

Juho Jänkä ja Salli Partanen

OIVA-AKATEMIAN TUNNETTUUS JA SEN KEHITTÄMINEN

**Opinnäytetyö
Centria-ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Joulukuu 2015**

Yksikkö Kokkola-Pietarsaari	Aika Joulukuu 2015	Tekijä/tekijät Juho Jänkä ja Salli Partanen
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn nimi Oiva-Akatemian tunnettuus ja sen kehittäminen		
Työn ohjaaja Jorma Saloniemi		Sivumäärä 64+2
Työelämäohjaaja Marko Ovaskainen		
<p>Opinnäytetyössämme käsitellään ja tutkitaan Oiva-Akatemian tunnettuutta haastatteluiden avulla. Tutkimuksen tarkoituksena on saada selville kuinka tunnettu Oiva-Akatemia on ja löytää keinoja, kuinka Oiva-Akatemian tunnettuutta voitaisiin parantaa vielä entisestään, erityisesti yhteistyöryitysten näkökulmasta.</p> <p>Teoriaosuudessa käsittelemme Suomen koulutusjärjestelmää, brändiä ja tunnettuutta sekä kvalitatiivisen tutkimuksen ominaisuuksia. Lähdemateriaalit koostuvat kotimaisesta ja ulkomaalaisesta kirjallisuudesta, www- sivustoista ja tämän tutkimuksen haastattelu materiaaleista.</p> <p>Haastattelussa kävi ilmi, että haastateltavat yritykset olivat kuulleet Oiva-Akatemiasta, vaikka kaikki eivät olleet tehneet aiemmin yhteistyötä. Kaikki yrityksen edustajat olivat valmiita kullemaan Oiva-Akatemiasta enemmän ja kertoivat, että voisivat mielellään hyödyntää Oivan tarjoamaa yhteistyötä.</p> <p>Haastateltavien ehdottamat ideat Oivan toiminnan kehitykselle olivat hyvin samankaltaisia. Oli mielenkiintoista todeta, millaisia mahdollisuuksia Oivalla voisi olla, kunhan oivalaiset toisivat itseensä enemmän tietoisuuteen esimerkiksi tekemällä nettisivut, osallistamalla aktiivisesti messuille ja sosiaalisen mediaan.</p>		
Asiasanat brändi, centria-ammattikorkeakoulu, haastattelu tutkimus, oiva-akatemia, tieteellinen tutkimus, tunnettuus		

Unit Kokkola-Pietarsaari	Date November 2015	Author/s Juho Jänkä and Salli Partanen
Degree programme Business Administration		
Name of thesis Oiva-Academy's name recognition and its development		
Instructor Jorma Saloniemi		Pages 64+2
Supervisor Marko Ovaskainen		
<p>In our Bachelor's thesis work, we are dealing with Oiva-Academy's name recognition. The purpose of the study is to find out how well known Oiva-Academy is and ways how to improve the recognition even further. The aim of the work was to find ideas in order to improve the recognition from a business point of view.</p> <p>In the theoretical part we discussed the education system here in Finland, brands and recognition, as well as qualitative research characteristics. The sources for the materials are composed of domestic and foreign literature, web sites and research interview materials. We carried out two interviews via email, one on the phone and the rest of them face to face in the city of Kokkola.</p> <p>In the interview it was revealed that the companies which we interviewed had heard about Oiva-Academy and they were prepared to hear more about Oiva-Academy. All of the proposed ideas for Oiva-Academy's recognition were very similar and it was interesting to see what kind of opportunities Oiva-Academy could have, as long as the people that study in Oiva-Academy would make themselves more recognized, for example, by making a website, participating in trade fairs and social media.</p>		

<p>Key words brand, Centria University of Applied Sciences, interview research, Oiva-Academy, recognition, research</p>
--

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 SUOMEN KOULUTUSJÄRJESTELMÄ	3
2.1 Historia ja kehitys	3
2.2 Nykyinen koulutusjärjestelmä	4
3 CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU OSANA AMMATTIKORKEAKOULUTUSTA	8
3.1 Centria-ammattikorkeakoulu	8
3.2 Opintojen rakenne	9
3.3 Opinnot Kokkolassa	10
4 OIVA-AKATEMIA	13
4.1 Tiimiakatemia esikuvana	13
4.2 Tiimiopinnot Centriaan	14
4.3 Oiva-Akatemia	15
4.4 Oiva-Akatemian tavoitteet ja haasteet	16
4.5 Brändi ja tunnettuus	17
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	22
5.1 Tutkimuksen tekemisen teoriaa	22
5.1.1 Tutkiminen ja mittaaminen	23
5.1.2 Haastattelu tutkimuksena	24
5.1.3 Tutkimusprosessi	25
5.1.4 Tutkimuksen arviointi	27
5.2 Opinnäytetyön tutkimusprosessi	29
5.3 Haastattelukysymykset ja haastateltavat	30
5.4 Haastateltavien esittely	33
6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	38
6.1 Vanhat yhteistyökumppanit	38
6.2 Uudet potentiaaliset yhteistyökumppanit	51
6.3 Yhteenvedo vastauksista	57
7 POHDINTA	58
LÄHTEET LIITTEET	61

1 JOHDANTO

Oiva-Akatemia on Centria-ammattikorkeakoulun liiketalouden syventävien opintojen vaihtoehto. Oiva-Akatemiassa opiskelu eroaa perinteisestä luokkaopetuksesta käytännön tekemisen myötä, aitojen projektien avulla. Tehdäkseen näitä projekteja opiskelijat perustavat oman osuuskunnan, jonka toiminnasta he ovat vastuussa. Projektien lisäksi teoreettinen opiskelu toteutetaan kirjallisuuspiirien avulla.

Opinnäytetyössä tutkimme Oiva-Akatemian tunnettuutta ja sen kehittämistä. Ensimmäinen aihealue käsittelee Suomen koulutusjärjestelmää, sen historiaa ja kehitystä sekä koulutusjärjestelmää. Seuraavassa luvussa käsittelemme Centria-ammattikorkeakoulua, sen opintojen rakennetta ja opintoja Kokkolassa. Oiva-Akatemiasta kerromme omana lukuna, jossa esittelemme sen historiaa, tavoitteita ja haasteita. Samassa luvussa käsittelemme brändin ja tunnettuuden merkitystä yrityksille. Viidennessä luvussa käsittelemme miten opinnäytetyön tutkimus toteutettiin. Kerromme tutkimuksen tekemisen teoriasta, tutkimisesta ja mittaamisesta, haastattelututkimuksesta sekä tutkimuksen prosessista ja sen arvioinnista. Kuvailimme opinnäytetyössämme tehtyä tutkimusta ja esittelemme haastattelukysymykset ja haastatteluihin osallistuneet yritykset ja muut organisaatiot.

Käytännön osuus opinnäytetyössämme toteutettiin haastattelemalla paikallisia yrityksiä ja muita Oiva-Akatemian olemassa olevia tai potentiaalisia yhteistyötahoja. Haastattelututkimuksen tavoitteena oli selvittää Oiva-Akatemian tunnettuus ja löytää keinoja sen parantamiseksi. Haastattelut toteutettiin keväällä 2015 Kokkolassa. Pyrimme muodostamaan kysymyksiä, jotka antaisivat mahdollisimman laaja-alaisen näkemyksen yritysten ja muiden tahojen kokemuksista ja mielteistä Oiva-Akatemiasta. Haastatteluun osallistui vanhoja ja potentiaalisia uusia yhteistyökumppaneita. Teimme vanhoille ja uusille yhteistyökumppaneille omat kysymykset. Vanhoilta yhteistyökumppaneilta kysyimme seitsemän kysymystä ja uusilta kuusi kysymystä. Haastatteluissa vanhoja yhteistyökumppaneita olivat Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, Kokkolan seudun kehitys Oy (Kosek), TAT Taloudellinen tiedotustieto (Yrityskylä), CB City Kokkola ry, Centria-ammattikorkeakoulu, Vaasan läänin

maanpuolustusyhdistys-Vasa läns försvarsförening r.y, Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa) ja Osuuskauppa KPO. Potentiaalisina uusina yhteistyökumppaneina haastattelimme Kokkolan kaupunkia, Keskipohjanmaan liikunta ry:tä (Kepli), LähiTapiolaa ja Kokkolan Halpa-Halli Oy:tä.

Mielestämme haastattelututkimus onnistui hyvin ja saimme haastatteluihin tavoitteen mukaisesti monen eri alan yrityksiä ja toimijoita. Näkökulmat haastatteluun tulivat yrityksiltä ja organisaatioilta, jotka toimivat sekä julkisella että palvelusektorilla Kokkolassa ja myös kansainvälisesti. Olimme positiivisesti yllättyneitä, että monet haastatellut olivat aidosti kiinnostuneita Oiva-Akatemiasta ja halusivat auttaa kehittämään Oiva-Akatemian toimintaa. Osaa tuloksissa ilmenneistä kehitysideoista on mietitty jo aikaisemmin Oiva-Akatemian toiminnassa, mutta niitä ei ole aikaisemmin kuitenkaan koettu niin tärkeiksi, että niitä olisi toteutettu.

2 SUOMEN KOULUTUSJÄRJESTELMÄ

Suomessa koulutusjärjestelmä luokitellaan eri koulutusasteisiin. Koulutukselle on määrätty tavoitteet koulutussektorien lainsäädännössä. Yleisesti ylemmälle tasolle pääseminen vaatii alemman tason suorittamista hyväksytysti. Tässä luvussa käsitellään koulutusjärjestelmän historiaa, kehitystä ja nykytilannetta. (Opetus ja kulttuuriministeriö 2015a.)

2.1 Historia ja kehitys

Suomen ensimmäinen koulu sijaitsi Turussa, jonka katoliset munkit perustivat sinne luultavasti jo 1200-luvulla. Koulu oli tuomiokirkkokoulu, jota ylläpiti kirkko ja sen opetus palveli etupäässä pappien opastusta. Suomen kirjakielen isänäkin tunnettu Mikael Agricola oli Turun katedraalikoulun eli tuomiokirkkokoulun tunnetuin opettaja ja rehtori. Hänen käsialaansa on myös ABC-kirja, jota pidetään ensimmäisenä suomenkielisenä aapisena.

Turun akatemia oli Suomen ensimmäinen yliopisto ja se perustettiin 1640-luvulla Turkuun, mikä kasvatti oppikouluverkostoa huomattavasti. 1800-luvulle asti kirkko huolehti kansalaisten opetuksesta ja kiertokoulujen järjestämisestä. Kiertokouluja järjestettiin kunnissa ja kylissä, joissa ei ollut vielä omaa koulua. Kiertokoulun opettaja kiersi eri kyliä ja järjesti alkeellista opetusta, joka tarkoitti lähinnä laskemaan ja lukemaan oppimista. (Yle 2015.)

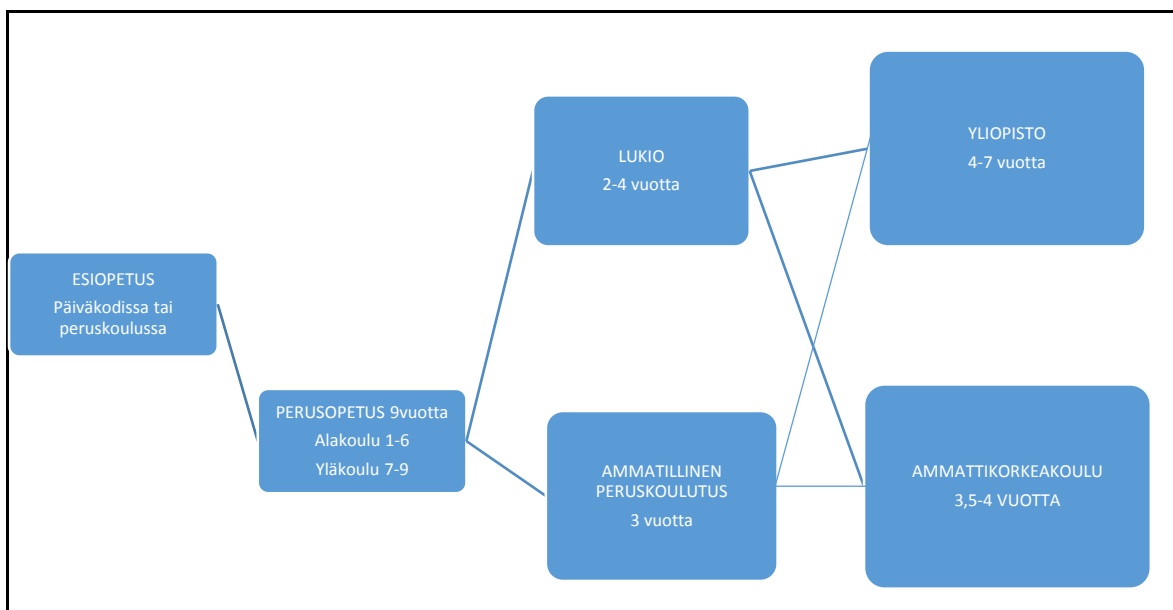
Vuosi 1921 oli suuri käännekohta suomalaisessa koulutusjärjestelmässä, koska tuolloin säädettiin yleinen oppivelvollisuuslaki. Laki teki nuoret 7–13-vuotiaat lapset oppivelvollisiksi 6 vuotta kestäväan kansakouluun Euroopan viimeisten maiden joukossa. Lakiuudistusta ennenkin toki oli kansakoulu- ja kiertokoulujärjestelmän avulla saatu yleissivistävää opetusta annettua, muttei niin laajalle kuin uuden lain myötä. Eritoten kauempana maaseuduilla lasten koulunkäynti oli huomattavasti harvinaisempaa kuin kaupungeissa. Suurimpina esteinä yleiselle oppivelvollisuudelle oli sodasta ja pahasta elintarvikepulasta seurannut taloudellinen köyhyys. Vuonna 1921

pakollinen kansakoulu haarautui alakansakouluun, jonka kesto oli kaksi vuotta, ja yläkansakouluun, joka kesti neljä vuotta. (Öhman 2009.)

26.6.1970 annettiin peruskouluasetus, jonka mukaan oppilaiden tuli käydä yhdeksän vuoden mittainen peruskoulu. Peruskoulu jakaantui ala-asteeseen, jonka kesto oli 6 vuotta, ja kolmen vuoden pituiseen yläasteeseen. Suurimpina eroina kansakoulun ja peruskoulun välillä oli koulutuksen kesto ja se, että peruskoulussa opiskelija pystyi hieman vaikuttamaan opintokokonaisuuteensa valinnaisten aineiden muodossa. Myös vieras kieli kuului peruskoulun opetukseen, kuten myös toinen kotimainen kieli. Peruskoulussa alettiin järjestämään tukiopetusta. Tukiopetus oli tarkoitettu niille oppilaille, jotka olivat jääneet tilapäisesti opinnoissa muista jälkeen. (Öhman 2009.)

2.2 Nykyinen koulutusjärjestelmä

Tässä alaluvussa kuvailemme Suomen koulutusjärjestelmän nykytilannetta (KUVIO 1). Kuvioista nähdään koulutusjärjestelmän kokonaisuus esiopetuksesta yliopistoon ja ammattikorkeakouluun asti. Jokaisen koulutuksen kesto on eripituinen ja siihen voi myös vaikuttaa itse. Koulutuksia voi myös yhdistää haluamallaan tavalla.



KUVIO 1 Suomen koulutusjärjestelmä (mukaillen Keski-Pohjanmaan aikuisopisto 2009.)

Perusopetuslain mukaan kuusivuotiaiden lasten on ennen oppivelvollisuuden eli peruskoulun alkua osallistuttava yhden vuoden kestoiseen esiopetukseen, joka on maksutonta. Esiopetuksen tarkoituksena on edistää lapsen kehitystä ja oppimista sekä parantaa sosiaalisia taitoja. Yhtenä esiopetuksen tavoitteena on myös löytää lasten oppimiseen ja kehitykseen vaikuttavia ongelmia, jotta niitä voitaisiin ennalta ehkäistä paremmin. (Opetushallitus 2015a.)

Alempi koulutusaste koostuu yhdeksänvuotisesta perusopetuksesta eli peruskoulusta. Sillä on kaksi eri tehtävää, opettaa ja kasvattaa nuoria. Perusopetuksella tarjotaan kaikille samat lähtökohdat jatko-opiskeluun. Perusopetus aloitetaan normaalisti seitsemän vuoden iässä ensimmäiseltä luokalta ja se päätetään kuudentoista vuoden iässä yhdeksännellä luokalla. Perusopetuksen suoritettuaan oppilas on suorittanut yleisen oppivelvollisuuden, jonka jälkeen hänen on mahdollista hakeutua ylempiin koulutuksiin. (Opetushallitus 2015b.)

Peruskoulun jälkeen oppilaan on mahdollista jatkaa opintojaan joko yleissivistävällä lukiokoulutuksella tai ammatillisella koulutuksella. Lukiokoulutus on kolmevuotinen ja sen hyväksytysti suorittaminen valmistaa oppilaan ylioppilastutkintoon. Lukiokou-

lutuksen jälkeen oppilaan on mahdollista hakea joko ammatilliseen peruskoulutukseen tai korkeakouluopintoihin. Ammatillisen perustutkinnon suoritettuaan opiskelijalla on alan perusammattitaito ja työelämään vaadittava alan ammatillinen pätevyys. Ammatillisen tutkinnon laajuus on 120 opintoviikkoa ja opiskelut suoritetaan kolmessa vuodessa. Aikaisemmat opinnot tai oman alan työkokemus voivat vaikuttaa opiskelun kestoon. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015a.)

Ammattikorkeakouluja on Suomessa tällä hetkellä 25 ja opiskelijoiden kiinnostus niitä kohtaan on kasvanut jatkuvasti viime vuosina. Lisäksi Ahvenanmaalla toimii yksi ammattikorkeakoulu ja Tampereella sijaitsee poliisiammattikorkeakoulu, jossa koulutetaan poliisipäällystä. Ammattikorkeakoulujen toiminnassa korostuu läheinen yhteys työelämään, minkä lisäksi tärkeä osa niiden toimintaa on myös alueellinen kehittäminen. Opetuksessa panostetaan työelämälähtöisyyteen, joka tarkoittaa uusien tai kehitettyjen tuotteiden, menetelmien ja palveluiden löytämistä. (Ammattikorkeakouluopinnot 2015.)

Ammattikorkeakoulut tarjoavat kaksiportaisen käytäntöön suuntautuvan vaihtoehdon yliopisto-opinnoille. Haku ammattikorkeakouluihin tapahtuu yhteishaussa, joka järjestetään kaksi kertaa vuodessa, syksyllä ja keväällä. Yhteishaun lisäksi opiskelijan tulee läpäistä valintakoe, jonka sisältö vaihtelee aloittain. Hakeakseen ammattikorkeakouluun hakijalla tulee olla pohjakoulutuksena joko lukio tai ammattikoulu. Tutkintojen laajuus on 210–270 opintopistettä, mikä vastaa 3,5–4,5 vuoden opiskelua. Opintoihin sisältyy puolen lukuvuoden työharjoittelu ja opinnäytetyö, opiskelu on maksutonta. Ammattikorkeakoulut tarjoavat laajasti erilaista koulutusta seuraavilla aloilla: humanistinen ja kasvatustieteiden ala, kulttuuriala, yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, luonnontieteiden ala, tekniikan ja liikenteen ala, luonnonvara- ja ympäristöala, sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala, matkailu-, ravitsemus- ja taousala. (Ammattikorkeakouluopinnot 2015.)

Ammattikorkeakoulututkinnon suorittamisen jälkeen on mahdollista syventää ammattitaitoa suorittamalla ylempi ammattikorkeakoulututkinto. Ylempään ammattikorkeakoulututkintoon hakeutuminen vaatii alemman ammattikorkeakoulututkinnon suorittamista ja lisäksi valmistumisen jälkeen hankittua vähintään 3 vuoden työkokemusta. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon laajuus on 60–90 opintopistettä,

joka vastaa noin 2 vuoden opiskelua. Syventävissä ammattiopinnoissa annetaan opiskelijalle mahdollisuus syventää teorian soveltamista käytäntöön, analyyttisiä taitoja, projektin johtamisen sekä tutkimus- ja kehitystyöhön osallistumisen taitoja ja sosiaalisia taitoja. (Opetushallitus 2015c.)

