

Laurea Lohjan sisäisen viestinnän
tyytyväisyystutkimus



Österlund, Niina

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Lohja

Laurea Lohjan sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimus

Niina Österlund
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2010

Niina Österlund

Laurea Lohjan sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimus

Vuosi 2010 Sivumäärä 55

Opinnäytetyön tarkoituksena oli toteuttaa Laurea Lohjan sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimus liiketalouden opiskelijoille. Tavoitteena oli selvittää, kuinka hyvin asetetut tavoitteet toteutuvat Laurea Lohjan kampuksen sisäisessä viestinnässä opiskelijoiden kokemana. Tutkimuksen aihe oli ajankohtainen ja sen toimeksiantajana oli Laurea Lohja. Tutkimus toteutettiin syksyllä 2010.

Opinnäytetyön teoreettiset lähtökohdat koostuivat viestinnän rakenteen tarkastelemisesta, sisäisestä viestinnästä, sisäisen viestinnän tehtävistä ja kanavista, tulosviestinnän keinoista sekä integroidusta viestinnästä ja viestintäilmapiireistä. Tutkimuksessa sovellettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää, jossa käytettiin sitä varten kehitettyä e-lomaketta. Tutkimus kohdistettiin liiketalouden ensimmäisen, toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoille.

Tutkimuksessa saatiin selville, että opiskelijat ovat tyytyväisiä sisäisen viestinnän nykytilaan ja erityisesti heidän ja opettajiensa väliseen tiedonkulkuun. Tutkimustulokset osoittivat, että Laurea Lohja oli onnistunut luomaan hyvän ensivaikutelman kampuksesta ja tradenomiopinoista opiskelijoilleen. Tehokkaimpana sähköisen viestinnän kanavana pidettiin Optimaa ja Laurean verkkosivuja, jotka tarjoavat monipuolisesti ja yksityiskohtaisesti tiedon opintokokonaisuuksista sekä opiskelukäytänteistä yleisesti.

Kehittämissuhteena tulisi miettiä viestintäkanavien keskittämistä. Intraa ja Laurean omia verkkosivuja ei pidetty merkityksellisinä tiedonlähteinä. Opiskelijat etsivät mieluiten tiedon Optimasta ja Laurean verkkosivuilta. Vain kuusi prosenttia opiskelijoista etsii mieluiten tiedon Intrasta ja 11 prosenttia Laurea Lohjan sivuilta. Toisena kehittämisehdotuksena voisi miettiä viestinnän tehostamista valinnaisaineiden, kansainvälisyyden, opiskelijavaihtojen sekä työpaikkojen osalta. Oppimisympäristöt kuten Yrityslabra olisi myös hyvä saada paremmin kaikkien opiskelijoiden tietouteen esimerkiksi järjestämällä tutustumiskäyntejä niihin osana opintojaksoja.

Jatkotutkimuksena ehdotettiin sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen tekemistä Laurea Lohjan hoitotyön opiskelijoille. Toisena jatkotutkimuksena ehdotettiin ulkoisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen tekemistä Laurea Lohjan yhteistyökumppaneille käyttäen hyväksi toteutettua sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimusta. Kolmantena jatkotutkimuksena voisi vertailla tulevaisuudessa toteutettuja sisäisen ja ulkoisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksia keskenään ja selvittää, onko sisäinen ja ulkoinen viestintä harmoniassa keskenään.

Asiasanat: viestinnän rakenne, sisäinen viestintä, sisäisen viestinnän tehtävät ja kanavat ja viestintäilmapiirit.

Niina Österlund

Customer satisfaction measurement of Laurea Lohja's internal communication

Year	2010	Pages	55
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to do a customer satisfaction measurement for business management students in Laurea University of Applied Sciences (Laurea Lohja unit) concerning internal communication. The goal of this research was to get a clear picture of the state Laurea Lohja's internal communication is in general from the student point of view. The subject of this research was current and the employer of this thesis was Laurea Lohja. The research was executed during fall 2010.

The theoretical context was built around examining the structure of communication, internal communication, the tasks and channels of internal communication and how to achieve results with the help of communication. The theoretical context also involved integrated communication and communication atmospheres. The research was carried out as a qualitative research where the quality of the answers was more important than the number of the answers. The research was executed with the help of an electronic form which was especially designed for this research. Participants of this research were chosen to be the first, second and third year business management students.

The results of the research reveal that the students are satisfied with the state internal communication is right now especially concerning communication between them and their teachers. The results also show that Laurea Lohja was able to make a good first impression of itself and the business management studies. The most effective e-channels were Optima and Laurea's web pages which give versatile and detail level information about the studies.

As an improvement suggestion, one should consider centralizing the communication channels. Intra and Laurea Lohja's web pages were not considered significant information sources. Students prefer searching information from Optima and Laurea's web pages instead. Only six percent of the students favor Intra and 11 percent favor Laurea Lohja's web pages as a primary source of information. As another improvement suggestion, one should consider emphasizing on communication concerning alternative studies, internationality, student exchange programs and job opportunities. Learning environments such as Yrityslabra should also be made more known among students for example by arranging visits to Yrityslabra as a part of study modules.

As a further research suggestion one should consider carrying out this same customer satisfaction measurement for the nursing students in Laurea University of Applied Sciences (Laurea Lohja unit). As a second research suggestion one should consider carrying out a customer satisfaction measurement concerning external communication for business partners in co-operation with Laurea Lohja. As a third research suggestion one should consider comparing the results of these researches concerning internal and external communication and making a conclusion whether or not internal and external communication are in harmony.

Key words: structure of communication, internal communication, tasks and channels of internal communication and communication atmospheres.

SISÄLLYS

1	Johdanto.....	7
2	Laurea-ammattikorkeakoulu	7
2.1	Perustietoa Laureasta	7
2.2	Opiskelijapalautejärjestelmä ja - käytäntö Laureassa	8
2.3	Laurea Lohja	10
2.4	Viestintäorganisaatio Laurea Lohjalla	10
2.5	Palautekäytäntö Laurea Lohjan kampuksella	11
3	Laurea Lohjan sisäisen viestinnän teoreettiset lähtökohdat	12
3.1	Viestinnän rakenne.....	12
3.2	Sisäinen viestintä	13
3.3	Sisäisen viestinnän tehtävät	14
3.4	Viestintäkanavat.....	14
3.5	Tulosviestinnän keinot.....	15
3.6	Integroitu viestintä ja viestintäilmapiirit.....	16
4	Sisäinen viestintä Laurea Lohjan paikallisyksikössä	16
4.1	Sisäisen viestinnän SWOT-analyysi.....	16
4.2	Sisäiset viestintäkanavat Laurea Lohjan kampuksella.....	18
4.3	Sähköiset viestintäkanavat	19
4.4	Painetut viestintäkanavat.....	20
4.5	Suulliset viestintäkanavat.....	21
5	Sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen toteutus	21
5.1	Tutkimustyön tavoite	21
5.2	Tutkimusmenetelmän valinta	21
5.3	Tutkimuksen kohderyhmä ja otoksen koko.....	23
5.4	Tutkimuksen eettisyys.....	23
5.5	Tutkimuksen luotettavuus	24
6	Tutkimuksen tulokset	24
6.1	Sukupuoli	25
6.2	Ikä	25
6.3	Opiskeluvuosi	25
6.4	Ensivaikutelma.....	25
6.5	Opiskelijoiden Laurea Lohja tietous ensimmäisten viikkojen aikana.	27
6.6	Opiskelijan ja tutor-opettajan välinen tiedonkulku	27
6.7	Vastauksien saaminen	28
6.8	Kanavien käyttäminen ensisijaisen tiedon hakemiseen	29
6.9	Tiedonhaku sähköisten viestintäkanavien kautta	29
6.10	Tiedonsaaminen oppimisympäristöjen kautta	31

6.11	Lisää tietoa toivotaan seuraavista asioista	31
6.12	Laurea Lohjan kampuksen tavoitteeseen pääseminen	33
6.13	Vastaanottajan aktiivisuus	34
6.14	Laurea Lohjan sisäisen viestinnän kehittäminen	34
7	Johtopäätökset ja kehittämissuositukset	35
	Lähteet	41
	Liitteet	43

1 Johdanto

Opinnäytetyössä selvitettiin Laurea Lohjan sisäisen viestinnän kehitystarpeita ja -mahdollisuuksia liiketalouden opiskelijoiden näkökulmasta. Työn tekijän mielenkiinto markkinointiin ja viestintään sekä positiivinen kokemus työskentelystään kampuksen markkinointitiimissä innosti aiheen tutkimiseen. Liiketalouden opiskelijoiden ja henkilökunnan kanssa käytyjen keskustelujen perusteella opinnäytetyön tavoitteeksi asetettiin sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen toteuttaminen Laurea Lohjan liiketalouden opiskelijoille syksyllä 2010. Opinnäytetyön tekijän henkilökohtaiseksi tavoitteeksi asetettiin hänen tieto/taitojen karttuminen prosessin vaiheiden läpi ja valmistuminen joulukuussa 2010.

Työn ensimmäisessä luvussa kartoitetaan perustietoa Laurea-ammattikorkeakoulusta. Perustietoa Laurea Lohjasta, joka on yksi ammattikorkeakoulun paikallisyksiköistä, esitellään luvussa 2.3. Työn teoreettinen viitekehys luvussa 3 käsittelee sisäisen viestinnän rakennetta, sisältöä ja tehtäviä. Lisäksi siinä tarkasteltiin viestintäkanavia ja viestintäprosessia kokonaisuudessaan. Luvussa 4 esitellään Laurea Lohjan viestintäkanavia, niiden sisältöä ja käyttöä. Sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen toteutus esitellään kokonaisuudessaan luvussa 5. Luvussa 6 tarkastellaan tutkimuksessa saatuja tuloksia. Luvussa 7 esitetään johtopäätökset ja niiden perusteella määritellyt kehittämissuhteet.

Laureassa tietoa välitetään monien viestintäkanavien kautta. Kanavien määrään Laurea Lohja ei voi vaikuttaa, mutta viestinnän vastaanottajana sekä palautteenantajana omaan aktiivisuuden määrään voi jokainen paikallisyksikön opiskelija ja opettaja sekä muu henkilökunta itse vaikuttaa. Opinnäytetyössä huomioitiin tämä ja esitettiin kehittämissuhteita.

Kuten kaikkia työkaluja, sisäistä viestintää tulee huoltaa ja päivittää säännöllisesti, jotta varmistetaan sen palveleminen yrityksessä oikealla tavalla. Onkin varmistettava, että kaikki sitä hyödyntävät osapuolet ovat ymmärtäneet sen käyttötarkoituksen yhdenmukaisesti. Sisäisen viestinnän ollessa epäjohtonmukaista, yhteisöidentiteetti on vaarassa muuttua epäselväksi. Lisäksi asetetut aikataulut sekä tavoitteet voivat kärsiä toiminnan tasolla ja henkilöiden motivaatio voi heikentyä. Tästä kerrotaan lisää luvussa 3.3. Sisäisen viestintä on ns. loppumaton kehittämisprosessi, johon myös tämä opinnäytetyö liittyy.

2 Laurea-ammattikorkeakoulu

2.1 Perustietoa Laureasta

Laurea-ammattikorkeakoulu tarjoaa ammattitaitoista koulutusta neljällä koulutusalueella, jonka toiminnassa työelämäläheisyys on keskeisessä asemassa. Koulutusalueet ovat yhteiskuntatieteiden

den, liiketalouden ja hallinnon koulutusala, sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala, luonnontieteiden ala sekä matkailu-ravitsemis- ja talousala. Laureassa on 16 koulutusohjelmaa, joista kuusi on englanninkielisiä. Koulutusohjelmat ovat fysioterapia, hoitotyö, hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto, kauneudenhoitoala, liiketalous, matkailu, palvelujen tuottaminen ja johtaminen, rikosseuraamusala, sosiaaliala, tietojenkäsittely, turvallisuusala sekä englanninkieliset koulutusohjelmat.

Laurealla on seitsemän paikallisyksikköä, jotka sijaitsevat Hyvinkäällä, Keravalla, Leppävaarassa, Lohjalla, Otaniemessä, Porvoossa ja Tikkurilassa. Henkilöstöä Laureassa on noin 500 ja opiskelijoita 8000, joista aikuiskoulutuksessa opiskelee noin 1200. Opiskelemaan Laureaan voi hakea henkilö, joka on suorittanut joko ylioppilastutkinnon, tai tutkinnon toisen asteen koulutuksessa. Ylempää ammattikorkeakoulututkintoa voi pyrkiä suorittamaan henkilö, joka on suorittanut kolmannen asteen koulutuksen esimerkiksi ammattikorkeakoulussa. (Laurea 2010.) Laurean tavoitteena on olla kansainvälisesti tunnustettu ammattikorkeakoulu vuoteen 2015 mennessä (Laurea Fakta 2009).

Laurean opiskelijoille annetaan mahdollisimman toimintakeskeinen ja työelämälähtöinen koulutus tarjoamalla opintojaksoihin kuuluvia projekteja yhteistyössä koulutusalaan vastaavien yritysten kanssa (Learning by Developing, LbD). Tällä toimintamallilla varmistetaan, että opiskelijat saavat jo opiskellessaan tuntuman työelämään ja pääsevät soveltamaan teoriaopintojaan konkreettisesti käytäntöön jo ennen valmistumistaan. Laurean opiskelijoiden työllistyminen heti valmistumisen jälkeen on ollut erittäin hyvä (Laurea Fakta 2010). Vuonna 2006 tehdyn tutkimuksen mukaan Laureasta valmistuneiden työllistyneisyys oli 89,1 prosenttia (Laurean laatuyksikköhakemus 2010).

2.2 Opiskelijapalautejärjestelmä ja -käytäntö Laureassa

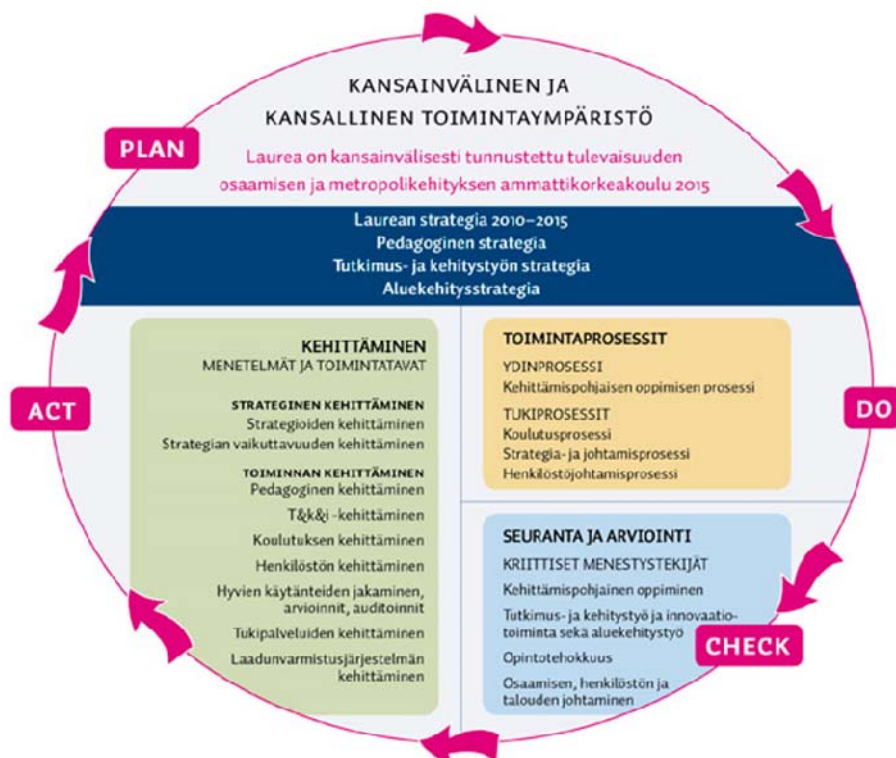
Laureassa toiminnan laatua kokonaisvaltaisesti ja säännöllisesti. Laurealla on laatu päällikkö, laadunvarmistusjärjestelmän kehittämissyryhmä sekä laatu vastaavat jokaisessa paikallisyksikössä. Laurealle on määritelty yhteiset laadun yleislinjaukset, jotka pätevät kaikissa Laurean paikallisyksiköissä. Opiskelijapalautejärjestelmä ja sen seuranta kuuluu Laurean opiskelijapalauteprosessiin ja sitä seurataan ja päivitetään jatkuvasti. Laatua valvotaan keräämällä opiskelijoilta säännöllisesti palautetta opiskelijapalautejärjestelmään erilaisten seurantakyselyjen avulla, joita ovat muun muassa seuraavat

- alkuvaiheen palautekysely
- valmistuvien palautekysely
- tutkinnon suorittaneiden palautekysely
- harjoittelupalautekysely sekä
- opintojaksokohtaiset palautekyselyt.

