla on ollut jaksottaisesta rahoituksesta huolimatta selvä visio lopputuloksen suunnasta*. Toisaalta vastaajat kaipaivat yksittäisen hankkeen vaiheistamista; *mitä meillä on antaa ulos, kun vaihe päättyy. Miten seuraavan*

vaiheen suunnitelmaa on rakennettava, että ideat hyödyntämisestä olisi mahdollista toteuttaa. Pelkkää lopputulosta ei kannata jäädä odottamaan – on voitava pohtia tuloksia ja niiden hyödyntämistä jo aiemmin!

Yhteistyön laatu hankkeessa ammattikorkeakoulun toimijoiden kanssa

Kuten taulukosta 4 voidaan havaita, vastaajat olivat hyvin tyytyväisiä yhteistyöhön Turun ammattikorkeakoulun kanssa. Kaksi kolmesta vastaajasta oli sitä mieltä, että yhteistyö ammattikorkeakoulun kanssa sujui hyvin (ka 4,59). Lisäksi tiedonvaihto oli sujuvaa (ka 4,48) ja yritys sai riittävästi tietoa hankkeen etenemisestä (ka 4,35). Yhden vastaajan mielestä yritys ei kuitenkaan saanut riittävästi tietoa hankkeen etenemisestä. Tämän taulukon mukaan Turun ammattikorkeakoulun pitäisi vielä kiinnittää huomioita opiskelijoiden työpanokseen (ka 4,22) ja projektihenkilöiden yhteydenpitoon yrityksiin hankkeen päätyttyä (ka 4,22).

TAULUKKO 4. *Kysymykset yhteistyön laadusta.*

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Yhteistyö AMK:n kanssa sujui hyvin.	17	9	1	0	0	27	4,59	5
AMK:n ja yrityksen/yhteisön välinen tiedonvaihto oli sujuvaa.	15	11	0	1	0	27	4,48	5
Opiskelijoiden työpanos vastasi odotuksia.	11	12	3	1	0	27	4,22	4
Yritys sai riittävästi tietoa hankkeen etenemisestä.	12	13	0	0	1	26	4,35	4
Projektihenkilöiden yhteydenpito yritykseen/organisaatioon hankkeen päätyttyä oli riittävä.	12	11	2	2	0	27	4,22	4

Avoimissa vastauksissa yhteistyötä käsiteltiin enemmän kuin muita teemoja. Kiitoksia tuli *antoisasta yhteistyöstä, osaavasta ja innostavasta henkilökunnasta* sekä *sitoutumisesta* hankkeeseen. Parannettavaa näyttäisivät olevan *tiedottamisessa yrityksiin päin, ja aktiivisuudessa kohderyhmiä kohtaan*. Yksi vastaaja koki, että hankkeessa mukana ollut henkilökunta ei ollut riittävän tietoinen hankkeesta, *sen etenemisestä taikka jatkosta*. Myös hankkeen johtoryhmän sitoutumista pitäisi vastaajien mielestä pohtia: *Mikä rooli itse kullakin on? Onko se niin vähäinen, ettei osallistuminen ole sittenkään prioriteetti?*

JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyyn vastaajista suurin osa oli saanut tiedon yhteistyömahdollisuuksista henkilökohtaisen kontaktin kautta, joko kollegalta/yhteistyökumppanilta tai ammattikorkeakoulun henkilökunnalta/opettajalta. Yhteydenpito yrityksen ja ammattikorkeakoulun välillä näyttäisi olevan tärkeä tekijä pohdittaessa hankkeen onnistumista. Eteenkin viestintää yritysten suuntaan myös hankkeen päätyttyä toivottiin lisää. Yhteyshenkilön ja yhteydenpidon merkitys korostuu tämän tutkimuksen aineistossa, kuten muissakin tässä julkaisussa esitellyissä tutkimuksissa.

Yleistäen voidaan sanoa, että vastaajat ovat hyvin tyytyväisiä Turun ammattikorkeakoulun hanketoimintaan, ei vain sen tuotoksiin vaan myös koko prosessiin. Erityisen tyytyväisiä oltiin yhteistyön laatuun (ka 4,38 asteikolla 1–5). Avoimissa vastauksissa kiiteltiin ammattitaitosta henkilökuntaa sekä hedelmällistä yhteistyötä. Toisaalta vastauksissa korostettiin sitä, että hankkeita suunniteltaessa olisi kiinnitettävä huomiota hankkeen työelämälähtöisyyteen ja hyvään suunnitteluun. Keskeistä olisi, että hankkeet suunniteltaisiin yritysten tarpeista käsin.