Toinen vaihtoehto korkea-asteen koulutukselle on yliopisto. Suomessa on 15 yliopistoa, joissa voi opiskella 21 eri koulutusalailla. Opiskelijamääriltään suurimmat koulutusalat ovat teknistieteellinen, humanistinen ja luonnontieteellinen ala. Vähemmän opiskelijoita kouluttavat kuvataideala, teatteri- ja tanssiala sekä eläinlääketieteellinen ala. Tutkintorakenne yliopistoissa on myös kaksiportainen. Korkeakoulujen yhteishaussa haetaan samanaikaisesti yliopiston alempaan korkeakoulututkintoon sekä ylempään korkeakoulututkintoon. Täten opiskelijan ei tarvitse alemman korkeakoulututkinnon suorittuaan hakeutua yliopistoon uudelleen suorittaakseen ylempään korkeakoulututkinnon. Hakeutuakseen yliopistoon hakijalla tulee olla suoritettuna ylioppilastutkinto, ammatillinen perustutkinto tai ammattikorkeakoulututkinto. Alempi korkeakoulututkinto koostuu 180 opintopisteestä ja se suoritetaan normaalisti kolmessa vuodessa. Maisterin opinnot ovat useimmilla aloilla 120 opintopisteen laajuiset ja ne voidaan suorittaa kahdessa vuodessa. Maisterin tutkinnon jälkeen voi jatkaa vielä jatkotutkintoon eli lisensiaatin tai tohtorin tutkintoon.

Opiskelijat suorittavat ensin alemman korkeakoulututkinnon eli kandinaatin tutkinnon ja halutessaan jatkavat sen jälkeen ylempään tutkintoon eli maisterin tutkintoon. Yliopistot suunnittelevat itsenäisesti tutkintojen sisällöt ja rakenteet. Tutkinnot koostuvat pääaine- ja sivuaineopinnoista. Yliopistoissa on mahdollista myös opiskella monitieteistä tai ammattiin tähtäävää koulutusohjelmaa. Monitieteellisessä ja ammattiin tähtäävässä koulutusohjelmassa opiskelija valitsee useamman pääaineen yhden sijasta. Yliopistossa kandinaatin tutkintoon sisältyy äidinkieli, toinen kotimainen kieli ja vieraan kielen opintoja. Näiden lisäksi opiskelija suorittaa työharjoittelun sekä tekee opintojen päätteeksi opinnäytetyön. Ylempässä korkeakoulututkinnossa eli maisterin tutkinnossa opiskelija syventää pääaineen opintoja ja kirjoittaa pro gradu- tutkielman. (Opintopolku 2015.)

3 CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU OSANA AMMATTIKORKEAKOULUTUSTA

Centria-ammattikorkeakoulu, joka oli aikaisemmin nimeltään Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu, perustettiin vuonna 1995. Toimipaikkoina ovat Keski-Pohjanmaalla Kokkola, Pohjanmaalla Pietarsaari ja Pohjois-Pohjanmaalla Ylivieska. Vuonna 2014 Centriassa opiskeli 3220 opiskelijaa. Keväällä 2014 uutisoitiin, kuinka Centria-ammattikorkeakoulun vetovoima on suurin yli kahteenkymmeneen vuoteen. Ensisijaiset hakijat yhtä aloituspaikkaa kohden nousivat 1,8 henkilöstä 2,1 henkilöön. (Kerttuvali 2014.) Käsittelemme tässä luvussa Centrian historiaa, rakennetta ja sitä, millaisia opintoja Centria tarjoaa Keski-Pohjanmaalla Kokkolassa.

3.1 Centria-ammattikorkeakoulu

Centria-ammattikorkeakoulussa koulutustarjonta on pyritty tekemään monialaiseksi ja vastaamaan hyvin alueen työelämätarpeita. Centria on yksi Suomen kattavimmista ammattikorkeakouluista, jossa on tarjolla koulutusta tekniikan-, liiketalouden-, sosiaali- ja terveystieteiden, kulttuurialalla sekä humanistisella- ja kasvatustieteiden alalla. Centrian koulutuksia on Kokkolassa Talonpojankadulla ja Terveystiellä, Ylivieskassa Vierimaantiellä ja Opistotiellä sekä Pietarsaareissa Campus Allegrolla. Kokkola on lähes 50 000 asukkaan aktiivinen opiskelijakaupunki. Kokkolassa on paljon esimerkiksi kulttuuri- ja liikuntamahdollisuuksia. Kokkolasta on myös helppo matkustaa junalla tai bussilla ja lähin lentokenttä sijaitsee noin 20 km päässä ja se on yhteinen sekä Kokkolalle, että Pietarsaarelle. Ylivieska puolestaan on noin 15 000 asukkaan opiskelijakaupunki. Opiskelijoilla on oma urheiluseura YOU, joka pitää huolen, että kaikille löytyy tekemistä. Ylivieskassa asuminen on edullista ja sinne pääsee myös helposti junalla tai autolla. Pietarsaari on lähes 20 000 asukkaan kaksikielinen opiskelijakaupunki. Kaupunki tarjoaa elokuvateatterin lisäksi liikuntaharrastuksia, tunnelmallisia kahviloita ja ravintoloita. Pietarsaareen pääsee joko bussilla Pännäisten juna-asemalta tai autolla. (Centria-ammattikorkeakoulu 2015a.)

Centriassa koulutetaan, tutkitaan ja kehitetään. Centria-ammattikorkeakoulun tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminta perustuu soveltavaan tutkimukseen, kehitystyöhön, monipuoliseen palvelustoimintaan, projektiosaamiseen ja koulutukseen alueen tarpeisiin. Henkilöstön ohella myös opiskelijat saavat osallistua tutkimus- ja kehitystyöhön. Centrian arvoihin kuuluvat avoimuus, vastuullisuus ja uudistushakuisuus. Centriassa keskustellaan avoimesti ja pyritään toimimaan yhdessä. Centria kantaa vastuuta alueen hyvinvoinnista, sivistyksestä ja osaamisen kehittämisestä. Lisäksi pyritään katsomaan tulevaisuuteen ja halutaan jatkuvasti uudistua ja uudistaa. Centria-ammattikorkeakoulun missioksi on määritelty Botnia-alueen hyvinvoinnin edistäminen, alueen kehittäminen ja kilpailukyvyyn lisääminen. (Centria-ammattikorkeakoulu 2015b.)

Centria-ammattikorkeakoulussa opetus on työelämälähtöistä. Opetusta pyritään pitämään joustavana ja opiskelijoille yksilöllisenä. Ammattikorkeakoululla on hyvät yhteydet työelämään, ja siksi valmistuneiden opiskelijoiden osaamiselle on työelämässä kysyntää niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Centria-ammattikorkeakoulusta valmistuu vuosittain noin 500 tutkinnon saavaa opiskelijaa. Centria-ammattikorkeakoulussa opiskelee noin 3000 opiskelijaa viidellä koulutusosalalla 21 eri koulutusohjelmassa. Vuosittain aloituspaikkoja jaetaan 500 uudelle opiskelijalle ja opetusta tarjotaan kolmella eri kielellä: suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Centria on kansainvälinen korkea-asteen oppilaitos. Se tarjoaa opiskelijoille ja henkilöstölle innovatiivisen, välittävän ja monikulttuurisen toimintaympäristön. Centrialla on yli 100 partnerikorkeakoulua. Centria vastaanottaa joka vuosi 100 vaihto-opiskelijaa suorittamaan 3 kuukauden, yhden lukukauden tai kokonaisen lukuvuoden kestäviä vaihtojaksoja. Vastaavasti Centriasta lähtee vuosittain 100 opiskelijaa opiskelu- tai työharjoittelujaksoille ulkomaille eri puolille maailmaa. (Centria-ammattikorkeakoulu 2015c.)

3.2 Opintojen rakenne

Opintojen rakenne koostuu perusopinnoista, ammattiopinnoista, vapaasti valittavista opinnoista, harjoittelusta ja opinnäytetyöstä. Koulutuksessa on mukana pakol-

lisiä, vaihtoehtoisia ja vapaasti valittavia opintokokonaisuuksia. Pakollisissa opinnoissa on määritelty koulutukseen sisältyvät opinnot. Valmistuminen ja tutkinnon suorittaminen hyväksytysti edellyttää kaikkien pakollisten kurssien suorittamista. Poikkeuksena ammattikorkeakoulu voi myöntää eri vapauksia kieliopinnojen suhteen. Perusopinnoissa pyritään antamaan opiskelijalle yleiskuva asianomaisen tehtäväalueen yleisiin teoreettisiin perusteisiin ja viestintään. Lisäksi perusopinnoihin kuuluvat kieliopinnot, joiden tarkoituksena on antaa opiskelijalle ammattikorkeakoululaissa tarkoitettu kielitaito. Vapaasti valittavissa opinnoissa opinnot sisältävät sellaiset opinnot, jotka opiskelija voi suorittaa oman koulutustarjonnan lisäksi AVERKOssa, virtuaaliammattikorkeakoulussa tai muissa korkeakouluissa.

Harjoittelussa syvennetään opiskelijan taitoja, valmennetaan alan työtehtäviin sekä täydennetään koulutusohjelman mukaista opiskelua. Harjoittelun lähtökohtina ovat harjoittelupaikan monipuolisuus ja kehittymismahdollisuudet. Harjoittelun tulee luoda opiskelijalle mahdollisuus kehittyä harjoittelujakson aikana. Harjoittelupaikka liittyy yleisesti koulutusalaan liittyvään työympäristöön, mutta sen voi suorittaa myös ulkomailla. Koulutusohjelmasta riippuen harjoittelujakson laajuus on 30–120 opintopistettä, joka vastaa 20–80 työviikkoa. Tutkintojen loppurutistus tapahtuu opinnäytetyössä. Opinnäytetyö on tutkimus- ja kehitystyön kaltainen opintojakso. Opinnäytetyön tavoitteena on osoittaa perehtyneisyyttä opiskeltavan koulutuksen ongelmakokonaisuuteen, minkä lisäksi opiskelijan tulee suorittaa kypsyysnäyte hyväksytysti. Ammattikorkeakoulututkinnossa opinnäytetyön laajuus on 15 opintopistettä ja yleisessä ammattikorkeakoulututkinnossa 30 opintopistettä. (Centria-ammattikorkeakoulu 2015d.)

3.3 Opinnot Kokkolassa

Centria-ammattikorkeakoulussa Kokkolassa koulutetaan tekniikan-, liiketalouden-, sosiaali- ja terveysalan ja kulttuurialan asiantuntijoita alueen työelämään. Kokkolassa on myös mahdollista suorittaa englanninkielisiä koulutusohjelmia. Tekniikan alan koulutus on hyvin monipuolinen, kestoltaan neljävuotta ja on 240 opintopisteen laajuinen. Kokkolan kampuksella on tarjolla prosessi- ja materiaalitekniikan, kemianteekniikan sekä tieto- ja viestintätekniikan insinööriopintoja. Valmistuttuaan näistä

koulutuksista opiskelija voi työllistyä esimerkiksi projektipääällikköksi, IT-kouluttajaksi tai kemian alalalle. Insinöörin opintoja voi suorittaa myös englanniksi. Environmental Chemistry and Technology ja Information Technology -opinnot kestävät 4 vuotta ja ovat 240 opintopisteen laajuisia. Valmistuttuaan opiskelijat voivat työskennellä esimerkiksi softwaresuunnittelijoina, IT-esimiehinä tai projekti-insinööreinä.

Terveystien kampuksella Kokkolassa, voi opiskella sosiaali- ja terveysalan tutkintoja. Kampuksella voi opiskella sairaanhoitajaksi, terveydenhoitajaksi tai sosionomiksi. Sairaanhoitajan ja sosionomin tutkinnot kestävät 3,5 vuotta ja ovat laajuudeltaan 210 opintopistettä. Terveydenhoitajan koulutus kestää neljä vuotta ja on laajuudeltaan 240 opintopistettä. Suomenkielisten koulutuksien lisäksi Terveystien kampuksella suoritetaan Bachelor of Health Care, Nursing- tutkinto englanniksi. Tämä tutkinnon kesto on 3,5 vuotta ja laajuudeltaan 210 opintopistettä.

Talonpojankadun yksi opiskeluvaihtoehtoista on opiskella musiikkipedagogiksi, jonka opintojen kesto on 4 vuotta ja laajuus 240 opintopistettä. Musiikkipedagogin tutkinto suoritetaan päivätoteutuksena ja opintopaikkana toimivat Kokkolan Talonpojankadun kampus ja Pitkänsillankadulla sijaitseva Kokkolan Konservatorio. Valmistuttuaan musiikkipedagogi voi toimia musiikkioppilaitoksen opettajan virassa.

Talonpojankadun kampuksella suoritetaan myös liiketalouden ammattiopintoja. Tutkintonimikkeenä on tradenomi, opinnot kestävät 3,5 vuotta ja ovat laajuudeltaan 210 opintopistettä. Suurin osa valmistuneista tradenomeista päätyy erilaisiin liiketaloudellisiin tehtäviin yksityisellä ja julkisella alalla. (Centria-ammattikorkeakoulu 2015e.) Liiketalouden opinnoissa sisäistetään yrittäjämäistä ajattelutapaa ja käsitteistöä, joka antaa elinikäisen kipinän uuden oppimiseen ja itsensä haastamiseen. Työelämää käytetään opintojen perustana, sillä opinnot koostuvat työelämälähtöisistä ja monimuotoisista oppimismenetelmistä. Ensimmäisenä vuonna opiskelijat opiskelevat liiketalouden perusopintoja. Lukuvuoden lopussa opiskelijat hakevat syventäviin opintoihin, jotka alkavat toisena lukuvuotena. Liiketalouden syventäviin opintoihin kuuluvat JMY eli johtaminen, markkinointi ja yrittäjyys, Taloushallinto sekä Oiva-Akatemia tiimiyrittäjyysopinnot.

JMY:n syventävät opinnot valmentavat opiskelijaa yritystoiminnan suunnitteluun ja ohjaukseen, asiakassuhteiden hallintaan sekä liiketoimintaprosessien ja henkilöstön johtamiseen ja kehittämiseen. Opinnot ovat luentopainotteisia, ja niihin sisältyy mm. ryhmätöitä, yritysvierailuja ja esitelmiä. Taloushallinnon syventävissä opinnoissa keskitytään yritysten laskentatoimeen ja taloudelliseen ohjaukseen integroituja IT-sovelluksia apuna käyttäen. Oiva-Akatemiassa kehitetään liiketoimintaosaamista tiimiyritys- ja projektitoiminnan kautta. Oiva-Akatemiassa käytännönläheisyys ja konkreettisuus ovat lähtökohtana opetukselle ja näin ollen opiskelu eroaa tavallisesta luokkaopetuksesta. (Hakijan opas 2015, 19.)

4 OIVA-AKATEMIA

Oiva-Akatemia on Centria-ammattikorkeakoulun liiketalouden syventävien opintojen vaihtoehto, joka on saanut vaikutteita Jyväskylän Tiimiakatemiasta. Tiimiakatemia tavoitteena on synnyttää ja rakentaa yrittäjyyttä, kuten myös Oivassa. Tässä luvussa käsitellään Tiimi- ja Oiva-Akatemian historiaa, Oiva-Akatemiassa opiskelua ja sen tavoitteita ja haasteita. Tutkimme brändäystä, sekä tunnettuuden lisäämisen keinoja, joiden pohjalta muodostamme henkilökohtaisia ideoita Oiva-Akatemian tunnettuuden lisäämiseksi.

4.1 Tiimiakatemia esikuvana

Jyväskylän tiimiakatemia perustettiin vuonna 1993 Timo Partasen toimesta. Ajatus houkuttelevasta maailmanympärysmatkasta ja erilaisesta oppimisesta sai huomiota, ja heti ensimmäisenä vuotena 24 innokasta tradenomiopiskelijaa perustivat RTW:n eli Round the World tiimin. Toimipaikkana toimi vanha luokkahuone, joka oli ennen ollut säilytyskomeronä. Tavarat raivattiin pois ja tilalle tuotiin mukavia sohva- tuoleja, joissa tiimiläiset aloittivat kokoontumisen. Toiminta erosi suuresti tavallisesta luokkaopetuksesta, jossa oppilaat istuvat usein passiivisesti ja kuuntelevat opettajan luennoita. Perinteisen opetuksen tilalle muodostui persoonallisempia tapoja opiskella ja tällöin puhuttiin muun muassa synnytyksestä, ristipölytyksistä ja lannoituksista.

Tiimiakatemiassa opetus tapahtuu tiimityöskentelyn ja pienimuotoisten projektien avulla. Yhtenä tavoitteena on tehdä sellaisia töitä/projekteja, joita tehdään oikeassa työssäkin, kuten markkinatutkimukset ja erilaiset markkinaselvitykset. Teoria opiskeluun hankittiin Kolbin kokemuksellisen oppimisen teorian pohjalta. Partanen loi tämän teorian pohjalta kehämallin, jonka mukaan kirjoista luettu teoria voitaisiin konkreettistaa käytännössä tekemällä projekteja yrityksiä kanssa. Toiminta räjähti kunnolla käyntiin vuonna 1996, jolloin uusia tiimejä oli toiminnassa viisi: Round the World Team, Visionikkarit, Kampiakselit, Wisardit ja Termiitit. Tämän jälkeen luokkahuone tuli liian pieneksi ja toiminta siirrettiinkin Schauman-

yhtiön pääkonttoriin ja 2000-luvun alussa Tiimiakatemia muutti Turbiini-kiinteistöön yhdessä viestinnäkoulutusohjelman kanssa.

Jyväskylän tiimiakatemia on tehnyt vuosien varrella paljon yhteistyötä niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Yhteistyökumppaneita ovat olleet muun muassa Jyväskylän suurajojen/Neste Rally Oy:n organisaatio ja Jyväskylän kaupunki. Jyväskyläläisen tiimiakatemian opintojen malleja on alettu käyttää myös kansainvälisesti. Tiimiakatemian yhteydessä toimii kansainvälinen SOL (Society of Organizational Learning) -verkosto meillä Suomessa. (Tiimiakatemia 2015.)

4.2 Tiimiopinnot Centriaan

Tiimiakatemian toiminnan vahvistuessa Keski-Suomessa, alettiin Centriassa miettiä, olisiko tällainen opiskelutapa mahdollista saada Centria-ammattikorkeakoulun opintoihin. Vaikka Oiva-Akatemia onkin alun perin saanut vaikutteita Tiimiakatemiasta, on se toiminnaltaan hieman erilaista. Tiimiakatemiassa toiminta aloitetaan heti ensimmäisenä vuonna, kun taas Oiva-Akatemiaan haetaan ensimmäisen vuoden perusopintojen jälkeen. Tällöin opiskelijalla on perustietoa liiketalouden eri aihepiireistä, ja he voivat tämän kokemuksen pohjalta valita syventävien opintojen vaihtoehtoja. Oiva-Akatemiassa osuuskuntia perustetaan yksi ja opiskelijoita osuuskunnassa on yleisesti 4–12 opiskelijaa. Tiimiakatemiassa osuuskuntia perustetaan joka vuosi suuren kysynnän vuoksi kolme, ja opiskelija määrä kussakin osuuskunnassa on noin 15–20 opiskelijaa ja heidän valmentajansa. (Partanen 2015.)

Edellinen kertoo hyvin, kuinka toiminta Jyväskylässä on paljon laajempaa ja isompaa kuin Kokkolassa. Oivassa opettajaa kutsutaan ohjaavaksi opettajaksi, joka on hyvinkin läsnä oivalaisten opinnoissa. Hän toimii ikään kuin ohjaavana tutorina heti alusta asti. Tiimiakatemiassa ei ole opettajia, vaan heillä on yksi päävalmentaja ja useampia tiimivalmentajia, jotka eivät osallistu Tiimiakatemian toimintaan niin aktiivisesti kuin Oivassa. Oiva-Akatemian ja Tiimiakatemian opinnot eroavat suurilta osin tavallisesta luokkaopetuksesta. Oiva-Akatemiassa opiskellaan teoriaa niin sanotuissa kirjallisuuspiireissä eli Kipeissä ja toteutetaan projekteja eri tahojen kanssa. Oiva-Akatemian opiskelujen alussa muodostetaan oma Oiva-luokka, johon

kuuluvat ne opiskelijat, jotka ovat valinneet Oiva-Akatemian. Opiskelut aloitetaan Oivan luokassa, josta muodostuu oivalaisille niin sanottu työskentelytila, puuha-huone ja ympäristö, jossa he opiskelevat.