Kyselyihin vastaaminen ja kirjallisen, suullisen ja sähköisen palautteenantaminen on opiskelijan mahdollisuus vaikuttaa ja se kannattaa. Kuva 1 esittää palautetiedon niveltymistä opiskelijan ammatilliseen kasvuun. (Laurea opiskelijan laatukäsikirja 2010.) Kuva 2 esittää Laurean laadunvarmistusjärjestelmää (Laurea 2010).



Kuva 1: Opintojen aikainen palautekäytäntö (Opiskelijan laatukäsikirja 2010)



Kuva 2: Laurean laadunvarmistusjärjestelmä (Opiskelijan laatukäsikirja 2010)

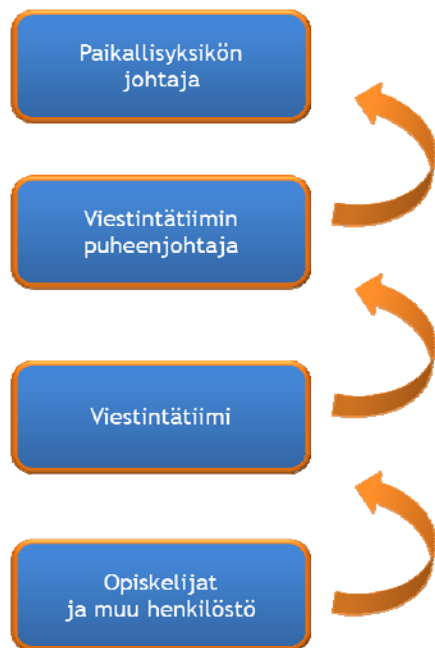
2.3 Laurea Lohja

Laurea Lohja on yksi Laurean paikallisyksiköistä, joka toimii Länsi-Uudellamaalla ja vaikuttaa myös koko metropolialueella. Laurea Lohjan kampuksella on myös kansainvälistä yhteistyötä muun muassa Euroopan, Amerikan, sekä Kaukoidän yliopistojen kanssa. Kampus tukee opiskelijoiden ulkomaanvaihtoa, joka on ollut hyvin kysyttyä. Opettajien vierailut ulkomaille ja ulkomailta oletetaan kasvavan kampuksella. Sekä opiskelijat että opettajat ovat olleet tyytyväisiä ulkomaanvaihto-ohjelmaan. Koulutusohjelmia Lohjalla on parhaillaan kaksi, joita ovat liiketalous ja hoitotyö. (Laurea Lohja 2010.)

Paikallisyksikössä on kolme oppimisympäristöä: Yrityslabra, Terveystori ja Yrityshautomo. Näissä yhdistyvät opiskelijoiden, opettajien ja lähialueen yrittäjien välinen yhteistyö. Yhteisten projektien toteutuksen yhteydessä opiskelijat saavat käytännön kokemusta alalta, sekä voivat luoda kontakteja työelämässä vaikuttaviin henkilöihin jo opiskeluaikanaan. Tämän myötä verkottuminen (Innovative partnership) helpottuu ja työllistyminen heti valmistumisen jälkeen paranee. (Laurea Lohja 2010.)

2.4 Viestintäorganisaatio Laurea Lohjalla

Laurea Lohjalla on oma viestintäorganisaatio, jonka tarkoituksena on valvoa ja toteuttaa viestintää Laurean toimintasuunnitelmassa asetettujen tavoitteiden mukaisesti (Kuva 3).



Kuva 3: Laurea Lohjan viestintäorganisaatio

Ylimpänä on paikallisyksikönjohtaja, joka vastaa kokonaisvaltaisesti kaikesta Lohjan kampuksen toiminnasta. Jokaisen Laurean paikallisyksikön viestintää toteutetaan Laurean yhteisten ohjeiden ja sääntöjen pohjalta. Laurea Lohjalla on oma viestintätiimi, joka vaikuttaa päivittäiseen viestintään omalla kampuksellaan. Laurea Lohjan kehittämisspäällikkö on ollut myös viestintätiimin puheenjohtajana syksystä 2010 alkaen. Kehittämisspäällikkö valvoo ja ohjaa viestintätiimin toimintaa. Laurea Lohjan kampus voi vaikuttaa esimerkiksi Info TV:hen. TV:stä näkyy ajankohdat paikallisyksikössä tapahtuvista asioista kyseisenä päivänä, kuten luennoista, koulutuspäivistä ja erilaisista tapahtumista. Kehittämisspäällikkö raportoi Laurea Lohjan viestinnästä ja sen toteuttamisesta paikallisyksikön johtajalle, joka puolestaan raportoi Laurean viestintäjohtajalle. Laurea Lohjan laatu- ja kehittämisspäällikkö puolestaan vastaa kampuksen opiskelijapalautejärjestelmästä ja valvoo sen laatua, joka myös vaikuttaa omalta osaltaan viestintään.

Muun henkilöstön ja opiskelijoiden rooli viestintäorganisaatiossa ja sisäisessä viestinnässä on merkittävä. Sisäinen viestintä on vuorovaikutteista, joten on hyvä pitää mielessä myös opiskelijoiden vastuu tässä prosessissa. Opiskelijat eivät ole pelkästään sisäisen viestinnän vastaanottajia, vaan myös vaikuttavat sen onnistumiseen kokonaisuudessaan esimerkiksi omalla aktiivisuudellaan ja antamalla säännöllistä palautetta. Laurea Lohjan johto pitää lisäksi säännöllisesti palavereja opiskelijaedustuksen kanssa, joka tuo opiskelijoiden näkökulmia esiin. Opiskelijoiden edustajia osallistuu aikajoin viestintätiimiin kokouksiin, esimerkiksi oppimisympäristössä työharjoittelua suorittavat liiketalouden opiskelijat. (Kehittämisspäällikön henkilökohtainen tiedonanto 30.8.2010.)

2.5 Palautekäytäntö Laurea Lohjan kampuksella

Laurea Lohjan kampuksen paikallisyksikön johtaja, sekä kehittämisspäällikkö ja laatu- ja kehittämisspäällikkö ovat vastuussa Lohjan kampuksen kehittämisestä. Yleislinjaukset määritellään kuitenkin Laureassa. Paikallisyksiköt voivat tehdä kampuksestaan omailmeisen sekä suunnitella sen opetussuunnitelmat ja opintojaksojen toteutukset kampuksen omien tarpeiden pohjalta.

Laurea Lohjan palautekäytäntö on monipuolinen ja pysyvä. Opiskelijoilta pyydetään ja kerätään varsinkin sähköisesti palautetta säännöllisesti muun muassa opintojaksoista. Opintojaksopalaute toistuu jokaisen opintojakson jälkeen. Opintojaksopalautteen lisäksi opiskelijoilla on mahdollisuus antaa jatkuvasti suoraa palautetta esimerkiksi omille opettajilleen ja muulle Laurea Lohjan henkilöstölle sekä toisille opiskelijoille. (Laatu- ja kehittämisspäällikön henkilökohtainen tiedonanto 15.9.2010.)

Jokaisella opintojaksosta vastaavalla opettajalla on velvollisuus kertoa ennen opintojakson alkamista opiskelijoille, miten edellistä kyseisen opintojakson palautetta on hyödynnetty sekä

miten esimerkiksi opintojaksoa on uudessa toteutuksessa muutettu. Tällaisia asioita voivat olla muun muassa tehtävien vähentäminen uudella toteutuskerralla tai kurssin suoritusajan-kohtaa on muutettu. Opiskelijoille korostetaan, että palautteen antaminen tulisi olla systemaattista ja luonnollinen osa opiskelua. Jokaisella opiskelijalla on oikeus kuulla palautteesta ja kysellä siitä lisää. (Laatu- ja kehittämispäällikön henkilökohtainen tiedonanto, 15.9.2010.)

Verkkoviestinnän kanavista, Optima- työtilaan, on jokaisen opintojakson kohdalle varattu oma palautekansio. On toivottavaa, että opiskelijat kävisivät katsomassa palautetta säännöllisenä osana toimintaansa, jotta siitä muodostuisi rutiini ja positiivinen vaikutus omaan opiskeluun. Palautteen antajana he voivat itse vaikuttaa oman opiskelunsa ja opiskelupaikkansa hyväksi. (Laatu- ja kehittämispäällikön henkilökohtainen tiedonanto 15.9.2010.)

3 Laurea Lohjan sisäisen viestinnän teoreettiset lähtökohdat

Teoreettiseen viitekehykseen on kerätty opinnäytetyöaiheeseen liittyvät keskeiset käsitteet ja asiakokonaisuudet. Keskeiset käsitteet ovat viestinnän rakenne, sisäinen viestintä, sisäisen viestinnän tehtävät ja kanavat, tulosviestinnän keinot sekä integroitu viestintä ja viestintäilmapiirit. Viestintä rakentuu viestintästrategian mukaisesti, joka puolestaan on suunniteltu yhdenmukaisesti yrityksen kokonaisstrategian kanssa. Viestintä kulkee kolmisuuntaisesti eli johdolta alaisille ja opiskelijoille, opiskelijoilta johdolle sekä opiskelijoiden kesken ja johdon kesken.

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea tiedonkulkua yrityksessä toimivien henkilöiden keskuudessa. Sisäisen viestinnän tehtävät ovat muun muassa tukea ja kehittää yrityksen toimintaa ja edesauttaa positiivisen yrityskuvan muodostumista. Sisäisen viestinnän kanavilla tarkoitetaan kaikkia niitä asioita ja henkilöitä, joiden avulla tieto kulkee viestin lähettäjältä vastaanottajalle. Tulosviestinnän keinot ovat yrityksen perustoimintojen tuki, perehdyttäminen, informointi ja profilointi. Integroidulla viestinnällä tarkoitetaan sisäisen ja ulkoisen viestinnän yhteensovittamista. Viestintäilmapiirillä tarkoitetaan ilmapiiriä, joka vallitsee viestijöiden keskuudessa ja se vaikuttaa viestinnän onnistumiseen. Alaluvuissa on kuvattu käsitteitä ja niiden sisältöä tarkemmin.

3.1 Viestinnän rakenne

Johdon hyväksymä viestintä pohjautuu hierarkkiseen rakenteeseen, joka kulkee kolmella tavalla: ylhäältä alaspäin, alhaalta ylöspäin ja vaakatasossa. Ylhäältä alaspäin viestinnässä viestit kulkevat johtajilta sekä esimiehiltä alaisille sekä opiskelijoille. Alhaalta ylöspäin viestinnässä opiskelijat ja henkilöstö vievät ideoita, palautetta ja raportteja johdolle ja esimiehille. Kyseinen viestintämuoto on yksi tärkeimmistä johdon työvälineistä, mikä samalla rohkaisee

kaikkia Laurea Lohjan toimintaan osallistuvia henkilöitä käyttämään ja kehittämään viestintää. Vaakatasossa kulkeva viestintä on kollegoiden välistä viestintää, joka auttaa me-hengen luomisessa. Sen avulla ratkaistaan monia käytännön ongelmia. Kaikki edellä mainitut viestintäkäytännöt ja niihin liittyvät osatekijät ovat tärkeitä ja niiden tulee olla kunnossa, jotta viestintä onnistuu Laurea Lohjan toiminnassa. (Åberg 2006, 121.)

Hyvän viestinnän toimivuuden lähtökohtana on sen huolellinen suunnittelu. Suunnittelu lähtee yrityksen strategiasta eli "perusluonteisesta toimintasuunnitelmasta" ja yrityksen asettamista toiminnan tavoitteista. Tämän jälkeen suunnitellaan viestintästrategia, jossa puolestaan määritellään muun muassa viestinnän tavoitteet, tehtävät, painopisteet sekä tavoitteissa onnistumista tutkivat ja arvioivat seurantavälineet. (Juholin 2009, 99-106.)

Viestintästrategia toteutuu kolmella tasolla: strategisella, taktisella sekä operatiivisella tasolla. Strategisen tason viestintää hoitaa viestintäjohtaja. "Yritysjohdon tärkein tehtävä on löytää keinot, joilla se vapauttaa henkilöstön luovuuden ja osaamisen yhtiön käyttöön." toteaa YTN järjestön puheenjohtaja Heikki Kauppi Helsingin Sanomien haastattelussa (Kauppi 2010). Strategisella tasolla tapahtuvaa viestintää suunnitellaan 3 - 5 vuoden aikajänteellä. Tämän tason viestintä kuuluu yrityksen kokonaisstrategian suunnitteluvaiheeseen. Taktisen tason viestintää hoitaa viestintäpäällikkö ja suunnittelu tehdään 1 - 3 vuoden päähän. Tämä tason viestintään kuuluu selvittää resurssit, määritellä toimintaohjeet ja rakentaa seurantajärjestelmiä viestinnän toimivuuden tarkkailemiseen. Tutkiminen on avainasemassa tämän tason viestinnässä. Kolmas viestinnän taso on operatiivinen. Tätä hoitaa yleensä tiedottaja, markkinoitiassistentti tai vastaava. Suunnittelujänne on nykyhetkestä vuoteen asti. Operatiivisella viestintätasolla tapahtumia on paljon ja se onkin niin sanottua arkiviestintää. Operatiivisella tasolla toteutetaan myös käytännön projekteja, kampanjoita sekä tutkimuksia, joista tämän opinnäytetyön tutkittu tieto on yksi esimerkki (Juholin 2009, 99-130).

3.2 Sisäinen viestintä

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea kommunikaatiota yrityksessä toimivien henkilöiden kesken (Hälli 2009, 19). Tällä viestinnällä on merkittävä vaikutus koko yrityksen toimintaan. Kaikki lähtee suunnittelusta ja tavoitteiden asettamisesta, joka pitää tehdä huolella. Viestintäkanavien merkitys on suuri sisäisen viestinnän prosessissa.

Vastaanottajaksi sanotaan viestintäkanavien kautta informaatiota saavia henkilöitä. On toivottavaa, että vastaanottaja seuraa aktiivisesti viestintää eri kanavien välityksellä ja antaa aktiivisesti palautetta kaikesta toiminnasta. (Åberg 2006, 88-92.) Jokainen Laurea Lohjan toimintaan osallistuva henkilö on viestijä, joka omalla toiminnallaan vaikuttaa viestinnän onnistumiseen (Juholin 2009, 35-36).

3.3 Sisäisen viestinnän tehtävät

Sisäisen viestinnän tehtävä on tukea ja edistää yrityksen toimintaa sen arvojen, mission ja vision mukaisesti. Sisäisen viestinnän avulla välitetään kaikki yrityksessä kulkeva informaatio. Viestinnän tärkein tehtävä on varmistaa tiedonkulun siirtyminen tehokkaasti oikeita kanavia pitkin viestin lähettäjältä vastaanottajalle. Parhaimmassa tapauksessa sisäinen viestintä edistää positiivisesti yhteisöidentiteettiä kaikkien yrityksessä toimivien henkilöiden keskuudessa. Yhteisöidentiteetillä tarkoitetaan yrityksen henkilöstön, erityisesti johdon käsitystä yrityksen keskeisistä ominaispiirteistä. (Juholin 2009, 35-55.)

Sisäisen viestinnän tehtävänä on myös vaikuttaa henkilöiden haluun sitoutua yritykseen ja edesauttaa positiivisen mielikuvan syntymistä yrityksestä. Sisäisen viestintä tukee vastuullista liiketoimintaa. (Aula 2003, 9-10.) On tärkeää, että sisäinen viestintä on kunnossa, jotta toiminta yrityksessä etenee toivotulla tavalla ja asetettujen aikataulujen mukaisesti. (Juholin 2009, 40-54.)

Kuten kaikkia työkaluja, sisäistä viestintää tulee huoltaa ja päivittää säännöllisesti, jotta varmistetaan sen palveleminen yrityksessä oikealla tavalla. Onkin varmistettava, että kaikki sitä hyödyntävät osapuolet ovat ymmärtäneet sen käyttötarkoituksen yhdenmukaisesti. (McNamara 2010.) Sisäisen viestinnän ollessa epäjohdonmukaista, yhteisöidentiteetti on vaarassa muuttua epäselväksi. Lisäksi asetetut aikataulut sekä tavoitteet voivat kärsiä toiminnan tasolla ja henkilöiden motivaatio voi heikentyä. (Juholin 2009, 35-39.) Sisäisen viestintä on ns. loppumaton kehittämisprosessi, johon myös tämä päättötyö liittyy (Kotelnikov 2010).

