

Annika Mäkipernaa

**Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imago ja
tunnettuus sidosryhmien keskuudessa**

Opinnäytetyö

Kevät 2011

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalalan yksikkö

Pienen ja keskisuuren yritystoiminnan liikkeenjohdon koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: Pienen ja keskisuuren yritystoiminnan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto:

Tekijä: Mäkipernaa, Annika

Työn nimi: Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imago ja tunnettuus sidosryhmien keskuudessa

Ohjaaja: Viljamaa, Anmari

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 73

Liitteiden lukumäärä: 8

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagoa sen sidosryhmien silmissä. Lisäksi tavoitteena oli saada tietoa siitä, miten hyvin Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu tunnetaan ja mistä tieto Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta saadaan. Tutkimuksessa oli mukana Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun kaksi toimipistettä; Kauhavan toimipiste ja Järviseudun toimipiste. Kauhavan toimipistettä koskevat kysymykset kohdennettiin sen sidosryhmille Kauhavan alueelle ja Järviseudun toimipistettä koskevat kysymykset kohdennettiin sen sidosryhmille Järviseudun alueelle. Näiden kahden toimipisteen imagoa ja tunnettuutta verrataan myös toisiinsa.

Imagon kehittäminen on Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululle tärkeää. Imagotutkimus antaakin hyödyllistä tietoa Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululle jatkokehityksen tueksi. Vastaavaa tutkimusta ei ole toimeksiantajalle tehty. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään läpi imagoa terminä.

Imagon alakäsitteitä, kuten mainetta ja brändiä, käsitellään myös teoriaosuudessa. Opinnäytetyön empiirinen osuus koostuu Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululle tehdystä kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Tutkimus suoritettiin sähköpostikyselynä. Sähköpostitse lähetetyssä saatekirjeessä oli linkki Webropol -ohjelman kyselyyn. Vastausaika oli noin viikko. Vastauksia saatiin yhteensä 215, joista Kauhavan maakuntakorkeakoulun imagoa koskevaan kyselyyn vastanneita oli 73 ja Järviseudun maakuntakorkeakoulun imagoa koskevaan kyselyyn vastanneita oli 142.

Tutkimuksen tulokset osoittavat Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagon olevan hyvä, mutta tunnettuus on joko huonoa tai kohtuullista. Mielikuvat perustuvat suurimmaksi osaksi lehdestä tai tutulta saatuun tietoon.

Avainsanat: imago, maine, tunnettuus, kvantitatiivinen tutkimus

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business School

Degree programme: SME Business Management

Specialisation:

Author/s: Mäkipernaa, Annika

Title of thesis: Image and awareness of the Provincial University of South Ostrobothnia among interest groups

Supervisor(s): Viljamaa, Anmari

Year: 2011

Number of pages: 73

Number of appendices: 8

The purpose of this thesis was to study the image of the Provincial University of South Ostrobothnia as it is seen by its interest groups. A further aim of this thesis was to gather information about how well the Provincial University of South Ostrobothnia is known and where the information of the Provincial University of South Ostrobothnia is gotten from. The research included two units of the University of South Ostrobothnia; one is located in Kauhava and the other is located in Järviseuutu. The poll of Kauhava unit was targeted to its interest groups in Kauhava and the poll of Järviseuutu unit was targeted to its interest groups in Järviseuutu. The research results of the two units are compared with each other.

Improving the image is important for The Provincial University of South Ostrobothnia. Therefore the image study gives beneficial information about the Provincial University of South Ostrobothnia to support its development in the future. Comparative research has never before been performed for the Provincial University of South Ostrobothnia. In the theoretical part of this thesis the concept of image is presented and discussed in detail.

Furthermore related terms like reputation and brand are also reviewed in the theoretical part. The empirical part consists of a quantitative image research made for the Provincial University of South Ostrobothnia. The poll was distributed via e-mail. The cover letter sent via e-mail included a link to the poll at the Webropol. The response time was approximately a week. Together 215 responds were received: 73 from Kauhava and 142 from Järviseuutu.

The results of this research are indicating that the image of the Provincial University of South Ostrobothnia is positive but the awareness of it is either low or moderate. The image is strongly influenced by the information gotten from a newspaper or some other person.

Keywords: image, reputation, awareness, quantitative research

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	5
JOHDANTO	8
1.1 Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun esittely	8
1.2 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet	10
2 IMAGON KÄSITE JA MERKITYS.....	12
2.1 Maine	14
2.2 Brändi.....	15
2.3 Tavoitemielikuva	17
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	18
3.1 Joukon rajaus.....	19
3.2 Tutkimuslomakkeen muotoutuminen ja tutkimuksen kulku	20
3.3 Tutkimuksen luotettavuus	23
3.4 Tutkimuksen rahoitus	24
4 TUTKIMUSTULOKSET	25
4.1 Vastaaajien taustatekijät	25
4.2 Imago ja tunnettuus vastaajien näkökulmasta	30
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	52
LÄHTEET.....	54
LIITTEET.....	56

Kuvio- ja taulukkoluetelo

KUVIO 1. Mielikuvan muodostumisen vaiheet (Rope 2000, 181.)	13
KUVIO 2. Brändin rakentamisen osa-alueet (Aaker & Joachimsthaler 2000, 373).	16
KUVIO 3. Kyselyn vastaanottajat	20
KUVIO 4 Sukupuoli, Kauhava	25
KUVIO 5 Sukupuoli, Järviseu tu	25
KUVIO 6 Vastaajien ikä, Kauhava	26
KUVIO 7 Vastaajien ikä, Järviseu tu	26
KUVIO 8 Vastaajien ikä, yhteensä	27
KUVIO 9 Kauhavan kyselyyn vastanneiden omakohtaiset kokemukset opiskelusta maakuntakorkeakoulussa	28
KUVIO 10 Järviseu du n kyselyyn vastanneiden omakohtaiset kokemukset opiskelusta maakuntakorkeakoulussa	29
KUVIO 11 Kauhavan kyselyyn vastanneiden tämän hetkinen elämäntilanne	30
KUVIO 12 Järviseu du n kyselyyn vastanneiden tämän hetkinen elämäntilanne	30
KUVIO 13 Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus Kauhavan kyselyyn vastanneiden keskuudessa.....	31
KUVIO 14 Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tällä hetkellä tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla	32
KUVIO 15 Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana	32
KUVIO 16 Järviseu du n maakuntakorkeakoulun tunnettuus Järviseu du n kyselyyn vastanneiden keskuudessa.....	32
KUVIO 17 Järviseu du n maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tällä hetkellä tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä.....	32
KUVIO 18 Järviseu du n maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana	33
KUVIO 19 Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tunnettuus kaikkien vastanneiden keskuudessa yhteensä	33
KUVIO 20 Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyys	34