Hanketoiminnan asiakaspalaute on tärkeä osa TKI-toiminnan laadunhallinnan kehittämistyötä. Turun ammattikorkeakoulussa onkin pyritty löytämään ratkaisuja, joiden avulla kyselyn ongelmat voitaisiin poistaa. Vuoden 2011 asiakaspalautteen osalta on päädytty malliin, jossa hanketoiminnassa mukana olleiden kumppanien yhteystiedot kerätään kahdesti vuodessa, tammikuussa ja toukokuussa 2012. Näin hanketoiminnan päättymisen ja kyselyn toteuttamisen välillä on noin puoli vuotta. Tämän lisäksi kyselyn merkitystä on pyritty korostamaan TKI-henkilöstön keskuudessa sisäisen viestinnän keinoin ja näin motivoida henkilökuntaa yhteystietojen toimittamiseen.

Kyselyllä saatu asiakaspalaute antoi positiivisen kuvan ammattikorkeakoulun toiminnasta, vaikka tutkimuksen rajoitteena oli pieni vastausprosentti. Hankkeissa toimineet kumppanit antoivat kehittävää palautetta ammattikorkeakoulun hanketoiminnan kehittämiseen. Avoimista vastauksista välittyi aito kiinnostus Turun ammattikorkeakoulun kehittämiseen ja omien mielipiteiden esiin saattamiseen.

LÄHTEET

Ahmaniemi, R., 2011. Ammattikorkeakoulujen TKI-toiminnan tuloksellisuuden arviointi. Luettavissa <http://www.uasjournal.fi/index.php/uasj>. Viitattu 12.10.2011.

Hintsanen, V., Luukka, M-R., Lounasmeri, T., Majander, M., Renvall, J., Holopainen, H. & Hiltunen, K. 2010. Turun ammattikorkeakoulun laadunvarmistusjärjestelmän auditointi. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisu 2:2010. Helsinki: Korkeakoulujen arviointineuvosto.

Kurkela, R. Tilastollinen tiedonkeruu – verkko-oppimateriaali. Tilastokeskus; Stadia. Luettavissa <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/>. Viitattu 22.9.2011.

Laatusanasto <http://laatusanasto.blogspot.com/2005/10/vaikuttavuus.html>. Viitattu 5.10.2011.

Lönnqvist, A., Jääskeläinen, A., Kujansivu, P., Käpylä, J., Sillanpää, V. & Vuolle, M. 2010. Palvelutuotannon mittaaminen johtamisen välineenä. Tallinna: Tietosanoma.

Putkonen, A. & Hyrkkänen, U. 2007. T&k-ohjelmatoiminta työelämän tutkimusavusteisen kehittämisen kohdentajana ja osaamisen kumuloijana. Teoksessa Ramstad E. & Alasoini, T. (toim.) Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen Suomessa, Raportteja 53, Työelämän kehittämisohjelma. Helsinki: Tykes, s. 171–190.

Virtanen, P. 2007. Arviointi. Arviointitiedon luonne, tuottaminen ja hyödyntäminen. Helsinki: Edita.

TAULUKKO 5. *Hanketoiminnan vaikuttavuuskysely keskiarvotaulukko tulosalueittain N = 27.*