3.4 Viestintäkanavat

Viestintäkanavilla tarkoitetaan kaikkia niitä henkilöitä, tahoja, välineitä sekä asioita, joiden avulla viestitään asiasta toiselle osapuolelle (Åberg 2006, 91). Viestintäkanavat voidaan jakaa suullisiin, painettuihin ja sähköisiin kanaviin. Suullisilla eli välittömällä kanavilla tarkoitetaan kasvokkain tapahtuvia viestintätilanteita kuten palaverit ja palautekeskustelut. Kirjallisilla eli välitetyillä kanavilla tarkoitetaan esimerkiksi tiedotteita, ilmoitustaulun ilmoituksia ja Info-TV:tä. Teknologian kehityksen myötä sähköisten kanavien kuten Internet-sivujen, Intran ja sähköpostin merkitys on kasvanut huomattavasti tehokkaana ja nopeana viestintäkanavana. (Åberg 2006, 78-92.)

Toiminta kulkee viestintäkanavien kautta, joten on hyvä tietää viestintäkanavien tarkoitus ja kanaville asetetut tavoitteet. Kun viestintäkanavien tarkoitus on kartoitettu, selvitetään toimivatko kanavat asetettujen tavoitteiden mukaisesti ja ymmärtävätkö kaikki osapuolet kanavien käyttötarkoitukset yhdenmukaisesti. Tämä on tärkeää, jotta kanavista saatu hyöty voi-

daan maksimoida kaikille osapuille. Jos asetetut tavoitteet ja nykyinen toiminta ovat ristiriidassa, niitä pyritään selventämään ja parantamaan vastaamaan asetettuja tavoitteita.

Jokaisessa viestintätilanteessa on tärkeä miettiä, millä viestintäkanavalla viesti tavoittaisi tehokkaimmin sen kohderyhmän. Nykyisin sähköisten viestintäkanavien merkitys on korostunut teknologian kehityksen myötä, mutta silti perinteisillä kirjallisilla ja suullisilla kanavilla on edelleen tärkeä merkitys. Erityisesti kasvokkain tapahtuvat viestintätilanteet esimerkiksi opettajien ja opiskelijoiden välillä ovat merkittävässä asemassa. Vuorovaikutustilanteessa käytetyllä viestinnällä on suuri merkitys positiivisen ilmapiirin luomiseen ja ylläpitämiseen. Esimerkiksi palautteen antaminen vaikuttaa motivaation kasvuun ja sitä kautta myönteisempään kokonaiskuvaan ja myös parempien tulosten saavuttamiseen suuremmissa mittakaavoissa. (Åberg 2006, 108-119.)

3.5 Tulostiedotuksen keinot

Åbergin pizzamallissa on määritelty tulostiedotuksen keinot ja tiedotuksen tehtävät, joissa viestintäkanavien rooli on myös merkittävässä osassa. Tulostiedotuksen keinot ovat perustoimintojen tuki, kiinnittäminen eli perehdyttäminen, informointi ja profilointi. Perustoimintojen tuki sisältää kaiken arkistiedotuksen ja markkinoinnin. Tuki vaikuttaa sekä sisäiseen että ulkoiseen viestintään, jokaisen työntekijän ja opiskelijan yksittäisiin työtehtäviin ja koko työyhteisöön. Perehdyttäminen vaikuttaa myös viestintäkokoaisuuteen ja se sisältää henkilön perehdyttämisen työtehtäviinsä, työyhteisöön ja paikkakuntaan, jossa työpaikka sijaitsee. Opiskelijoiden perehdyttäminen opiskelupaikkaan ja sen toimintatapoihin esimerkiksi tutor-opiskelijoiden avulla on tärkeää.

Informointi, joka sisältää muun muassa tiedottamisen ja tutkimisen, on tärkeää tiedotuksen toimimisessa ja tiedotuksen kehittämisessä. Neljäs tulostiedotuksen keino on profilointi. Sillä tarkoitetaan tietoista ja tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään halutun mielikuvan saavuttamiseen yrityksestä, sen palveluista ja tuotteista. Tiedotuksen onnistumiseen vaikuttaa oleellisesti, minkälaisen mielikuvan esimerkiksi Laurea nykyinen tiedotus on muodostanut sen tuotteista ja palveluista asiakkailleen. Erityisesti suurissa ja arvostetuissa organisaatioissa on tärkeä ohjeistaa, miten esimerkiksi sen logoa eli tunnusmerkkiä saa käyttää. Laurea on arvostettu ammattikorkeakoulu, jonka jokaisen paikallisyksikön tiedotus vaikuttaa siitä muodostuneeseen kokonaiskuvaan ja siten vaikuttaa sen maineeseen ja imagoon joko positiivisesti tai negatiivisesti. Tämän opinnäytetyön toteutus oli osa tiedotuksen toimivuuden selvittämistä ja parantamista Laurea Lohjan kampuksella. (Åberg 2006, 96-112.)

3.6 Integroitu viestintä ja viestintäilmapiirit

Integroitu viestintä tarkoittaa sisäisen ja ulkoisen viestinnän harmonisointia eli yhdenmukais-
tamista. Integroidun viestinnän avulla esimerkiksi Laurea organisaatio kehittää markkinointi-
viestintäänsä niin, että kaikkien yksiköiden viestintä on yhdenmukaista ja tukevat toisiaan.
Miten tämä kokonaisuus on linjassa käytännön tasolla, vaikuttaa viestinnän onnistumiseen ja
toivotun mielikuvan muodostumiseen lukijoiden ja kuulijoiden silmissä.

Viestinnässä on tärkeä tietää, minne ollaan menossa, miksi ja miten. Tähän vaikuttaa myös
viestintäilmapiiri, joka voidaan jakaa kahteen ryhmään: tukeva ja avoin viestintäilmapiiri
sekä puolustava ja torjuva viestintäilmapiiri. Viestintään rohkaiseva (tukeva) ja avoin ilmapiiri
luo hyvät edellytykset viestinnän onnistumiselle. Viestintään rohkaisevassa ilmapiirissä, jossa
ihmiset kokevat olevansa samanarvoisia, toteutuu uusille ideoille avoin mielipiteiden ja pa-
lautteiden viestintä. Puolustava ja torjuva ilmapiiri ei ole toivottua, koska se ylläpitää sulkeu-
tuneisuutta eikä kannusta uusien ideoiden luomiseen. (Åberg 2006, 197-200.)

4 Sisäinen viestintä Laurea Lohjan paikallisyksikössä

Tässä kappaleessa tarkastellaan Laurea Lohjan kampuksen sisäisen viestinnän nykytilaa SWOT-
analyysin avulla ja perehdytään sisäisen viestinnän kanaviin, joita paikallisyksikössä on käy-
tössä.

4.1 Sisäisen viestinnän SWOT-analyysi

Tyytyväisyystutkimuksen tavoitteen täsmennystä ja sisällön rajausta varten päätettiin sovel-
taa SWOT-analyysiä, jonka avulla kartoitetaan viestinnän vahvuuksia (strengths), heikkouksia
(weaknesses), mahdollisuuksia (opportunities) ja uhkia (threats). (Berry 2010.) Kuvassa 4 on
esitetty yhteenveto SWOT-analyysin toteutuksesta. Analyysin tuloksia tarkastellaan yksityis-
kohtaisemmin seuraavissa kappaleissa.



Kuva 4: Laurea Lohjan sisäisen viestinnän SWOT-analyysi

Laurea Lohjan sisäisen viestinnän vahvuuksina voidaan pitää kanavien monipuolisuutta ja määrää. Kanavia on tällä hetkellä kaksitoista ja ne jakautuvat suullisiin, kirjallisiin sekä sähköisiin. Tiedonkulku on säännöllistä kaikkien kanavien kautta, mikä luetaan myös vahvuudeksi. Viestintäkanavia päivitetään jatkuvasti, joka on myös etu. Henkilökunta omaa vankan ammattitaidon, mitä voidaan myös pitää vahvuutena viestinnän suhteen. Laurea Lohjan paikallisyksikkö on kooltaan sellainen, että opiskelijat ja henkilökunta voivat tavoittaa toisensa helposti.

Jokaisella opiskelunsa aloittavalla opiskelijalla on oma tutor-opettajansa, jonka kanssa hänellä on mahdollisuus käydä säännöllisesti tarkastamassa opiskelutilannettaan ja esittää kysymyksiä opiskelunsa aikana. Laurea Lohjan kampuksella koulutetaan erillisellä opintojaksolla tutor-opiskelijoita, jotka auttavat uusia opiskelijoita moninaisissa asioissa ja sopeutumisessa opiskeluun ja opiskeluympäristöön. Tutor-toiminta voidaan näin myös luokitella vahvuudeksi. Laurea Lohjan kampuksella on monipuolinen opiskelijapalautejärjestelmä, joka mahdollistaa selkeän ja säännöllisen palautteen antamisen opiskelijoille. Tämä voidaan perustellusti määritellä myös viestinnän vahvuudeksi.

Heikkoutena voidaan pitää kanavien suurta määrää. Sen seurauksena kaikille Laurea Lohjalla toimiville ei ole välttämättä selvä, mihin kukin kanava on ensisijaisesti tarkoitettu. Tällöin riskinä on valita sellainen kanava tiettyyn viestintätilanteeseen, jolla viesti ei saavuta tavoiteltua henkilöä. Tämän seurauksena voi tulla esimerkiksi aikatauluongelmia ja viestinnän toimivuus voi heiketä. Heikkoutena voidaan pitää myös sitä, että ajoittain eri kanavilla voi olla

toistensa kanssa ristiriitaista tietoa samasta asiasta, esimerkiksi aikataulusta tai nimi- ja yhteystiedoista.

Mahdollisuuksina voidaan pitää viestintäkanavien tehostamista käytössä olevien resurssien puitteissa. Viestintäkanavat ovat paremmin hyödynnettävissä, kun kanavien käyttötarkoituksista tiedottamista tehostetaan. Sitä voidaan pitää osana sisäisen viestinnän toimivuuden edistämisprosessissa. Erityisenä mahdollisuutena voidaan pitää sitä, että henkilöstön ja opiskelijoiden vastuuta ja tehtäviä sisäisessä viestinnässä selkeytetään. Sisäistä viestinnän toimintaa voidaan tehostaa merkittävästi, kun jokainen henkilö hoitaa määritellyt tehtävänsä vastuullisesti. Opiskelijapalautejärjestelmän hyödyntäminen entistä tehokkaammin on selkeästi myös mahdollisuus, johon kannattaa panostaa

Merkittävänä uhkana voidaan pitää tärkeiden viestien hukkumista suureen viestien määrään. Nykyisin viestinnän ja viestinnän kanavien määrä on suuri, jolloin vaarana on, ettei viesti mene perille lähettäjältä vastaanottajalle toivotussa aikataulussa. Uhkana voidaan pitää myös vastaanottajien aktiivisuuden tasoa sisäisessä viestinnässä. Jos opiskelijoiden aktiivisuus on vähäistä, on vaarana, että informaatio saavuttaa vastaanottajan liian myöhään. Uhkana voidaan pitää myös sitä, että viestinnän ammattilaisilla ei ole tarpeeksi aikaa osallistua viestinnän kehittämiseen.

4.2 Sisäiset viestintäkanavat Laurea Lohjan kampuksella

Laurea Lohjalla sisäisiä viestintäkanavia on tällä hetkellä kaksitoista, jotka on esitetty kuvassa 5. Kanavien runsaus on rikkaus, kun niitä osataan käyttää oikein. Kanavista tulee olla selkeä kuva kaikilla niitä käyttävillä osapuolilla, jotta niitä voidaan hyödyntää tehokkaasti. Viestintäkanavien rakenne ja layout tulee olla selkeä ja tiedon tulee olla niissä helposti ja nopeasti hahmotettavissa ja löydettävissä. Nykyisin tiedonkulku on nopeaa. On siis tärkeää, että resurssija on suunnattu riittävästi viestinnän hoitamiseen, jotta tieto päivittyy säännöllisesti ja kaikki ihmiset pysyvät ajan tasalla ja samoilla linjoilla asioiden suhteen.

Viestintäkanavat ryhmitellään sähköisiin, painettuihin ja suullisiin kanaviin. Seuraavaksi on selostettu lyhyesti kunkin viestintäkanavan sisältöä ja käyttöä Laurea Lohjan paikallisyksikössä.

Kuva 5: Laurea Lohjan sisäisen viestinnän kanavat

4.3 Sähköiset viestintäkanavat

Laurea-ammattikorkeakoulun verkkosivuilla oleva informaatio on ensisijaisesti suunnattu Laureassa opiskeleville ja työskenteleville henkilöille. Erityisen tärkeä kohderyhmä näiden julkisten sivujen informaatiolle ovat Laureaan tulevaisuudessa pyrkivät opiskelijat ja Laurean nykyiset ja tulevat yhteistyökumppanit.

Sähköposti toimii yleisenä viestintäkanavana, joka on suunnattu lähinnä sisäiseen viestintään, eli opiskelukäyttöön ja opiskeluun liittyvien viestien välitykseen. Sähköpostitunnukset annetaan vain Laureassa opiskeleville, joten se on myös sisäisen viestinnän kanava. Sähköpostin turvallisuudesta vastaa Laurean IT-tuki.

Intra on Laurea Lohjan sisäisen viestinnän kanava. Intran sivut ovat vain henkilöstön ja opiskelijoiden käytössä heille annetuilla tunnuksilla. Intrassa oleva tieto on yksityiskohtaista ja sieltä löytyvät muun muassa erilaiset toimintaohjeet, viestintämateriaalit, lomakkeet, yhteystiedot yms. opiskelijoiden ja henkilöstön avuksi.

Optima on erityisesti opintojaksoihin tarkoitettu työtila. Lehtorit ja muu henkilökunta tallentavat Optimaan opintojaksomateriaalia, kuten luentomateriaalin ja tehtävänantoja. Optimassa on myös keskustelu ja viestimismahdollisuus, jota on opettajien ja opiskelijoiden tarkoitus hyödyntää kyseisillä opintojaksoilla. Optiman viestintätilassa opettajat ja opiskelijat voivat lähettää toisilleen tärkeitä viestejä liittyen opintojaksoon ja sen aikatauluun. Optimaan tallennetaan myös opintojaksopalaute kaikkien luettavaksi.

Henkilöstö voi luoda Optimaan kansioita, joihin opiskelijat palauttavat harjoitustehtäviään. Sinne tulee myös jokaista opintojaksoa varten palautekansio, josta opiskelijat voivat käydä lukemassa opettajien palautteita opintojaksoista. Optima on sisäisen viestinnän kanava, jonne asiaan kuulumattomilta on pääsy kielletty. Opiskelijat ja muu henkilöstö tarvitsevat sisään kirjautumiseen tunnukset. Opiskelijat pääsevät vain niihin Optiman kansioihin, jonka opintojaksoille he ovat ilmoittautuneet.

Laurea Lohjan verkkosivut on tehty palvelemaan Laurea Lohjan sekä nykyisiä että uusia potentiaalisia opiskelijoita ja henkilökuntaa sekä muita yhteistyökumppaneita kuten yrityksiä, koulutus- ja tutkimuslaitoksia. Sivut ovat julkiset ja niiltä löytyy runsaasti tietoa Laurea Lohjan toiminnasta ja sen tarjoamista koulutus-, kehitys- ja tutkimuspalveluista.

4.4 Painetut viestintäkanavat

Info TV:n pääasiallinen tehtävänä on ilmoittaa päivittäin paikallisyksikön tapahtumista kuten luennoista, koulutuspäivistä ja vierailevien henkilöiden luennoista. Ilmoitustaulu on sisäisen viestinnän kanava, jonka sisältöön voi jokainen paikallisyksikkö vaikuttaa. Laurea Lohjan osalta se tarkoittaa sitä, että viestintätiimin puheenjohtaja sekä päättää että vastaa taulun sisällöstä ja päivittää sitä säännöllisesti ajankohtaisilla viesteillä. Laurea Lohjalla ilmoitustaulu toimii tehokkaana sisäisen viestinnän kanavana, jonka avulla ilmoitetaan esimerkiksi erilaisista opiskeluun liittyvistä tapahtumista ja työharjoittelupaikoista ja seminaareista.

Laurea Fakta on opiskelijan tietopaketti, joka sisältää monipuolista ja yksityiskohtaista tietoa opiskeluun ja opintoihin liittyvistä asioista. Laurea Faktasta opiskelijoilla tulisi olla mahdollisuus löytää vastauksia opiskelun aikana opintoihin oleellisesti liittyviin kysymyksiin ainakin pääpiirteittäin. Laurea Fakta löytyy sekä painettuna että sähköisenä versiona Laurean verkkosivuilta.

Opettajille lähetettävä posti on tehokas tapa saada yhteys opettajiin. Kanavan avulla viestin voi lähettää ja lukea tarpeen ja mahdollisuuksien mukaan ajasta ja paikasta riippumatta. Opettajille voi lähettää viestiä kaikista opiskeluun liittyvistä asioista. Myös painettu kirjallisuus on hyvä viestintäkanava. Liiketalouden opiskelijoille ja henkilökunnalle on tarjolla laaja valikoima kirjallisuutta jota he voivat hyödyntää jokapäiväisessä toiminnassaan.