KUVIO 21 Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla	34
KUVIO 22 Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana	35
KUVIO 23. Järvisseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyys	35
KUVIO 24. Järvisseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä	36
KUVIO 25. Järvisseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana	36
KUVIO 26. Vastaajien käyttämät Kauhavan maakuntakorkeakoulun palvelut	37
KUVIO 27. Vastaajien käyttämät Järvisseudun maakuntakorkeakoulun palvelut ...	38
KUVIO 28. Mistä tieto Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on saatu	39
KUVIO 29. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla	40
KUVIO 30. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana	40
KUVIO 31. Mistä tieto Järvisseudun maakuntakorkeakoulusta on saatu	41
KUVIO 32. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Järvisseudun maakuntakorkeakoulusta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä	42
KUVIO 33. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Järvisseudun maakuntakorkeakoulusta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana	42
KUVIO 34. Mistä lehdestä tieto Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on saatu	43
KUVIO 35. Mistä lehdestä tieto Järvisseudun maakuntakorkeakoulusta on saatu .	44
KUVIO 37. Käsitykset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta	46
KUVIO 40. Käsitykset Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta	49

TAULUKKO 1. Aikataulu viikon tarkkuudella.....	24
TAULUKKO 2. Käsitykset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta.....	46
TAULUKKO 3. Käsitykset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla.....	48
TAULUKKO 4. Käsitykset Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta.....	49
TAULUKKO 5. Käsitykset Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä.....	51
TAULUKKO 6. Vastaajien kotipaikkakuntien postinumerot.....	1(2)

JOHDANTO

Kuten muillakin organisaatioilla, myös kouluilla on tarve kehittää imagoaan, tunnettuuttaan ja brändiään. Hyvä imago kertoo siitä, että toiminta on onnistunutta ja alueella otetaan organisaatio hyvin vastaan.

Mielikuvilla on suurempi vaikutus käyttäytymiseemme kuin osaamme itse ajatellakaan. Uuden mielikuvan luominen on helppoa. Itse asiassa organisaatio luo jatkuvasti jonkinlaisia mielikuvia tahtomattaankin, olivatpa ne sitten hyviä tai huonoja. Viestinnällä voidaan vaikuttaa siihen, minkälaisen imagon organisaatio itselleen luo. Jos vastaanottaja on luonut itselleen jo vahvan mielikuvan organisaatiosta, siihen on vaikeampaa vaikuttaa kuin uuden mielikuvan luomiseen. (Pulkkinen 2003, 107.)

Opinnäytetyössä käsitellään imagoa ja sen merkitystä Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun kahdelle yksikölle. Teoriaosuudessa syvennyttään imagon käsitteeseen lähdeaineistoon perustuen. Myös imagon lähikäsitteitä käydään läpi. Tutkimuksen tulokset kuvaavat Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagon ja tunnettuuden tämänhetkistä tilannetta sen sidosryhmien keskuudessa.

1.1 Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun esittely

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu on verkostoihin perustuva yhteistyötaho, joka järjestää alueen tarpeista lähtevää koulutusta ja TKI-toimintaa joustavasti ja lähellä tarvitsijoita. Maakuntakorkeakoulu kokoaa erilaiset korkeakoulujen räätälöidyt koulutus-, tutkimus- kehittämis- ja muut palvelutoimenpiteet saman konseptin alle. Maakuntakorkeakoulu on seudullisten ja maakunnallisten toimijoiden sekä korkeakoulujen välinen uutta luova vuorovaikutus- ja yhteistyöelin. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu ei itse myönnä esimerkiksi tutkintoja, vaan on enemmänkin yhteistyötaho, joka kokoaa ja kartoittaa alueen tarpeita ja pyrkii myös vastaamaan niihin. (Vistiaho 2011.)

Tällä hetkellä Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun toiminta sijoittuu Alajärvelle ja Kauhavalle. Alajärvellä sijaitsevaa maakuntakorkeakoulun yksikköä

kutsutaan Järviseudun maakuntakorkeakouluksi. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tavoitteena on vahvistaa maakunnan yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen palvelu- ja opetustarjontaa. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tarjoamiin palveluihin kuuluu alueen ja aikuisten korkeakoulutuksen koulutustarpeiden selvittäminen, yritysten koulutus- ja kehittämistarpeiden kartoittaminen, aikuisten ja nuorten tarpeisiin yhteisesti räätälöity avoin yliopisto- ja ammattikorkeakouluopetus, opinto-ohjauksen palvelut nuorille ja aikuisille, täydennyskoulutus ja yrityksille suunnatut räätälöidyt koulutus- ja kehittämispalvelut, opiskelijoiden rekrytointi alueen yrityksiin harjoittelijoiksi ja opinnäytetöiden tekijöiksi ja sitä kautta sitouttaminen alueen kehittämiseen, sekä tutkimus- ja kehittämistoiminta. Toiminnan lähtökohtana on alueiden elinkeinoelämän tarpeisiin vastaaminen ja tulevaisuuden ennakointi. (Muurimäki 2011.)

Maakuntakorkeakoulun toiminta alkoi Järviseudulla 1.9.2005 (Kauhavan kaupunki [viitattu 26.4.2011]) ja se on vakiinnuttanut paikkansa paikallisessa kehitystoiminnassa. Järviseudun maakuntakorkeakoulu on mukana myös Etelä-Pohjanmaan Järvialueen osaamisverkoston KOKO:n ohjausryhmässä ja esimerkiksi ALUINNO-hankkeessa. Maakuntakorkeakoulu toimii Järviseudun yrityspalveluverkostotoimijoissa. Lisäksi maakuntakorkeakoulu on ollut mukana työryhmässä, joka on valmistellut Järvi-Pohjanmaan viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa. (Seamk & Etelä-Pohjanmaan liitto 2010, 1-2.)

Kauhavalla maakuntakorkeakoulun toiminta alkoi vuonna 2010. Korkeakouluyksiköiden ja seutukunnan yhteistyö on toiminnan pohjana. Hyvät kokemukset Järviseudulla alkaneesta toiminnasta ovat kannustaneet myös Kauhavalla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun toimintaa. (Kauhavan kaupunki [viitattu 26.4.2011].) Imagon ja tunnettuuden kehittäminen on vielä erittäin alkuvaiheessa. Näkyvyyttä maakuntakorkeakoulu saa kuitenkin esimerkiksi tilaisuuksista, joita järjestetään yhteisissä tilaisuuksissa Järvilakeuden kansalaisopiston kanssa. (Seamk & Etelä-Pohjanmaan liitto 2010, 16.) Yhteistoiminta alueen yritysten kanssa on tärkeää. Siksi yhteistoimintaa pyritään kehittämään ja jatkamaan. Kauhavalla yhteistyö myös Yrittäjäopiston ja Kauhavan

kaupungin kanssa on tärkeää. Yrittäjäopistolta ja kaupungilta vuokrataan toimitiloja aina lähiopetuspäivien ajaksi. (Seamk & Etelä-Pohjanmaan liitto 2010, 17.)