	Kaikki vastaajat	TSK	Terveysala	Bioalat ja liiketalous	HYPÄ	TYT	Taideakatemia
	N = 27	N = 3	N = 6	N = 0	N = 9	N = 9	N = 0
Hankkeen suunnittelu ja toteutus	4,33	4,56	4,61		3,72	4,63	
Hankkeen aihevalinta perustui selkeään työelämän tarpeeseen.	4,37	4,67	4,67		3,67	4,78	
Hankkeen suunnittelussa haettiin informaatiota työelämältä	4,42	4,67	4,5		4,12	4,56	
Hankkeen toteutus oli suunnattu yritysten tarpeiden mukaan	4,19	4,33	4,67		3,38	4,56	
Hankkeen ulkoinen viestintä	3,62	4,67	3,83		3,33	3,65	
Hankkeesta on viestitetty riittävästi alan yrityksille alueella	3,89	4,67	3,83		3,56	4	
Viestintä hankkeesta on tuonut positiivista näkyvyyttä yritykselle/organisaatiolle.	3,59	3,67	4		3,33	3,56	
Hankkeen tulokset ovat helposti saavutettavissa esim. julkaisuina?	3,38	3,67	3,67		3,11	3,38	
Hankkeen tulokset	3,65	4,08	4,09		3	3,84	
Hanke luo mahdollisuuksia uuteen liiketoimintaan.	3,59	4,33	3,83		3	3,78	
Hanke on vaikuttanut yrityksen tuottavuuteen	3,48	3,67	4,17		2,67	3,78	
Hanke on poikanut tai poikimassa käytännön jatkotoimia	4	4	4,67		3,33	4,22	
Hanke on parantanut yrityksen kilpailukykyä	3,48	4,33	3,67		3	3,56	
Yhteistyön laatu hankkeessa AMK:n toimijoiden kanssa.	4,37	4,68	4,73		4	4,38	
Yhteistyö AMK:n kanssa sujui hyvin	4,59	5	4,83		4,33	4,56	
AMK:n ja yrityksen/yhteisön välinen tiedonvaihto oli sujuvaa	4,48	4,67	4,83		4,11	4,56	
Opiskelijoiden työpanos vastasi odotuksia	4,22	4,67	4,5		3,78	4,33	
Yritys sai riittävästi tietoa hankkeen etenemisestä	4,35	4,67	4,83		4	4,22	
Projektihenkilöiden yhteydenpito yritykseen/organisaatioon hankkeen päätyttyä oli riittävä.	4,22	4,67	4,67		3,78	4,22	
Yhteenveto	3,99	4,51	4,31		3,51	4,13	

OPISKELIJAT TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN YRITYSYHTEISTYÖTÄ TUTKIMASSA JA EDISTÄMÄSSÄ

Johanna Saarinen

Ammattikorkeakoulututkintoon kuuluu vähintään 15 opistopisteen laajuinen opinnäytetyö. Sen tavoitteena on palvella työelämän kehittämistarpeita ja vahvistaa opiskelijan ammattitaitoa. Työssä sovelletaan tutkimustietoa ja käytetään valittuja menetelmiä työelämän ongelmien erittelyyn ja ratkaisemiseen. Opinnäyte voi olla opiskelijan alan ammatillinen soveltava tutkimus tai muuta suunnittelu- ja kehittämistoimintaa. Tutkimustyyppisessä opinnäytetyössä toututetaan työelämää palveleva soveltava tutkimus, jossa ratkaistaan ammattialan rajattu erityisongelma tai tutkimustehtävä.

Yritysten ja Turun ammattikorkeakoulun yhteistyö ja sen kehittämistarpeet ovat olleet tutkimuksen kohteena muutamissa opinnäytetöissä. Seuraavassa esitellään hieman tarkemmin kolmea yritys yhteistyöstä tehtyä opinnäytetyötä ja niiden keskeisiä tuloksia. Uusinta opinnäytetyötä, jonka taustalla on Yrittäjän palvelu, käsitellään hieman tarkemmin, vanhempia selvityksiä vain lyhyesti.

YRITTÄJÄKANAVA

Vuoden 2011 alussa Turun ammattikorkeakoulu ja Varsinais-Suomen yrittäjät ry sopivat yhteistyön laajentamisesta ja sen tueksi luotiin Yrittäjän kanava. Yrittäjän kanava on pk-yrityksille suunnattu ja opiskelijoiden ylläpitämä palvelu, joka vastaa kysymyksiin ja etsii tekijöitä yritysten projekteihin ammattikorkeakoulun sisältä. Ensisijaisena kohderyhmänä ovat pk-yritykset, jotka eivät ole aiemmin tehneet yhteistyötä Turun ammattikorkeakoulun kanssa, mutta kanava on tarkoitettu kaikkien yritysten käyttöön (Kaunisto & Suominen 2011, 24). Kanavan kautta on mahdollista puhelimitse tai sähköpostitse tiedustella esimer-

kiksi opinnäytetyöntekijöitä, harjoittelijoita, työntekijöitä sekä osajia yritysten projekteihin. Yrittäjäkanavan perustamisen taustalla oli pyrkimys tarjota mahdollisuus löytää helposti tietoa ammattikorkeakoulun tarjoamista palveluista ja yhteistyömahdollisuuksista. Tarkoituksena oli lisäksi parantaa korkeakoulun ja yrittäjien välistä yhteistyötä sekä selkiyttää puhelinvaihdetoimintaa.