4.5 Suulliset viestintäkanavat

Opettajien vastaanottoajat kanavan avulla opiskelija voi varata vastaanottoajan esimerkiksi opettajalta henkilökohtaisesti. Vastaanotolla opiskelija voi ratkoa esimerkiksi esiin tulleita ongelmia tai epäselvyyksiä. Siellä voi myös varmistaa asioita, joita on helpompi tai varmempi selvittää kasvotusten yhdessä opettajan, tai oman tutor-ohjaajan kanssa.

Opettajien ja opiskelijoiden välillä käydään säännöllisin väliajoin palautekeskusteluita, joiden tarkoituksena on antaa opiskelijalle paremmat valmiudet menestyä opinnoissaan. Palautekeskusteluissa opiskelijat puolestaan antavat kehittämissuhteita opettajille. Se on viestintätilanne, jossa opiskelija ja opettaja kohtaavat jonkin opintojakson osan tai kokonaisuuden jälkeen. Keskustelussa opettaja antaa palautetta opiskelijoille hänen opinnoistaan, tai esimerkiksi toteutetusta projektista sen palauttamisen jälkeen. Vastavuoroisesti opettaja voi pyytää palautetta opiskelijalta tietystä kurssista tai projektityöstä.

5 Sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen toteutus

5.1 Tutkimustyön tavoite

Laurea Lohjan liiketalouden opiskelijoiden ja henkilökunnan kanssa käytyjen keskustelujen perusteella voitiin todeta, että sisäisellä viestinnällä on selkeitä kehitystarpeita ja -mahdollisuuksia. Opinnäytetyön tavoitteeksi asetettiin sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen toteuttaminen Laurea Lohjan liiketalouden opiskelijoille.

5.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksessa voidaan soveltaa joko kvalitatiivisia tai kvantitatiivisia menetelmiä. Opinnäytetyön onnistumisen kannalta on tärkeä, että sovellettava tutkimusmenetelmä on valittu oikein. Laadullisessa tutkimuksessa kysely kohdennetaan tietylle ryhmälle ihmisiä, joilta halutaan saada yksityiskohtaista tietoa erilaisista asioista. Laadullisessa tutkimuksessa tarkastellaan myös asioiden syy- ja seuraussuhteita (Metsämuuronen 2006, 88). Laadullinen tutkimus pitää sisällään monia tulkinnallisia asioita, joiden analysoimiseen ei

ole tarkkaa ja suoraa teoriaa entuudestaan. Tutkimuksen vastausten analysoinnissa tulee tarkastella vastauksia kriittisesti ja varovaisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 17-31.)

Laurea Lohjan sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksessa haluttiin selvittää tarkoin määriteltyjä asioita tietyltä kohderyhmältä. Tähän sopi hyvin juuri laadullinen tutkimusmenetelmä. Laadullisessa tutkimuksessa yksikin saatu vastaus tiettyyn kysymykseen voi auttaa parantamaan viestinnän laatua ja näin ollen vastausten määrä on toissijainen asia. (Metsämuuronen 2006, 87-91.) Kuitenkin mitä enemmän vastaajista päätyy vastaamaan samalla tavalla, sitä luotettavimpina (reliabelius) tuloksia voidaan pitää (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231-233).

Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla tuli saada havainnollistavaa näyttöä opiskelijoiden mielipiteistä seuraaviin asioihin kuten

- Laurea Lohjan kampuksen ja tulevien tradenomiopintojen ensivaikutelmasta
- opiskelijan ja tutor-opettajan välisestä tiedonkulun sujumisesta
- mieluisimmasta sähköisestä viestintäkanavasta
- lisätiedon tarpeesta
- vastaanottajan aktiivisuudesta sekä
- sisäisen viestinnän kehittämisestä.

Edellä mainittujen tekijöiden perusteella sovellettavaksi menetelmäksi tyytyväisyystutkimuksen toteuttamiseksi valittiin kehitettävä e-lomake. E-lomakkeeseen annettiin pääsy tutkimukseen valitulle kohderyhmälle ja heidän vastauksensa tallentuivat e-lomaketietokantaan. Tietokannasta tiedot oli helppo kerätä analysoitavaksi. E-lomakkeen täyttäminen tehtiin opiskelijoille suhteellisen nopeaksi ja helpoksi samalla varmistaen, että tutkimustulokset olivat loogisessa järjestyksessä analysointia varten. E-lomakepalvelun avulla vastaukset voitiin muokata nopeasti esimerkiksi pylväs- ja ympyrädiagrammien muotoon. Tällöin jopa nopeallakin silmäyksellä muodostui kokonaiskuva vastauksista ja sisäisen viestinnän kokonaistilasta. Tutkimusmenetelmän käyttöön päädyttiin yhteistyössä kehittämisspäälliköiden kanssa käytyjen keskustelujen perusteella.

Kyselyssä sovellettu lomake koostui taustatiedoista, monivalinta- ja avoimista kysymyksistä. Avoimia kysymyksiä käytetään usein kvalitatiivisessa tutkimuksessa ja niiden laatiminen käy nopeastikin, mutta käsittely on työläämpää. Suljetuissa kysymyksissä (monivalinta) on annettu valmiita vastausvaihtoehtoja ja lisäksi yleensä yksi vastausvaihtoehto on usein avoimessa muodossa "muu, mikä?". Avoin vastausvaihtoehto on laitettu, jos ei olla varmoja, onko keksitty kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot. Kyselyn kysymyksistä osassa käytettiin myös Li-

kertin asteikkoa. Se koostuu yleensä 4-5 -portaisesta asteikosta, joiden toisessa ääripäässä on esimerkiksi tärkein asia ja toisessa ääripäässä vähiten tärkein asia. Vastaajaan tulee valita asteikolta omaa mielipidettään parhaiten kuvaava vastausvaihtoehto. (Heikkilä 2008, 47-66.)

Koska kyselyssä oli myös monivalinta-kysymyksiä, se oli myös kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Määrällisessä tutkimuksessa tarkastellaan valmiiksi annettuja vastausvaihtoehtoja ja tarkastellaan määriä esimerkiksi, mikä vastausvaihtoehto saa vastaajilta eniten kannatusta. Vastauksien määriä tarkastellaan esimerkiksi prosentteina ja muodostetaan johtopäätöksiä niiden perusteella. (Metsämuuronen 2006, 87-89.) Kysymyksiä oli yhteensä neljätoista. Kysymyksiä ei merkitty pakollisiksi, joten oli mielenkiintoista nähdä, miten se vaikutti vastaajien vastaamiseen.

Tyytyväisyystutkimukseen vastattiin nimettömänä ja tulokset käsiteltiin luottamuksellisina. Oli tärkeää valita kysymykset huolella, jotta tutkimuksella voitiin mitata mitä sen oli tarkoituskin mitata ja saaduista vastauksista voitiin muodostaa aiheeseen liittyvät johtopäätökset. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231-233.)

5.3 Tutkimuksen kohderyhmä ja otoksen koko

Tutkimuksen otos oli Laurea Lohjan ensimmäisen, toisen ja kolmannen vuoden liiketalouden opiskelijat. Otoksen koko oli yhteensä 84 opiskelijaa, joka jakautui seuraavasti: 30 ensimmäisen vuoden opiskelijaa, 36 toisen vuoden opiskelijaa ja 18 kolmannen vuoden opiskelijaa. Opiskelijoiden sähköpostiosoitteet saatiin Winha Wille opiskelijasivuilta opinnäytetyön ohjauksen opettajan välityksellä. Opiskelijat osallistuivat tutkimukseen opintojaksojen yhteydessä.

Ensimmäisen vuoden opiskelijoiden mielipide perustui lyhyen ajan kokemukseen Laurea Lohjan toiminnasta. Vastaavasti toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoilla oli jo runsaasti kokemusta muun muassa viestintäkanavien käytöstä ja näin ollen myös mielipiteitä niiden toimivuudesta opiskelun aikana. Oli kiinnostavaa, miten eri vuosikurssien opiskelijat suhtautuivat sisäisen viestinnän nykytilaan pohtiessaan kokemuksiaan opiskelunsa aikana.

5.4 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimuslupa myönnettiin opinnäytetyölle. Opinnäytetyössä noudatettiin lainsäädännössä asetettuja henkilöiden ja yhteisöjen oikeuksia. Tutkimuksessa kiinnitettiin huomiota hyvään tieteelliseen - ja toimintakäytäntöön. Opinnäytetyö on julkinen. Tutkimukseen osallistuvilla henkilöillä kerrottiin tutkimuksen tarkoitus kuten se, mihin tutkimuksen tuloksia tullaan käyttämään. Tutkimukseen osallistuvat vastasivat nimettömästi, joten henkilöiden identiteetti pysyi suojattuna. (Heikkilä, Jokinen & Nurmela 2008, 47-53.)

5.5 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa voimakkaasti, miten saatuja vastauksia tulkitaan. Tulkintaan puolestaan vaikuttavat tutkijan subjektiiviset näkemykset eli muun muassa ennakkokäsitykset, ajattelumallit, asenteet ja arvot. Siksi oli tärkeää tarkastella tuloksia kriittisesti ja käyttää apuna alan kirjallisuutta. Tutkimustuloksia voidaan yleistää ja pitää luotettavampina jos vastausprosentti on suuri.

Kyselyyn vastaajien asenne tulisi olla mahdollisimman neutraali kyselyyn vastatessaan. Vastajiin ei saisi vaikuttaa tavalla, joka vääristäisi heidän asennoitumistaan vastauksia antaessaan. Laadullisessa tutkimuksessa on hyvä olla kysymyksiä, joiden asettelu ei aseta ennakoasenteita eikä johdattele vastaajaa vastaamaan tietyllä tavalla. Kysymys olisi hyvä muotoilla esimerkiksi seuraavasti: ”millaisia asioita mielestäsi tulisi kertoa?”. Näin vastaaja saa suoraan kirjoittaa omia mielipiteitään. (Eskola & Suoranta 2005, 208-222.)

Tutkimuksen luotettavuutta voi heikentää tulosten analysoijan vähäinen aika kyselyn tulosten analysoinnissa. Myös kyselykaavakkeessa ilmenevä tekninen vika voi heikentää kyselyn tulosten luotettavuutta. Esimerkiksi, jos vastaajalla ei ole tarpeeksi tilaa kaavakkeessa vastata kysymykseen halutulla tavalla. Tämän kaltainen vika voi johtaa siihen, että vastaajat lyhentävät vastauksiaan tai peräti jättävät jotain oleellista mainitsematta.

Tutkimuksen pätevyys (validius) kärsii, mikäli vastaukset eivät tuota lisäarvoa, eli vastaajat ovat käsittäneet kysymykset eri tavalla kuin tutkija. Jos tutkija silti käsittelee saatuja vastauksia oman mallinsa mukaisesti, johtopäätökset voivat olla vääriä ja tuloksia ei voida pitää pätevinä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231-233.)

6 Tutkimuksen tulokset

Kyselyssä saadut tulokset analysoitiin ja opiskelijoiden vastausvaihtoehdot muutettiin prosenteiksi. Tämä auttoi tulosten hahmottamista esimerkiksi, mikä viestintäkanavista oli suosituin/käytetyin. Kun vastaukset oli analysoitu yksityiskohtaisesti, voitiin tarkastella, kuinka hyvin asetetut tavoitteet Laurea Lohjan kampuksen sisäisessä viestinnässä olivat käytännössä toteutuneet opiskelijoiden mielestä. Saatujen tulosten oli tarkoitus auttaa selventämään sisäisen viestinnän toimivuutta ja kehittää sitä tulevaisuudessa käytössä olevien resurssien puitteissa.

Kyselyyn saadut tulokset esitettiin sanallisessa muodossa ja ympyrädiagrammien avulla. Niin sanotut piirakkadiagrammit liitettiin sanallisten tulosten tueksi, jotta ne auttavat hahmottamaan tulokset paremmin. Tutkimus lähetettiin 84 opiskelijalle, joista 56 prosenttia vastasi (47 kpl).

6.1 Sukupuoli

55 prosenttia vastaajista oli naisia ja 45 prosenttia oli miehiä.

6.2 Ikä

Vastaajista enemmistö, 72 prosenttia oli iältään 18-22-vuotiaita. 15 prosenttia oli iältään 23-27-vuotiaita ja 13 prosenttia vastaajista oli iältään yli 27-vuotiaita.



Kuva 6: Vastausten suhteellinen ikäjakauma

6.3 Opiskeluvuosi

Yli puolet vastaajista, 53 prosenttia, oli ensimmäisen vuoden opiskelijoita. Toiseksi eniten vastaajista oli toisen vuoden opiskelijoita, lähes 26 prosenttia. Vastaajista 3. vuoden opiskelijoita oli 21 prosenttia.

6.4 Ensivaikutelma

Vastaajista enemmistö, 94 prosenttia, oli saanut hyvän tai erinomaisen ensivaikutelman Laurea Lohjasta ja tulevista tradenomiopinnoista. Tarkemmin 81 prosenttia vastaajista sai hyvän

ja 13 prosenttia erinomaisen ensivaikutelman. Vähän yli kuusi prosenttia vastaajista oli saanut huonon ensivaikutelman. Ensimmäisen vuoden opiskelijoista 88 prosenttia vastasi saaneensa hyvän ja 8 prosenttia erinomaisen ensivaikutelman. Vain 4 prosenttia vastaajista (1kpl) oli saanut huonon ensivaikutelman.



Kuva 7: Ensivaikutelma

Seuraavassa on otteita opiskelijoiden vastauksista.

Opettajat kertoivat todella hyvin kurseista ja muista, samoin tutor-opiskelijat. Ei jäänyt epäselvyyksiä.

Sen muistan, että sain hyvän vaikutuksen Laurea Lohjasta. Vaikutukseen vaikuttivat opettajat, joilla oli kokemusta jo vuosikymmenten opetuksesta. Lisäksi täällä vaikutti huumorintajuisia opettajia.

Aluksi luulin että opinnot olisivat hyvinkin vaikeita, mutta jälkeenpäin koin ne mukavan haastaviksi. Pidin Laurea Lohjaa perus hyvänä ammattikorkeakouluna.

Tunteja ei ollut paljon, mutta odottelua oli. Opastus esimerkiksi Optiman käyttöön oli kiitettävää.

Olin innoissani uudesta opiskeluympäristöstä. Alussa varmistui tradenomiopintojen olevan, mitä halua. Kaikki selitettiin ensimmäisten viikkojen aikana kattavasti eri opettajien toimesta.

6.5 Opiskelijoiden Laurea Lohja tietous ensimmäisten viikkojen aikana.

Kysymyksessä selvitettiin, mitä/millaista tietoa opiskelijat saivat Laurea Lohjan toiminnasta ja opinnoista ensimmäisten viikkojen aikana. Opiskelijoiden tuli kertoa myös, mistä he saivat tietoa. Heidän piti nimetä neljä(4) tärkeintä tietoa/asiaa ja henkilöä/paikkaa, joista ne saivat. Yleisimmät asiat olivat yleiset käytännön asiat esimerkiksi, miten opiskellaan, Laurea Lohjan toiminta ja toimintatavat, opintojaksot ja opintojen sisällöt sekä Optiman, Intran ja sähköpostin ym. käyttö. Tietoa saatiin myös Laurea Lohjan historiasta ja kelan tuista, tietolähteiden hauista ja opiskelijoiden tapahtumista. Yleisimmät paikat/henkilöt olivat tutor-opettajat ja -opiskelijat, opettajat, Laurean verkkosivut, opintotoimisto sekä vanhat opiskelijat ja kaverit.

6.6 Opiskelijan ja tutor-opettajan välinen tiedonkulku

Enemmistö vastaajista eli 51 prosenttia oli sitä mieltä, että heidän ja tutor-opettajan välinen tiedonkulku oli sujunut erinomaisesti. Lähes 43 prosenttia vastaajista piti tiedonkulkua hyvänä. Kuuden prosentin mielestä tiedonkulku oli sujunut huonosti ja nämä kuusi prosenttia oli toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoiden vastauksia. Yksikään ensimmäisen vuoden opiskelijoista ei vastannut, että tiedonkulku oli sujunut huonosti. Heistä 52 prosenttia sanoi tiedonkulun sujuneen hyvin ja 48 prosenttia erinomaisesti.



Kuva 8: Opiskelijan ja tutor-opettajan välinen tiedonkulku

Seuraavassa on otteita opiskelijoiden vastauksista.

Tutor tapaaminen selkeytti opintoja, myös s-posti kulkee.

Tutor-opettajani on ollut aidosti kiinnostunut, miten opintoni ovat edenneet ja, minkälaisia jatkosuunnitelmia minulla mahdollisesti on jo vapaasti valittavien opintojen suhteen.