Kauhavan ja Alajärven toimipisteiden yhteismarkkinointia on toteutettu medioissa ja erilaisissa tilaisuuksissa. Yhteismainos on ollut esimerkiksi Järvilakeuden kansalaisopiston kurssijakelussa. Ilkassa yhteismainontaa on toteutettu Ressu-verkoston kanssa. Alajärven ja Kauhavan toimipisteiden toiminnasta on ollut Ilkka-lehden lisäksi kirjoituksia myös Komiati-lehdessä ja Pohjalaisessa sen jälkeen, kun tiedotustilaisuus pidettiin marraskuussa 2010. Kirjoitukset koskivat lähinnä Kauhavalla ja Alajärvellä alkavaa insinöörikoulutusta. (Seamk & Etelä-Pohjanmaan liitto 2010, 16.)

Yleisesti ottaen maakuntakorkeakoulut ympäri Suomen ovat onnistuneet vakiinnuttamaan paikkansa TKI-toiminnan ja korkeakouluopetuksen tuojina omille seutukunnilleen. Maakuntakorkeakouluja voidaan kuvata myös oppimislaboratorioina, jotka pilotoivat uusia oppimismenetelmiä. Koulutusta ja innovointiprosesseja on integroitu esimerkiksi opiskelijoiden paikallisiin yrityksiin tehtävillä kehittämistehtävillä. Tulevaisuuden haasteina maakuntakorkeakoulujen toiminnalle ovat tietoisuuden lisääminen, toiminnan ja resurssien vakiinnuttaminen ja maakuntakorkeakoulujen aseman selkiyttäminen. Yritysten tarpeet koulutukseen ja kehittämiseen saattavat muuttua nopeasti. Jotta yritysten tarpeisiin voidaan vastata, palvelut on suunniteltava yhä työelämälähtöisemmiksi. (Seamk & Etelä-Pohjanmaan liitto 2010, 2.)

1.2 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet

Tutkimusongelmana on Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun kahden eri yksikön imagon ja tunnettuuden selvittäminen sen sidosryhmien keskuudessa. Tutkimuksella halutaan saada vastauksia mm. seuraaviin kysymyksiin:

- Miten hyvin Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun kolme yksikköä tunnetaan?
- Mitä kautta todennäköisimmin tieto saadaan maakuntakorkeakoulusta?
- Minkälaisena Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu nähdään?

- Miten kiinnostavana, monipuolisena, arvostettuna, kehittymiskykyisenä, joustavana, laadukkaana ja alueen tarpeet huomioonottavana maakuntakorkeakoulu Kauhavalla ja Järviseudulla nähdään?
- Mihin mielikuvat perustuvat?

Tavoitteena on hankkia poikkileikkaustietoa maakuntakorkeakoulun tämän hetkisestä imagosta jatkokehityksen tueksi. Imagotutkimuksen avulla on tarkoitus saada tietoa siitä, miten hyvin Kauhavalla ja Järviseudulla sijaitsevat maakuntakorkeakoulut tunnetaan, mistä tieto maakuntakorkeakoulusta on saatu, vai onko tietoa maakuntakorkeakoulusta saatu ollenkaan ja minkälaisia käsityksiä maakuntakorkeakoulusta on. Tutkimustulosten perusteella Kauhavan- ja Järviseudun yksikön imagoa ja tunnettuutta voidaan myös verrata toisiinsa.

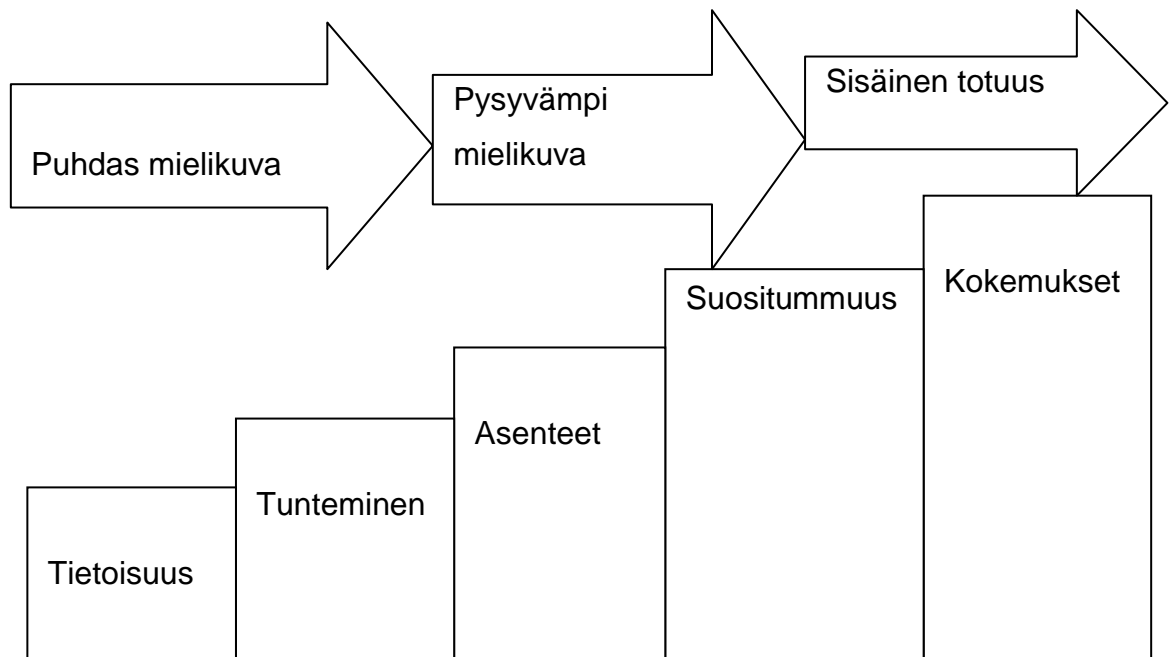
2 IMAGON KÄSITE JA MERKITYS

Imagolla on monia erilaisia määritelmiä ja alakäsitteitä. Karvosen (1999, 39) mukaan mielikuva voidaan yhdistää mielikuvitukseen eikä imagon tarvitse perustua todellisuuteen. Salin (2001, 48) määrittelee imagon yrityskuvana, joka muodostuu viestinnästä, yrityksen toiminnasta, muiden näkemyksistä ja kokemuksista. Rope (2000, 175) toteaa imagokysymyksiin seuraavaa:

Ainoa totuus, mikä meillä on, on mielikuvamme. Olemme siis illuusiokappaleita.

Imago on pysyvämpää kuin mielikuvat. Puhekielessä imagoa ei välttämättä erotella mielikuvista, vaan nämä kaksi käsitettä rinnastetaan toisiinsa. Markkinoinnissa puhutaan useammin mielikuvista kuin imagosta, eikä näillä kahdella termillä ole merkittäviä eroja. Imagolla voidaan vaikuttaa mielikuviiin ja mielikuvat muodostavat imagon. (Salin 2002, 47–48.)