4.3 Oiva-Akatemia

Oiva-Akatemiassa opiskelu eroaa perinteisestä luokkaopetuksesta käytännön tekemisen myötä, aitojen projektien avulla. Tehdäkseen näitä projekteja opiskelijat perustavat oman osuuskunnan, jonka toiminnasta he ovat vastuussa. Projektien lisäksi teoreettinen opiskelu toteutetaan kirjallisuuspiirien avulla. Kirjallisuuspiireissä opiskelijat esittelevät yhteen opintokokonaisuuteen liittyvän kirjan sisällön muille opiskelijoille.

Yrityksen perustamisen jälkeen Oiva-Akatemiassa opiskelijat aloittavat projektien tekemisen. Projekteja eli toimeksiantoja tulee perustetulle yritykselle muun muassa koululta ja vanhoilta yhteistyökumppaneilta. Lisäksi tavoitteena yrityksellä on hankkia uusia yhteistyökumppaneita menemällä henkilökohtaisesti yrityksiin ja myymällä omaa osaamistaan. Toimeksiantojen teko opettaa opiskelijoille projektien suunnittelua ja toteutusta, minkä lisäksi opiskelussa painotetaan myös projektien dokumentointia. Koska projektit suoritetaan yhdessä eli tiiminä, saavat opiskelijat myös paljon kokemusta tiimityöskentelystä. (KOSEK Kokkolanseudun kehitys Oy 2014.)

Ensimmäinen ja varmasti yksi suurimmista ja vaativimmista projekteista Oiva-Akatemialaisille on Centria Open-tapahtuman järjestäminen. Centria Open eli Centria ammattikorkeakoulun avoimien ovien tapahtuma järjestetään loka- ja marraskuun vaihteessa. Suunnittelu ja päivien aikatauluttaminen aloitetaan heti syyslukukauden alkaessa. Oivalaiset tekevät tiivistä yhteistyötä koulun ja koulun henkilökunnan kanssa. Oivalaiset suunnittelevat tapahtuman yhdessä koulun kanssa ja vastaavat sen toteutuksesta. Tehtäviin kuuluvat esimerkiksi liikenteenohjaus, opiskelijoiden opastus ja päivän juontaminen. Yleensä koululla vieraillee kahden päivän aikana lähes tuhat toisen asteen opiskelijaa opettajineen.

Kirjallisuuspiireissä hankitaan tarvittava teoreettinen tieto tukemaan projektien toteuttamista. Kipejä eli kirjallisuuspiirejä on yhteensä yhdeksän kappaletta opiskeluiden aikana. Jokaisessa kirjallisuuspiirissä opiskelija valitsee tiettyyn opintokokonaisuuteen liittyvän kirjan, esimerkiksi Tiimityöskentely. Kirja valitaan ohjaavan opettajan tekemästä listasta, jossa on 10–20 kirjaa, jotka liittyvät kunkin kipin aihepiiriin. Valinnan jälkeen kirja luetaan ja referoidaan esitykseksi käyttämällä Powerpoint tai Prezi-ohjelmaa. Jokaiseen esitykseen on valittu opponoiija, joka arvioi esitystä ja esittää tarkentavia kysymyksiä. Esityksen jälkeen opiskelijat antavat oman palautteensa ja arvosanan arviointilomakkeen avulla. Esityksen lopullinen arvosana muodostuu opettajan, opponoiijan ja opiskelijoiden arvioista. Esityksen tarkoitus on herättää vapaata keskustelua ja sen pohjalta mietitään jokaisen opiskelijan kohdalla, kuinka hän voisi soveltaa oppimaansa käytännössä.

4.4 Oiva-Akatemian tavoitteet ja haasteet

Oiva-Akatemian keskeisimpiä tavoitteita on antaa opiskelijalle mahdollisuus käytännönläheiseen oppimiseen ja sen soveltamiseen työelämässä. Oiva-Akatemiassa työskentely vaatii rohkeutta ja itsensä ylittämistä esimerkiksi ensimmäisten yrityskontaktien luomisessa. Esiintymis- ja neuvottelutaidot harjaantuvat kun oivalaiset esittäytyvät uusille yrityksille. Tätä oivalaiset arvostavat erityisen paljon, sillä se auttaa opiskeluiden jälkeen työnhaussa. Työskentely tapahtuu tiimissä, joten sosiaalisuutta ja oma-aloitteisuutta vaaditaan päivittäin. Oivalaisten vastuullisuus ja paineensietokyky ovat oleellisia luonteenpiirteitä yrityksen päivittäisessä pyörittämisessä.

Alussa suurimpana haasteena nähdään oman yrityksen perustaminen, sillä se on haastavaa ja aikaa vievää. Tähän ongelmaan hyvänä vaihtoehtona voisi olla vanhempien oivalaisten yrityksen ostaminen. Yritys olisi heti valmiina ja siten sen elinkaarta saataisiin kasvatettua, jonka myötä tunnettavuus lisääntyisi. Vanhojen yritysten siirtäminen uusille oivalaisille toisi yhteistyökumppaneille selkeyden Oiva-Akatemiasta, kun yritys toimisi vuodesta toiseen saman nimen alla.

Opiskelut aloitetaan Oiva-Akatemiassa tiimiytymisellä eli keskinäisellä tutustumisella. Tiimiytyminen vaatii aikaa ja sitä ei tule pitää itsestäänselvytenä, sillä usein opiskelijat ovat toisilleen tuntemattomia. Tiimiytyminen kuitenkin saadaan aloitettua nopeasti, koska toimitaan yhdessä saman pöydän ääressä. Ajankäyttö aiheuttaa myös ongelmia Oiva-Akatemiassa. Opiskelijoilla on kirjallisuuspiirien ja projektien lisäksi myös perusopetusta, joka tekee Oiva-Akatemian toiminnasta usein katkonaisista.

4.5 Brändi ja tunnettuus

Halusimme tässä alaluvussa tuoda esille brändin merkityksen ja kuinka tärkeä se on yrityksille. Brändin avulla voidaan luoda lisää tunnettuutta ja sen avulla saadaan lisäarvoa ja jatkuvuutta yrityksen toiminnalle. Tunnettuuden ja brändin ominaisuudet luovat opinnäytetyöllemme teoriapohjaa. Oiva-Akatemian tulisi lähtökohteisesti pyrkiä tuotteistamaan toimintansa siten, että se erottuisi edukseen muista kilpailevista yrityksistä.

Osa ihmisistä luulee, että brändi on logo, mainos tai tuotteen ulkoasu, mutta näin ei ole. Se kuinka me näemme brändin, on sidosryhmien kokemuksen tulos siitä, mitä me kuulemme, ostamme ja valitsemme. Nämä kaikki vaikuttavat brändin tulevaisuuteen. Ihmisten ostokäyttäytymiseen vaikuttavat, keitä me haluamme olla ja miltä me haluamme näyttää muiden silmissä. Syömmekö McDonald'sissa, teemmekö ostoksemme Amazonissa vai lahjoitammeko rahaa WWF:lle, kaikki nämä pienet seikat tekevät meistä sen mitä olemme. (Ind, Fuller & Trevail 2012, 21–22.)

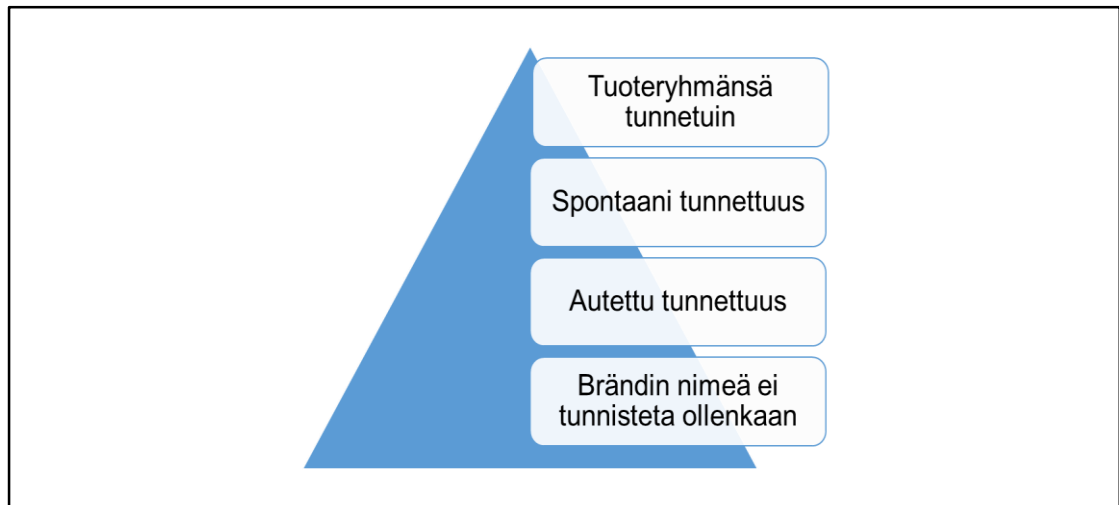
Brändiä voidaan kutsua myös polttomeriksi tuotteelle, jolla on paljon erilaisia merkityksiä ja mielikuvia. Toisin sanoen brändi on tuote, joka on tuotteistettu huippuunsa. Yleensä brändiä määriteltessä otetaan huomioon paljon vaikeita asioita. Alan ammattilaisten keskuudessa käydään paljon kiistoja jo pelkästään brändi-sanan merkityksestä. Brändin määrittelylle on olemassa satoja tapoja, joilla voidaan selvittää, millainen brändi voisi olla ja millainen se on tällä hetkellä. Brändi saa alkunsa toiminnasta, arvoista ja ihmisistä, jotka arvostavat brändiä enemmän kuin

muita tuotteita, joilla ei vielä ole brändistatusta. Toiminnan, arvojen ja ihmisten yksityiskohtainen määrittely ja määritysten systemaattinen noudattaminen ja energian suuntaaminen haluttuun päämäärään luovat brändin. Mainostoimistot eivät luo brändiä, ne ainoastaan rakentavat brändiä yritysjohdon ohjeiden mukaan. (Laaksonen & Rainisto 2008, 58.)

Pelkästään mainonnalla tuotteesta ei pystytä tekemään brändiä, vaan kuluttajan pitää itse liittää tuotteeseen jotain sellaista, jonka hän kokee lisäarvoksi, jota vastaavasta kilpailijan tuotteesta ei löydy. (Laakso 2004, 14.) Nykyään brändit ovat parhaimmillaan todellisia menestystarinoita ja samalla ne myös ovat yritysten kalleinta omaisuutta. Näiden menestyvien brändien kehittäjät ovat ymmärtäneet brändinsä arvon ja panostaneet lujasti sen kehitykseen. Brändit luovat yritykselle huomattavaa lisäarvoa ja samalla pitkäkestoista jatkuvuutta yrityksen liiketoiminnalle. (Lindberg-Repo 2005, 15–16)

Useasti sekoitetaan käsitteet merkki, brändi, tuote ja tavaramerkki, joilla kuitenkin on eroja. Brändi muodostuu, kun kuluttaja pitää tuotetta tai palvelua omien kokemustensa ja mielikuviansa perusteella parempana kuin toisten yritysten vastaavaa tuotetta tai palvelua. Näin ollen se tarjoaa kuluttajalle lisäarvoa, josta ollaan myös valmiita maksamaan kovempaa hintaa. Tuote on pelkästään fyysinen palvelu tai tuote, jota yritykset myyvät saaden siitä voittoa. Tuotteet/palvelut ovat useasti helposti kopioitavissa ja niille on yleensä rajallinen elinkaari. Tavaramerkki on tunnusmerkki, jolla yritykset pystyvät erottamaan omat tuotteensa tai palvelunsa kilpailijoiden vastaavista. Merkki on palveluun tai tuotteeseen lisätty tunnusmerkki, joka asiakkaan näkökulmasta luo lisäarvoa. Asiakkaat arvostavat merkkejä ja heidän mielestään merkin elinkaari on jopa ehtymätön. (Lindberg-Repo 2005, 16–17.)

Brändin tunnettuus voidaan jakaa neljään eri luokkaan kuvio 2:



KUVIO 2. Brändin tunnettuuden tasot (mukaillen Laakso 2004, 125.)

Brändin tunnettuus lähtee liikkeelle siitä ajatuksesta, että kuluttaja muistaa kuulensa tai nähneensä brändin nimen jossain. Seuraava aste eli autettu tunnettuus kertoo, tunnistavatko kuluttajat ensinnäkään brändin nimeä. Tämä ei kerro sitä, yhdistävätkö kuluttajat nimeä oikeaan tuoteryhmään tai millä tavoin tämä tuote eroaa muista samaan tuoteryhmään kuuluvista tuotteista. Jos kuluttaja ei muista nimeä ollenkaan, on brändillä niukka selviytymismahdollisuus ostopäätöstä tehtäessä. Spontaani tunnettuus tarkoittaa sitä, että kuluttaja pystyy mainitsemaan brändin nimen tietystä tuoteryhmästä puhuttaessa. Tuoteryhmänsä tunnetuimmaksi brändiksi pääsee, kun kuluttaja mieltää brändin tuoteryhmän parhaimmaksi ja päätyy useimmiten kuluttajan ostopäätökseksi. (Laakso 2004, 125–127.)

Nykypäivän massamainonta aiheuttaa haasteita markkinoinnille. Yritykset mainostavat samankaltaisia tuotteita monilla eri kanavilla ja mainokset hukkuvat toistensa sekaan. Mainos ja itse yritys on helpompi muistaa, jos se erottuu edukseen muusta massasta. Yksi keino erottautua muista voi olla sloganin tai tunnusmelodian käyttö mainonnassa. Myös symbolin käyttö pitää muistaa, sillä joskus kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, esimerkiksi Adidaksen kolme raitaa tai Michelin-ukko. Mediajulkisuus on aina tärkeää, mutta myynnin näkökulmasta on tärkeää rajata kohdejoukko tarkoin. Yleensä ei ole myynnillisesti kannattavaa markkinoida, esimerkiksi uutta skeittilautaa eläkeläisille.

Sponsoroinnilla ja tapahtumamarkkinoinnilla saadaan lisättyä tai ainakin ylläpidettyä tunnettuutta. Nykyään sillä katsotaan olevan myös vaikutuksia yritysten myyntiin. Yritysten on kuitenkin oltava huolellisia sponsoroinnin paljouden vuoksi, sillä usein kuluttajat eivät vaivaudu havainnoimaan yksittäisiä sponsoreiden logoja. Erilaiset sponsorointitapahtumat nimetään parhaimmassa tapauksessa sponsoreiden mukaan, jolloin myös brändi saa näkyvyyttä, esimerkiksi Neste Oil Rally Finland tai Volvo Ocean Race. Tv-ohjelmayhteistyö on yleistynyt sponsoroinnin muoto. Ohjelmasponsoroinnissa mainostajat valitsevat sopivia tv-ohjelmia, joilla on oikea kohdeyhmä brändien kannalta, esimerkiksi urheiluohjelmat ja suositut sarjat. Nykypäivänä Internetiä käytetään brändin mainonnassa entistä enemmän, koska se mahdollistaa laajemman näkyvyyden, esimerkiksi sosiaalinen media.

Brändin laajentamisesta tunnettuuden lisäämiseksi ollaan montaa mieltä. Yrityksen on otettava laajentumisen riskit tapauskohtaisesti. Parhaimmillaankin onnistuneen brändin laajentaminen tuotteesta toiseen syö alkuperäisen tuotteen arvoa. Laajentumisen onnistuessa se kuitenkin luo uskottavuutta ja vakautta brändin tulevaisuudelle. Esimerkiksi voidaan nostaa Caterpillar (CAT), joka on tunnettu maansiirtokoneita valmistava yritys, joka alkoi valmistamaan työntekijöilleen turvakenkiä, minkä jälkeen Caterpillar alkoi valmistamaan myös vapaa-ajan kenkiä ja laukkuja. Nykyään CAT-kengät ovat suosittu kenkämerkki Suomen markkinoilla. Linkkien luomista voidaan käyttää apuvälineenä tunnettuuden lisäämiseksi. Linkin tarkoitus on luoda mielikuva esimerkiksi tunnetun henkilön tai erilaisen pakkauksen kautta itse tuotteeseen. (Laakso 2004, 137–146.)

Oiva-Akatemian tunnettuuden lisäämiseen on paljon erilaisia keinoja. Heti alussa oivalaisten tulisi keskittyä symbolin, logon ja mahdollisen sloganin suunnitteluun ja tekemiseen. Symbolin ja logon käyttöä ei tulisi rajoittaa, vaan niiden tulisi näkyä kaikessa yrityksen toiminnassa ja markkinoinnissa, esimerkiksi nettisivuilla. Mahdollisen sloganin tulisi erottua muista markkinoilla olevista kilpailijoista. Hyviä sloganeita ovat ne, jotka osataan yhdistää itse markkinoijaan ja jäävät valituille kohdeyleisöille hyvin mieleen. Oiva-Akatemian keskittyessä enemmän yritysten väliseen yhteistyöhön, tulisi Oiva-Akatemian markkinoinnin selkeästi kohdistua Kokkolan alueen yrityksiin. Osallistumalla aktiivisesti alueen erilaisiin yritystapahtumiin, kuten

messuille, saadaan Oiva-Akatemian tunnettuutta kasvatettua. Messuille osallistuminen on myös loistava keino luoda uusia kontakteja. Hyvän tunnettuuden kautta saadaan asiakkaat kokemaan lisäarvoa yrityksen tuotteista tai palveluista. Näin ollen he ovat valmiita myös maksamaan korkeampaa hintaa.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyössämme tutkimme Oiva-Akatemian tunnettuutta Kokkolassa. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla nykyisiä yhteistyökumppaneita ja muutamia potentiaalisia uusia yhteistyökumppaneita. Nykyisten yhteistyökumppaneiden kanssa olimme vuosien varrella tehneet useaankin otteeseen yhteistyötä ja uudet yhteistyökumppanit valitsimme paikallisista yrityksistä. Haastattelut toteutimme huhti- ja toukokuussa 2015. Aikataulujen päällekkäisyyksien vuoksi jouduimme myös haastattelemaan joitakin yrityksiä sähköpostin ja puhelimen välityksellä. Tässä luvussa käydään läpi yleisesti tieteellisen tutkimuksen teoriaa, minkä tutkimusmuodon me valitsimme opinnäytetyöhömmme, ja lopuksi esittelemme haastattelukysymykset ja kerromme haastateltavista yrityksistä.

5.1 Tutkimuksen tekemisen teoriaa

Tieteellisessä tutkimuksessa selvitetään tutkimuskohteen lainalaisuuksia ja toimintaperiaatteita. Tutkimus on joko teoreettista tai empiiristä tutkimusta. Teoreettisessa eli kirjoituspöytä tutkimuksessa käytetään jo valmiina olevaa tietomateriaalia, kun taas empiirisessä tutkimuksessa havainnollistetaan asioita. Empiirinen tutkimus perustuu teoreettisten tutkimuksien menetelmiin. Esimerkiksi empiirisessä tutkimuksessa voidaan testata, toimiiko teoreettisessa tutkimuksessa havaittu arviointimenetelmä käytännössä. Empiiriseen tutkimukseen hankittuja tietoja kutsutaan tutkimusaineistoksi. Aineisto voi olla juuri tutkimusta varten kerättyä tietoa eli primaarista tai alustavasti muuhun tarkoitukseen hankittua tietoa eli sekundaarista. Tutkimuksen tekemisen lähtökohtana on jonkinlainen tutkimusongelma. Tutkimusongelma on usein muotoiltu kysymykseksi, johon pyritään oikean tutkimusmenetelmän avulla saamaan vastaus. Tutkimusmenetelmän valinta on usein näkökulmasta ja lähestymistavasta riippuva. Tutkimusongelman lisäksi tutkimuksessa on perusjoukko, jota tutkimuksessa tutkitaan. Tutkimus on joko kokonaistutkimus, jossa koko joukkoa tutkitaan, tai osatutkimus eli otantatutkimus, jolloin vain pientä osaa joukosta eli otosta tutkitaan. (Heikkilä 2014, 12–13.)