Tutor-opettaja on aktiivisesti ja selkeästi ollut yhteydessä eri oppituntien yhteydessä.

Opettaja on informoinut mallikelpoisesti sähköpostitse sekä kasvatusten.

Tutor tunteja on ollut riittävästi ja asioista on kerrottu tarkasti. Sähköistä viestintää lisää.

Ei ole tullut kysyttävää paljoa, mutta häntä on helppo lähestyä.

6.7 Vastauksien saaminen

Vastaajista 96 prosenttia oli saanut hyvin vastauksia kysymyksiinsä. Vähän yli neljä prosenttia ei ollut mielestään saanut hyvin vastauksia kysymyksiinsä. Nämä neljä prosenttia jakautuivat tasapuolisesti toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoiden vastauksiin. Ensimmäisen vuoden opiskelijoista kaikki vastasivat saaneensa hyvin vastauksia heitä askarruttaviin kysymyksiin.



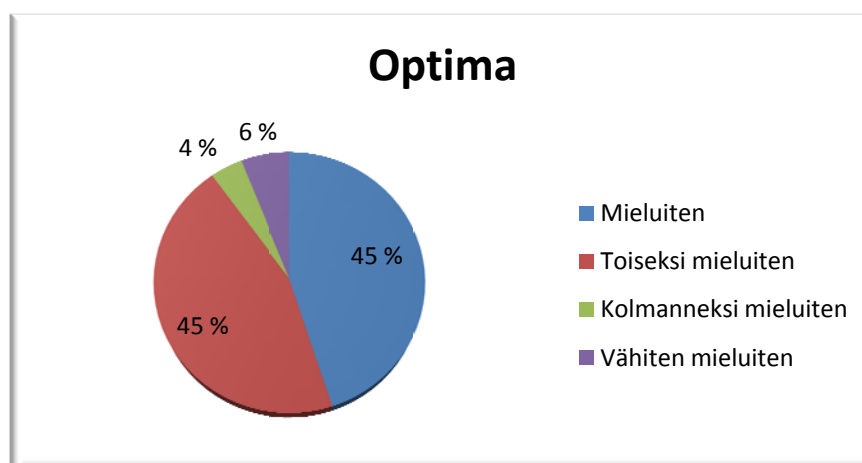
Kuva 9: Vastausten saaminen ensimmäisinä viikkoina

6.8 Kanavien käyttäminen ensisijaisen tiedon hakemiseen

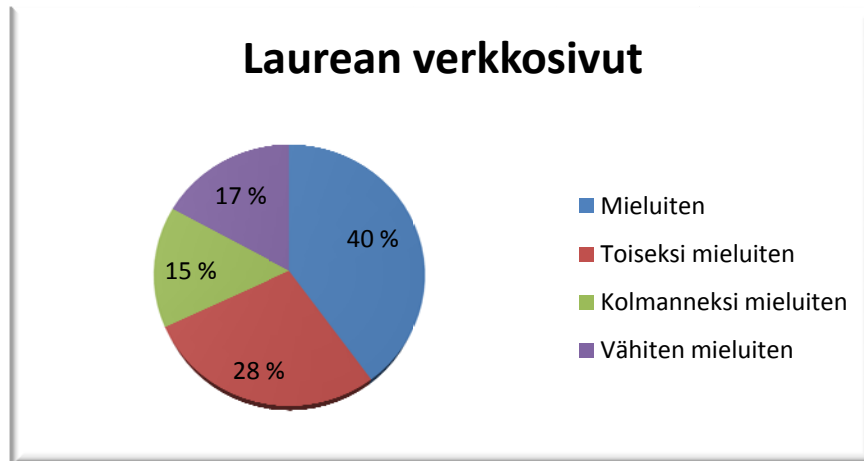
Opiskelijoiden piti nimetä asioita, joita he ensisijaisesti hakevat eri kanavien kautta. Optimasta haettiin ensisijaisesti tehtävänantoja, luentomateriaaleja ja tehtävien palautuksia. Sähköpostia käytettiin, kun haluttiin selvyyttä opintoasioista, päivittäisistä/ajankohtaisista asioista ja, kun luettiin opintoihin liittyviä uutisia. Laurea Lohjan verkkosivuilta tarkastettiin kampuksen opintojaksotarjontaa, ajankohtaisia asioita, lukujärjestyksiä ja seminaari- ja tapahtumatietoja Lohjalla. Laurean verkkosivuilta haettiin ensisijaisesti tietoa aikatauluista ja opintopisteistä, lukujärjestyksistä, yleistiedoista, uutisista, linkeistä sekä opintosuunnitelmista. Info TV:stä etsittiin ajankohtaista tietoa oppitunneista kuten kellonajoista ja tiloista, joissa luennot pidetään. Ilmoitustaulua käytettiin tapahtumien ja työharjoitteluun liittyvien asioiden seurantaan. Lisäksi ilmoitustaululta etsittiin työpaikkoja. Opettajien vastaanottoaikoja hyödynnettiin vastauksien saamiseksi. Laurea Faktaa käytettiin yleistiedon hakemiseen ja opiskelusääntöjen lukemiseen. Intraa käytettiin, kun haluttiin saada tietoa työharjoittelusta, opiskelijavaihdosta sekä opintotarjonnasta.

6.9 Tiedonhaku sähköisten viestintäkanavien kautta

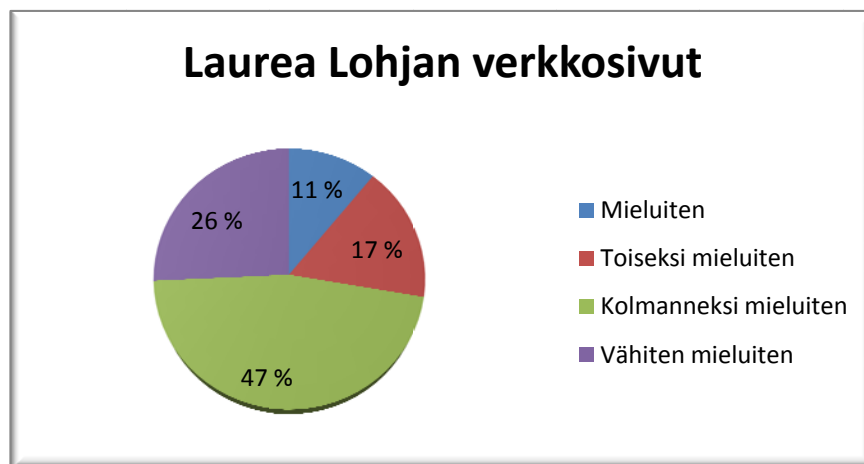
Vastaajista 45 prosenttia etsi mieluiten tietoa Optimasta, 40 prosenttia Laurean verkkosivuilta, noin 11 prosenttia Laurea Lohjan verkkosivuilta ja noin kuusi prosenttia Intraa. Ensimmäisen vuoden opiskelijoista suuri osa sanoi, ettei tiedä, mikä Intra on tai, ettei käytä sitä. Seuraavissa kuvissa on esitetty, mistä sähköisistä kanavista (Optima, Intra, Laurea Lohjan verkkosivut tai Laurean verkkosivut) opiskelijat etsivät mieluiten, toiseksi mieluiten, kolmanneksi mieluiten ja vähiten mieluiten ajankohtaista tietoa opiskelustaan.



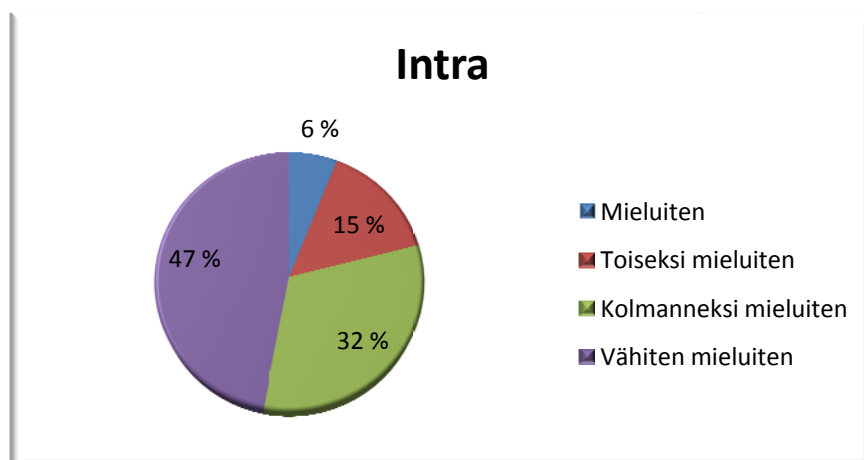
Kuva 10: Optima



Kuva 11: Laurean verkkosivut



Kuva 12: Laurea Lohjan verkkosivut



Kuva 13: Intra

6.10 Tiedonsaaminen oppimisympäristöjen kautta

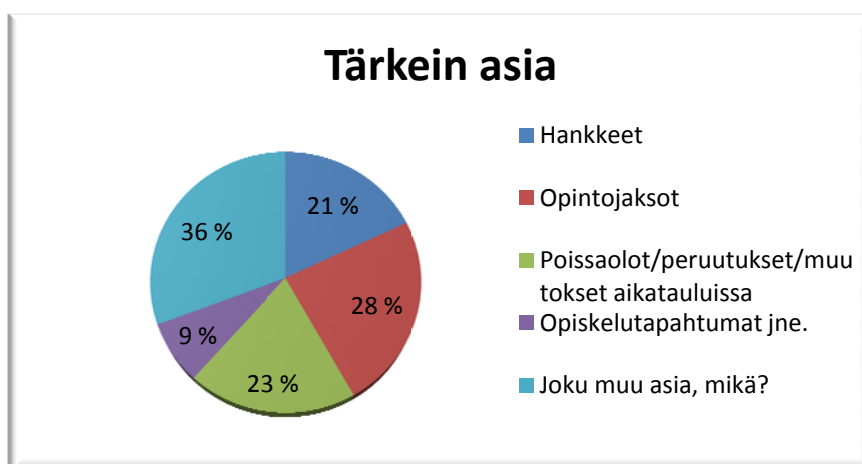
Suurin osa vastaajista eli lähes 81 prosenttia oli sitä mieltä, etteivät olleet saaneet tietoa oppimisympäristöjen kautta eri hankkeista ja projekteista. Vain 4 prosenttia (1kpl) ensimmäisen vuoden opiskelijoista vastasi saaneensa tietoa oppimisympäristöjen kautta. Tietoa saaneista opiskelijoista 38 % ei ollut vielä hyödyntänyt saamaansa tietoa. Kyselyyn vastanneista yksi oli saanut aiheen opinnäytetyölleen oppimisympäristöjen kautta. Kerrottiin myös, että Yrityslabra laittaa hyvin sähköpostia tapahtumista ja työpaikkamahdollisuuksista.

Opiskelijat, jotka eivät saaneet tietoa oppimisympäristöjen kautta sanoivat sen johtuneen siitä, ettei heillä ollut vielä käytössä näitä oppimisympäristöjä. Syyksi sanottiin myös se, ettei heillä ollut vielä ajankohtaista hakea hankkeisiin ja projekteihin.

6.11 Lisää tietoa toivotaan seuraavista asioista

Kyselyyn osallistuvia opiskelijoita pyydettiin laittamaan tärkeysjärjestykseen, mistä asioista he haluavat lisää tietoa. Tärkeyden määrittelyssä käytettiin asteikkona 1= tärkein asia, 5= viidenneksi tärkein asia.

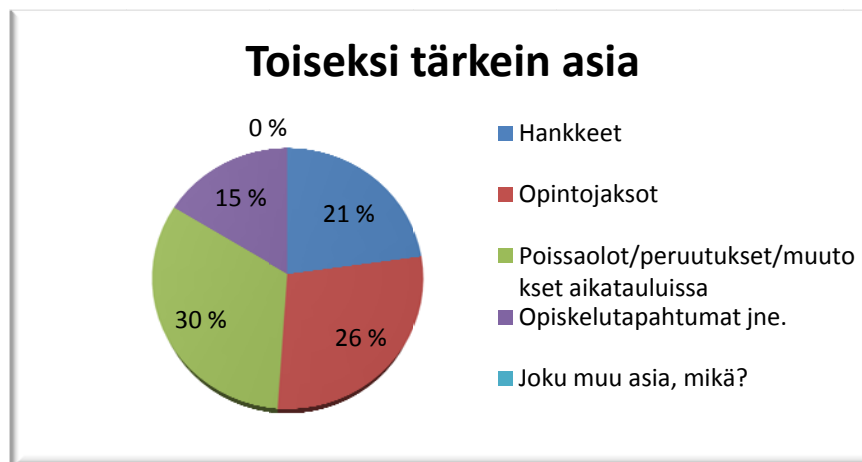
Alla on eriteltyinä vastaukset siten, että ensimmäisessä kuvassa käsitellään opiskelijoiden mielestä tärkeintä asiaa, josta he haluavat lisää tietoa ja viimeisessä kuvassa viidenneksi tärkeintä asiaa.



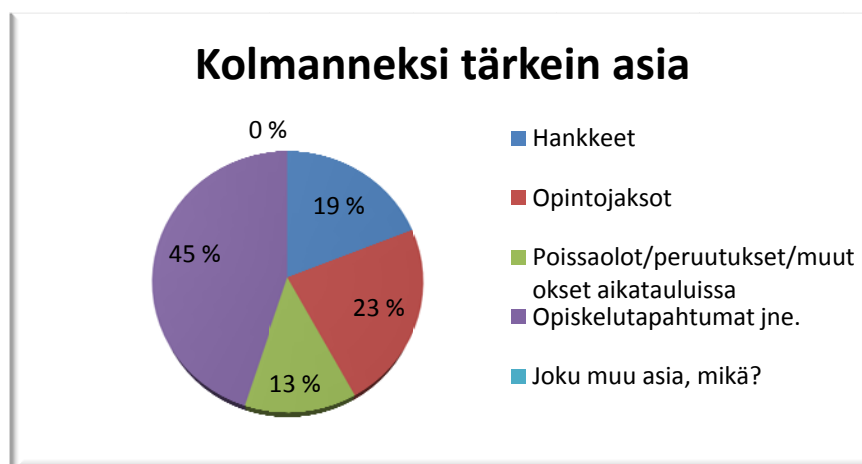
Kuva 14: Tärkein tieto

36 prosenttia vastaajista esittivät haluavansa lisää tietoa valinnaisaineista läsnäolopakosta ammattikorkeakoulussa, missä ei ole läsnäolovelvoitetta, kansainvälisyydestä ja vaihdoista ulkomaille sekä työpaikoista. 28 prosenttia vastaajista halusi lisää tietoa opintojaksoista. 23

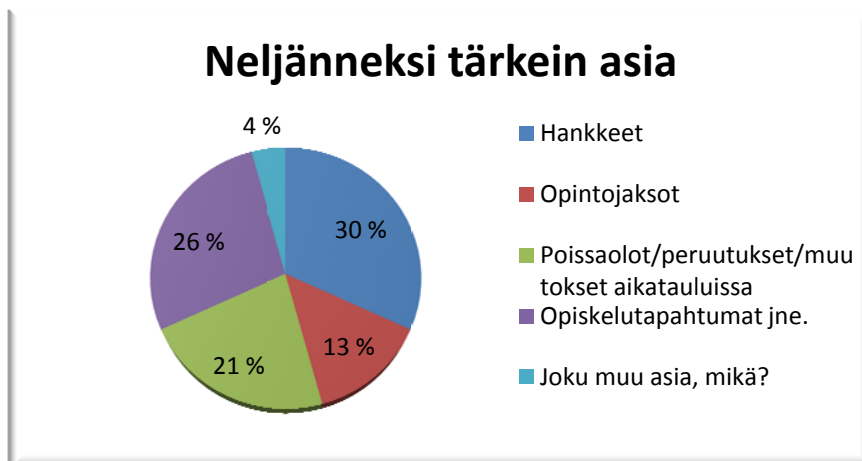
prosenttia poissaoloista, peruutuksista ja muista muutoksista aikatauluissa. 21 prosenttia vastaajista halusi lisää tietoa hankkeista ja yhdeksän prosenttia opiskelutapahtumista jne.