Ropen (2000, 180-181) mukaan mielikuva muodostuu vaiheittain. Kuviosta 1 näkyy mielikuvan muodostumisen vaiheet. Ensimmäisessä vaiheessa yritys, organisaatio tai tuote tunnetaan vain nimeltä. Toisessa vaiheessa tunnettuus on hieman konkreettisempaa, jolloin organisaatiosta tai sen tarjoamista tuotteista tai palveluista on nähty esimerkiksi mainos. Siten tietoisuusvaihe on edennyt tuntemiseksi käsitysten muodostumisen kautta. Asennevaiheessa on jo positiivisia, neutraaleja tai negatiivisia asenteita organisaatiota kohtaan. Näin mielikuva on muuttunut pysyvämmäksi. Suositumusvaiheessa sidosryhmät ovat muodostaneet myönteisiä odotuksia organisaation toimintaa kohtaan, joiden perusteella organisaatio nähdään potentiaalisena vaihtoehtona. Kokemusvaiheessa mielikuva ja odotukset ovat kypsyneet sisäiseksi totuudeksi. (Rope 2000, 181–182.)



KUVIO 1. Mielikuvan muodostumisen vaiheet (Rope 2000, 181.)

Kokemusten kautta ihmisten mieliin piirtyvät mielikuvat ja aineettomuus ovat yhdistäviä tekijöitä imagolle ja mielikuville. Jos kuitenkin imago ja mielikuvat halutaan eritellä, voidaan sanoa, että mielikuvat ovat psykologisia tekijöitä, jotka muodostuvat viestin vastaanottajan tarpeista, kun taas imago viittaa enemmän viestinnälliseen puoleen. (Karvonen 1997, 32.)

Imago on riippuvainen niin lähettäjältä kuin vastaanottajastakin. Imago on vähintään kahden osapuolen kohtaamisen ja vuorovaikutuksen tulos. Imagossa on siis vahvasti kyse viestinnästä, joka muodostuu kuvan antamisesta sekä vastaanottamisesta. (Karvonen 1999, 39–40.) Imago liittyy mielikuviiin ja käsityksiin, joten imagolla ei ole merkitystä, jos ihmiset eivät usko siihen (Vuokko 2003, 101–102). Imagosta voidaan viestiä konkreettisesti esimerkiksi logolla tai abstraktisti tekemällä esimerkiksi hyväntekeväisyyttä (Ylikoski 2000, 138).

Hyvä imago vaikuttaa toimintaan välillisesti ja välittömästi. Hyvä imago vaikuttaa positiivisesti sidosryhmäsuhteiden hoitoon, organisaation henkilöstöpotentiaaliin ja toimii kuten vakuutus mahdollisen kielteisen julkisuusviestin sattuessa. Imago vaikuttaa myös siihen, miten sidosryhmät suhtautuvat organisaation tai yrityksen viestintään. Jos sidosryhmät suhtautuvat epäuskoisesti heille suunnattuun

viestintään, viestisisältö torjutaan. Pitkällä aikavälillä hyvä imago saattaa lisätä sidosryhmien oma-aloitteisuutta ja näin pienentää markkinointikustannuksia. (Rope 2000, 179–180.)

Imagossa korostuvat emotionaaliset ja rationaaliset tekijät. Emotionaaliseen puoleen sisältyvät esimerkiksi värit, inhimillisuus, vahvuus tai heikkous. Rationaalisessa puoleessa korostuvat enemmän ammattitaito, laatu, luotettavuus ja osaaminen. (Lotti 2001, 76.)

Imago merkitsee paljon, koska se vaikuttaa kaikkiin sidosryhmäsuhteisiin, yhteistyöhalukkuuteen ja yrityksen toimintaan. Vahvan imagon avulla saavutetaan paremmin halutut yhteistyökumppanit. Vahva imago on puoleensavetävämpää kuin heikko imago. (Vuokko 2004, 196-197.)

Imago toimii ratkaisevana elementtinä menestysperustan rakentamiselle. Menestystä ei voida saavuttaa ilman toimivaa imagoa. Toimivan imagon saavuttaminen vaatii systemaattista työtä. (Rope 2000, 180.)

Organisaation tai yrityksen imagon hallitseminen on olennaista, koska sillä on niin suuria vaikutuksia jokaiseen organisaation jäseneen. Myös he kokevat imagon vaikutukset, jotka eivät pyri itse vaikuttamaan siihen. Jos imagoa ei pystytä hallitsemaan, se hallitsee kohta organisaatiota. (Vos & Schoemaker 2006, 64.)

2.1 Maine

Hertzen (2006, 15) kuvaa maineen olevan tekoja, joista mielikuvat ja tietoisuus ovat syntyneet. Mainetta voidaan kuvata myös vuosien saatossa syntyneinä käsityksinä yrityksestä (Vuokko 2003, 103). Maineeseen liittyy yrityksen arvostelemista joko positiivisessa tai negatiivisessa mielessä mediaviestinnässä, kuulopuheiden tai kokemusten perusteella. (Pitkänen 2001, 17–18.)

Yrityksen maine saa pohjan uskottavuudella, luotettavuudella ja rehellisyydellä. Uskottavuus on kykyä vaikuttaa tiedolla tai taidolla. Luotettavuus saavutetaan rehellisyydellä. Sidosryhmäsuhteiden ja viestinnän hallitseminen ovat myös

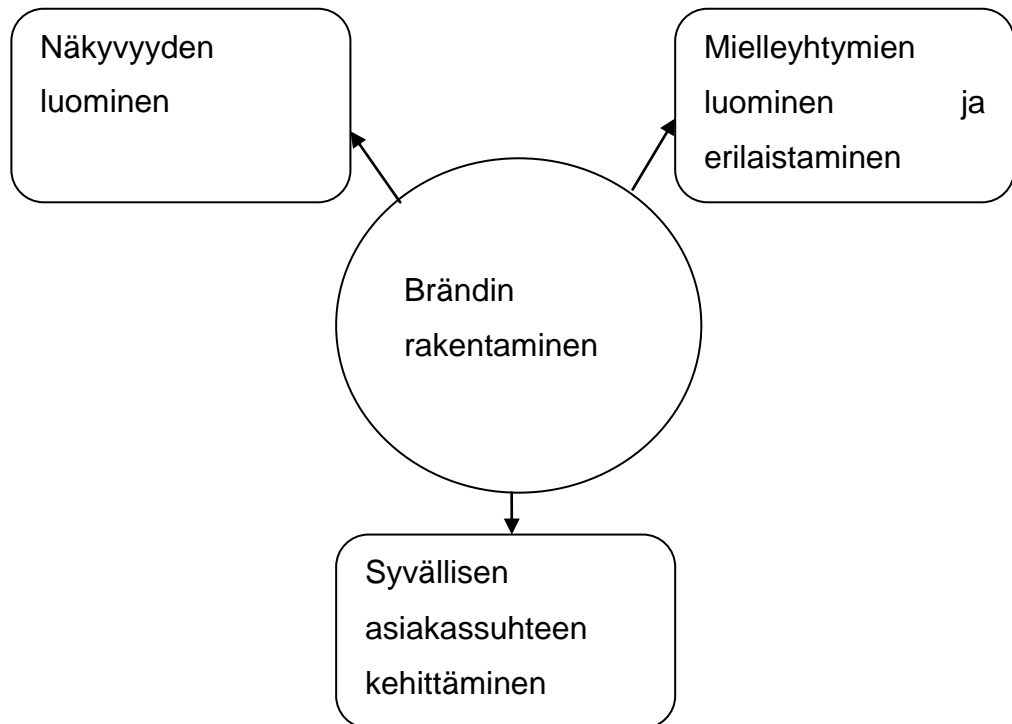
avaimia hyvään maineeseen. Hyvä maine on menestyvän yrityksen elinehto. (Aula & Mantere 2005, 26.)