5.1.1 Tutkiminen ja mittaaminen

Empiirisessä tutkimuksessa tutkimusote voi olla joko kvantitatiivinen eli määrällinen tai kvalitatiivinen eli laadullinen. Kvantitatiivista tutkimusta sanotaan myöskin tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, mikä edellyttää tarpeeksi laajaa otosta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineisto kerätään valmiita tutkimuslomakkeita hyväksi käyttäen, mikä mahdollistaa tuloksien havainnollistamisen taulukoin ja kuvioin. Tutkimuksessa selvitetään eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuvia muutoksia. Esimerkiksi kysely- tai haastattelututkimus on nimeltään survey-tutkimus. Tätä tutkimusmuotoa käytetään silloin, kun tutkittavia on paljon. Survey-tutkimuksessa tieto kerätään tutkimuslomaketta käyttäen.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään myös havaintotutkimusta. Tämän tyyppisessä tutkimuksessa tieto kerätään havainnollistamalla tutkimuskohdetta. Havaintotutkimusta käytetään yleensä kysely- ja haastattelututkimuksen täydentämiseen. Havainnollistaminen on systemaattista toimintaa, jossa ulkopuolinen tutkija kerää havaintoaineistoa liittymällä tutkittavissa olevan joukon toimintoihin. Havaintotutkimuksen etu verrattuna kysely- ja haastattelututkimukseen on, että siinä kerätään tieto silloin kun asioita tapahtuu, eli asia on ”tuoretta”, kun taas kysely- ja haastattelututkimuksessa on mahdollista unohtaa itse haastattelussa tulleet vastaukset ja tämän vuoksi tulokset voivat muuttua.

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa autetaan ymmärtämään tutkimuskohdetta, esim. asiakasta. Tutkimuksessa selvitetään esimerkiksi asiakkaan käyttäytymistä ja päätösten syitä. Tutkimuksessa tutkittavat valitaan harkinnanvaraisesti ja heitä ei yleensä ole kovinkaan isoa joukkoa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa keskitytään tutkittavien analysointiin ja tarkoitus ei ole tehdä mitään tilastollista lopputulosta. Psykologian ja muut käyttäytymistieteiden opit ovat työkaluna tämän tyyli-
sessä tutkimuksen tekemisessä. Kvalitatiivista tutkimusta käytetään myös toiminnan kehittämisessä ja sen tietojen avulla voidaan myös tehdä jatkotutkimuksia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineisto on joko tutkimusta varten koottua tietoa tai muuta tarkoitusta varten koottua kirjallista, kuvallista tai äänimateriaalia.

Tutkimusta varten tieto kerätään lomakehaastatteluiden avulla sekä keskustelunomaisilla haastatteluilla. Haastatteluissa käytetään joko teemahaastattelua, jossa keskitytään johonkin tiettyyn aihealueeseen, tai sitten 4–8 henkilön ryhmäkeskustelua. Haastattelut ovat vuorovaikutusta, jossa molemmilla osapuolilla on vaikutus toiseen henkilöön. Suorien kysymysten lisäksi tutkija voi kysyä epäsuoria kysymyksiä, jotka täydentävät kysymyksiä tarvittaessa.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää myös havainnointimenetelmää, jota kutsutaan osallistuvaksi havainnoinniksi. Tutkija osallistuu tutkimaansa yhteisöön ja havainnollistaa täten heidän toimintaansa. Tärkeintä tämän kaltaisessa menetelmässä on itse arviointi. Tulosten analysoinnissa keskitytään siihen, mikä vastauksissa muuttuu, kun kehyskertomuksessa vaihdetaan yhtä tekijää. (Heikkilä 2014, 15–19.)

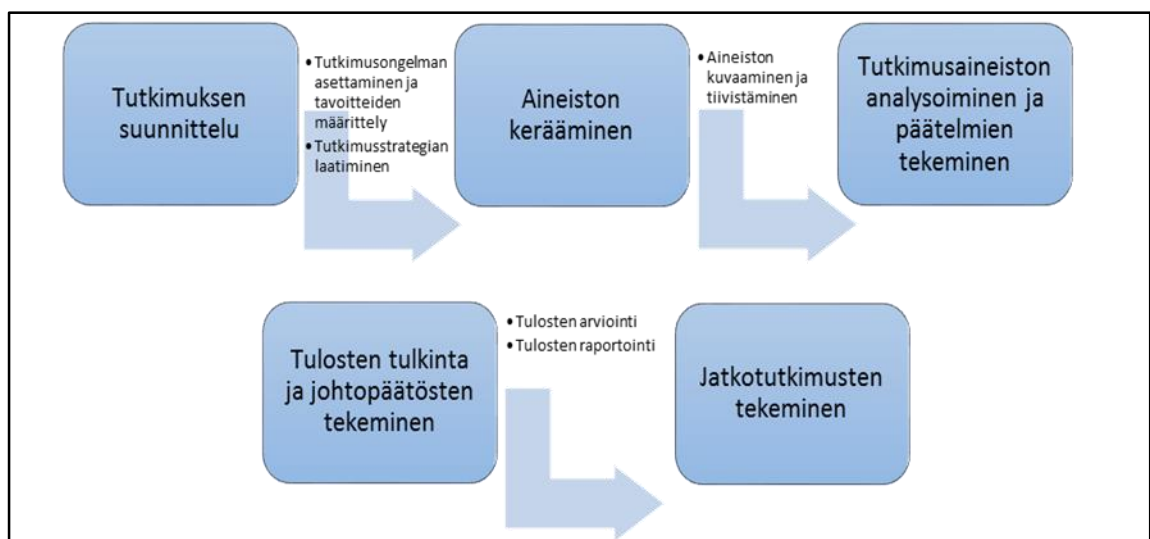
5.1.2 Haastattelu tutkimuksena

Tieteellisessä tutkimuksessa on monia tutkimusmenetelmiä. Kvalitatiivisen tutkimuksen suosituin tapa tutkia on haastattelu. ”Haastattelu on tiedonkeruumenetelmä, jota voidaan kuvata interaktioksi haastateltavan ja haastattelijan välillä” (Soi-ninen 1995, 112). Haastatteluiden tarkoituksena on saada validia ja reliaabelia tutkimustietoa. Haastattelut voivat luonteeltaan olla pieniä tai hyvinkin laajoja ja tarkkaan strukturoituja keskusteluja. Esimerkiksi syvähaastattelu on menetelmä, joka on etukäteen suunniteltu ja sen kesto riippuu siitä, kuinka pitkälle haastattelu on strukturoitu etukäteen, ja myöskin siitä kuinka paljon haastateltavalle on suotu vapautta kysymyksiin vastaamisessa. Haastattelu on usein luonteeltaan enemmänkin keskustelun kaltaista kuin formaalia haastattelua. Haastattelussa tutkija esittää muutaman yleisen asian yhteen teemaan liittyen, jonka avulla tutkittavaa pyritään ymmärtämään tutkimuksen kokonaisuuden ja sen tarkoitusperspektiivin kannalta. Tässä menetelmässä oletuksena on, että tutkittava pystyy itse rajaamaan ja rakentamaan vastauksensa. Haastattelijan tärkein asia on luoda hyväksyttävä ja arvostava kokonaisuus tutkittavalle. Haastattelun tekemisessä on monia etuuksia, sillä sen avulla on mahdollisuus kerätä paljon tietoa nopeasti ja se sallii laajempialaisen informaation ja useampien aiheiden käyttämisen samaan aikaan.

Haastattelutilanteessa haastattelijalla on mahdollisuus tehdä vastauksen selventämiseksi tarkentavia kysymyksiä, jotka saattavat tuoda selkeyttä myöhemmin asioiden analysoimisessa. Hyvä haastattelija on taitava vuorovaikutustilanteissa ja hän osaa luoda luottamusta haastateltavan ja itsensä välille. On erittäin tärkeää, että haastattelija pitää mielessään dataa koskevat seikat, eikä anna omien henkilökohtaisten mielipiteidensä tai asenteidensa vaikuttaa haastattelutilanteessa. Tyypillisiä haastattelijasta johtuvia virheitä ovat epäselvät vastaamisohjeet, epäselvä kysymysten muotoilu ja esittäminen, omien asenteiden vaikutus, sosiaalinen etäisyys, vastausten kirjausvirheet, muistivirheet ja motivointivirheet. Tutkimuksen onnistumisen kannalta onkin erittäin tärkeää, että haastateltava valitaan tarkasti ja koulutetaan ennen haastattelua hyvin. (Soininen 1995, 12–13.)

5.1.3 Tutkimusprosessi

Tutkimusprosessi on jaettu eri osioihin. Tutkimusprosessi aloitetaan tutkimuksen suunnittelusta ja lopetetaan tutkimuksen raportointiin. Tutkimuksen jako osiin helpottaa huomattavasti tutkimuksen tekoa. Se myös nopeuttaa ja selkeyttää sen kestoa ja lopputulosta.



KUVIO 3. Tutkimusprosessi (mukaiillen Nummenmaa, Holopainen & Pulkkinen 2014, 13–15)

Tutkimuksen suunnittelussa selvitetään, mikä on tutkimuskysymys tai ongelma, ja miten sitä olisi parasta lähteä toteuttamaan. Suunnitteluvaiheessa toteutetaan esitutkimuksia, joiden avulla testataan tutkimusmenetelmien toimivuutta. Samalla on myös hyvä tutustua aiempiin vastaavanlaisiin tutkimuksiin ja aiheen kirjallisuuteen. Tutkimusongelman asettamisvaiheessa tavoitteet ja tutkimuksen ongelmat määritellään selkeästi. Tässä vaiheessa tulee olla erittäin tarkkaavainen, sillä huonosti laadittujen ohjeiden ansiosta tutkimuksen lopputulos saattaa olla vain sattumanvaraisten tietojen yhteenveto. Tutkimusongelman asettamisvaiheen lopussa päätetään millainen tutkimus on, eli onko tutkimus kuvaileva tutkimus vai kausaalinen tutkimus syysuhteiden määrittelyä varten.

Tutkimusstrategian laatimisessa päätetään muun muassa aikataulusta, rahoituksesta ja tutkimuksen tekijöistä. Tässä kohtaa tutkimusta on myös oltava tarkkana, sillä sen tekeminen tarkasti vaikuttaa laajasti siihen, millainen tutkimuksen lopputulos on. Aineiston keruussa voidaan hyödyntää kyselylomakkeita, erilaisia mittatiloja ja havainnollistaa ihmisten käyttäytymistä. Aineiston kuvauksessa lasketaan erilaisten aineistojen ominaisuuksia kuvaavia tunnuslukuja, jotka voidaan luokitella, kuvata taulukkona tai esittää graafisesti. Tutkimusaineiston analysoimisen toimintatapaan vaikuttaa se, millainen tutkimus on kyseessä. Toimintatapoja on yksinkertaisia ja monimutkaisia. On todettu, että hyvin yksinkertainen analyysikin voi olla tarpeeksi riittävä kattavalle tutkimukselle. Tulosten tulkinta on yksi prosessin avaintekijöistä.

Tutkinnassa tehdyt johtopäätökset muuttuvat merkityksiksi ja mittatulosten merkitystä pyritään vertaamaan aikaisempiin tutkimustuloksiin. On tärkeää, että aiemmat prosessin vaiheet on tehty tunnollisesti, sillä se takaa analysoinnin onnistumisen ja lopputuloksen selkeyden. Ennen lopullista raportointia pysähdytään arvioimaan prosessia kokonaisuudessaan. Tulosten arvioinnissa käydään läpi tutkimusmenetelmien toimivuutta ja niiden avulla saatuja tuloksia. Lopuksi tutkimusprosessi päättyy raportointiin. Raportoinnissa kootaan yhteen koko tutkimusprosessi ja sen eri vaiheet. Raportissa käyvät ilmi muun muassa perustelut tutkimusmenetelmien käytöstä, tutkimuksen tulokset ja niiden merkitykset. Lisäksi raportissa arvioidaan johtopäätöksien merkitystä ja luotettavuutta. (Nummenmaa ym. 2014, 15.)

5.1.4 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen onnistuminen mitataan sen avulla, onko tutkimuskysymyksiin saatu luotettavia vastauksia. Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa systemaattisen virheen puuttumista. Validilla mittarilla tehdyt tutkimukset ovat luotettavia vain, jos muuttujat ovat tarkoin määriteltä. Validius määräytyykin selkeän suunnittelun ja tarkoin harkitun tiedonkeruun pohjalta. Tutkimuslomakkeiden kysymyksien tulee olla selkeitä ja mitata oikeita asioita, sekä niiden tulee kattaa koko tutkimusongelma. Perusjoukko määritetään tarkasti, jotta saadaan tarkka otos. Esimerkiksi tutkittaessa suomalaisten alkoholikulutusta pelkästään Alkon tilastojen perusteella, ei mitata sitä mitä piti, koska kaikki ulkomailta ostetut ja omatekoiset alkoholijuomat jäävät tutkimuksen ulkopuolelle, ja tulokset ovat systemaattisesti liian pieniä. (Heikkilä 2014, 27–28.)

Reliabiliteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta ja luottoa siihen, että tutkimusta voidaan myöhemmin toistaa samankaltaisissa tutkimuksissa. Luotettavuuden saamiseksi tutkijan on erityisesti keskityttävä tietojen keräämiseen, niiden syöttämiseen esimerkiksi tietokonejärjestelmään, tulosten tulkintaan ja analysointiin. Nykypäivänä tietoa on vaikka kuinka ja kysymys onkin siitä, miten tutkija saa hyödyllisen tiedon erotettua kaikesta muusta. Joskus kuitenkin tulokset saattavat olla sattumanvaraisia ja otos hyvinkin pieni. Tällöin on hyvä huomioida esimerkiksi poistuma eli kato. Katoa voi syntyä esimerkiksi kyselytutkimuksissa, joissa joku jättääkin vastaamatta kysymyksiin ja näin ollen vaikuttaa reliabiliteettiin. Luotettavissa tuloksissa on myös keskityttävä siihen, ettei kohderyhmä ole vino, vaan otos käsittää koko perusjoukkoa. (Heikkilä 2014, 28.)

Objektiivisuus eli puolueettomuus liittyy tutkijan subjektiivisten valintojen, tutkimusmenetelmän, kysymysten muotoilun, analysointimenetelmän ja raportointitavan valintaan. Hyvälle tutkijalle ei satu virheitä, eikä hän vääristele tuloksia. Tutkimuksen tulokset ovat siis täysin riippumattomia itse tutkijasta. Esimerkiksi haastattelututkimuksissa tutkijat on valittava hyvin, siten että tutkijat/haastattelijat kysyvät kaikki kysymykset samalla tavalla, eivätkä anna haastateltavien vaikuttaa kysymysten luonteeseen. (Heikkilä 2014, 28–29.)

Kokonaistutkimuksessa tutkitaan yhtä perusjoukkoa, joka voi koostua esimerkiksi 30:sta tutkittavasta, kun taas perusjoukon kasvaessa 200–300 tutkittavaan, tutkimuksessa tehdään yleisesti otantatutkimuksia. Otantatutkimuksen perusjoukkoa kutsutaan otokseksi. Otos on ominaisuuksiltaan samanlainen ja tarkasti valittu kohdejoukko, jonka tulokset voidaan yhdistää koko perusjoukkoon. Otantatutkimukseen päädytään silloin, kun perusjoukko on liian suuri tai sen koko tutkiminen ei olisi taloudellisesti kannattavaa. Otantatutkimuksessa tiedot saadaan yleensä kokonaistutkimusta nopeammin ja se on helpompaa kuin liian suuren perusjoukon tutkiminen. Tällaisessa tutkimuksessa saadaan pienennettyä myös otantavirheitä. Esimerkiksi haastateltavat voidaan rajoittaa tutkimuksen kannalta parhaisiin haastattelijoihin ja tarvittaessa tehdä useampia tarkastuskäyntejä.

Otanta koostuu tutkimuksen tapaan eri vaiheista. Ensimmäisenä otantatutkimuksessa määritellään perusjoukko eli kohdejoukko, jota tutkitaan. Kohdejoukon rajaimisen apuna käytetään voimassa olevia rekistereitä. Rekisterien mukaan joukko jaetaan joko kohdeperusjoukkoon tai kehikkoperusjoukkoon. Otantamenetelmää valittaessa on otettava huomioon, että se on riittävän samalainen perusjoukkoon nähden. Yleisimmät otantamenetelmät ovat yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta, osoitettu otanta ja ryväotanta eli klusteriotanta.

Yksinkertaisessa eli satunnaisesti poimitussa otannassa tilastoyksiköt valitaan perusjoukosta satunnaislukugeneraattorin avulla. Satunnaisotannassa perusjoukon tulee olla mahdollisimman homogeeninen eli tutkittavien ominaisuuksissa ei ole eroavaisuuksia juuri lainkaan. Systemaattista eli tasavälistä otantaa käytetään silloin, kun perusjoukko voidaan asettaa esimerkiksi jonoon. Jonosta valitaan poimintaväliin perustuvan numeron mukaan yksiköitä, jotka osallistuvat otantaan. Poimintavälin numero saadaan kun jaetaan perusjoukon määrä otoksen koolla ja se pyöristetään kokonaisluvuksi.

Osoitettu eli stratifioitu otanta on otantamenetelmä, jossa perusjoukko jaetaan sopiviin ositteisiin, joista valitaan otokseen tilastoyksiköitä. Otosten tulisi olla mahdollisimman heterogeenisiä, sillä ne kattavat yhdessä koko perusjoukon. Otokset poimitaan perusjoukosta tasaisen kiintiöinnin, suhteellisen kiintiöinnin tai optimaalisen

kiintiöinnin avulla. Menetelmän valintaan vaikuttaa muun muassa otoksen koko. Esimerkiksi jos osajoukosta tehdyt otannat ovat samansuuruisia, tasainen kiintiöinti on paras valinta, jonka tuloksena valitaan kustakin otannasta yhtä monta tilausyksikköä. Ositettua menetelmää käytetään silloin, kun perusjoukko on heterogeeninen, mutta se voidaan kuitenkin jakaa pienempiin homogeenisiin osajoukkoihin.

Ryväsotantamenetelmä on kaksivaiheinen. Ensimmäiseksi perusjoukko jaetaan osajoukkoihin, eli ryppäisiin, jotka edustavat ominaisuuksiltaan koko perusjoukkoa. Tämän jälkeen ryppäistä tehdään kokonaistutkimus, tai ne jaetaan vielä omiin ryppäisiin ja tehdään niistä otos. Tämän kaltainen otantamenetelmä on edullinen ja helppo tehdä. Menetelmää käytetään muun muassa tutkittaessa suomalaisten koulujen lukutaitoa. Ryväsotannan onnistuminen riippuu paljolti siitä, saadaanko ryppäät muodostettua ja kuinka niihin jakaminen onnistuu ja voidaanko tulokset arvioida tarpeeksi hyvin. (Nummenmaa ym. 2014, 27–32; Heikkilä 2014, 33–37; Soininen 1995, 100–102.)

5.2 Opinnäytetyön tutkimusprosessi

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen prosessi aloitettiin määrittelemällä tutkimuksen tarkoitus. Tarkoituksena oli selvittää Oiva-Akatemian tunnettuutta ja keinoja sen lisäämiseksi Kokkolassa. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, joka suoritettiin keskustelunomaisilla haastatteluilla Kokkolassa. Kokonaistutkimus koostui 12 yrityksestä, jotka jaoimme vielä vanhoihin- ja mahdollisiin uusiin yhteistyökumppaneihin. Haastateltavaksi saimme viisi potentiaalista uutta yrityksen edustajaa ja seitsemän vanhaa yhteistyökumppania, joiden kanssa Oiva-Akatemia on jo aiemmin tehnyt yhteistyötä.