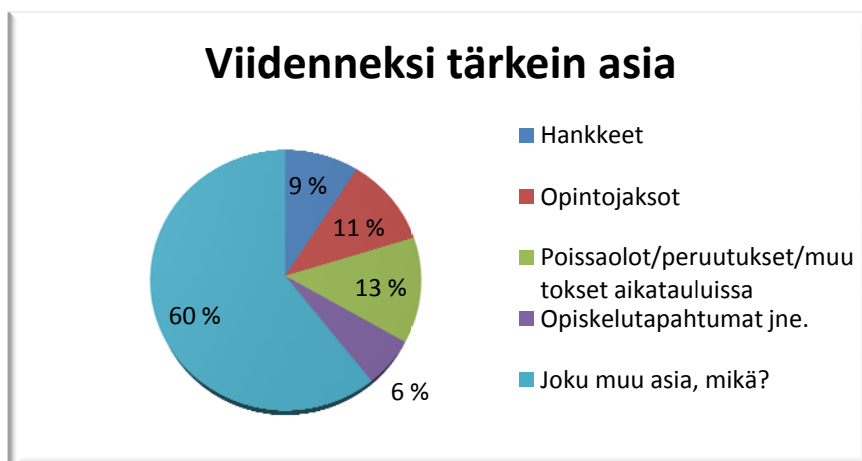
Kuva 15: Toiseksi tärkein tieto



Kuva 16: Kolmanneksi tärkein tieto



Kuva 17: Neljänneksi tärkein tieto



Kuva 18: Viidenneksi tärkein tieto

6.12 Laurea Lohjan kampuksen tavoitteeseen pääseminen

Opiskelijoilta kysyttiin, miten opiskelijoiden mielestä Laurea Lohjan kampuksen tavoitteeseen (välittävä, luova ja ketterä - toimintatapa) päästään. Opiskelijaa pyydettiin mainitsemaan kolme asiaa. Lähes kaikki opiskelijat (94 %) vastasivat tähän kysymykseen.

22 opiskelijaa sanoi viestinnän tehostamisella olevan merkitystä muun muassa tehostamalla opiskelijoiden ja opettajien välistä tiedonkulkua ja palautteenantoa. 21 opiskelijaa oli sitä mieltä, että yhteisöllisyyden avulla päästään tavoitteeseen. Yhteisöllisyydellä vastaajat tarkoittivat muun muassa toisten erilaisuuden hyväksymistä, toisten kunnioittamista sekä avointa ja tiivistä vuorovaikutusta. Seitsemän opiskelijaa korosti ryhmätöiden ja projektien merkitystä tavoitteiden saavuttamisessa. Kuuden opiskelijan mielestä Laurea Lohjan fyysiseen ympäristöön panostamisella (muun muassa rakennukseen ja parkkialueeseen) on vaikutusta tavoit-

teeseen pääsyyn. Viisi opiskelijaa sanoi, että yhteisten tapahtumien lisääminen auttaa tavoitteeseen pääsemisessä. Seuraavat asiat saivat myös huomiota: tehtävänantojen selkeyttäminen, kurssitarjonnan kehittäminen, aikataulujen parantaminen sekä yritysvierailujen ja vieraillevien luennoitsijoiden järjestäminen. Kolme opiskelijaa ei osannut sanoa, miten Laurea Lohjan Kampuksen tavoitteeseen päästään.

6.13 Vastaanottajan aktiivisuus

Suurin osa vastaajista (noin 72 %) koki itsensä aktiiviseksi sisäisen viestinnän vastaanottajaksi, Lähes 26 prosenttia erittäin aktiiviseksi ja noin kaksi prosenttia vastaajista ei pitänyt itseään yhtään aktiivisena sisäisen viestinnän vastaanottajana.



Kuva 19: Vastaanottajien aktiivisuuden taso

6.14 Laurea Lohjan sisäisen viestinnän kehittäminen

79 prosenttia opiskelijoista vastasi tähän kysymykseen. Vastaajista kuusi koki tilanteen tällä hetkellä hyvänä ilman kehittämistä. Vastaavasti viisi opiskelijaa tiedosti, että tuntiperuutusten saaminen tekstiviestillä on suuri kehitys. Kahden opiskelijan mielestä tuntien peruutus käytännössä (ilmoittamisen ajankohdassa) on vielä kehittämisen varaa. Kaksi opiskelijaa vastasi, että sähköisessä viestinnässä on kehittämistä esimerkiksi tiedon kanavoinnissa uudelleen

eri sähköisten kanavien kesken. Kahden opiskelijan mielestä sähköpostiin pitäisi tulla vain viestejä, jotka koskevat heitä. Sähköpostiin on tullut esimerkiksi Laurea Leppävaaran opiskelijoita koskevia viestejä sekä opinnäytetyöhön liittyviä viestejä, vaikka ne eivät ole ajankohtaisia kyseisille opiskelijoille. Seuraavassa on otteita opiskelijoiden vastauksista.

Opettajat voisivat olla paremmin perillä toistensa asioista, kun kurssit liittyvät kuitenkin yhteen.

Enemmän tutor tapaamisia toiselle vuodelle, jotta voisi keskustella valinnaisista opinnoista enemmän.

Kaikki tietojärjestelmien korjaamiset voisi hoitaa silloin kun opiskelijat eivät ole koulussa.

Mielestäni olisi hyvä, jos ei tarvitsisi kirjautua joka paikkaan erikseen saadaksesen tiedon.

Tunnit tietoon muualtakin kuin tv:stä, jokin tila opiskelijoille missä voi sähköisesti valmistella.

Enemmän tietoa kursseista oppilaille.

Sähköposti toimii hyvin, viestintää voisi olla enemmän esimerkiksi Laurean eri kampusten välillä.

7 Johtopäätökset ja kehittämissuhteet

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Laurea Lohjan 1-3. vuoden liiketalouden koulutusohjelman opiskelijoiden mielipiteitä ja kokemuksia sisäisen viestinnän nykytilasta Laurea Lohjan kampuksella. Tyytyväisyystutkimus toteutettiin sähköisesti, jolloin vastaaminen oli helppoa ja nopeaa. Tutkimuksen otos oli 84 opiskelijaa, joista 47 vastasi siihen. Vastausprosentti oli 56, jonka perusteella tutkimustulokset voidaan yleistää kuvastamaan Laurea Lohjan liiketalouden opiskelijoiden mielipiteitä. Enemmistö vastanneista, 53 prosenttia, oli ensimmäisen vuoden opiskelijoita. Toisen vuoden opiskelijoita oli 26 prosenttia ja kolmannen vuoden opiskelijoita 21 prosenttia vastaajista. Iältään suurin osa vastaajista oli 18-22-vuotiaita. 15 prosenttia oli iältään 23-27-vuotiaita ja 13 prosenttia yli 27-vuotiaita. On rikkaus saada erilaisia näkökulmia opiskelupaikasta ja opinnoista, kun eri-ikäisiä ja eri elämänvaiheessa olevia opiskelijoita on samassa opiskelupaikassa.

Laurea Lohja voi olla tyytyväinen luomaansa ensivaikutelmaan kampuksesta ja tulevista tradenomiopinnoista, koska 94 prosenttia opiskelijoista oli saamaansa ensivaikutelmaan tyytyväinen. 81 prosenttia opiskelijoista sanoi saaneensa hyvän ja 13 prosenttia erinomaisen ensivaikutelman. Ensimmäisen vuoden opiskelijoista vain yksi vastasi saaneensa huonon ensivaikutelman. Voidaan todeta, että vuonna 2010 ensivaikutelman luomisessa oli onnistuttu lähes täydellisesti. Eri vuosien opiskelijoiden välisissä vastauksissa ei ollut suurempia eroja. Oli hienoa huomata, miten Laurea Lohja oli onnistunut vuosia luomaan yhtä tasokkaan vaikutel-

man kampuksesta ja tradenomiopinnoista jo useamman vuoden ajan. Tästä voi päätellä, että laatua tarkkaillaan ja vaalitaan myös tämän asian suhteen.

Positiivinen ensivaikutelma on tärkeä, koska se on erityisesti opiskelijoiden motivaatioon vaikuttava asia. Laurea Lohjan kampuksen tavoitteena tuleekin saada opiskelijat viihtymään ja kokemaan opiskelupaikkansa omakseen, koska se vaikuttaa ilmapiiriin laatuun ja opiskelijoiden motivaatioon kuten luvussa 3.6 kerrottiin Åbergin mukaan. Hyvän ensivaikutelman lisäksi viihtymiseen ja motivaatioon vaikuttaa luonnollisesti myös kuulluksi tuleminen, vastauksien saaminen, tutor-toiminta ja erityisesti tiedonkulun sujuminen tutor-opettajan ja opiskelijan välillä. 51 prosenttia opiskelijoista koki heidän ja tutor-opettajan välisen tiedonkulun sujuneen erinomaisesti. 43 prosenttia opiskelijoista piti tiedonkulkua hyvänä. Vain neljän prosentin mielestä tiedonkulku ei ollut sujunut toivotulla tavalla.

Opiskelijoita pyydettiin arvioimaan heidän ja tutor-opettajiensa välistä tiedonkulun sujumista. 94 prosenttia vastaajista sanoi tiedonkulun sujuneen hyvin tai erinomaisesti. Ensimmäisen vuoden opiskelijoista kaikki sanoivat tiedonkulun olleen hyvä tai erinomainen. Tästä voi päätellä, että erityisesti opiskelijan ja opettajien väliseen vuorovaikutukseen panostetaan. Kun opettajan ja opiskelijan välinen kommunikointi sujuu ja viestintäilmapiiri on avoin ja rohkaiseva, opiskelijalla on suurempi halu menestyä opinnoissaan ja jakaa omia ajatuksiaan myös muiden kanssa kuten luvussa 3.6 Åberg toteaa.

Opiskelijoista 96 prosenttia oli sitä mieltä, että opintojen alkumetreillä ilmenneisiin kysymyksiin he saivat hyvin vastauksia. Opiskelijoiden mielestä informaatio oli siirtynyt tehokkaasti heille, mikä onkin Juholinin luvussa 3.3 mukaan, yksi sisäisen viestinnän tärkeimmistä tehtävistä varmistaa. Kaikki ensimmäisen vuoden opiskelijat olivat yksimielisiä siitä, että he olivat saaneet hyvin vastauksia heitä askarruttaviin kysymyksiin. Tästä voi vetää sen johtopäätöksen, että opiskelijoille pyritään tarjoamaan vankka tietous kaikesta opiskeluun liittyvästä ja minimoimaan opiskelijoiden epävarmuutta. Voi myös päätellä, että opiskelijat ovat olleet aktiivisia viestijöitä sekä käyttäneet ja hyödyntäneet viestintäkanavista erityisesti opettajien vastaanottoaikoja, postia sekä sähköpostia, joista kerrottiin tarkemmin Laurea Lohjan osalta luvussa 4.2. Tästä voidaan päätyä johtopäätöksen, että opiskelijoiden kuunteleminen ja tukeminen erityisesti opintojen alussa, on henkilökunnan prioriteetti ja siihen panostetaan Laurea Lohjan kampuksella. Yleensäkin opiskelijoiden perehdyttäminen opiskelupaikkaan ja tuleviin opintoihin näyttää kampuksella olevan kunnossa. Perehdyttämisen onkin syytä olla kunnossa, koska se on yksi tulosviestinnän keinoista ja vaikuttaa menestykseen, kuten luvussa 3.5 kerrottiin Åbergin mukaan.

Tutkimuksessa selvitettiin, mitä tietoa opiskelijat ensisijaisesti hakivat eri viestintäkanavien kautta. Viestintäkanavien käyttötarkoitukset olivat selvät suurimmalle osalle opiskelijoista,

mutta muutamien kanavien kohdalla oli epäselvyyttä. Selkeä ero löytyi pidemmällä opiskeluissaan olevien opiskelijoiden ja ensimmäisen vuoden opiskelijoiden tietoudessa Intran käytöstä. Toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoille Intra oli tuttu ja he nimesivät Intran kautta löytämiään tietoja hyvin. Ensimmäisen vuoden opiskelijoista suurin osa vastasi, ettei tiedä, mikä Intra on tai etteivät käytä sitä. Intra sopi hyvin viestintäkanavaksi erityisesti harjoitteluun, opiskelijavaihtoihin ja työpaikkoihin liittyvän tiedon etsintään, kuten suuri osa toisen vuoden opiskelijoista oli todennut. Laurea Lohjan henkilökunnan olisi hyvä miettiä, viestintäkanavien tietojen järjestelyä, jotta se tavoittaisi tehokkaimmin sen kaikki kohderyhmät. On tärkeää saada myös ensimmäisen vuoden opiskelijat tietoisiksi Intran tarkoituksesta, jotta kanavasta saatu hyöty voidaan maksimoida kuten Åberg luvussa 3.4 painottaa.

Tutkimuksessa selvitettiin, minkä sähköisen viestintäkanavan kautta opiskelijat etsivät mieluiten tietoa. Viestintäkanavista kerrottiin yleisesti enemmän luvussa 3.4. Tulosten perusteella suosituimmat kanavat ovat Optima ja Laurean verkkosivut, joista yhteensä 85 prosenttia etsii mieluiten tietoa. 45 prosenttia opiskelijoista etsii mieluiten tietoa Optimasta ja 40 prosenttia opiskelijoista Laurean verkkosivuilta. Optima todettiin toimivaksi kanavaksi vuorovaikutteisen tiedon jakamisen kannalta opiskelijoiden ja opettajien kesken. Vuorovaikutteisesta viestinnästä palautekäytäntö on oiva esimerkki, josta kerrottiin enemmän luvussa 2.5.

Oppimisympäristöt kuten Yrityslabra, joissa yhdistyvät opiskelijoiden ja opettajien sekä työelämän edustajien välinen yhteistyö erilaisten projektien ja hankkeiden kautta, ovat tärkeä osa Laurea Lohjaa. Opiskelijoilta kysyttiin, olivatko he saaneet tietoa oppimisympäristöjen kautta. 81 prosenttia opiskelijoista vastasi, etteivät olleet. Tämä on selitettävissä, koska suurin osa vastaajista oli ensimmäisen vuoden opiskelijoita, joilla on käynnissä perus teoriaopinnot, eivätkä he ole ehtineet perehtyä hanketyöskentelyyn. 19 prosenttia vastaajista oli kuitenkin saanut tietoa oppimisympäristöjen kautta muun muassa sähköpostitse ja olivat hyödyntäneet sitä omien opintojensa tarpeisiin.

Kehittämissuhteena olisi hyvä lisätä tietoutta oppimisympäristöistä ja sen tuomista eduista opiskelijoiden keskuudessa. Oppimisympäristöjen kautta tapahtuu paljon hanke- ja projektiöskentelyä, mikä on taas luvun 2.1 mukaan Laurean toimintamallin, Learning by developing, yksi keskeisimmistä asioista. Näin ollen, olisi hyvä saada aikaan kytkös jo ensimmäisen vuoden opiskelijoiden ja oppimisympäristöjen välille opiskelujen alusta lähtien. Yksi mahdollisuus toteuttaa tämä voisi olla esimerkiksi tutustumispäivien lisääminen Yrityslabraan ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin osana jotakin ensimmäisen vuoden opintojaksoa. Tutustumiskäynnit voisi liittää osaksi opintojaksoja jokaisen opiskeluvuoden alussa esimerkiksi heti syksyllä. Tällöin opiskelijoille kävisi ilmi, mitä kaikkea niiden kautta on mahdollista tehdä ja, miten esimerkiksi Yrityslabraa ja projekteihin osallistumista voisi hyödyntää tulevan vuoden opinnoissa.

Tutkimuksen mukaan 36 prosenttia vastaajista haluaisi eniten lisää tietoa muun muassa valinnaisaineista, läsnäolopakoista luennoilla, kansainvälisyydestä ja vaihdoista sekä työpaikoista. 28 prosenttia opiskelijoista haluaisi eniten lisää tietoa opintojaksoista. Seuraavaksi eniten haluttiin tietoa poissaoloista, peruutuksista ja muista muutoksista aikatauluissa sekä hankkeista. Åberg kertoi luvussa 3.5, kuinka perustoimintojen tuki sisältää kaiken arkiviestinnän. Kehittämisehdotuksena henkilökunta voisi lisätä tietoa edellä mainituista, opiskelijoiden toivomista asioista, koska ne vaikuttavat opiskelijan yksittäisiin työtehtäviin, luentoihin sekä tulevaisuuden tavoitteisiin että koko Laurea Lohjan yhteisöön Laurean edun mukaisesti. Voidaan todeta, että opiskelijoiden kiinnostus kartoittaa kansainvälisyystietämystään ovat yhteisessä linjassa Laurean tavoitteiden kanssa eli olla muun muassa kansainvälisesti tunnustettu ammattikorkeakoulu vuoteen 2015 mennessä. Tarkemmin Laurean tavoitteesta kertoi myös kuva 2 luvussa 2.2. Perusopinnoista vastaajilla oli riittävästi tietoa eli viestintä tältä osin voidaan todeta toimivaksi. Voidaan päätellä, että opiskelijat ja Laurea ovat menossa sopusoinnussa kohti molempia osapuolia palvelevia päämääriä.