Maine muodostuu sidosryhmien tekemästä arvioinnista, jonka perustuksena ovat mielikuvat ja kokemukset. Maine voi muodostua useista osatekijöistä ja rakentuu todellisen toiminnan perusteella. (Aula & Heinonen 2002, 61).

2.2 Brändi

Erytisesti brändin esillä oloon ja ulkonäköön on tärkeää kiinnittää huomiota. Ulkoasultaan brändin pitäisi olla tunnistettava ja näkyä usein sellaisissa medioissa, jota asiakkaat käyttävät, sekä näkyä sellaisissa paikoissa, joista asiakkaat useimmiten tavoitetaan. (Laaksonen & Rainisto 2008, 102.)

Brändin rakentamisessa on otettava huomioon näkyvyyden kehittäminen sekä brändin miellelyhtymien ja syvällisten asiakassuhteiden yhä kehittäminen tai luonti. Kuviossa 1 brändin rakentamisen osa-alueita. Kaikki näkyvyyden parantamisen toteutustavat eivät välttämättä ole brändi-identiteetin mukaisia, joten selkeät suuntaviivat ovat avuksi. (Aaker & Joachimsthaler 2000, 373.)



KUVIO 2. Brändin rakentamisen osa-alueet (Aaker & Joachimsthaler 2000, 373).

Näkyvyyttä on eri tasoilla. Ensimmäisellä tasolla on tunnistaminen, jonka selvittämiseksi kysymyksenä voi olla: ”Oletko kuullut tästä brändistä?”. Brändin spontaani muistaminen käy ilmi esimerkiksi kysymällä: ”Mitä brändejä tunnet?”. Ensisijainen muistaminen selviää kysymällä: ”Mikä on ensimmäisenä mieleesi tuleva brändi?”. Pienemmällä brändillä voi olla erilaiset tavoitteet saavuttaa näkyvyyden eri tasoja, kuin suurella brändillä. Pienen brändin päätavoitteena voi olla esimerkiksi saavuttaa tunnettuutta ensimmäisellä tasolla, jotta mahdollisimman moni kohderyhmään kuuluva kuulisi brändistä. (Aaker & Joachimsthaler 2000, 374.)

2.3 Tavoitemielikuva

Tavoitemielikuvan rakentaminen on olennainen osa yrityskuvan kehittämistä. Tavoitemielikuvan rakentamisessa on peilattava kohderyhmän tietoisien tason ohella tiedostamattoman toivetason tekijöitä. (Rope 2000, 198–199.) Mielikuvan rakentaminen perustuu organisaation omiin mielikuviiin ja sidosryhmien mielikuviiin. (Rope & Mether 2001, 25).

Kun imagoa halutaan kehittää tehokkaasti tai päästä tavoitemielikuvaan yrityksen tulee olla selvillä niin ulkoisesta kuin sisäisestä imagostaan. Siten voidaan suhteuttaa henkilöstön ja sidosryhmien mielikuvia toisiinsa. Selvittämällä ulkoisen ja sisäisen imagon, yritys voi löytää oikeat keinot imagon parantamiseen. Optimaalisin tilanne imagon kehitystyössä saavutetaan, kun ulkoinen ja sisäinen imago ovat samankaltaisia keskenään. (Rope 2000, 194.)

Jotta imagoon voitaisiin vaikuttaa, yrityksen tai organisaation on tiedettävä ensin, minkälaisia mielikuvia se saa aikaan ja mihin mielikuvat perustuvat. Tutkimuksilla saadaan hyvää tietoa asiasta. Imagon kehittämisen on aina pohjaututtava todellisuuteen, koska väärän tiedon antaminen vaikuttaa imagoon negatiivisesti. Yrityksen tai organisaation on annettava oikeaa tietoa itsestään, jos imagoon halutaan vaikuttaa esimerkiksi markkinointiviestinnällä. (Ylikoski 2000, 139-140.)

Brändin identiteetin tulee pohjautua brändilupaukseen. Jos identiteetistä ja imagosta puhutaan erikseen, identiteetillä viitataan enemmänkin siihen, millainen yrityksen tavoitemielikuva on ja millainen yritys tai organisaatio haluaa olla, kun taas imagolla viitataan vastakohtaisesti siihen, millaisena yritys, organisaatio tai brändi koetaan. (Laaksonen & Rainisto 2008, 80.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen toteuttamisessa käytetään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Heikkilän (2008, 18) mukaan oman aineiston kerääminen on empiirisessä tutkimuksessa hyvin tavallista. Oma aineisto kerätään myös tässä tutkimuksessa. Sähköpostikysely on tiedonkeruumenetelmänä tässä tapauksessa sopivin kustannusten ja vastausten saannin nopeuden kannalta. Käytännössä saatekirje, jossa on linkki Webropol-kyselyyn, lähetetään kohderyhmälle sähköpostitse. Kysely avautuu vastaajalle linkin kautta ja tulokset kirjautuvat suoraan Webropol-ohjelman tietokantaan. Vastausprosentti on todennäköisesti korkeampi tässä tutkimuksessa sähköpostikyselynä, kuin tavallisena postikyselynä. Myös haastattelijan mahdollinen vaikutus vastauksiin voidaan välttää sähköpostikyselymenetelmällä.

Kysymykset 1-5 käsittelevät vastaajien taustatietoja ja kysymykset 6-12 Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagoa ja tunnettuutta. Kysymyksessä 11 vastaajat saavat vastata mielikuvansa perusteella, minkälaisena he Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun näkevät, vaikka omakohtaista kokemusta Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta ei olisikaan. Kysymyksellä 9 saadaan tietoa vastaajien käyttämistä Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun palveluista. Alueen tarpeiden huomioon ottaminen käy ilmi niin kysymyksestä 9 kuin kysymyksen 11 kohdasta ”ottaa huomioon alueen tarpeet”. Kysymyksellä 10 selvitetään mistä tieto Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta on saatu, jotta tiedettäisiin, mikä on paras tapa edistää näkyvyyttä tulevaisuudessa.