Otimme yrityksiin yhteyttä sähköpostilla, jossa kerroimme lyhyesti tutkimuksesta ja ehdotimme henkilökohtaista tapaamista haastattelua varten. Haastattelut toteutettiin syvähaastatteluina, joita varten olimme tehneet haastattelukysymykset ja olimme myös varautuneet tekemään tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä vastausten selvittämiseksi. Haastattelut toteutettiin huhti- toukokuun 2015 aikana Kokko-

lassa. Toteutimme haastatteluista yhdeksän henkilökohtaisella haastattelulla. Aikataulujen päällekkäisyyksien vuoksi teimme kaksi haastattelua sähköpostitse ja yhden puhelimitse. Syvähaastattelussa käytimme apuna muistiinpanovälineitä, joiden avulla saimme kirjattua haastateltavien vastaukset alkuperäisinä ylös. Haastatteluissa jaoimme keskenämme molemmille omat tehtävät, eli toinen haastatteli ja esitti kysymykset ja toinen kirjoitti vastaukset.

Kaikki haastateltavaksi valitut yritykset ovat olleet tai voisivat olla Oiva-Akatemian yhteistyökumppaneita. Näin ollen tutkimuksen validiteetti on tällä osin hyvä, sillä tutkittavat yritykset liittyvät tavalla tai toisella Oiva-Akatemiaan. Voidaan myös todeta, että tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus on hyvä, sillä haastatteluissa esiin tulleet vastaukset olivat hyvin samankaltaisia. Reliabiliteettiin vaikutti myös se, että kaikki haastattelut tehtiin yhdessä, joten vastaustuloksia ei esimerkiksi muokattu omien näkemysten mukaisesti.

5.3 Haastattelukysymykset ja haastateltavat

Haastattelun suunnittelussa lähdimme liikkeelle haastattelukysymyksien rakentamisesta. Pyrimme muodostamaan kysymyksiä, jotka antaisivat mahdollisimman laaja-alaisen näkemyksen yritysten kokemuksista ja mietteistä Oiva-Akatemiasta. Alusta alkaen oli selvää, että kokoamme vanhoille ja mahdollisille uusille yhteistyökumppaneille omat kysymykset, sillä vanhoilla yhteistyökumppaneilla oli aiempaa kokemusta Oiva-Akatemiasta, kun taas uusille yhteistyökumppaneille Oiva-Akatemia saattoi olla aivan tuntematon. Aluksi suunnittelimme, että viisi kysymystä per asiakas olisi tarpeeksi kattava määrä, mutta kysymysten rakentamisen ja lajittelun jälkeen huomasimme, että kysymykset olivat liian suppeita ja epäselviä. Päätimme muokata alkuperäisiä kysymyksiä ja lisätä muutaman tarkentavan kysymyksen, jonka jälkeen vanhoille yhteistyöyrityksille muodostui seitsemän kysymystä ja uusille mahdollisille yhteistyökumppaneille kuusi kysymystä.

Vanhoilta yhteistyökumppaneilta kysyimme seuraavat kysymykset:

1. Mikä teidän mielestänne on Oiva-Akatemia?

2. Mistä kuulitte Oiva-Akatemiasta?
3. Millaista yhteistyötä teitte Oiva-Akatemian kanssa?
4. Miten yhteistyö sujui?
5. Olitteko antamanne toimeksiannon tuloksiin tyytyväisiä?
6. Jos ette, niin mitä olisi pitänyt korjata/kehittää?
7. Olisiko Teillä kehittämisideoita tunnettavuuden lisäämiseksi/yhteistyön parantamiseksi?

Näillä kysymyksillä halusimme yritysten näkemyksen Oiva-Akatemiasta ja tehdyistä yhteistyöhankkeista. Ensimmäisen kysymyksen avulla pyrimme selvittämään Oiva-Akatemian toiminnan tunnettuutta ja käsityksiä, joita yhteistyökumppaneilla on Oivasta. Toisen kysymyksen avulla halusimme selvittää, kuinka ja mitä kautta tieto Oiva-Akatemiasta on tullut tutuksi. Kolmannen kysymyksen oli tarkoitus selvittää, millaista yhteistyötä kyseinen yritys/organisaatio on tehnyt Oiva-Akatemian kanssa. Neljännessä kysymyksessä halusimme selvittää, mitä mieltä yritys/organisaatio oli tehdystä yhteistyöstä. Viidennessä kysymyksessä arvioitiin yhteisten projektien tulosten onnistumista toimeksiantajan näkökulmasta. Kuudennen kysymyksen tarkoitus oli selvittää mahdollisia kehitysideoita projektien kannalta. Viimeisessä eli seitsemännessä kysymyksessä halusimme kuulla yritysnäkökulmasta kehitysideoita toiminnalle, ja menettelytapoja, joilla Oiva-Akatemiaa voitaisiin tuoda vielä enemmän tutuksi.

Mahdollisilta uusilta yhteistyökumppaneilta kysyimme seuraavat kysymykset:

1. Onko Oiva-Akatemia tuttu?
2. Jos ei ole tuttu, niin haluaisitteko saada tietoa Oiva-Akatemiasta?
3. Olisiko Teidän yrityksellänne tarvetta tämän kaltaiselle yhteistyölle?
4. Miten haette uusia yhteistyökumppaneita?
5. Mikä olisi paras tapa ottaa Teihin yhteyttä?
6. Mitä Teidän mielestänne Oiva-Akatemian tulisi tehdä tunnettuuden lisäämiseksi?

Ensimmäisellä kysymyksellä halusimme selvittää, onko Oiva-Akatemian tunnettu yrityksessä. Toisessa kysymyksessä selvitimme, halusivatko yritykset saada lisätietoa Oiva-Akatemiasta. Kolmannessa kysymyksessä halusimme selvittää, onko kyseisellä yrityksellä tarvetta Oiva-Akatemian tarjoamalle yhteistyölle. Neljännessä kysymyksessä tutkimme, millä tavoin yritykset hakevat uusia yhteistyökumppaneita ja mitä välineitä ne siihen käyttävät. Viidennessä kysymyksessä kartoitimme, mitkä ovat yritysten mielestä parhaat keinot yhteyden ottamiseen. Viimeinen kysymys oli sama kuin vanhoille yhteistyökumppaneille, eli siinä pyrimme saamaan tietoa, ideoita ja tapoja joilla Oiva-Akatemia voisi lisätä tunnettuaan.

Kysymysten muotoilemisen jälkeen aloimme pohtia yrityksiä, jotka sopisivat juuri tähän opinnäytetyöhön. Halusimme saada mahdollisimman erilaisia yrityksiä tutkimukseen, sillä Oiva-Akatemian toiminta ei kohdistu vain yhteen alaan. Vanhojen yhteistyökumppaneiden valinta oli helppoa, sillä valituksi tulivat ne, joiden kanssa on toteutettu erilaisia projekteja vuosien varrella ja jotka tietävät jo entuudestaan Oiva-Akatemian toimintaa. Esimerkki näistä on Centria-ammattikorkeakoulu, jonka kanssa Oiva-Akatemia on tehnyt useamman vuoden yhteistyötä järjestämällä Centria Open-tapahtuman syyslukukaudella. Valitut yritykset toimivat julkisellasektorilla ja palvelusektorilla Kokkolassa ja kansainvälisesti. Odotusarvona nykyisten yhteistyökumppaneiden haastatteluille oli saada kokemukseen pohjautuvia kehitysideoita Oiva-Akatemian tunnettavuuden lisäämiseksi. Pyysimme tutkimukseen mukaan 9 eri yritystä ja saimme haastateltavaksi kahdeksan yrityksen edustajaa.

Uudet yhteistyökumppanit valitsimme yrityksistä, joiden liiketoiminnassa voitaisiin hyödyntää Oiva-Akatemian toimintaa esimerkiksi henkilöstölle järjestettävien virkistystapahtumien, luennointien ja rekisterien päivitysten muodossa. Haastateltavaksi valikoitui sekä valtakunnallisia että paikallisia yrityksiä ja yhteisöjä. Monet haastateltavista yrityksistä ovat aiemmin olleet jollakin tavoin yhteyksissä Centria-ammattikorkeakoulun kanssa. Näiltä yrityksiltä toivoimme saavamme uutta ja ei-kokemukseen pohjautuvaa näkökulmaa opinnäytetyöhömmä. Tutkimukseen kutsuttiin seitsemän yritystä ja heistä haastattelimme neljää yrityksen edustajaa.

5.4 Haastateltavien esittely

Kuten edellisessä luvussa mainitsimme, jaoimme haastateltavat vanhoihin- ja mahdollisiin uusiin yhteistyökumppaneihin. Tässä luvussa esittelemme kunkin yrityksen toiminnan ja kerromme ketä yrityksestä haastattelimme.

Vanhat yhteistyökumppanit

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, Janne Heikkilä

Kokkolan Tiikerit on vuonna 1974 perustettu Keski-Pohjanmaalainen lentopallojoukkue Kokkolasta. Kaudella 2010–2011 Tiikerit nousivat Lentopallon Mestaruusliigaan. Tiikerit ovat voittaneet ensimmäiset Suomen Mestaruutensa kausilla 2012–13 ja 2014–2015. Kaudella 2013–2014 Tiikerit voittivat Suomen Cupin mestaruuden ja Suomen Mestaruus hopeaa. Tiikereiden toimisto sijaitsee Kokkolassa ja runkosarjojen kotiottelut pelataan Hollihaka Areenalla ja finaalipelit Kokkolan jäähallissa. Opinnäytetyötä varten haastattelimme Tiikereiden joukkueenjohtaja Janne Heikkilää. Sovimme Jannen kanssa tapaamisen Kokkolan Mediacalessa 21.4.2015. (Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit.)

Kokkolanseudun kehitys Oy (Kosek), Johanna Haikola

Kosek on perustettu vuonna 2002. Kosek on Kokkolan kaupungin omistama kehitysyritys, joka tarjoaa maksuttomia elinkeino- ja kehittämispalveluita sekä yritysneuvontaa alueen yrittäjille. Kosekin pääasiallinen tehtävä on kehittää yritysten toimintaedellytyksiä Kokkolan alueella ja edistää talouselämän ja kuntien yhteistoimintaa. Kulmakiviä Kosekin toiminnalle ovat ehdoton luottamuksellisuus, tuloksellisuus ja palveluallttius. Kosekin toimitilat sijaitsevat Kokkolassa osoitteessa Ristirannankatu 1. Opinnäytetyötä varten haastattelimme viestintäkoordinaattori Johanna Haikolaa hänen työhuoneessaan 28.4.2015. (KOSEK Kokkolanseudun kehitys Oy.)

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), Karoliina Karjala

TAT eli Taloudellinen tiedotustoimisto perustettiin vuonna 1947. TAT:n päätehtävänä on edistää elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä viestinnän keinoin. TAT toteuttaa tehtävänsä edistämällä yritysten ja koulujen yhteistyötä, tukemalla nuoria ura- ja koulutusvalinnoissa, sekä tutkimalla nuorten asenteita työstä, työelämästä ja

yrittäjyydestä. Vuonna 2010 TAT perusti oppimiskonsepti Yrityskylän. Yrityskylä on peruskoulun kuudesluokkalaisille suunnattu työelämän oppimisympäristö. Yrityskylä on pienimuotoinen kaupunki, jossa oppilaat työskentelevät omassa ammatissaan ja toimivat myös kuluttajina. Yrityskylä-konseptin toiminnanjohtajana toimii Tomi Alakoski. Opinnäytetyötä varten haastattelimme aluekoordinaattori Karoliina Karjalaa. Haastattelu tehtiin sähköpostin välityksellä koska Karoliina asui eri paikkakunnalla ja hänen aikatauluunsa sopi parhaiten, että lähetimme hänelle kysymykset sähköpostin välityksellä. 24.4.2015. (TAT Taloudellinen tiedotustoimisto 2015.)

CB City Kokkola ry, Kari Moilanen

CB City Kokkola ry on Kokkolan keskustan alueella toimiva yritystoiminnan edistämisen- ja kehittämissyhdistys. Yhdistyksen tärkein tehtävä on edistää kaupunkilaisten vapaa-ajantoimintaa ja viihtyvyyttä sekä myös järjestää kulttuuri- ja vapaa-ajan tapahtumia. City Kokkola ry:n toimisto sijaitsee yritystalo Evaldissa osoitteessa Ristirannankatu 1, Kokkolassa. Opinnäytetyötä varten haastattelimme City Kokkolan toiminnanjohtaja Kari Moilasta Kokkolan kauppakeskus Chydeniassa 16.4.2015. (CB City Kokkola ry.)

Centria-ammattikorkeakoulu, Paula Erkkilä

Centria on Keski-Pohjanmaalla toimiva ammattikorkeakoulu. Kampuksia ja toimipisteitä löytyy Kokkolasta, Pietarsaaresta ja Ylivieskasta. Pääkampus sijaitsee Talonpojankadulla Kokkolassa, jossa voi opiskella liiketaloutta ja tekniikkaa. Pitkäsillankadun toimipisteessä Kokkolassa voi opiskella kulttuuria ja Terveystien toimipisteessä sosiaali- ja terveysalaa. Lisäksi Pietarsaaren toimipisteessä voi opiskella liiketaloutta. Centria-ammattikorkeakoulun sivukampuksella Ylivieskassa voi opiskella liiketaloutta, sosiaalia, tekniikkaa ja Raudaskylän toimipisteellä humanistista ja kasvatustaloutta. Centria-ammattikorkeakoulun omistaa Centria-ammattikorkeakoulu Oy, jonka osakkaita ovat Keski-Pohjanmaan koulutusyhtymä, Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä, Pietarsaaren kaupunki, Raudaskylän Kristillinen Opisto ry. ja Keski-Pohjanmaan konservatorion kannatusyhdistys ry. Opinnäytetyötä varten haastattelimme viestintäpäällikkö Paula Erkkilää hänen työhuoneessaan 23.4.2015. (Centria-ammattikorkeakoulu 2015f.)

Vaasan läänin Maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Vaasan läänin Maanpuolustusyhdistys perustettiin maan toisena alueellisena yhdistyksenä 14.10.1965 Wasa Express laivalla Uumajan risteilymatkan aikana. Perustavassa kokouksessa oli läsnä 19 kurssilaista. Tällä hetkellä jäseniä on 284. Myöhemmin ensimmäisen ruotsinkielisen kurssin innoittamana muutettiin yhdistyksen sääntöjä ja nimeen liitettiin ruotsinkielinen osa Vasa läns Försvarsörening. Yhdistyksen tarkoitus ja toiminta on maanpuolustuksentietouden syventäminen ja kehittäminen sekä yhteistoiminnan aikaan saaminen ja edistäminen eri alojen maanpuolustustoimenpiteitä edustavien jäsenten kesken. Opinnäytetyötä varten haastattelimme puheenjohtaja Mauri Volamaa puhelimitse 17.4.2015. (Vaasan läänin Maanpuolustusyhdistys.)

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta Copsa, Tanja Kupiainen

Copsa on Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta, joka valvoo opiskelijoiden etuja. Copsa välittää opiskelijoiden ajatuksia eteenpäin ja järjestää myös vapaa-ajan tapahtumia opiskelijoille. Opiskelijakunnan keskeisin tehtävä on valvoa opiskelijoiden koulutus- ja sosiaalipoliittisia asioita, kuten opintotuki, opintojen järjestäminen ja opiskeluterveydenhuolto. Opiskelijakunta Copsan toimitilat löytyvät Talonpojankadulta Kokkolan pääkampukselta. Opinnäytetyötä varten haastattelimme toiminnanjohtaja Tanja Kupiaista 23.4.2015 hänen toimistossaan Kokkolan kampuksella. (Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta Copsa.)

Osuuskauppa KPO, Leif Lindberg

Osuuskauppa KPO on noin 750 miljoonan euron vuosimyynnillä yksi Suomen suurimpia alueosuuskauppoja. KPO toimii Kokkolan, Ylivieskan, Vaasan ja Pietarsaaren talousalueilla. Päivittäistavarakaupan lisäksi KPO harjoittaa auto, matkailu- ja ravitsemis- sekä polttoainekauppaa. Osuuskauppa KPO on perustettu vuonna 1906. Nykyisenä toimitusjohtajana toimii Kim Biskop. Osuuskauppa KPO:n pääkonttori sijaitsee Kokkolassa osoitteessa Prismantie 1. Opinnäytetyötä varten haastattelimme henkilöstöjohtaja Leif Lindbergiä hänen toimistossaan 16.4.2015. (Osuuskauppa KPO.)

Potentiaaliset uudet yhteistyökumppanit

Kokkolan kaupunki, Jonne Sandberg

Kokkolan kaupunki on perustettu vuonna 1620. Kaupunki on laajentunut vuosien saatossa kuntaliitoksien kautta. Kaarlelan kunta liitettiin Kokkolaan 1977 ja Kälviän, Ullavan ja Lohtajan kunnat vuonna 2009. Kokkolan asukasluku on noin 47 200 ja kaupungin kokonaispinta-ala on 2 731 neliökilometriä. Suomenkielisiä asukkaita Kokkolassa on noin 85 %, ruotsinkielisiä noin 13 % ja loput muun kielisiä. Kokkolan kaupungintalo sijaitsee osoitteessa Kauppatori 5, kaupunginjohtajana toimii Antti Isotalus. Opinnäytetyötä varten haastattelimme kehitysjohtaja Jonne Sandbergiä hänen työhuoneessaan 17.4.2015. (Kokkolan kaupunki.)

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, Petri Harsunen

Kepli eli Keski-Pohjanmaan Liikunta ry on itsenäinen yhdistys ja se on perustettu 10.11.1997. Kepli on yksi viidestätoista liikunnan aluejärjestöistä. Tukea yhdistys saa Opetus ja kulttuuriministeriöstä. Kepliin kuuluu varsinaisina jäseninä eri urheiluseuroja, lajiliittoja, lajien alueorganisaatioita sekä liitännäisjäseninä liikuntaa edistäviä yhteisöjä ja kuntajäseniä kuten Keski-Pohjanmaan liitto. Keplin tehtävänä on kehittää ja tukea monipuolista liikuntatoimintaa Keski-Pohjanmaan alueella. Keski-Pohjanmaan alueella Keplin alueeseen kuuluu 21 kuntaa. Erilaisten selvitysten mukaan Keplin toiminta-alueella on noin 300 liikunta- ja urheiluseuraa. Keplin toimitilat löytyvät Kokkolasta osoitteesta Mannerheimin aukio 7. Opinnäytetyötä varten haastattelimme aluejohtaja Petri Harsusta hänen työhuoneessaan Kokkolassa 11.5.2015. (Keski-Pohjanmaan Liikunta ry.)

LähiTapiola, Jenni Mäkitalo

LähiTapiolan alueyhtiöiden verkosto koostuu 19 alueellisesta keskinäisestä vakuutusyhtiöstä. LähiTapiola alueyhtiöt tarjoavat asiakkailleen kattavia palveluja vakuutuksissa ja pankkipalveluissa. LähiTapiola Pohjanmaa palvelee asiakkaitaan suomen- ja ruotsin kielellä Pohjanmaan rannikolla, aina Lohtajalta Kristiinankaupunkiin asti. Pohjanmaan alueella on noin 72 000 asiakasta, joita palvelee 100 finanssialan asiantuntijaa. LähiTapiola tarjoaa Pohjanmaan alueella asiakkailleen vahinko- ja henkivakuuttamisen sekä sijoittamisen ja säästämisen palveluita ja lisäksi myös elä-

kevakuuttamisen ja pankin palveluita. Koska LähiTapiola Pohjanmaa on asiakkaiden omistama, on asiakkailta todelliset ja toimivat vaikuttamiskanavat ja oikeus osallistua alueyhtiökokoukseen. Opinnäytetyötä varten haastattelimme osastopäällikkö Jenni Mäkitaloa LähiTapiola Pohjanmaan tiloissa 29.4.2015. (LähiTapiola.)

Kokkolan Halpa-Halli Oy, Janne Ylinen

Kokkolalainen täyden palvelun tavaratalo Halpa-Halli Oy on yksityinen perheyhtiö. Halpa-Halli on perustettu vuonna 1969 ja nykyään se koostuu 39 myymälästä. Halpa-Hallilla on täysin itsenäinen osto-organisaatio, joka koostuu neljästä eri osto-osastosta: tuore-elintarvike, päivittäistavara, talous ja tekstiili. Myös tavaran kuljetukset, pois lukien tuorekuljetukset, jotka tapahtuvat täysin Halpa-Hallin omalla kalustolla. Oman kuljetuskaluston käyttö takaa joustavuuden ja mahdollistaa myös nopeat muutokset kuljetuksissa tarvittaessa. Pääkonttori ja keskusvarasto sijaitsevat Kokkolassa. Halpa-Hallin toimitusjohtajana toimii Janne Ylinen. Opinnäytetyötä varten haastattelimme Halpa-Hallin toimitusjohtajaa Janne Ylistä 28.4.2015. Toimitusjohtajan kiireiden vuoksi meitä neuvottiin lähettämään hänelle suoraan kysymykset sähköpostilla. (Halpa-Halli.)