Opiskelijoilta kysyttiin, miten heidän mielestään Laurea Lohjan kampuksen asettamaan tavoitteeseen (välittävä, luova ja ketterä - toimintatapa) päästään. Saatujen vastausten perusteella voidaan todeta, että Laurea Lohja toimii hyvin asetettujen tavoitteidensa mukaisesti. Aina on kuitenkin hyvä olla kehittämisen varaa ja siinä palautteen antaminen/vastaanottaminen kannattaa. Kuten luvussa 3.1 Åbergin toteaa, yksi johdon tärkeimmistä työkaluista onkin alhaalta ylöspäin (opiskelijoilta opettajille ja johdolle) kulkeva viestintä. 50 prosenttia opiskelijoista sanoi viestinnän tehostamisella olevan merkitystä tavoitteeseen pääsyssä. 48 prosenttia opiskelijoista oli sitä mieltä, että yhteisöllisyyden avulla päästään tavoitteeseen. Luvussa 6.12 on käsitelty tarkemmin, mitä asioita opiskelijat liittävät yhteisöllisyyteen.

Sisäisen viestinnän toimivuuden kannalta vastaanottajan oma aktiivisuus on olennainen tekijä. Ei riitä, että lähettäjä viestii tehokkaasti ja toimiviksi todettujen kanavien avulla vaan opiskelijoiden tulee säännöllisesti seurata annettua tietoa sekä antaa palautetta kuten kehittämispäälliköt luvuissa 2.4 ja 2.5 toteavat. 98 prosenttia opiskelijoista kokee olevansa aktiivisia viestinnän vastaanottajia. Näistä 26 prosenttia luokitteli itsensä erittäin aktiiviseksi. Laurea Lohjan opiskelijoiden aktiivisuus sisäisen viestinnän vastaanottajina ja palautteenantajina on ihanteellisella mallilla. Palautekäytäntö on myös huolella suunniteltu ja toteutettu. Tämä onkin toimivan viestinnän lähtökohta, kuten Åberg luvussa 3.1 toteaa.

Opiskelijoilta tiedusteltiin, miten he kehittäisivät Laurea Lohjan sisäistä viestintää. Vastaukset hajautuivat yksittäisiin mielipiteisiin eikä selkeää yksittäistä tapaa noussut yleistettäväksi esille. 16 prosenttia vastaajista piti sisäisen viestinnän nykytilannetta niin hyvänä, etteivät

löytäneet kehittämisen tarvetta. 14 prosenttia opiskelijoista ilmoitti, että uudella käytännöllä eli tuntiperuutusten saaminen tekstiviestillä on ollut merkittävä vaikutus.

Voidaan todeta, että Laurea Lohjan sisäisen viestinnän nykytila on hyvä. Viestintäkanavat tavoittavat opiskelijat ja ovat teknisesti kehittyneitä ja toimivia. Se vaikuttaa luonnostaan positiivisella tavalla koko Laurea-ammattikorkeakouluun. Tuloksissa havaittiin, että tärkeimpiä sähköisiä viestintäkanavia ovat Optima ja Laurean verkkosivut. Yhdistelmä on hyvä, koska Optiman kautta Laurea Lohja voi muokata viestintäympäristöään vastaamaan parhaiten omia paikallisyksikön tarpeitaan. Verkkosivujen kautta voidaan helposti jakaa tietoa koko Laureaa koskevista asioista. Intra ja Laurea Lohjan omat verkkosivut eivät ole opiskelijoiden suosiossa. Vain 11 prosenttia etsii mieluiten tiedon Laurea Lohjan omien verkkosivujen kautta ja kuusi prosenttia Intran kautta. Laurea Lohjan verkkosivujen osoite, www.lohjanlaurea.fi, poikkeaa muiden paikallisyksiköiden osoitteista. Olisi hyvä yhdenmukaistaa se vastaamaan muiden paikallisyksiköiden osoitekäytäntöä.

Kehittämisehdotuksena olisi hyvä miettiä informaation keskittämistä vain tietyille viestintäkanaville. Opiskelijoiden olisi selkeämpää ja helpompaa seurata muutamaa kanavaa usein ja säännöllisesti kuin monia kanavia silloin tällöin. Tärkeä tieto on vaarassa hukkuu ja tavoittaa vastaanottaja viiveellä, jos ei olla varmoja, mistä sen parhaiten saa. Selkeämpi kanavien keskittäminen auttaisi opiskelijoita ajankäytön hallinnassa. Olisi myös hyvä saada viestintäkanavien kautta jatkossa enemmän esille asioita, joista opiskelijat halusivat tutkimustulosten mukaan enemmän tietoa. Näitä asioita olivat muun muassa valinnaisaineet, läsnäolopakko ammattikorkeakoulussa luennoilla, kansainvälisyydestä ja vaihdoista ulkomaille sekä työpaikoista. Sisäisen viestinnän tehostaminen auttaisi opiskelijoita olemaan entistä tyytyväisempiä Laurea Lohjan kampuksella opiskeluunsa. Opiskelijoiden ollessa tyytyväisiä, he ovat opinnoissaan motivoituneita ja täten varmistavat paremmin paikkansa tulevaisuuden osaajina työelämässäkin. Kun opiskelijat aikanaan valmistuvat työelämään, heidän mukanaan siirtyy nykyaikaisen viestinnän osaamista, vaatimuksia ja haasteita. Yritykset tulevat kohtaamaan sukupolven, joka pitää tiettyjä asioita itsestään selvinä viestintäkulttuurissa kuten sisäisten viestintäkanavien monipuolisuutta. Näin ollen Laurea Lohja tulee omalta osaltaan muuttamaan yritysten sisäistä viestintää.

Opinnäytetyötä ja tehtyä tyytyväisyystutkimusta voidaan toivottavasti käyttää hyödyksi Laurea Lohjan tulevaisuuden tutkimuksissa. Jatkotutkimuksena voisi olla sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen tekeminen kampuksen hoitotyön opiskelijoille. Toisena jatkotutkimuksena voisi olla ulkoisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksen tekeminen Laurea Lohjan yhteistyökumppaneille. Kolmantena jatkotutkimuksena voisi vertailla tulevaisuudessa toteutettuja sisäisen ja ulkoisen viestinnän tyytyväisyystutkimuksia keskenään ja selvittää, onko sisäinen ja ulkoinen viestintä integroitu eli harmoniassa keskenään.

Opinnäytetyön tekijän motivaatio ja kiinnostus aiheeseen säilyi koko opinnäytetyöprosessin ajan. Työn tekijän osaaminen karttui asetettujen henkilökohtaisten tavoitteiden mukaisesti. Sisäisen viestinnän merkityksestä ja moninaisuudesta muodostui entistä selkeämpi ja kattavampi kokonaiskuva. Opinnäytetyö tuki työntekijän tulevaisuuden tavoitteita.

LÄHTEET

KIRJAT

Eskola, J & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy. Viitattu 24.9.2010.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy s.47-66. Viitattu 13.10.2010.

Heikkilä, A., Jokinen, P & Nurmela, T. 2008. Tutkiva kehittäminen. Avaimia tutkimus- ja kehittämishankkeisiin terveysalalla. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy, 47-53. Viitattu 15.10.2010.

Juholin, E. 2009. Communicare. Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: WS Bookwell Oy, s.35-55,99-156. Viitattu 28.9.2010.

Maylor, H & Blackmon, K. 2005. Researching Business and Management. New York: Palgrave Macmillan, s. 61-85. Viitattu 18.10.2010.

Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, s.61-74, 83-97. Viitattu 25.9.2010.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, s.17-24. Viitattu 26.9.2010

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, s.78-92, 96-202. Viitattu 26.9.2010

INTERNET-LÄHTEET

Aula, P. 2003. Viitattu 7.10.2010.

http://www.valt.helsinki.fi/staff/aula/vastuullinen_liiketoiminta_ja_sisainen_viesinta.pdf

Berry, T. 2010. Viitattu 23.10.2010. How to perform a swot analysis

<http://articles.mplans.com/how-to-perform-a-swot-analysis/>

Hälli, R. 2009. Viitattu 1.10.2010.

<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/9032/H%C3%83%3FIi.Riitta.pdf?sequence=2>

Jyväskylän Yliopisto. 2010. Termikirjasto. Viitattu 20.9.2010.

<http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/index.html>

Kauppi, H. 2010. Viitattu 30.10.2010. Helsingin sanomat

<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/YTN+Henkil%C3%B6st%C3%B6+Nokian+t%C3%A4rkein+sidosryhm%C3%A4/1135261071826>

Kotelnikov, V. 2010. Viitattu 27.9.2010.

http://www.1000ventures.com/business_guide/mgmt_kaizen_main.html

Laurean laatuyksikköhakemus 2010. Viitattu 29.10.2010

http://markkinointi.laurea.fi/laatu/laatuyksikkohakemus_lowres.pdf

Laurea. Laurea Lohja. 2010. Viitattu 17.9.2010

www.lohjanlaurea.fi

McNamara, C. 2010. Viitattu 30.10.2010.

http://managementhelp.org/mrktng/org_cmm.htm

MUUT LÄHTEET

Laurea Lohjan kehittämispäällikön henkilökohtainen tiedonanto 30.8.2010. Viitattu 17.9.2010.

Laurea Lohjan laatu- ja kehittämispäällikön henkilökohtainen tiedonanto 15.9.2010. Viitattu 21.9.2010.

Laurea Fakta. 2010. Vantaa: Laurea-ammattikorkeakoulu: s. 19. Viitattu 19.9.2010.

Laurea Fakta. 2009. Vantaa: Laurea-ammattikorkeakoulu: s.8 Viitattu 20.9.2010

Laurea. Laurea esittelymateriaalit. 2009. Viitattu 22.9.2010.

Laurea. Laurea Lohjan opinnäytetyön käytänteet. 2008. Viitattu 17.9.2010.

LIITTEET

1. Kyselylomake
2. Kuvaluettelo

1. Kyselylomake

Olen kolmannen vuoden liiketalouden opiskelija ja teen opinnäytetyötäni koskien Laurea Lohjan sisäistä viestintää. Viestinnän tulee kokonaisvaltaisesti olla kunnossa, jotta kaikki toiminta toteutuu parhaalla mahdollisella tavalla. Apusi, vastauksiesi myötä, on todella tärkeää ja se palvelee sekä Laurea-ammattikorkeakoulun että omaa etuasi. Vastaamalla tyytyväisyystutkimukseen pääset konkreettisesti vaikuttamaan oman opiskelupaikkasi toimintaan ja parantamaan sitä entisestään. Lue alla olevat ohjeet huolella. Kiitän vastauksestasi jo etukäteen! Laurea Lohjan sisäisen viestinnän tyytyväisyystutkimus

Lue kysymykset huolella ja vastaa ohjeiden mukaisesti.

Kyselyyn vastataan nimettömänä ja vastaukset käsitellään luottamuksellisina.

1. Sukupuoli

Nainen ▼

2. Ikä

▼

3. Minkä vuoden opiskelija olet?

1. vuoden opiskelija ▼

4. Minkälaisen ensivaikutelman sait Laurea Lohjasta ja tulevista tradenomiopinnoista ensimmäisten viikkojen aikana? Valitse parhaiten vastauksesi kuvaava vaihtoehto sekä perustele se sanallisesti.

Erinomaisen ▼

Text area for question 4 response.

5. Mitä/Millaista tietoa sait Laurea Lohjan toiminnasta ja opinnoista ensimmäisten viikkojen aikana ja mistä tietoa sait? Nimeä neljä(4) tärkeintä tietoa/asiaa ja henkilöä/paikkaa, joista ne sait.

Text area for question 5 response.

6. Miten sinun ja tutor-opettajasi välinen tiedonkulku on sujunut tähän asti? Valitse vastauksesi parhaiten kuvaava vaihtoehto sekä perustele se sanallisesti.

▼

7. Saitko hyvin vastauksia sinua askarruttaviin kysymyksiin ensimmäisten viikkojen aikana? Valitse vastauksesi parhaiten kuvaava vaihtoehto. Jos vastasit ei, en saanut, perustele myös vastauksesi sanallisesti.

8. Mitä tietoa ensisijaisesti haet seuraavista eri viestinnän kanavista (Intra, Optima, www.lohjanlaurea.fi, e-mail, ilmoitustaulu, info TV, opettajien vastaanottoajat, www.laurea.fi, Laurea Fakta)? Mainitse jokaiseen kanavaan yksi asia.

9. Mistä seuraavista sähköisistä kanavista etsit mieluiten ajankohtaista tietoa opiskelustasi? Laita paikat tärkeysjärjestykseen, asteikko 1-4. (1=mieluiten, 4=vähiten mieluiten)

www.lohjanlaurea.fi-sivuilta

www.laurea.fi-sivuilta

Intrasta

Optimasta

10. Oletko saanut oppimisympäristöjen (Yrityslabra, Terveystori sekä Hyvinvointialan yrityshautomo) kautta tietoa eri hankkeista ja projekteista? Valitse parhaiten vastauksesi kuvaava vaihtoehto.

Jos vastasit kyllä, kerro sanallisesti, miten olet hyödyntänyt saamaasi tietoa.



11. Minkälaisista asioista haluat tietää lisää? Laita asiat tärkeysjärjestykseen, asteikko 1-5. (1=tärkein, 5=vähiten tärkein)

Hankkeet ja projektit

Opintojaksot

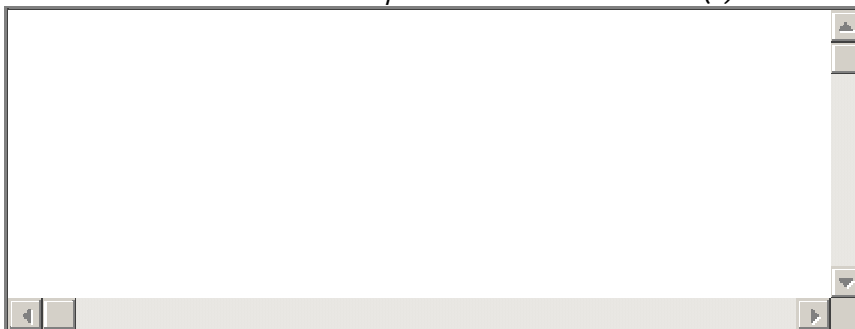
Poissaolot/peruutukset/muutokset aikatauluissa

Opiskelutapahtumat jne.

Joku muu asia, mikä?

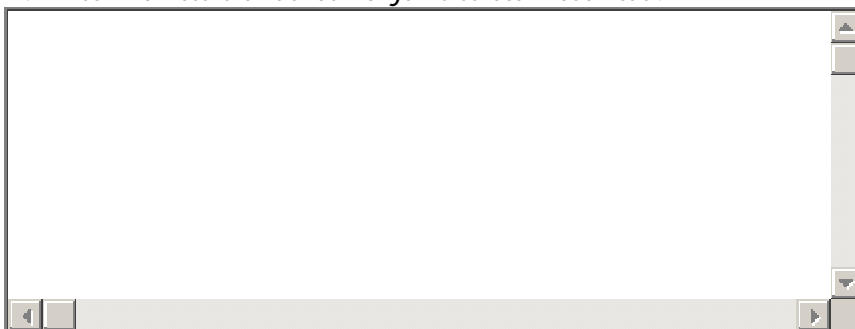
? _____

12. Laurea Lohjan kampuksen tavoite on välittävä, luova ja ketterä -toimintatapa. Miten mielestäsi tähän tavoitteeseen päästään? Mainitse kolme (3) asiaa.



13. Kuinka aktiiviseksi sisäisen viestinnän vastaanottajaksi koet itsesi? Valitse parhaiten vastustasi kuvaava vaihtoehto.

14. Miten kehittäisit Laurea Lohjan sisäistä viestintää?

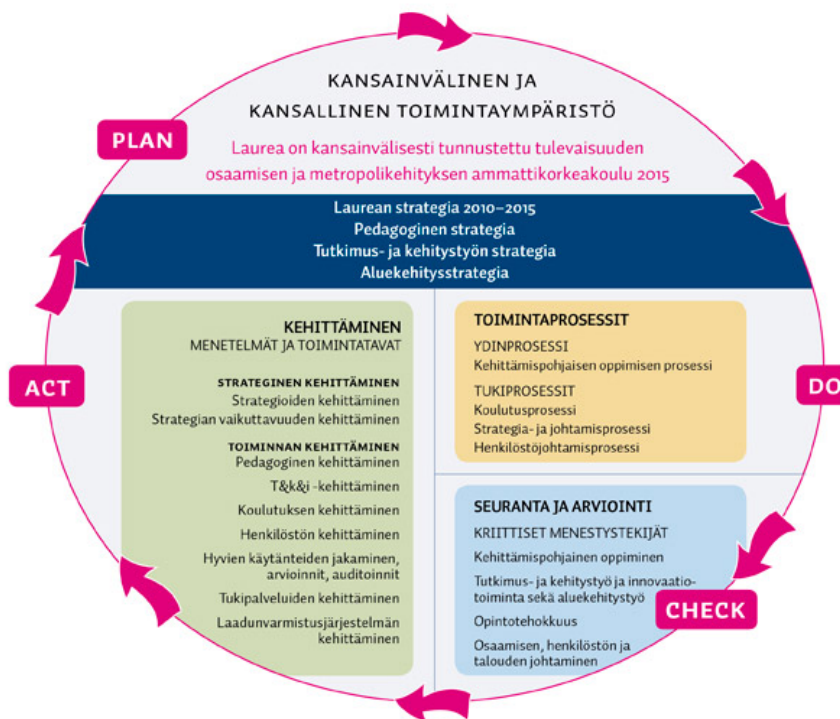


Kiitos avustasi sekä kaikkea hyvää opiskeluusi ja tulevaisuuteesi!