Yrittäjäkanavan toiminnasta vastasivat keväällä 2011 liiketalouden opiskelijat Tarja Kaunisto ja Susanna Suominen. He tekivät aiheeseen liittyen myös opinnäytetyön, jossa selvitettiin yrittäjien kiinnostusta tehdä yhteistyötä ammattikorkeakoulun kanssa sekä ovatko ne tehneet aiemmin yhteistyötä. Lisäksi selvitettiin Yrittäjäkanavan tunnettuutta vastaajien keskuudessa. Tutkimus tehtiin yhteistyössä Varsinais-Suomen Yrittäjien kanssa ja toteutettiin kyselytutkimuksena sen jäsenistölle. Vastauksia saatiin 450, mikä oli 11 % perille menneiden sähköpostikyselyjen määrästä (n = 4077). Miltei puolet vastaajista oli yksinyrittäjiä ja 79 % oli yrityksistä, joissa on korkeintaan 5 työntekijää. Vastajia oli monipuolisesti eri toimialoilta, mutta enemmistö toimi palvelualalla (lähes 40 %). Kyselytutkimus itsessään toimi yrittäjäkanavan markkinointikanavana ja sen myötä tuli 140 yhteydenottoopyyntöä. (Kaunisto & Suominen 2011.)

KOKEMUKSIA YRITTÄJÄKANAVASTA JA YHTEISTYÖSTÄ

Vastaajista noin kolmannes oli kiinnostunut tekemään yhteistyötä Turun ammattikorkeakoulun kanssa, kolmannes ei ollut kiinnostunut ja kolmannes ei osannut sanoa kantaansa. Yhteistyöstä kiinnostuneista suurin osa oli kiinnostunut työharjoittelusta (48 %) tai ammattikorkeakoulun tarjoamasta tutkimus-, kehitys ja innovaatiotoiminnasta (39 %). Myös täydennyskoulutus ja opinnäytetyön aiheen tarjoaminen kiinnostivat. Kaikki muutkin lomakkeella mainitut erilaiset yhteistyömuodot herättivät ainakin jonkin verran kiinnostusta (mm. kansainvälistymisen tuki, omistajavaihdokseen liittyvä Jatkajakoulu, yrittäjyydestä kertominen opiskelijoille). (Kaunisto & Suominen 2011.)

Suurin osa kyselyyn vastanneista ei ollut aiemmin tehnyt yhteistyötä ammattikorkeakoulun kanssa (81 %). Ne yritykset, jotka olivat tehneet yhteistyötä, olivat pääsääntöisesti olleet tyytyväisiä yhteistyöhön ja saamaansa palveluun. Myös kustannuksia pidettiin yleensä sopivina ja sovituisia aikatauluissa oli pysytty. Yrittäjäkanava oli jäänyt melko tuntemattomaksi; alle viidennes vastaajista oli kuullut siitä. Tämä siitäkin huolimatta, että palvelu oli ollut esillä Varsinais-Suomen Yrittäjä -lehdessä ja siitä oli tiedotettu sähköpostitiedotteella

jäsenistölle. Yrittäjäkanava oli ollut esillä myös mm. Turun Sanomien talousliitteessä ja ammattikorkeakoulun omilla nettisivuilla. Tarpeellisenä ja melko tarpeellisenä Yrittäjäkanavaa piti kuitenkin yli kolmannes vastaajista. (Kaunisto & Suominen 2011.)

Kaunisto ja Suominen toteavat yhteenvedona, että yrityspalveluille on tarvetta ja yritykset ovat kiinnostuneita yhteistyöstä ammattikorkeakoulun kanssa. Mielikuvat Turun ammattikorkeakoulusta olivat pääosin positiivisia myös niiden vastaajien keskuudessa, jotka eivät olleet tehneet aiemmin yhteistyötä. Yhteistyömahdollisuuksia olisi nykyistä enemmänkin, jos yrittäjillä olisi enemmän tietoa erilaisista yhteistyömuodoista. Yhteistyön onnistumiseksi myös ammattikorkeakoulun henkilökunnan tulee saada parempi kuva Yrittäjäkanavan toiminnasta ja pitää yritys yhteistyötä tärkeänä. (Kaunisto & Suominen 201, 75)