Haastatteluihin saimme tavoitteen mukaisesti monen eri alan yrityksiä. Näkökulmat haastatteluihin tulivat yrityksiltä, jotka toimivat julkisella- ja palvelusektorilla Kokkolassa ja kansainvälisesti. Olimme tyytyväisiä yritysten aktiivisuuteen ja haluun osallistua tutkimukseen.

6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa esittelemme haastattelumme vastauksia. Jokaisen kysymyksen jälkeen teemme yhteenvedon kaikkien yritysten vastauksista ja omista mielipiteistämme, kokemuksistamme ja käsityksistämme. Olemme jakaneet vastaukset vanhojen- ja uusien yhteistyökumppaneiden kesken omiin alalukuihin. Aloitamme vanhojen yhteistyökumppaneiden tuloksista kysymyksistä 1–7, jonka jälkeen kerromme tuloksia uusien yhteistyökumppaneiden kysymyksistä 1–6.

6.1 Vanhat yhteistyökumppanit

Tässä alaluvussa käsittelemme mitä vanhat yhteistyökumppanit vastasivat haastattelukysymyksiin. Jokaisen kysymyksen jälkeen analysoimme ja esitämme omia mietteitämme vastauksista.

1. Mikä teidän mielestänne on Oiva-Akatemia?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Kuvaisin Oiva-Akatemian yhdeksi Centria-ammattikorkeakoulun opintosuunnaksi, jossa opiskelijat opiskelevat syventäviä opintoja. Oiva-Akatemialaiset perustavat harjoitusyrityksen, jossa he hankkivat erilaisia projekteja ja toteuttavat niitä.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

No Oiva-Akatemia on suhteellisen tuntematon, vaikka sen kanssa on tehty yhteistyötä. Oiva-Akatemian nimestä en osaa vetää mitään johtopäätöksiä.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa), toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Oiva-Akatemia on yksi Centria-ammattikorkeakoulun liiketalouden suuntautumisvaihtoehto.

Kokkolanseudun Kehitys Oy(Kosek), viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Oiva-Akatemia on Centria-ammattikorkeakoulun opintomuoto, jossa suoritetaan yrittäjäopintoja ja tehdään projekteja yrityksille, joista oivalaiset saavat kokemusta ja opintopisteitä.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Mielestäni Oiva-Akatemia suuntautumisena on erilainen tapa oppia ja saada amk tutkinto. Minusta on hyvä, että oivalaiset harjoittavat erilaisia projekteja opintojensa ohella ja näin työllistävät itsensä.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

Käsitykseni Oiva-Akatemiasta on muodostunut kokemuksen kautta. Minun mielestä Oiva-Akatemia on paikka, jossa oppilaat oppivat itse tekemällä ja samalla opettavat toinen toisiaan.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Minulla on jo ennestään jonkinlainen käsitys Oiva-Akatemian toiminnasta. Olen tehnyt vuosien mittaan yhteistyötä oivalaisten kanssa ja Jorman puheista ymmärtänyt että Oiva-Akatemia on työharjoittelupaikka, jossa tehdään oikeaa työtä.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala

Oiva-Akatemia on näin sivusta toimintaa seuranneelle ryhmässä tekemällä työelämässä tärkeiden asioiden oppimista. Tämän oppimismuodon pitäisi ehdottomasti levitä laajempaan tietoisuuteen, sillä perinteinen luokassa istuminen ja kirjoista ulkoa opettelu ei ensiksikään sovi kaikille, eikä kannusta uskaltamaan ja olemaan sosiaalinen. Nykyään todistuksia tärkeämpiä asioita tulevaa työelämää varten ovat kontaktit eri alojen toimijoihin ja Oiva-opiskelussa saa varmasti jalkaa oven väliin jos hoitaa hommansa hyvin. Negatiivista saattaa olla se, että joku/jotkut ryhmässä ottaa/saa väkisinkin johtajan roolin ja hoitaa enemmän yhteisiä asioita kuin toiset. Hänelle jää silloin enemmän hommia ja vastuuta, mutta toisaalta myös hänen nimensä jää ensimmäisenä yritysten edustajien mieleen.

Huomasimme, että ensimmäisen kysymyksen tulokset riippuivat siitä kuinka monesti yhteistyötä on tehty ja millaista se on ollut. Olimme hieman yllättyneitä, sillä

Oiva-Akatemia osattiin yhdistää Centria-ammattikorkeakoulun opintoihin, syventäviin opintoihin ja tiimityöskentelyyn. Haastateltavat kuvasivat Oivan toimintaa, jossa opiskelijat hankkivat projekteja ja kuinka se eroaa muista opintosuunnista. Oiva liitettiin myös työelämään, sillä Oivan opiskelussa opitaan myös työelämän asioita ja perustetaan oma yritys. Eräs vastaajista mainitsi myös Oiva-Akatemian mahdollisista huonoista puolista, jos ryhmän dynamiikka ei ole tasapuolista.

2. Mistä kuulitte Oiva-Akatemiasta?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Oiva-Akatemia on ollut minulle perustamisesta asti tuttu. Oiva-Akatemian idea on lähtöisin Jyväskylän ammattikorkeakoulun Tiimiakatemiasta, jonka jälkeen sitä on sovellettu Centria-ammattikorkeakoulun opintoihin.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

Jorma Saloniemi kutsui henkilökohtaisesti minut koululle esittelemään City-Kokkolan toimintaa ja samassa tapahtumassa törmäsin Oivalaisiin ja me sovittiin toimeksiannosta.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta Copsa, toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Kuulin ensimmäistä kertaa Oiva-Akatemiasta, kun yksi oivalainen tuli esittäytymään ja kysymään yhteistyömahdollisuuksista.

Kokkolanseudun Kehitys Oy (Kosek), viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Oiva-Akatemiasta olen kuullut työni kautta. Kosek on vuosien mittaan ollut aktiivinen yhteistyökumppani Centria-ammattikorkeakoulun kanssa.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Kuulun Pohjanmaan koulutusvaliokuntaan, jonka kautta Oiva-Akatemia on ollut tuttu jo sen perustamisesta saakka.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

Centria-ammattikorkeakoululla järjestettiin tapahtuma, johon Tiikerit oli kutsuttu esittelemään omaa toimintaansa. Ensikontakti Oiva-Akatemiaan tuli oppilaan kautta samassa tapahtumassa.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Olen ollut maanpuolustuskurssilla Kokkolassa luennoimassa, jossa tutustuin ammattikorkeakoulun oppilaisiin ja heiltä kuulin Oiva-Akatemiasta. Kurssin jälkeen pidin yhteyttä Saloniemen Jorman kanssa.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrittäjäkylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala

Olin aiemmin kuullut jo Jyväskylän Tiimiakatemiasta, ja tiesin Oivan toimivan samalla tyylillä. Tarkemmin tutustuin Oivaan Yrittäjäkylä-oppimisympäristöön liittyvän yhteistyön kautta. Silloinen työparini otti Oiva-Akatemiaan yhteyttä yhteistyön merkeissä jo vuonna 2013 syksyllä ja yhteistyö alkoi tammikuussa 2014. Yhteistyötä tehtiin jälleen 2015 tammi-maaliskuussa, koska edellisen vuoden kokemukset olivat positiivisia.

Viisi kahdeksasta yrityksestä oli kuullut Oiva-Akatemiasta Centria-ammattikorkeakoulun kautta. Osa yrityksistä oli osallistunut Centriassa järjestettyihin tapahtumiin, osa oli Centria-ammattikorkeakoulun yhteistyökumppaneita ja muita yrityksiä oli lähestytty henkilökohtaisesti Oivan toimesta. Mielestämme vastauksissa näkyi se, että Oiva-Akatemilaiset eivät ole olleet riittävän aktiivisia yhteistyön tai projektien hankkimisessa, vaan ikään kuin saaneet ne ”sattuman kaupalla” eteensä. On kuitenkin tärkeää, että oivalaiset osallistuvat erilaisiin tapahtumiin, sillä vaikkei itse tapahtuma koskisi Oivan toimintaa, niin ikinä ei voi tietää muita paikallaolijoita ja heidän tuomiaan yhteistyömahdollisuuksia. Jokainen tapaaminen on aina mahdollinen tilaisuus uuteen yhteistyöhön.

3. Minkälaista yhteistyötä teitte Oiva-Akatemian kanssa?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Yhteistyötä on tehty Oiva-Akatemian perustamisesta asti. Vuotuinen Centria Open-tapahtuma Kokkolassa ja Ylivieskassa on suurin projekti Oiva-Akatemian ja Centria-

ammattikorkeakoulun välillä. Centria-ammattikorkeakoululla on apunaan Dream Team, joka koostuu Centrian omista oppilaista, mukaan lukien oivalaiset. Dream Teamin tehtävä on markkinoida Centria-ammattikorkeakoulua erilaisissa tapahtumissa. Joulukuussa järjestettävät itsenäisyyspäivän tanssiaiset ovat myös yksi merkittävä yhteistyö Oiva-Akatemian kanssa.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

Ensimmäisenä yhteistyönä Oiva-Akatemia suoritti asiakastyytyväisyyskyselyn City-Kokkolalle 2010.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa), toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Pientä yhteistyötä on ollut jo pitkään, mutta yksi merkittävimmistä yhteistyöprojekteista on ollut vuotuiset itsenäisyyspäivän tanssiaiset, jotka on järjestetty yhdessä Centrian, Oiva-Akatemian ja Copsan kanssa. Copsa olisi erittäin kiinnostunut lisäämään yhteistyötä tulevaisuudessa uusien projektien myötä.

Kokkolanseudun kehitys Oy (Kosek), viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Yhteistyötä on tehty Oiva-Akatemian kanssa useamman vuoden ajan. Kosekilla on vuotuinen Kokkolan seudun yritysrekisterin päivitysprojekti, joka on tehty yhteistyössä Oiva-Akatemian kanssa. 2014 syksyllä järjestetyssä idealeiritapahtumassa oivalaiset ja Kosek tekivät yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Kosek rahoittaa Kokkolassa järjestettävää yrityskylää, jossa oivalaiset työskentelevät vastuuhjajina.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Yhteistyöstä on jo useampi vuosi aikaa, mutta muistan, että ainakin KPO:lta on käyty esittelemässä yrityksen toimintaa, oivalaisten pyynnöstä.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

Tiikerit ja Oiva-Akatemia ovat tehneet yhteistyötä vuosien varrella mm. erilaisten opinnäytetöiden merkeissä ja kuukauden yritys-tapahtumassa, jossa kokkolalaiset yritykset ovat käyneet esittelemässä toimintaansa ammattikorkeakoulu Centriassa. Viimeisin yhteistyö Tiikereiden kanssa oli lapsille ja nuorille suunnattu puuhapäivä.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Yhdistysrekisterin jäsenkirjeiden lähettäminen/postitus, varmaankin neljäs tai viides vuosi menossa. Tarkoitus on, että hommaa jatketaan vielä tulevaisuudessakin.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala
Oiva-Akatemia pystytti toimintakauden aluksi tammikuun puolella välissä Yrityskylä-oppimisympäristön rakenteet kokoon. Tämä sisälsi pahvisten seinälevyjen koostamisen yrityksiksi, tietokoneiden kytkemisen, langattoman verkon vetämisen, yritysten sähköistämisen ym. Lisäksi osa Oiva-Akatemialaisista oli myös mukana ohjaamassa Yrityskylään tulevia kuudesluokkalaisia helmi- ja maaliskuussa muutamia päiviä kukin. Toiminnan loputtua he myös purkivat ja pakkasivat rakenteet ja tarvikkeet, jotka kuljetettiin Seinäjoelle.

Tuloksien perusteella voidaan todeta, että Oiva on saanut tehdä yhteistyötä heti Oivan perustamisesta asti. Ensimmäinen yhteistyökumppani on luontevasti ollut Centria-ammattikorkeakoulu, jonka kanssa on järjestetty vuosittaisia tapahtumia. On kuitenkin mukava huomata, että oivalaiset ovat olleet muidenkin kanssa tekemisissä, eivätkä vain turvautuneet niin sanotusti tuttuun ja turvalliseen omaan kouluun. Projektit ovat vaihdelleet yritysrekisterin päivittämisestä Yrityskylän rakentamiseen ja toiminnan ohjaamiseen. Tämä kuvaakin sitä, miten Oivan toimintaa voidaan soveltaa melkeinpä projektiin kuin projektiin. Haastateltavat yritykset olivat vastausten perusteella tyytyväisiä yhteistyöhön. Erityisesti vuosittain järjestettävät tapahtumat takaavat pitkäaikaisen työsuhteen Oivan ja yritysten välillä.

4. Miten yhteistyö sujui?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Mielestäni yhteistyö on pääsääntöisesti sujunut hyvin, esim. Centria Open tapahtumasta on saatu pelkästään positiivista palautetta. Oiva-Akatemian oppilaat ovat mukavia, reippaita ja oma-aloitteisia, eroavaisuuksia toki on koska oppilaat vaihtuvat joka vuosi.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

Olimme yhteistyöhön tyytyväisiä ja se suoritettiin tavoitteiden mukaisesti. Mun mielestä Oiva-Akatemian toiminta ja sen idea on todella mielenkiintoinen. Toivottavasti tulevaisuudessa voimme toteuttaa yhteisiä projekteja Oivan kanssa.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa), toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Yhteistyö on sujunut vaihtelevasti riippuen oivalaisten aktiivisuudesta ja kiinnostuksesta yhteistyöhön. Mielestäni ratkaiseva tekijä yhteistyön vaihtelevuuteen on kuitenkin ollut projekteista saatu palkkio.

Kokkolanseudun kehitys Oy (Kosek), viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Yhteistyö on sujunut hyvin ja työ on suoritettu halutulla tavalla ja ajallaan.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Yhteistyössä ei ole ollut moittimista, mutta toivoisin enemmän aktiivisuutta Oiva-Akatemian puolelta.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

Mulla itsellä ei ollut paljon kokemusta, miten yhteistyö oli aiemmin sujunut, mutta ainakaan mitään negatiivista en ole kuullut. Korostaisin vielä yhteistyön merkittävyyttä ja koen siitä olevan paljon hyötyä molemmille osapuolille.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Yhteistyö on sujunut erittäin hyvin. Oiva-Akatemia on helpottanut Vaasan läänin maanpuolustusyhdistyksen toimintaa erittäin paljon, sillä meidän ei ole tarvinnut palkata työntekijää, vaan olemme voineet ulkoistaa jäsenkirjeiden lähettämisen ja postituksen Oiva-Akatemialle.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala

Yhteistyö sujui hyvin, ja etenkin muutamat Oiva-Akatemian jäsenet ovat jääneet erittäin positiivisesti mieleen. Etenkin nämä muutamat ovat jääneet mieleen luotettavina ja hyvinä tyyppeinä, joita varmasti voi suositella työnhakutilanteessa. Ongelmia

ei juurikaan ollut. Osa toimi toki innokkaammin kuin toiset, sekä kuudesluokkalaisten ohjaustyössä että rakennusprojektissa.

Vastauksien mukaan yhteistyö Oiva-Akatemian kanssa on sujunut hyvin. Muutamassa vastauksessa mainittiin yhteistyön tyytyväisyyden riippuvan paljon oivalaisista. Koska Oiva-Akatemiassa opiskelijat vaihtuvat vuosittain, on ymmärrettävää, että esimerkiksi vuosittaisissa projekteissa voidaan huomata suuriakin eroja. Olemme myös sen itse oivalaisina huomanneet, että joskus odotukset ovat olleet liian kovia, tai joskus olemme yllättäneet positiivisesti kaikkien odotukset. Paljon riippuu siitä, kuinka Oivan oppilasryhmä on tiimiytynyt, minkä kokoinen se on, ja kuinka aktiivisia sen jäsenet ovat tekemään töitä.

Toinen asia, joka ikävä kyllä vaikuttaa yhteistyön onnistumiseen, on työstä saatu palkkio. Oivalaisten toiminnassa keskitytään joskus jopa liian paljon vain rahan tekemiseen ja silloin unohdetaan helposti, että oivalaiset ovat kuitenkin opiskelijoita ja toiminnan tulisi pääosin tukea heidän opiskeluaan. Sen lisäksi Oiva-Akatemiassa oman yrityksen pyörittäminen vaatii tuloja, jotta se olisi kannattavaa. Voimme puhua myös tässäkin omasta puolesta ja sanoa, että olemme torjuneet joitakin projekteja pelkästään sen vuoksi, ettei projektista saa mitään palkkiota. Yhteistyöhön kannattaa kuitenkin aina panostaa. Tuloksien perusteella on helppo huomata, että tekeillä aktiivisesti töitä oivalaiset ovat saaneet vuosittaisia projekteja, joista melkein kaikki ovat palkallisia.

5. Olitteko antamanne toimeksiannon tuloksiin tyytyväisiä?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Olen erittäin tyytyväinen toimeksiantojen tuloksiin.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

Olin yhteistyön tuloksiin erittäin tyytyväinen.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa), toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Kuten sanoin, tulokset ovat vaihdelleet.

Kosek, viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Tuloksiin olemme olleet tyytyväisiä.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Ei moittimista.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

En osaa sanoa.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Olemme tyytyväisiä.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala

Olin tyytyväinen, mutta jos saisin itse valita, eivät kaikki porukan jäsenet pääsisi projektiin mukaan. Tuntui että ”vahvimmat” kannattelevat pitkälti monella tavalla Oivan toimintaa. Kuitenkin kokonaisuutena ryhmä toimi hyvin ja työn tulos oli kauttaaltaan hyvä.

Kuten edellisessä kysymyksessä kävi ilmi, lähes kaikki olivat tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä yhteistyöhön, joten emme odottaneet suurta eroavaisuutta itse tuloksien tyytyväisyyden suhteen. Yksi yritys kertoi haastattelussa, että tulokset ovat vaihdelleet vuosien varrella mihin pääsyynä oli haastateltavan yrityksen mukaan se, että myös Oiva-Akatemian opiskelijat ovat vaihtuneet. Tässä kysymyksessä kävi myös ilmi, että vaikka yhteistyön tuloksiin oltiin tyytyväisiä ja korostettiin oivalaisten ryhmän tehoa, tulisi yksilötasolla oivalaisten olla tarkempia työnjaossa, etteivät yksittäiset opiskelijat vain ”elä muiden siivellä”.

6. Jos ette, mitä olisi pitänyt korjata/kehittää?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Minulle ei tule mieleen korjattavaa/kehitettävää.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

Kaikki oli ok.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa), toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Yhteistyön parantamiseksi kommunikaation tulisi olla huomattavasti parempaa ja jatkuvaa. Projektien jälkeen olisi tärkeää käydä yhdessä palautekeskustelu. Tärkeimmäksi asiaksi nostaisin kuitenkin tulevien projektien suunnittelun, joka tulisi aloittaa tarpeeksi ajoissa ja aikatauluttaa sopivaksi.

Kokkolanseudun kehitys Oy (Kosek), viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Suosittelisin yritysrekisterin päivityksessä käytettävän pienempää ryhmää, jolloin oivalaisten kouluttaminen ja työnjako olisi selkeämpää.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Ei moittimista.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

Oman kokemuksen perusteella en osaa kertoa mitään kehitettävää yhteistyötä ajatellen.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

Ei ideoita.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala

Sinänsä mitään suurta ei tule mieleen, koska "kritiikkini" kohdistuu lähinnä ihmisten luonne-eroihin ja tapaan tehdä työtä. He, jotka ovat ahkeria ja oma-aloitteisia, jäävät kaikille positiivisesti mieleen ja edesauttavat sillä lähinnä omaa tulevaa uraansa solmimalla kontakteja, mutta toki myös luovat Oivan toiminnasta positiivista kuvaa. Osa ei ehkä joudu tekemään ryhmän eteen yhtä paljon töitä "vahvimpien" ottaessa suurempaa roolia. Toki en ole nähnyt muuta yhteistyötä tai toimintaa kuin meidän oma yhteistyömme, joten ehkä näillä johtohahmoilla on pienempi rooli jossain muussa.