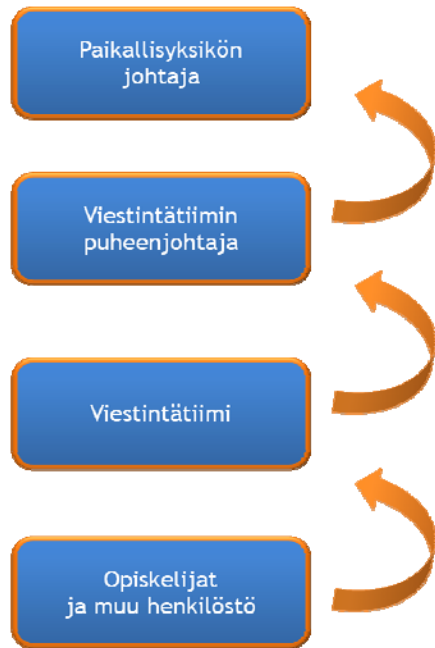
2. Kuvaluettelo



Kuva 1: Opintojen aikainen palautekäytäntö (Opiskelijan laatukäsikirja 2010)



Kuva 2: Laurean laadunvarmistusjärjestelmä (Opiskelijan laatukäsikirja 2010)

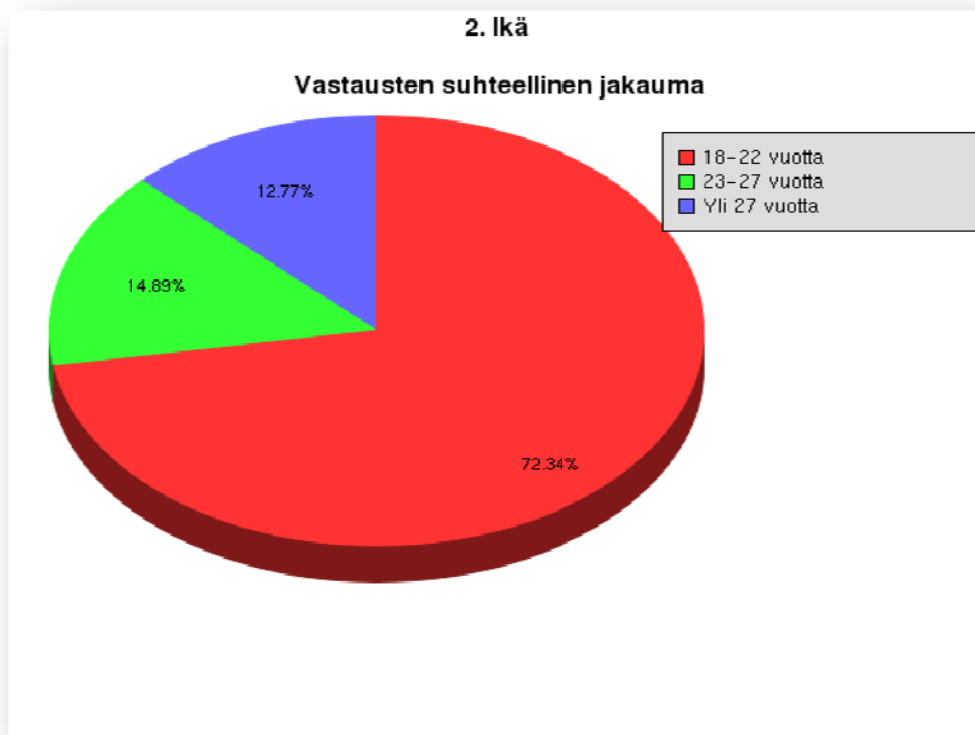


Kuva 3: Laurea Lohjan viestintäorganisaatio



Kuva 4: Laurea Lohjan sisäisen viestinnän SWOT-analyysi

Kuva 5: Laurea Lohjan sisäisen viestinnän kanavat



Kuva 6: Vastausten suhteellinen ikäjakauma



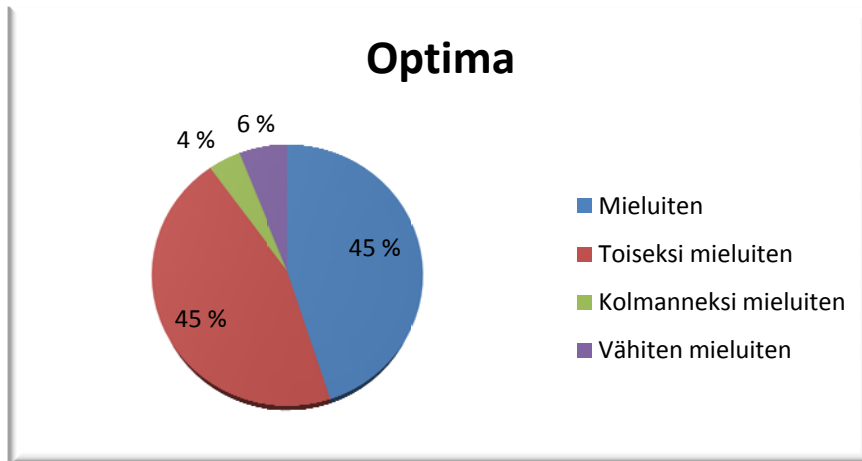
Kuva 7: Ensivaikutelma



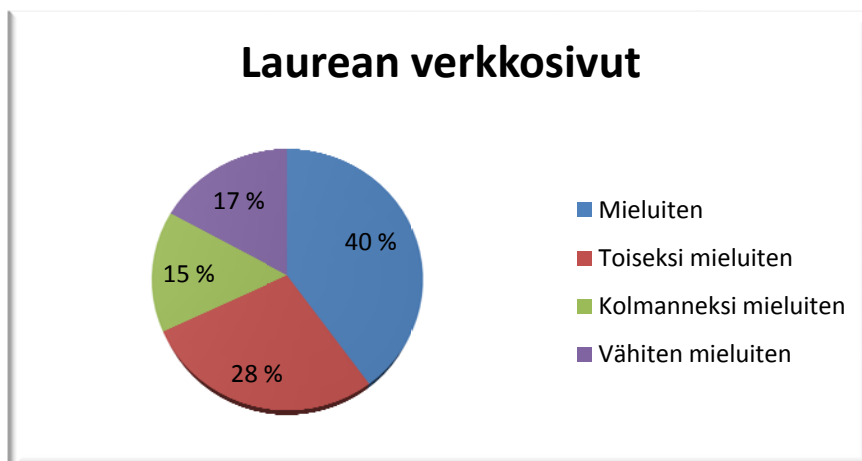
Kuva 8: Opiskelijan ja tutor-opettajan välinen tiedonkulku



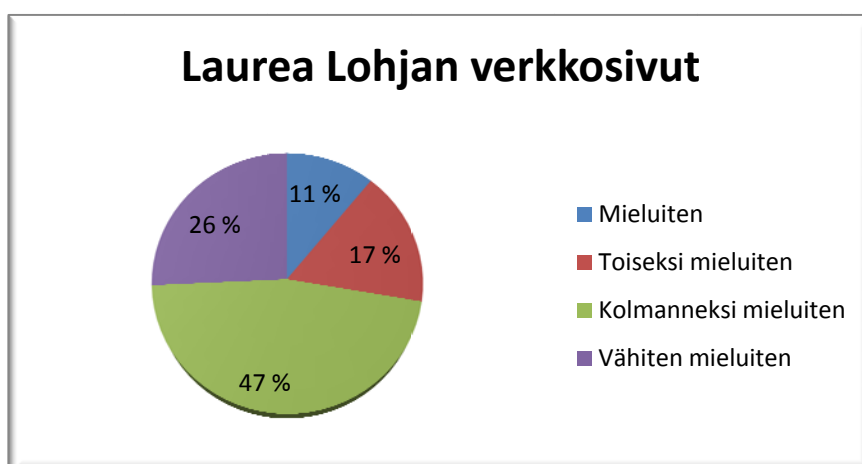
Kuva 9: Vastausten saaminen ensimmäisinä viikkoina



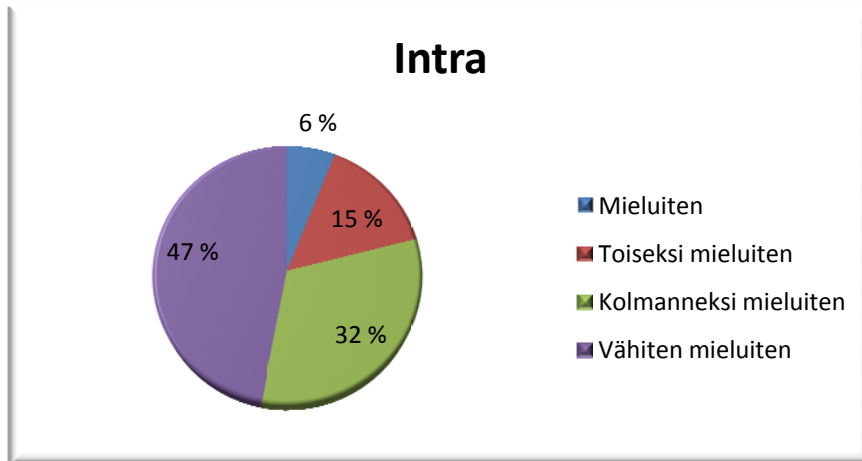
Kuva 10: Optima



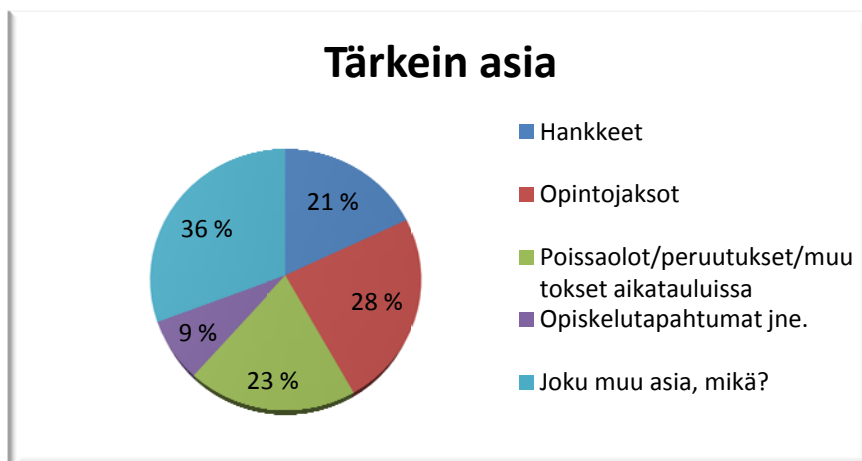
Kuva 11: Laurean verkkosivut



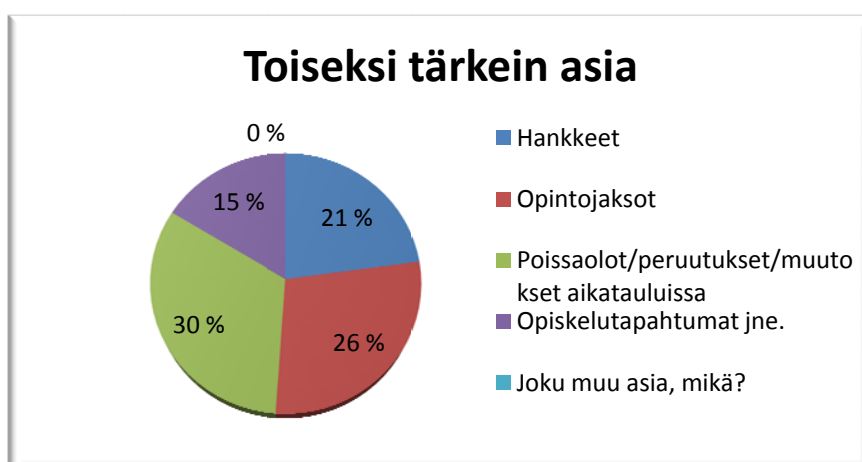
Kuva 12: Laurea Lohjan verkkosivut



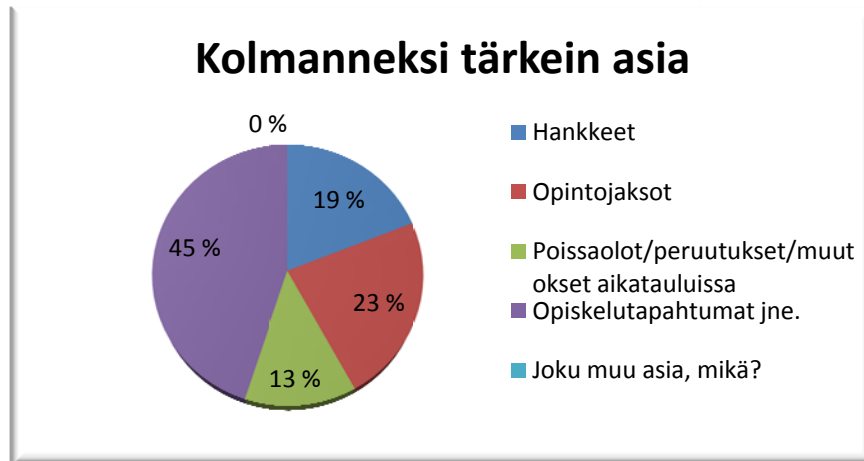
Kuva 13: Intra



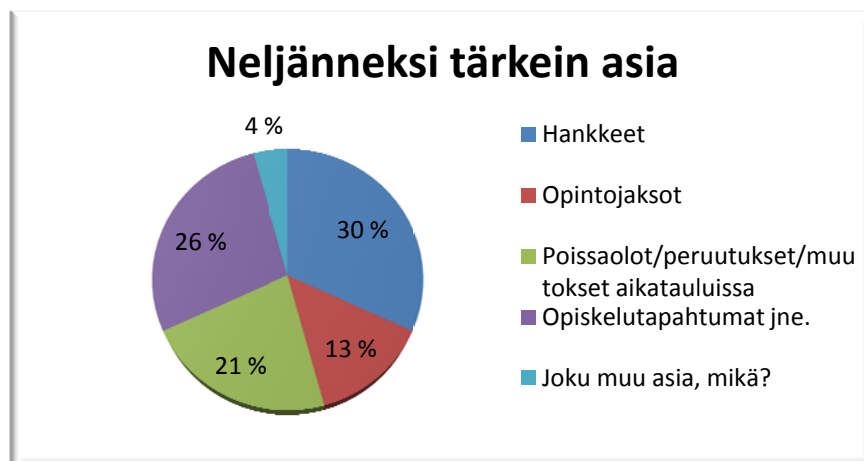
Kuva 14: Tärkein tieto



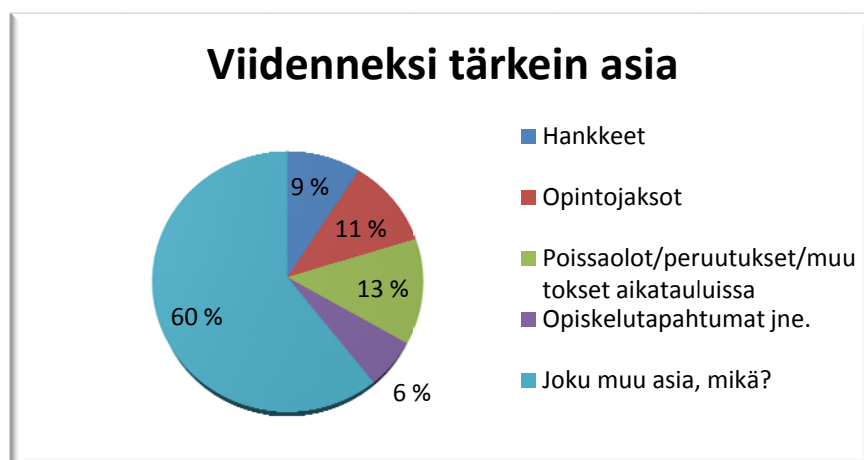
Kuva 15: Toiseksi tärkein tieto



Kuva 16: Kolmanneksi tärkein tieto



Kuva 17: Neljänneksi tärkein tieto



Kuva 18: Viidenneksi tärkein tieto



Kuva 19: Vastaanottajien aktiivisuuden taso