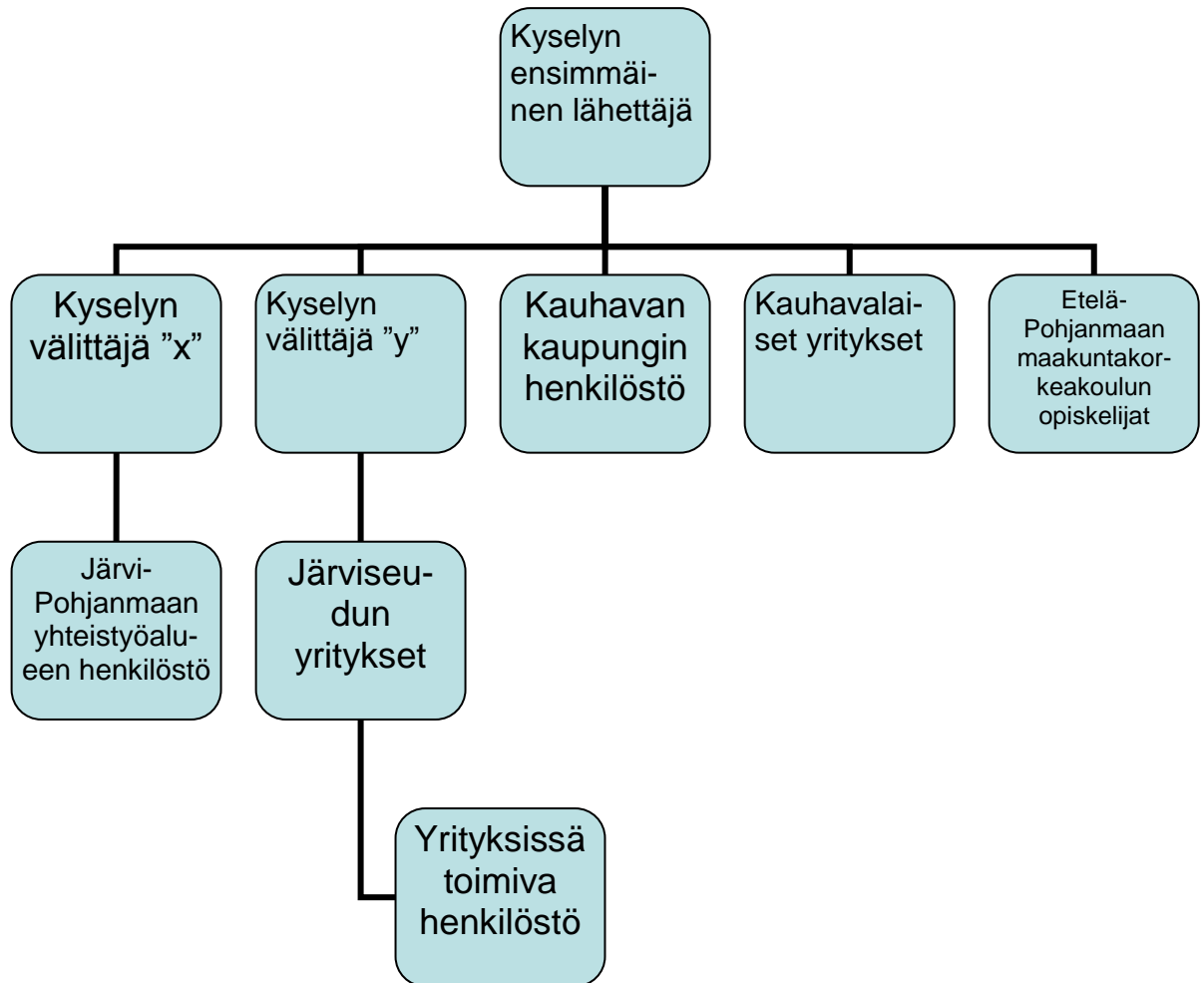
Saatekirjeessä tai kyselyssä ei kerrota, mikä ja minkälainen Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu on, koska tavoitteena on saada tietoa vastaajien omista käsityksistä. Kyselyssä ensimmäinen kysymys, joka koskee Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagoa ja tunnettuutta käsittelee ensimmäisellä tasolla olevaa tunnistamista, jota käsitellään kappaleessa ”brändi” luvussa 2.

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululle ei ole aikaisemmin tehty verrattavaa tutkimusta, vaikka aihe onkin herättänyt kiinnostusta. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululla on vahva ote jatkuvaan kehittymiseen, joten imagon selvittäminen ja sitä kautta kehittäminen on myös tärkeää tulevaisuuden kannalta.

3.1 Joukon rajaus

Tutkimus kohdistetaan joukkoon, joka on saattanut mahdollisesti vähintään kuulla Järvisseudun tai Kauhavan maakuntakorkeakoulusta. Perusjoukko muodostui pääasiassa Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun sidosryhmistä, koska yhteistyö sidosryhmien kanssa on tärkeää ja sidosryhmien tarpeisiin vastaaminen on myös Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululle tärkeää.

Kysely lähetettiin Järvisseudun maakuntakorkeakoulun opiskelijoille, Järvi-Pohjanmaan yhteistyöalueen henkilöstölle, Järvisseudun yrityksille, Kauhavan maakuntakorkeakoulun opiskelijoille, Kauhavan kaupungin henkilöstölle, kauhavalaisille yrityksille, joiden sähköpostiosoite oli saatavilla. Jotkut kyselyn saaneet esimiehet ovat lähettäneet kyselyn myös alaisilleen. Kuvio 3 kuvaa kenelle ja kenen välityksellä kysely lähetettiin.



KUVIO 3. Kyselyn vastaanottajat

3.2 Tutkimuslomakkeen muotoutuminen ja tutkimuksen kulku

Aiheen valinta tapahtui Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun kiinnostuksen perusteella kehittää toimintaansa ja saada tietoa sen tämän hetkisestä imagosta ja tunnettuudesta. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu on tällä hetkellä suurempien uudistusten ja rakennemuutosten kohteena kuin koskaan aikaisemmin. Siksi on tärkeää saada sen imagosta ja tunnettuudesta tämänhetkistä tietoa.

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagotutkimuksen toteuttaminen päätettiin 25.3.2011, eli viikolla 12. Tutkimuslomake sai lopullisen muotonsa 21.4.2011 viikolla 16 Seinäjoen Framilla pidetyssä palaverissa, jossa kysymykset käytiin yksi kerrallaan läpi. Palaveriin osallistuivat tutkimuksen tekijän lisäksi

teknologia-asiamies Jukka Peltokangas sekä korkeakouluopetuksen koordinaattorit Riikka Muurimäki, Kirsi Nelimarkka ja Marjo Vistiaho. Avoimen palautteen kysymykset päätettiin lisätä kyselyyn. Kysymys 9, jossa kysytään Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun palvelujen käytöstä, lisättiin myös kyselyyn.