Kauniston ja Suomisen mukaan Yrittäjäkanavan toimintaa kannattaa kehittää ja sisäistä ja ulkoista markkinointia tulisi lisätä. Toiminta onkin jatkunut opiskelijavetoisesti yhteistyössä ammattikorkeakoulun Kehittäminen-tulosalueen kanssa. Markkinointia on tarkoitus tehostaa vuoden 2012 aikana. Tiedot yhteydenotoista tallennetaan ammattikorkeakoulun asiakkuudenhallintajärjestelmään ja jatkossa yhteistyön edistymistä voi seurata sieltä. (Kaunisto & Suominen 2011, 20)

LIIKETALOUDELLINEN NÄKÖKULMA

Kauniston ja Suomisen opinnäytetyön tulokset ovat samansuuntaisia kuin aiemmissakin opinnäytetyöissä. Vuonna 2001 Mikko Heinonen ja Pasi Saario pohtivat talouden ja hallinnon koulutusohjelman opinnäytetyössään ammattikorkeakoulun liiketaloudellista T&K-toimintaa (Saario & Heinonen 2001). Opinnäytetyössä selvitettiin liiketalouden ja ICT:n yksikön tutkimus- ja kehitystoiminnan tilaa vuonna 2001 sekä sen kehittämistä. Työssä pyrittiin myös kartoittamaan, millaisille tutkimus- ja kehityspalveluille olisi tulevaisuudessa käyttöä. Tutkimus suoritettiin haastattelemalla 9 yksikön henkilökunnan jäsentä ja 8 elinkeinoelämän edustajaa.

Henkilökunnan mielestä T&K-toiminta oli vuonna 2001 vasta alkutekijöissä ja palvelujen tuotteistaminen on vähäistä. Myös tunnettuuden kehittämisessä koettiin olevan puutteita. (Saario & Heinonen 2001). Tämä oli siis tilanne 10 vuotta sitten ja sen jälkeen toiminnan kasvu on ollut merkittävää. **Myös toimintavavat ovat kehittyneet, mutta tutkittua tietoa siitä, millaiseksi henkilökunta kokee nykytilan, ei juurikaan ole saatavana.**

Mielenkiintoista on se, että yhä edelleen mielikuvat ovat hyvin samansuuntaisia kuin vuonna Heinosen ja Saarion tutkimuksessa vuonna 2001 (ks. tämän julkaisun muut artikkelit). Ammattikorkeakoulua arvostetaan, mutta koetaan, että tietoa erilaisista palveluista ja yhteistyömahdollisuuksista ei ole riittävästi saatavilla. Yritykset myös kaipaavat kohdennettuja yhteydenottoja.

Kymmenen vuotta sitten myös ammattikorkeakoulun yleinen tunnettuus oli puutteellista ja suhde muihin alan toimijoihin oli epäselvä. Tällaista ongelmaa ei enää vuoden 2011 tutkimuksessa esiinny.

ASIAKKUUDENHALLINTA

Jarno Kukila ja Juha Salonen tutkivat vuonna 2004 opinnäytetyössään sitä, miten Turun ammattikorkeakoulun ja Turun alueen pk-yritysten yhteistyötä voitaisiin kehittää. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla 14 yritystä, ja näisäkkin nousi selkeästi esiin tiedon tarve siitä, mitä palveluja ammattikorkeakoululla on tarjolla. Parhaimpana keinona kertoa mahdollisuuksista pidettiin suoramarkkinointia. Ratkaisuksi esitetäänkin yhteyshenkilön palkkaamista, joka loisi ja ylläpitäisi yhteyksiä pk-yrityksiin. Myös www-sivujen informatiivisuutta ja helppokäyttöisyyttä korostettiin. (Kukila & Salonen 2004).

Turun alueen korkeakoulut pyrkivät myös yhdessä vastamaan yritysyhteistyön haasteisiin Korkeakoulukumppani-palvelun avulla. Palvelu välittää tietoa korkeakoulujen asiantuntijoista ja palveluista ja helpottaa yhteydenottoa ja asiointia eri korkeakoulujen kanssa. Palvelun kohderyhmänä ovat yritykset, yritysneuvojat ja muut yritysten kanssa toimivat välittäjätahot ja sitä on kehitetty yhteistyössä Varsinais-Suomen seudullisten yrityspalveluiden kanssa. (www.korkeakoulukumppani.fi).