Kolme yritystä kahdeksasta antoi arvokasta palautetta ja ideoita yhteistyön parantamiseksi. Yhdessä yrityksessä korostettiin, että kommunikaation tulisi olla parempaa ja jatkuvaa. Projektien suunnittelu tulisi aloittaa hyvissä ajoin ja se tulisi aika-auluttaa. Yhteistyön jälkeen olisi hyvä istua alas ja pitää palautekeskustelu projektista. Korostettiin myös, että pienemmän ryhmän kouluttaminen on helpompaa ja työnjako tapahtuisi selkeämmin. Myös tässä kysymyksessä yksi haastateltava yritys nosti esille yksilöiden väliset erot. Osa oivalaisista on ahkerampia ja oma-aloitteisempia kuin muut.

7. Olisiko teillä kehittämissideoita tunnettuuden lisäämiseksi/yhteistyön parantamiseksi?

Centria-ammattikorkeakoulu, viestintäpäällikkö Paula Erkkilä

Oiva-Akatemialaisten olisi erittäin tärkeää tuotteistaa toimintansa. Kehottaisin tekemään Oivalle omat nettisivut. Nettisivuilla tulisi näkyä pysyvä yhteistyöhenkilö, joka olisi aina tavoitettavissa ja ajan tasalla Oivan toiminnasta. Sivulla olisi myös hyvä olla asiakasreferenssejä, joista kävisi ilmi mitä on tehty, kenen kanssa ja milloin. Olisi myös hyvä seurata erilaisia yritysmessuja ja osallistua niihin markkinoimaan Oiva-Akatemiaa. Messuilla pääsisi tutustumaan uusiin potentiaalisiin yhteistyökumppaneihin eli verkostoitumaan.

CB City Kokkola ry, toiminnanjohtaja Kari Moilanen

Mielestäni Oiva-Akatemian olisi hyvä tehdä sähköinen uutiskirje heidän toiminnastaan. Kirje olisi helppo lähettää Kokkolan eri yrityksille, esim. Kokkolan seudun kehitykselle. Toisena ideana oivalaiset voisivat järjestää promotilaisuuksia, joissa he olisivat itse esillä ja kertoisivat Oivan toiminnasta ja projekteista. Painotan vielä, kuinka tärkeää tunnettavuuden ylläpitäminen on. Esimerkkinä vuotuiset tapaamiset yritysten kesken, joka takaa molempien osapuolten ”ajan tasalla” pysymisen. Tapaamisten lisäksi raportointi on tietysti erityisen tärkeää myöskin. Teille on varmaan tuttua raporttien teko koulun kautta, mutta samoin työelämässä olisi aina hyvä tehdä jonkinlainen yhteenveto projektista. Raportoinnin tulisi olla kattava ja esteettisyys on myös tärkeää. Oivalaisia ajatellen he voisivat käyttää raportteja ikään kuin portfolio-muodossa, jota sitten esittelisivät yritystapaamisissa.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta (Copsa), toiminnanjohtaja Tanja Kupiainen

Oiva-Akatemialle tulisi suunnitella yhtenäinen logo, joka lisäisi tunnettavuutta.

Kokkolanseudun kehitys Oy (Kosek), viestintäkoordinaattori Johanna Haikola

Tunnettuuden lisäämiseksi suosittelisin henkilökohtaisia tapaamisia, sähköpostin aktiivista käyttöä, sosiaalisen median käyttöä ja infopaketin tekemistä. Henkilökohtaiset tapaamiset olisi hyvä ja nopea tapa sopia ensisijaisesti sähköpostilla. Tapaamisessa oivalaiset voisivat esitellä infopaketin, jossa olisi perustietoa Oiva-Akatemiasta ja asiakasreferenssejä. Sosiaalisessa mediassa olisi nopeaa ja helppoa seurata Oiva-Akatemian toimintaa ja tutustua siihen paremmin.

Osuuskauppa KPO, henkilöstöpäällikkö Leif Lindberg

Kiinnostuin erityisesti jo voimassa olevasta Kuukauden yritys-ideasta, jossa oivalaiset kutsuvat joka kuukausi uuden kokkolalaisen yrityksen koululle esittelemään yrityksen toimintaa. Painotan, että kaikkien aloitteiden pitäisi tulla oivalaisten puolelta, ja teidän tulisi huomioida suurien yritysten kiireet. Oma-aloitteisuuden ja tilannetajun lisäksi painotan kasvotusten tapaamista.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit, joukkueenjohtaja Janne Heikkilä

Mieleeni tulee parikin ideaa. On erittäin tärkeää olla ajan tasalla yritysten kanssa ja tuoda itseään julki, joko sähköpostilla tai soittamalla. Kuten muissakin yrityksissä, tehokas tapa on ottaa ensimmäisenä yhteyttä sähköpostilla, jossa sovitaan tuleva tapaaminen kasvotusten. Oiva-Akatemian tulisi tehdä omasta toiminnastaan infopaketti, jossa tulisi selkeästi esille toiminnan kuvaus, yhteystiedot ja hieman tietoa aiemmista projekteista.

Vaasan läänin maanpuolustusyhdistys, Mauri Volama

En osaa sanoa kehittämisideoita, koska työskentelen itse kauempana ja yhdistyksen toimintaa hoidetaan Seinäjoelta käsin. Pääasia, että homma on sujunut moitteettomasti.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto (Yrityskylä), aluekoordinaattori Karoliina Karjala

Mielestäni tunnettavuutta pitäisi ehdottomasti lisätä, sillä tästä on hyötyä sekä yrityksille, Oivalaisille että koko oppilaitokselle. Lisäksi esimerkiksi monet Kokkolan ulkopuolelta tulevat nuoret voisivat saada tietoa Oivan toiminnasta paremmin ja innostuisivat ehkä tämän tyylisestä opiskelusta. Infopaketti olisi hyvä idea, ehkä myös selkeät (omat) kotisivut ja selkeä sekä ajan tasalla oleva Facebook-sivusto. Myöskään Instagram-tili ei varmaan olisi huono ajatus nykypäivänä. Facebook-sivustolle voisi aina päivittää kenen kanssa ja minkälaista yhteistyötä on meneillään. Esimerkiksi Yrityskylän rakennusvaiheesta voi ottaa kuvan ja kertoa teidän olevan toiminnassa mukana. Tällöin tunnettavuutta ja medianäkyvyyttä saa sekä Yrityskylä että Oiva-Akatemia.

Oiva-Akatemian tunnettuuden lisäämiseksi saimme kehitysideoita lähes jokaiselta yritykseltä. Ainoastaan yksi yritys ei keksinyt mitään kehitettävää, sillä sen kanssa tehty yhteistyö on ollut etätyötä. Esiin tulleet kehitysideat olivat suurilta osin samankaltaisia kaikkien yritysten kesken. Yritykset ihmettelivät suuresti, ettei Oiva-Akatemialla ollut minkäänlaisia www-sivuja ja ettei Oiva-Akatemia ollut esillä sosiaalisessa mediassa. Yritykset neuvoivat tekemään heti toiminnan alkaessa omat kotisivut, joista lukija saisi olennaisen tiedon Oiva-Akatemiasta ja sen toiminnasta ja esillä olisi myös hyvä olla asiakasreferenssejä aikaisemmista projekteista. Mielestämme sosiaalisessa mediassa Oiva-Akatemian tulisi erityisesti keskittyä Facebookin käyttöön, unohtamatta Twitteriä tai Instagramia. Nykyään sosiaalinen media on iso osa yritysten markkinointia, jota kautta yritykset myös hankkivat mahdollisia yhteistyökumppaneita.

Haastatteluissa keskustelimme paljon niin sanotusta infopaketesta. Infopaketin tulisi sisältää yhteystiedot, kuvauksen Oiva-Akatemian toiminnasta ja asiakasreferenssejä. Yhteystiedot tulisi aina päivittää kun uusi Oiva-ryhmä aloittaa toimintansa. Oiva-Akatemian toiminnan kuvauksessa tulisi selkeästi tuoda esille muun muassa se, minkälaista yhteistyötä Oivan kanssa voi tehdä. Toiminnan kuvauksen tulisi olla riittävän selkeä, jotta yrityksen olisi helppo nähdä olisiko Oiva-Akatemian toiminnalle tarvetta. Infopaketin asiakasreferenssit kattaisivat aiemmin tehdyt projektit tapauskohtaisesti. Niissä olisi lyhyt kuvaus mitä on tehty, milloin ja kenen kanssa. Ne sisältäisivät mielellään myös asiakkaan omia kokemuksia Oiva-Akatemian kanssa tehdystä yhteistyöstä.

Tuloksien perusteella toteamme myös kuinka tärkeää on pitää jatkuvaa yhteyttä sekä vanhoihin että uusiin yhteistyökumppaneihin. Useamman yrityksen mielestä Oiva-Akatemia voisi päivittää tietojaan vuosittain alueen yrityksille. Tärkeänä pidettiin ajanhallintaa, sillä esimerkiksi uuden tapahtuman järjestämiseen on varattava enemmän aikaa, kuin valmiin yritysrekisterin päivittämiseen. Yhteydenpitämisen lisäksi puhuttiin myös henkilökohtaisista tapaamisista. Kolme yritystä kahdeksasta neuvoivat Oiva-Akatemiaa ottamaan ensisijaisesti yhteyttä sähköpostitse. Sähköpostissa voitaisiin hyödyntää aiemmin mainittua infopakettia ja sen lisäksi voitaisiin kysellä aikatauluja ja sopia henkilökohtaisesta tapaamisesta. Mielestämme oli hienoa kuulla, kuinka tärkeinä yritykset edelleen pitivät henkilökohtaisia tapaamisia, vaikka yrityksissä on nykypäivänä niin kiire.

6.2 Uudet potentiaaliset yhteistyökumppanit

Tässä alaluvussa käsittelemme, mitä uudet potentiaaliset yhteistyökumppanit vastasivat haastattelukysymyksiin. Jokaisen kysymyksen jälkeen analysoimme vastaukset ja esitämme omia mietteitämme vastauksista.

1. Onko Oiva-Akatemia tuttu?

Halpa-Halli, toimitusjohtaja Janne Ylinen

Oiva-Akatemia on mielestäni Helsingin kaupungin liikelaitos, joka tuottaa koulutuspalveluita kaupunkiorganisaatiolle. Olen kuullut myös, että täällä Centrialla on myös Oiva-Akatemian nimellä koulutusohjelma, joka kohdistuu tiimiyrittäjyyteen.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, aluejohtaja Petri Harsunen

Oiva-Akatemia on nimenä tuttu, yhdistän Oiva-Akatemian ammattikorkeakoulun tutkintoihin.

Kokkolan kaupunki, kehitysjohtaja Jonne Sandberg

Oiva-Akatemia on jo minulle ennestään tuttu. Muistelin, että ensimmäisen kerran kuulin Oiva-Akatemian toiminnasta Ovaskaisen Markolta, jolloin työskentelin vielä

Kosekilla. Oiva-akatemiilaiset ovat myös käyneet esittäytymässä vuosien varrella face-to-face-tapaamisissa kaupungintalolla.

LähiTapiola, osastopäällikkö Jenni Mäkitalo

LähiTapiolassa on ollut työntekijöitä Oiva-Akatemiasta, joilta olen saanut käsityksen, että Oiva-Akatemiassa opiskellaan käytännönläheisesti.

Tuloksissa kaikki haastateltavat olivat kuulleet Oiva-Akatemiasta. Osa yhdisti Oiva-Akatemian ammattikorkeakouluopintoihin, joissa opiskellaan käytännönläheisesti. Huomasimme, että Googlessa Oiva-Akatemiaa haettaessa ensimmäisten hakutulojen joukossa ovat Helsingissä toimivan liikelaitoksen nettisivut. Yksi haastateltava mainitsi kyseisen laitoksen, mutta osasi kuitenkin paikallisena yrittäjänä liittää Oiva-Akatemian Centria-ammattikorkeakouluun.

2. Jos ei ole tuttu, niin haluaisitteko saada tietoa?

Halpa-Halli, toimitusjohtaja Janne Ylinen

Asia on mielenkiintoinen, mikäli se liittyy tiimiyrittäjyyden kouluttamiseen.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, aluejohtaja Petri Harsunen

Kyllä, haluaisin saada enemmän tietoa.

Kokkolan kaupunki, kehitysjohtaja Jonne Sandberg

Lisäinformaatio on aina tervetullutta.

LähiTapiola, osastopäällikkö Jenni Mäkitalo

Lisätietoa pitäisin tarpeellisena.

Kaikki yritykset pitivät lisäinformaatiota Oiva-Akatemiasta tervetulleena ja tarpeellisena tulevaisuuden yhteistyön kannalta. Kysymyksessä huomasimme, että vaikka Oiva-Akatemia oli ainakin nimenä tuttu, niin sen toiminta oli lähes tuntematon. Oli mukava kuulla, että Oiva-Akatemiasta oltiin kiinnostuneita ja siitä haluttiin kuulla lisää.

3. Olisiko teidän yrityksellä tarvetta tämän kaltaiselle yhteistyölle?

Halpa-Halli, toimitusjohtaja Janne Ylinen

Lähtökohtaisesti olen avoin asialle. Sisältö kuitenkin ratkaisee, eli onko asiasta hyötyä yritykselle. Resurssit on käytettävä kehittävään toimintaan.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, aluejohtaja Petri Harsunen

Mielestäni Oiva-Akatemia ja Kepli voisivat hyvinkin tehdä yhteistyötä tulevaisuudessa. Keplillä olisi tarjottavana mm. asiakastyytyväisyysprojekteja ja tapahtumien markkinointiin liittyviä työtehtäviä.

Kokkolan kaupunki, kehitysjohtaja Jonne Sandberg

Mielestäni Kokkolan kaupungilla voisi hyvinkin olla tarvetta Oiva-Akatemian toiminnalle, esimerkiksi pienimuotoiset projektit ja harjoittelu.

LähiTapiola, osastopäällikkö Jenni Mäkitalo

Yhteistyölle voisi olla tarvetta, mutta ensimmäiseksi Oivalaisten tulisi tehdä selväksi heidän toimintansa ja osaaminen.

Kaikki yritykset olivat kiinnostuneita yhteistyöstä Oiva-Akatemian kanssa. Ensisijaisesti tulisi kuitenkin selvittää, millaista toimintaa Oiva-Akatemia harjoittaa ja myös osaamisen taso. Vastauksista päätelimme, että mahdollisen yhteistyön tulisi olla molempien osapuolten puolesta kannattavaa. Haastattelussa osa yrityksistä mainitsi jo valmiita projekteja, joita Oiva-Akatemia voisi toteuttaa. Huomasimme haastatteluissa, että käsitys Oiva-Akatemian toiminnasta on rajallinen, koska sen toiminnasta ei tiedetä tarpeeksi. Uskomme kuitenkin, että kattava infopaketti mahdollistaisi myös aivan uudenlaisia projekteja Oiva-Akatemialle.

4. Miten haette uusia yhteistyökumppaneita?

Halpa-Halli, toimitusjohtaja Janne Ylinen

Monilla eri tapaa. Ne tulevat varsin luontaisesti eri hankkeiden kautta muiden yritysten tai koululaitosten toimesta.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, aluejohtaja Petri Harsunen

Keplin yhteistyökumppanit muodostuvat tapahtumien yhteydessä verkostoitumalla ja suunnittelemalla yhteisiä tapahtumia. Huomauttaisin, että mahdollisten yhteistyöprojektien aikaan saaminen olisi hyvä aloittaa jo ajoissa syksyllä, molempien osapuolten tapaamisella kokouksessa.

Kokkolan kaupunki, kehitysjohtaja Jonne Sandberg

Verkostoituminen on paras tapa saada uusia yhteistyökumppaneita esimerkiksi osallistumalla tapahtumiin, messuihin tai järjestämällä tapaamisia asiakkaitten kanssa.

LähiTapiola, osastopäällikkö Jenni Mäkitalo

Vuorovaikutus on kenties tärkeintä uusien yhteistyökumppanien haussa. Verkostoituminen omien asiakkaiden kanssa saattaa myös muodostaa uusia yhteistyökumppaneita.

Yritykset vastasivat yksimielisesti, että paras tapa hankkia uusia yhteistyökumppaneita on aktiivinen verkostoituminen. Osa yrityksistä kertoi messujen olevan oivallinen tapa muodostaa uusia kontakteja ja niiden kautta luoda mahdollinen yhteistyö. Luonnollisesti isoissa yrityksissä uudet asiakkaat tulevat vanhojen yhteistyökumppaneiden kautta ja niiden ei yleensä tarvitse itse huolehtia kontaktien luomisesta. Oiva-Akatemian tulisi pienenä toimijana keskittyä jatkuvaan verkostoitumiseen uusien yritysten kanssa. Mielestämme tämä takaisi Oiva-Akatemian toiminnalle paremman tulevaisuuden.

5. Mikä olisi paras tapa ottaa teihin yhteyttä?

Halpa-Halli, toimitusjohtaja Janne Ylinen

Tämä sähköposti on oiva väline.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, aluejohtaja Petri Harsunen

Paras tapa on ottaa sähköpostilla tai puhelimitse yhteyttä ja sopia tapaamisesta.

Kokkolan kaupunki, kehitysjohtaja Jonne Sandberg

Kuten varmasti tiesittekin, olen melko kiireinen ja sähköpostia tulee paljon. Neuvon kuitenkin ensisijaisesti ottamaan yhteyttä sähköpostilla, jossa sovitaan henkilökohtaisesta tapaamisesta, mikäli sille on tarvetta.

LähiTapiola, osastopäällikkö Jenni Mäkitalo

Paras tapa lähestyä LähiTapiolaa on sähköposti ja tarvittaessa sen kautta sopia henkilökohtainen tapaaminen. Voitte kuvitella, kuinka paljon meille tänne LähiTapiolaan tulee päivittäin sähköpostia, joten yhteystietojen selkeys on erittäin tärkeää. Jos ne eivät ole selkeästi esillä, tuskin otamme yhteyttä.

Sähköpostia pidettiin parhaimpana yhteydenottokeinona, koska sen käyttö on yrityksissä päivittäistä. Yritykset kuitenkin huomauttivat, että sähköpostissa tulisi olla vain asian ydin ja tarvittaessa siinä sovittaisiin henkilökohtaisesta tapaamisesta, mikäli sille olisi tarvetta. Ymmärsimme, että sähköpostin käytössä tulee olla ajoissa liikkeellä, sillä yritykset saavat suuren määrän sähköpostia päivittäin ja vaara oman sähköpostin katoamiselle on suuri. Haastatteluja sovittaessa huomasimme tämän ongelman, sillä joskus yritykset eivät vastanneet ollenkaan, koska meidän viestimme oli hukkunut muiden sekaan. Tähän ratkaisuna oli laittaa useampia viestejä tai soittaa.

6. Mitä teidän mielestänne Oiva-Akatemian tulisi tehdä tunnettuuden lisäämiseksi?

Halpa-Halli, toimitusjohtaja Janne Ylinen

Saamalla asiaansa esille mm. kehittämissyhtiöiden, kuten Kosekin kautta, sekä olemalla aktiivinen yrittäjäjärjestöjen suuntaan, sekä Kauppakamariin. Nämä toimijat välittävät varsin laadukkaasti tietoa yrityksille.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry, aluejohtaja Petri Harsunen

Oiva-Akatemian tunnettavuuden lisäämiseksi Oivan tulisi tehdä aloite henkilökohtaisiin tapaamisiin. Yritysten olisi hyvä saada enemmän tietoa Oiva-Akatemiasta sähköisessä muodossa. Mieleen tulee myös nykypäivänä paljon puhuttu sosiaalinen media. Oivan olisi ehdottomasti hyvä tehdä omat www-sivut ja kenties profiili

Facebook-sivustolle, jossa on selvästi esillä yhteystiedot, aiemmat projektit ja ajan-kohtaiset tapahtumat/tiedotteet. Mielestäni Oiva-Akatemia vaikuttaisi myös yhtenäisemmältä, jos nimeen osattaisiin yhdistää selkeä, yksi logo.