Lopullisessa kyselyssä ensimmäisessä kysymyksessä kysytään vastaajan sukupuolta, jotta tiedetään vastaajien sukupuolijakauma. Ikäjakaumaa selvitetään kysymyksessä 2. Kotipaikkakunnan postinumeroa kysytään kysymyksessä 3, koska siten saa yksiselitteisempää tietoa, mistä vastaajat ovat kotoisin kuin kysymällä kotipaikkakuntaa. Kysymyksellä 4 saadaan tietoa, kuinka moni kyselyyn vastanneista on tällä hetkellä tai on ollut maakuntakorkeakoulun opiskelijana, koska kysely lähetettiin myös Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun opiskelijoille. Vaihtoehtona oli myös ”kyllä, muualla, missä?”, koska kyselyyn vastanneissa saattaa olla mukana myös sellaisia vastaajia, jotka ovat olleet jonkun toisen maakuntakorkeakoulun opiskelijana. Vaihtoehtona on tietenkin myös ”en”. Vastaajien tämän hetkistä elämäntilannetta kysytään kysymyksessä 5, koska kysely lähetettiin melko heterogeeniselle joukolle. Kysymyksessä 6 kysytään miten hyvin vastaaja tuntee Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun. Vastausvaihtoehdoiksi nähtiin parhaaksi laittaa yksinkertaiset vaihtoehdot eli ”hyvin”, ”kohtuullisesti” tai ”huonosti”, koska itse kysymys on vastaajalle myös suora ja yksinkertainen. Kysymyksessä 7 selvitetään, miten hyvin Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu on ollut tähän mennessä esillä. Vastausvaihtoehtona on ”hyvin”, ”kohtuullisesti”, ”huonosti”. Myös ”en osaa sanoa” päätettiin lisätä vaihtoehdoksi, koska kaikki vastaajat eivät välttämättä pysty arvioimaan Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun näkyvyyttä. Jatkoa kysymykselle 7 tulee kysymyksessä 8, kun kysytään kehittämissuunnitelmista näkyvyyden edistämiseksi. Kysymys 8 päätettiin laittaa avoimeksi kysymykseksi, jotta vastaajalla olisi mahdollisuus ehdottaa omin sanoin mahdollisia kehitysehdotuksia, saataisiin monipuolisia kehitysehdotuksia ja olisi mahdollista saada myös sellaisia kehitysehdotuksia, joita ei enemminkin ole ajateltu Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululla. Kysymyksessä 9 selvitetään, ovatko vastaajat käyttäneet Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun palveluja ja jos ovat, mitä palveluja. Palvelujen käytöstä käy ilmi niin tunnettuus kuin alueen tarpeisiin vastaaminenkin. Palvelujen tarjoaminen on yksi keino vastata alueellisiin

tarpeisiin. Kysymyksessä 10 saadaan tietoa siitä, mistä tieto Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta on todennäköisesti saatu. Tämä tieto selventää sitä, mikä on ollut hyödyllisin tapa näkyä, mikä on potentiaalinen tapa näkyä tulevaisuudessa ja mikä on hyödytöntä näkyvyydelle. Kysymyksessä 11 kysytään vastaajien käsityksiä Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta. Vaihtoehdot ovat kaikki adjektiiveja, jotka ovat suotuisia ja tavoiteltavia asioita. Kysymyksessä käytetään likert -asteikkoa ja arvosanat ovat 1-5 (1= täysin eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä). Kysymystä ei toteutettu semanttisena differentiaalina, koska adjektiivien vastakohtat eivät olisi olleet täysin loogisia ja likert -asteikko on tässä kyselyssä toimiva ja helppo. Viimeisessä kysymyksessä vastaajan on mahdollista antaa avoimeen kysymykseen terveisiä maakuntakorkeakoululle tai palautetta kyselystä. Kysymys antaa monipuolisia vastauksia.

Kysely lähetettiin sähköpostitse 28.4.2011. Osalle mahdollisista vastaajista lähetettiin muistutus kyselystä 4.5.2011, eli sille ryhmälle, joilta vastauksia oli 4.5.2011 tullut vähiten. Tämä ryhmä on siis Kauhavan maakuntakorkeakoulun opiskelijat. Vastauksia saatiin kerättyä hyvin jo ennen muistutustakin, joten muistutusviestin jälkeen tulleiden vastauksien osuus ei ollut merkittävän suuri. Vastausaikaa oli 5.5.2011 asti, jolloin vastauksia oli kertynyt yhteensä 215. Tutkimuksen aikataulu näkyy viikon tarkkuudella taulukosta 1.

TAULUKKO 1. Aikataulu viikon tarkkuudella

2011

Viikko:	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.
Tutkimuksen aiheen synty ja tutkimussuunnitelma	■	■	■	■	■	■	■
Tutkimuslomakkeen muotoutuminen	■	■	■	■	■	■	■
Vastausten kerääminen	■	■	■	■	■	■	■

3.3 Tutkimuksen luotettavuus

Perinteisesti validiteetti kuvaa sitä, miten hyvin on kyetty mittaamaan sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 34.) Kyselytutkimuksissa vaikuttavana tekijänä on kysymysten onnistuminen eli saadaanko kysymyksillä ratkaisua tutkimusongelmaan (Heikkilä 2008, 186). Korkeaan validiteettiin voidaan pyrkiä raportoimalla tutkimusprosessia tarkasti ja teoreettisella viitekehyksellä, jonka on tarkoitus olla pohjana tutkimustuloksille (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 34). Tutkimus raportoidaan siten, että lukija mahdollistetaan toteuttamaan vastaava tutkimus uudelleen. Mäntynevan, Heinosen ja Wrangen (2008, 34) mukaan myös se vaikuttaa tutkimuksen validiteettiin korottavasti.

Tutkimuksen reliabiliteettia arvioidessa nykyisten tilasto-ohjelmien ansiosta saattaa olla mahdollista puhua mittausvirheen arvioinnista. (Mäntyneva, Heinonen, Wrangle 2008, 34.) Esimerkiksi Webropol -ohjelmalla vastaukset muodostavat suoraan tilastoja. Nämä valmiit tilastot on saatu ”kaunistelematta” kysymyksiä tai muuten vaikuttamatta kysymyksiin. Objektiivisuuden säilyttäminen myös näiden valmiiden tilastojen analysoinnissa korottaa tutkimuksen reliabiliteettia

(Mäntyneva, Heinonen, Wrangle 2008, 34.) Webropol -ohjelmalla on mahdollista asettaa tarvittavat kysymykset myös pakollisiksi. Näin vältetään vastausten puuttuminen tärkeissä kysymyksissä ja tulokset ovat luotettavampia.