Osana palvelua toimii www.korkeakoulukumppani.fi-sivusto, joille on koottu tietoa turkulaisten korkeakoulujen asiantuntijuuksista ja palveluista, jotka ovat yritysten hyödynnettävissä. Sivuilta löytyy useita esimerkkejä toteutuneesta yhteistyöstä mahdollisuuksien konkretisoimiseksi. Lisäksi sivuilta löytyvät keskeisten yhteyshenkilöiden tiedot ja ohjeita korkeakouluyhteistyön aloittamiselle. Turun ammattikorkeakoulun Yrittäjäkanava sai alkuvaiheessaan tukea Korkeakoulukumppani-hankkeelta mm. yhteydenottojen dokumentoinnissa ja yhteystietojen löytämisessä (Kaunisto & Suominen 2011, 19). Korkeakoulukumppani-palvelun käytöstä on tekeillä asiakastytyväisyystutkimus, joka valmistuu vuoden 2012 aikana.

LOPUKSI

Nämä edellä esitellyt opinnäytetyöt ovat valottaneet yritysten toiveita ja tarpeita yhteistyön kehittämistä yritysten ja ammattikorkeakoulun välillä. Lisäksi tehdyt tutkimukset ovat jo omalta osaltaan toimineet tietouden levittämisen välineenä ja edistäneet ammattikorkeakoulun ja tutkimus- ja kehitystyön tunnettuutta. Esimerkiksi Yrittäjäkanaavaan liittyvä kysely oli poikinut 140 yhteydenottoa.

Huolimatta siitä, että opinnäytetöiden laatimisen välillä oli suurimmillaan 10 vuotta, tulokset niissä olivat hyvin samansuuntaisia. Myös vuonna 2011 toteutettu laadullinen tutkimus (ks. Saarinen, Helmi ja Putkonen tässä julkaisussa) antoi vastaavia tuloksia. Tiivistetysti voidaan todeta, että yritykset ovat kiinnostuneita tekemään yhteistyötä Turun ammattikorkeakoulun kanssa, mutta ne kaipaavat lisää tietoa ammattikorkeakoulun tarjoamista mahdollisuuksista. Yritykset korostivat myös henkilökohtaisten kontaktien ja yhteydenpidon merkitystä. Esille tullut kiinnostus yhteistyötä kohtaan sekä tutkimusten kautta välitynyt tietous yritysten toiveista antaa hyvän pohjan toiminnan kehittämislle.

LÄHTEET

Heinonen M. & Saario P. 2001. Ammattikorkeakoulun liiketaloudellista T&K-toimintaa etsimässä. Opinnäytetyö, Turun ammattikorkeakoulu, Talouden ja hallinnon koulutusohjelma.

Kaunisto, T. & Suominen, S. 2011. Turun ammattikorkeakoulun yrittäjäkanaava – yritys yhteistyötä kehittämässä. Opinnäytetyö, Turun ammattikorkeakoulu, Liiketalouden koulutusohjelma.

Kukila, J. & Salonen, J. 2004. How to improve and develop relationships between Turku Polytechnic and region's SMEs. Opinnäytetyö, Turun ammattikorkeakoulu, Degree Programme of International Business.

Tilausgradu ja -opinnäytetyö käytännössä – ohjeita työnantajalle <http://ksk.utu.fi/tuotettua/Graduopas.pdf> (viitattu 25.1.2012).

Turun ammattikorkeakoulun Messi-intranet, opinnäytetyö ja raportointi (viitattu 25.1.2012). www.korkeakoulukumppani.fi (viitattu 25.2.2012).

LOPPUSANAT

Ari Putkonen

Tämä julkaisu kertoo Turun ammattikorkeakoulussa tehtävän tutkimus, kehitys ja innovaatiotoiminnan (TKI) vaikuttavuuden arvioinnista. Työelämäyhteistyömme laajuutta kuvaa se, että vuonna 2011 meillä oli kaikkiaan Suomessa noin 9000 erilaista yhteistyökontaktia työelämän kanssa. Olemme saaneet huomata, että TKI-toiminnan vaikuttavuuden ja laadun arviointi on kompleksista, varsinkin silloin kun vaikuttavuudesta haetaan kattavaa määrällistä tietoa. Mitattavat muuttujat ovat vielä vakiintumattomia tai niitä on vaikea operationalisoida.