Kokkolan kaupunki, kehitysjohtaja Jonne Sandberg

Oiva-Akatemian tunnettuuden lisäämiseksi tulevaisuudessa kannattaa muistaa hyödyntää Kokkolanseudun kehitys Oy:tä eli Kosekia, pyrkiä verkostoitumaan ja muistaa sosiaalisen median teho nykypäivänä. Kosekin kanssa olisi erittäin tärkeää jatkaa yhteistyötä ja panostaa siihen, sillä se on tärkeä lähde uusien yritysten tavoittamiseen. Kuten aiemmin mainittu verkostoituminen, olisi tärkeää, että Oiva-Akatemialaiset osallistuisivat entistä enemmän messuihin ja muihin tapahtumiin. Ihmettelin suuresti, ettei teillä ole www-sivuja eikä Facebook-sivua.

LähiTapiola, osastopäällikkö Jenni Mäkitalo

Oiva-Akatemian tulisi tehdä jonkin muotoinen katalogi ja nettisivut, joissa molemmissa olisi tietoa Oiva-Akatemiasta, asiakasreferenssejä ja selkeät yhteystiedot. Katalogia voisi myös käyttää hyvänä apuna henkilökohtaisissa tapaamisissa. Nykyään järjestetään paljon promotilaisuuksia ja täsmämarkkinointia, joka toimisi varmasti myös Oiva-Akatemialle.

Kuudes kysymys oli sama vanhoille- ja mahdollisille uusille yhteistyökumppaneille. Huomasimme kuitenkin, että uusilla yrityksillä oli myös muita ideoita tunnettuuden lisäämiseksi. Oiva-Akatemiaa kehoitettiin olemaan aktiivisesti yhteydessä erilaisten kehittämissyhtiöiden, kuten Kosekin kanssa, jonka kautta verkostoituminen olisi helppompaa. Vastauksissa nousi esille Oiva-Akatemian oma-aloitteisuuden tärkeys, jossa oivalaisten tulisi itse tehdä aloite esimerkiksi henkilökohtaisiin tapaamisiin. Yksi yrityksistä mainitsi myös täsmämarkkinoinnin, jossa Oiva-Akatemialaiset markkinoisivat tarkoin valituille osapuolille toimintaansa. Lisäksi korostettiin netti-sivujen ja sosiaalisenmedian merkitystä, kuten vanhojen yhteistyökumppaneiden vastauksissa.

6.3 Yhteenveto vastauksista

Suurimmalle osalle haastateltavista Oiva-Akatemia ja sen toiminta oli jo ennestään tuttua. Haastateltavat yhdistivät Oiva-Akatemian Centria-ammattikorkeakouluun, tiimiopintoihin ja paikaksi, jossa tehdään asioita käytännössä. Tutkimuksessa selvisi monia eri väyliä, joiden kautta Oivasta oli kuultu. Osa on tuntenut Oiva-Akatemian toiminnan sen perustamisesta asti, kun taas muita oli lähestytty myöhemmin oiva-laisten toimesta tai he olivat tehneet yhteistyötä Centria-ammattikorkeakoulun kanssa. Yrityksien kanssa oli tehty monenlaista yhteistyötä vuosien varrella ja siihen oltiin oltu tyytyväisiä. Yhteistyön tuloksissa ei myöskään ollut moitittavaa. Mahdolliset uudet yhteistyökumppanit olivat erittäin kiinnostuneita Oiva-Akatemian toiminnasta ja halusivat mielellään kuulla siitä lisää. Osa uusista yhteistyökumppaneista kuvaili mahdollisia yhteistyöprojekteja.

Yhteistyön parantamiseksi vain muutamalla yrityksellä oli kehittämissideoita. Yritykset kertoivat, että kommunikaation tulisi olla parempaa ja jatkuvaa. Yhteistyöprojektit tulisi aloittaa hyvissä ajoin ja niiden tulisi olla hyvin aikataulutettuja. Tunnettuuden lisäämiseksi yritykset antoivat samankaltaisia, mutta tärkeitä kehitysideoita. Moni yritys mainitsi Internetin tärkeyden nykypäivän markkinoinnissa. Esille nousivat Oiva-Akatemian omat kotisivut ja sosiaalisen median merkitys. Infopakettien tekemisen mainitsi moni yritys. Infopaketti kattaisi keskeisimmät tiedot Oiva-Akatemiasta ja sisältäisi myös mahdollisia asiakasreferenssejä, eli informaatiota siitä mitä on tehty, kenen kanssa ja milloin.

7 POHDINTA

Toteutimme keväällä 2015 haastattelututkimuksen, jossa tutkimme Oiva-Akatemian tunnettuutta. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia keinoja tunnettuuden lisäämiseksi. Opinnäytetyössä selvitimme, kuinka tunnettu Oiva-Akatemia on, mitä kautta siitä on kuultu, oltaisiinko sen toiminnasta kiinnostuneita, sekä haimme kehitysideoita tunnettuuden lisäämiseksi yritysten näkökulmasta. Tarkoituksena oli alusta asti tehdä hyvä opinnäytetyö, jota tulevat Oiva-Akatemian opiskelijat ja Centria-ammattikorkeakoulu voisivat hyödyntää.

Olimme tyytyväisiä tutkimuksen osallistujiin ja heidän antamiinsa ideoihin Oiva-Akatemian tunnettuuden parantamiseksi. Olimme positiivisesti yllättyneitä, että monet yritykset olivat aidosti kiinnostuneita Oiva-Akatemiasta ja halusivat auttaa kehittämään sen toimintaa. Osaa tuloksissa ilmenneistä kehitysideoista oli mietitty jo aikaisemmin Oivan toiminnassa, mutta niitä ei oltu kuitenkaan koettu niin tärkeiksi, että niitä olisi toteutettu. Toivomme, että tulevat Oiva-Akatemian opiskelijat lukevat työmme ja saavat siitä ideoita toimintansa kehittämiseen tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin 2015 keväällä. Päätimme tehdä opinnäytetyön parityönä, koska olemme molemmat opiskelleet Oiva-Akatemiassa ja tiimissä työskentely on meille luontevaa. Meidän molempien tavoitteena oli tehdä sellainen työ jolla olisi merkitystä esimerkiksi tulevien opiskelijoiden keskuudessa. Keväällä saimme sovittua kaikki haastattelut, joiden suorittamisen jälkeen dokumentoimme ne. Kiireisen kesän jälkeen aloimme kirjoittamaan teoriaosuutta, joka kesti suhteellisen kauan. Olimme varautuneet tähän, sillä pidimme heikkoutenamme tiedonhakuja ja sen pohjalta kirjoittamista. Tiedonkeruuta helpotti kuitenkin alussa tehty selkeä sisällysluettelo. Sisällysluettelo selkeytti opinnäytetyön tekemistä ja sen avulla työtä oli helpompi jakaa osiin. Teorian jälkeen kokosimme yhteenvedot haastattelutuloksista ja omista ajatuksistamme.

Parityönä opinnäytetyön tekeminen oli meille oikea vaihtoehto. Olimme vakuuttuneita siitä, että saamme työn tehtyä ja parityöskentely toisi opinnäytetyöhön enemmän ulottuvuutta, sillä silmä- ja korvapareja oli enemmän kuin yksi ja asiat käsiteltiin

aina kahden eri ihmisen näkökulmasta. Vaikka olemme olleet kaksi vuotta samalla luokalla, emme tunteneet toisiamme ennen Oiva-Akatemian opiskeluita. Nopean ystäväystymisen, saman huumorintajun ja tavoitteiden vuoksi uskalsimme ottaa yhteisen työn ja emme ole katuneet sitä.

Ainoa huono asia parityöskentelyssä meidän kokemuksemme mukaan on sen vaikutus aikatauluun. Meistä toinen kävi koko opinnäytetyön teon ajan vakituisessa työssä ja toisella ei ollut juurikaan muuta kuin koulunkäyntiä. Uskomme, että jollain tavalla tämä vaikutti opinnäytetyömme pitkittymiseen, vaikka aikataulussa silti pysyimme. Pidimme kuitenkin kiinni siitä, että molemmat tekivät työtä tasapuolisesti. Ajankäyttöön vaikuttivat myös pitkittyneet kahvipaussit ja eilisillan juorut. Olemme molemmat kovia puhumaan, joten usein huomasimme yhteisen, tarkkaan lasketun ajan kuluneen liiankin nopeasti.

Jos nyt saisimme tehdä opinnäytetyömme uudelleen, tekisimme muutamat asiat toisella tavalla. Haastattelukysymyksien dokumentoinnissa olisimme käyttäneet toisenlaista menetelmää, kuten haastatteluiden nauhoittamista. Nauhoittaminen olisi tuonut lisää luotettavuutta tuloksiin ja niiden tulkinta olisi ollut helpompaa. Jokapäiväinen kirjoittaminen olisi keventänyt stressin määrää, sillä nykyisellä menetelmällä asetimme yhdelle päivälle viikossa niin sanotusti koko viikon työt. Kirjoittamisessa aliarvioimme koululta saatavaa tukea, emmekä käyttäneet sitä mielestämme niin paljon kuin olisi pitänyt. Työn lähestyessä loppua totesimme, että nykyisten ja vanhojen Oivalaisten haastattelut olisivat tuoneet työlle lisäarvoa ja erilaisia näkökulmia. Huomasimme, että parityöskentelyssä ideoita tulee jatkuvasti ja niiden muistaminen saattaa olla vaikeaa, joten ideoita olisi kätevä esimerkiksi äänittää kännykällä.

Koska opinnäytetyön tekeminen ei koskaan ole täysin mutkatonta, haluamme koota tähän vinkkejä tuleville opinnäytetyön tekijöille. Ensimmäisenä vinkkinä neuvomme, että opinnäytetyön tekeminen kannattaa aloittaa hyvissä ajoin. Tämä sama neuvo pätee myös muihin koulussa suoritettaviin tehtäviin, mutta totesimme työtä tehdessä, että opinnäytetyö on hyvin laaja-alainen eikä sitä voi tehdä hetkessä valmiiksi. Joten vaikka kirjoittaisit vain pari lausetta päivässä, on sekin enemmän kuin ei mitään. Toisena vinkkinä liittyen edelliseen, on opinnäytetyön aikatauluttaminen.

Meitä auttoi suuresti sisällysluettelon tekeminen heti alussa, jota aloimme käymään sitten järjestyksessä lävitse. Jos kyseessä on parityönä tehty opinnäytetyö, yhteisen ajan löytäminen voi olla ongelmallista. Siihen auttaa myös suunnittelun ja kirjoittamisen aikatauluttaminen etukäteen. On kuitenkin muistettava, että välipäivät ovat suotavia ja ne olisi myös hyvä laittaa aikatauluun.

Kolmantena vinkkinä haluamme korostaa opettajilta saadun avun merkitystä. Opinnäytetyön tekijöiden on hyvä tarkistuttaa tekstiään opettajilla säännöllisesti ja myös pyytää apua ja kommentteja tekstiin. Neljäntenä vinkkinä voimme kokemuksen pohjalta neuvoa, että opinnäytetyö tulisi tallentaa useampaan paikkaan, esimerkiksi muistitikuille ja sähköpostiin. Viimeisenä vinkkinä neuvomme tulevia opinnäytetyön tekijöitä kohtaamaan haasteet avoimin mielin. Muistakaa dokumentoinnin tärkeys koko opinnäytetyön ajan. Joskus parhaat ideat voivat tulla kesken ruokailun ja ideat on kirjattava nopeasti ylös, esimerkiksi pizzalaatikon kanteen (LIITE 1).

LÄHTEET

Ammattikorkeakouluopinnot. 2015. Opiskele ammattikorkeakoulussa!. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.ammattikorkeakouluopinnot.fi/Ammattikorkeakoulu_vaeylae_menestykseen_d2922.html. Viitattu 25.8.2015.

CB City Kokkola ry. 2015. City Kokkola ry:n päätehtävät. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.citykokkola.fi/390243073>. Viitattu 8.5.2015.

Centria-ammattikorkeakoulu. 2015a. Tietoa ammattikorkeakoulusta. Paikkakunnat ja kampukset. Www-dokumentti. Saatavissa <http://web.centria.fi/Page.aspx?id=662&p1=44&p2=662>. Viitattu 20.10.2015.

Centria-ammattikorkeakoulu. 2015b. Tietoa ammattikorkeakoulusta. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://web.centria.fi/Page.aspx?id=44&p1=44&p2=44>. Viitattu 21.10.2015.

Centria-ammattikorkeakoulu. 2015c. Tietoa ammattikorkeakoulusta. Centria International. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://web.centria.fi/Page.aspx?id=741&p1=44&p2=741>. Viitattu 25.08.2015

Centria-ammattikorkeakoulu. 2015d. Opiskelijalle. Opiskelijan polku. Opiskelu Centria-ammattikorkeakoulussa. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://optima.discendum.com/learning/id652/bin/user?rand=33822>. Viitattu 22.10.2015.

Centria-ammattikorkeakoulu. 2015e. Koulutustarjonta. Päivätoteutus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://hakeminen.centria.fi/Haeammattikorkeakouluun.aspx?id=21&p1=21&p2=21&menu=1&l=1>. Viitattu 21.10.2015

Centria-ammattikorkeakoulu. 2015f. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://web.centria.fi/>. Viitattu 25.6.2015.

Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunta Copsa. 2015. Centria-ammattikorkeakoulun opiskelijakunnan toiminta. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.copsa.fi/>. Viitattu 25.6.2015.

Hakijan opas. 2015. Centria-ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Viitattu: 25.9.2015

Halpa-Halli. 2015. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.hhnet.fi/HHnet.aspx?id=85&p1=84&p2=84>. Viitattu 26.6.2015.

Heikkiä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9., uudistettu painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Ind, N, Fuller C & Trevail, C. 2012. Brand together. How co-creation generates innovation and re-energizes brands. Intia: Replika Press Pvt Ltd

Kerttuvali.2014. Centria-ammattikorkeakoulun vetovoima suurin kahteenkymmeneen vuoteen. KOULUTUSUUTISET. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://liitutaulu.mediaparkki.com/?p=924>. Viitattu 20.10.2015.

Keski-Pohjanmaan aikuisopisto. 2009. Suomen koulutusjärjestelmä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://viestinta2.kpakk.fi/treenataan/index.php?page=opiskelukokkolassa>. Viitattu: 5.11.2015.

Keski-Pohjanmaan Liikunta ry. 2015. Kepli pähkinänkuoressa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kepli.fi/kepli-ry/>. Viitattu 26.6.2015.

Kokkolan kaupunki. 2015. Kokkola-tietoa. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.kokkola.fi/kokkola_tietoa/fi_FI/etusivu/. Muutettu 2.6.2015. Viitattu 25.6.2015.

KOSEK Kokkolanseudun kehitys Oy. 2014. Oiva-Akatemiassa opitaan työelämätaitoja ja yrittäjyyttä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kosek.fi/Kuukaudenyritys.aspx?kyid=1601>. Viitattu 30.9.2015.

KOSEK Kokkolanseudun kehitys Oy. KOSEKin tehtävät. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kosek.fi/Kosek.aspx?id=22&p1=2&p2=22>. Viitattu 7.5.2015.

Lentopalloseura Kokkolan Tiikerit. 2015. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kokkolantiikerit.fi/seura/1529/info>. Viitattu 7.5.2015.

Laakso, H. 2004. Brändit kilpailuetuna. 6 painos. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Laaksonen S & Rainisto S. 2008. Brändin tarina. Tampere: Yliopistopaino Oy.

Lindberg-Repo, K. 2005. Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus. Miten johtaa brändin arvoprosesseja. Juva: Ws Bookwell Oy.

LähiTapiola. 2015. LähiTapiola Pohjanmaa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lahitapiola.fi/tietoa-lahitapiolasta/yhtiot/pohjanmaa>. Viitattu 29.4.2015.

Nummenmaa, L, Holopainen, M & Pulkkinen, P. 2014. Tilastollisten menetelmien perusteet. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Opetushallitus. 2015a. Esiopetus. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.oph.fi/koulutus_ja_tutkinnot/esiopetus. Viitattu 21.10.2015.

Opetushallitus.2015b. Perusopetus. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.oph.fi/koulutus_ja_tutkinnot/perusopetus. Viitattu 21.10.2015.

Opetushallitus. 2015c. Ammattikorkeakoulut. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.oph.fi/koulutus_ja_tutkinnot/ammattikorkeakoulut_ja_yliopistot/ammattikorkeakoulut. Viitattu 25.8.2015.

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2015a. Koulutusjärjestelmä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/koulutusjaerjestelmae/?lang=fi>. Viitattu 21.10.2015.

Opintopolku. 2015. Yliopistotutkintojen rakenne. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://opintopolku.fi/wp/yliopisto/yliopistotutkintojen-rakenne/>. Viitattu 25.8.2015

Osuuskauppa KPO. 2015. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/kpo/etusivu>. Viitattu 26.6.2015.

Partanen, J. TIIMIYRITTÄJYYS leviää Jyväskylästä maailmalle. Johdon & hallinnon ammattilehti. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.pellervo.fi/otlehti/ot3_11-/2o-t3_11.htm. Viitattu 30.9.2015.

Soininen, M. 1995. Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Turku: Painosalama Oy.

TAT Taloudellinen tiedotustoimisto. 2015. Yrityskylä. Mikä Yrityskylä? Www-dokumentti. Saatavissa: <http://yrityskylä.fi/mika-yrityskylä/>. Muutettu 9.6.2015. Viitattu 7.5.2015.

Tiimiakatemia. 2015. Historia. Tiimiakatemia–pedagogisesta ideasta koulutuksen laatuyksiköksi. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tiimiakatemia.fi/fi/info/historia/>. Viitattu 16.10.2015

Vaasan läänin Maanpuolustusyhdistys.2015. Tervehdyssanat, Vaasan läänin Maanpuolustusyhdistys ry 50 vuotta 18.4.2015. Vaasa.

Yle. 2015. Ensimmäinen koulu ja suomenkielinen aapinen. Oppiminen. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://oppiminen.yle.fi/suomen-historia/koulun-historiaa/ensimmainen-koulu-aapinen>. Viitattu 23.10.2015.

Öhman, P. 2009. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Oppivelvollisuuslaki 1921: Kaikki koulun penkille. Verkkolehti. Saatavissa: http://www.minedu.fi/etusivu/arkisto/2009/0511/koulun_penkille.html. Viitattu 20.10.2015.

- I
1. Nettisivut - InAopaketti - Some LIITE 1
 2. Aktiivisuus
 - verkostoituminen
 - yhteydenotto
 - ~~_____~~
 3. Osallistamalla tapahtumin

II HAASTATELU
 Meidän oppari - AIKATAULUTUS

Uusia yhtiösi pros and cons
 enemmän

- + 0 tettiin yht. n. 5in
- + 2 haastattelijaa
 - haastattelijan dokumentointi
 - kiguri
- Haastattelun teko
- aikataulutusta parempi
- nauhoitus...
- * enemmän haastateltavia
- esim. Oivalaiset

III Me

- Aikataulutusta
 - toisen toisissa
- Taakka jaettu kahdelle
- kaksi näkökulmaa
- Samat tavoitteet
 - valmistuminen

HAASTATTELUKYSYMYKSET

Vanhat yhteistyökumppanit

1. Mikä teidän mielestänne on Oiva-akatemia?
2. Mistä kuulitte Oiva-akatemian?
3. Millaista yhteistyötä teitte Oiva-Akatemian kanssa?
4. Miten yhteistyö sujui?
5. Olitteko antamanne toimeksiannon tuloksiin tyytyväisiä?
6. Jos ette, niin mitä olisi pitänyt korjata/kehittää?
7. Olisiko Teillä kehittämisideoita tunnettuuden lisäämiseksi/yhteistyön parantamiseksi?

Mahdolliset uudet yhteistyökumppanit

1. Onko Oiva-akatemia tuttu?
2. Jos ei ole tuttu, niin haluaisitteko saada tietoa Oiva-akatemian?
3. Olisiko Teidän yrityksellänne tarvetta tämän kaltaiselle yhteistyölle?
4. Miten haette uusia yhteistyökumppaneita?
5. Mikä olisi paras tapa ottaa Teihin yhteyttä?
6. Mitä Teidän mielestänne Oiva-akatemian tulisi tehdä tunnettuuden lisäämiseksi?