Keräämme palautetta asiakkailtamme ja kumppaneiltamme erilaisten kyselyjen avulla; esimerkiksi neuvottelukunnille suunnataan säännöllisesti sidosryhmätutkimus. Olemme myös toteuttaneet vuosina 2008, 2009 ja 2010 hankevaikuttavuuskyselyn, joka on lähetetty niille hankekumppaneille, joiden hanke on valmistunut edellisenä vuonna. Vuonna 2010 kumppanit antoivat hankeyhteistyölle arvosanan 4,37 asteikolla 1–5 (n = 27) – tämä vaikuttaa varsin hyvältä saavutukselta.

Tämän kaltainen määrällinen tieto ei kuitenkaan yksin auta ammattikorkeakoulua kehittämään TKI-toimintaansa. Sen vuoksi olemme alkaneet kerätä myös rikkaampaa laadullista informaatiota yhteistyökumppaneidemme tarpeista, toiveista ja mielikuvista liittyen korkeakoulun merkitykseen heidän innovaatiotoiminnassaan. Tässä julkaisussa on raportoitu ensimmäisen haastattelututkimuksen tulokset, jotka ovat jo auttaneet meitä ymmärtämään syvemmin TKI-yhteistyön kehittämisen mahdollisia esteitä ja liikkeellepanevia voimia.

Korkeakoulutuksen perinteisenä roolina on ollut antaa tietoperusteisia valmiuksia, joita opiskelijat voivat valmistuttuaan soveltaa käytännössä työelämän erilaisiin innovaatioprosesseihin. Turun ammattikorkeakoulu tunnetaan nykyisin uudesta monialaisesta pedagogisesta lähestymistavastaan, innovaatiopedagogiikasta, jonka päämääränä on tehostaa opetuksen, TKI-toiminnan ja työelämän kanssa tehtävää yhteistyötä. Hyötyjen pitäisi koskettaa kaikkia osapuolia, koska työelämä ja korkeakoulu voivat vain yhteisvoimin vastata jatkuvasti muuttuviin osaamis- ja kehittämistarpeisiin. Tavoitteena onkin, että

tulevaisuudessa opiskelijat, opettajat ja työelämän edustajat työskentelevät yhä useammin yhteisten kehittämistehtävien parissa, jakaen käytännön tietotaidon, tilat, laitteet ja ongelmien ratkaisukyvyyn.

Ammattikorkeakoulu osallistuu aktiivisesti alueellisen innovaatiojärjestelmän kehittämiseen. TKI-toiminnan vaikuttavuus ja mittarit ovat sidoksissa tarkasteltavaan ajanjaksoon ja toimenpiteiden kohteeseen. Lyhyellä aikavälillä tarkasteltuna lukuisten yksittäisten hankkeiden onnistumisia on helppo nostaa esiin. Pitkällä aikavälillä esimerkiksi opiskelijoiden TKI-hankkeissa suorittamien opintopisteiden voimakkaasti kasvanut määrä (38 000 vuonna 2010, 70 000 vuonna 2011) ei voi olla näkymättä heidän innovaatiovalmiuksissaan ja sitä kautta kehittämispanoksena työelämässä. Vaikka jatkammekin toimintamme arvioinnin kehittämistä, kaikkea työelämäyhteistyömme vaikuttavuutta emme todennäköisesti edes tunnista, puhumattakaan että pystyisimme sitä mittaamaan. Tällöin uskomme siihen, että valitsemamme TKI-toiminnan visio on oikea. Yhdistämällä oppiminen TKI-työhön ja nostamalla kohteiksi todellisia työelämän kehittämishaasteita, joihin sekä opiskelijat, opettajat että työelämän toimijat osallistuvat, syntyy väistämättä tulosta ja positiivisia vaikutuksia hyvin monella tasolla.

KIRJOITTAJAT

Satu Helmi, KM, työskentelee koulutussuunnittelijana Turun ammattikorkeakoulun Kehittäminen-tulosalueella päätehtävänäään laatutyön tukeminen. Lisäksi hän koostaa vuosittain korkeakoulun yhteiskuntavastuuraportin.

Ari Putkonen, TkT, on Turun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitysjohtaja. Hänellä on pitkä kokemus sekä ammattikorkeakoulun että yritysmaailman TKI-toiminnasta sen kehittämisestä.

Johanna Saarinen, VTM, työskentelee suunnittelijana Turun ammattikorkeakoulun T&K-keskuksessa. Vuonna 2011 hän osallistui mm. TKI-toiminnan vaikuttavuuden ja sisällöllisen arvioinnin kehittämiseen.