3.4 Tutkimuksen rahoitus

Kustannusten arviointi tutkimuksen tekemisessä on yksi keskeisimmistä asioista, vaikka ei kuitenkaan pääasia. Kustannuksissa pitää menetellä taloudellisesti tarkoituksenmukaisesti, ottaen huomioon, että joudutaanko liiallisen kustannusten minimoinnin takia tasapainoilemaan tutkimusaineiston edustavuuden ja siitä tehtävien johtopäätösten luotettavuuden välillä. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle, 2008, 35.) Toisaalta moni tutkimus saattaa hankaloitua liiallisen kustannusten takia. On siis tärkeää pyrkiä optimaaliseen tasapainoon myös tässä asiassa ja arvioida miten tutkimus kannattaa toteuttaa, että paras hyöty ja luotettavuus saavutetaan. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imago tutkimus pystyttiin toteuttamaan kustannustehokkaasti ilman, että sillä olisi vaikutusta tutkimuksen luotettavuuteen, tai että aineiston keruu olisi hankaloitunut. Kyselyn toteuttaminen nettikyselynä oli tehokkain ja edullisin menetelmä tässä tutkimuksessa. Kysely tavoitti suuren kohderyhmän nopeasti.

Tutkimuksen vastaajamäärää pyrittiin lisäämään antamalla vastaajille mahdollisuuden osallistua arvontaan, jossa arvotaan yksityisnäytös Kauhavalle Y-Kinon. Voittajalle luvattiin mahdollisuus ottaa näytökseen mukaan 49 kaveria. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu kustantaa ja arpoo palkinnon niiden vastaajien kesken, jotka antoivat yhteystietonsa. Varsinaista rahoitusta tutkimukselle ei tarvittu.

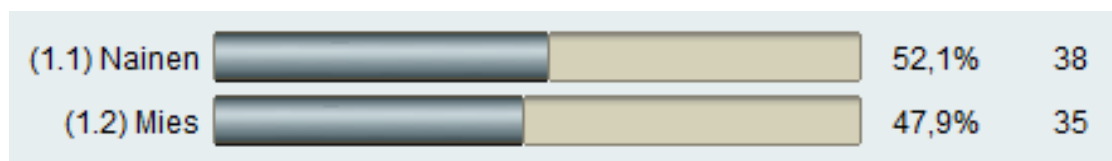
4 TUTKIMUSTULOKSET

Vastanneita on yhteensä 215, joista Kauhavan maakuntakorkeakoulun imagoa koskevaan kyselyyn vastanneita on 73 ja Järviseudun maakuntakorkeakoulun imagoa koskevaan kyselyyn vastanneita on 142.

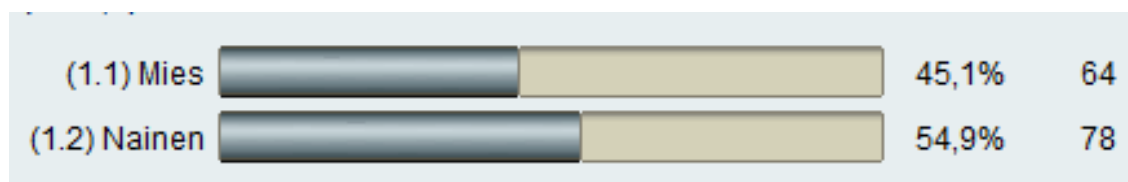
Vastausprosentin määrittämistä hankaloittaa kyselyn toteutustapa. Kyselyn vastaanottajien määrää on mahdotonta arvioida, koska kysely on välitetty useamman henkilön kautta eteenpäin.

4.1 Vastaajien taustatekijät

Sukupuolijakauma. Vastaajien sukupuolijakaumaa kuvataan kuvioissa 4 ja 5. Kuviossa 4 kuvataan Kauhavan toimipistettä koskeviin kysymyksiin vastanneiden sukupuolijakaumaa. Naisia on Kauhavan toimipistettä koskeviin kysymyksiin vastanneista 38 ja miehiä 35. Kuviossa 5 kuvataan Järviseudun toimipistettä koskeviin kysymyksiin vastanneiden sukupuolijakaumaa. Myös Järviseudun toimipistettä koskeviin kysymyksiin vastanneista naisia on hieman enemmän kuin miehiä, eli naisia on 78 ja miehiä 64. Yhteensä vastanneista naisia on 116 ja miehiä 99.

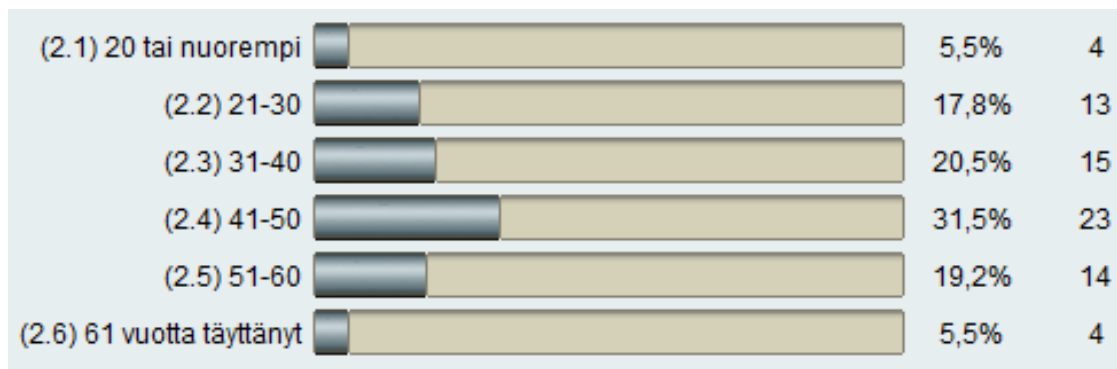


KUVIO 4 Sukupuoli, Kauhava

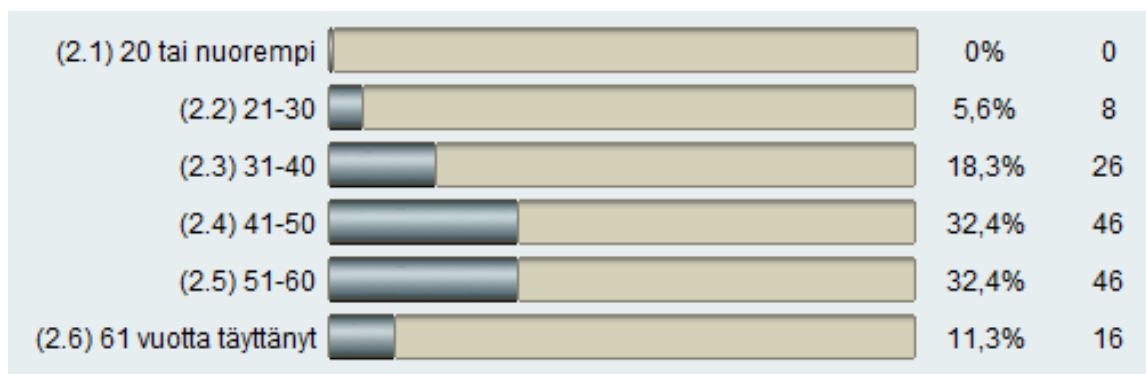


KUVIO 5 Sukupuoli, Järvisetu

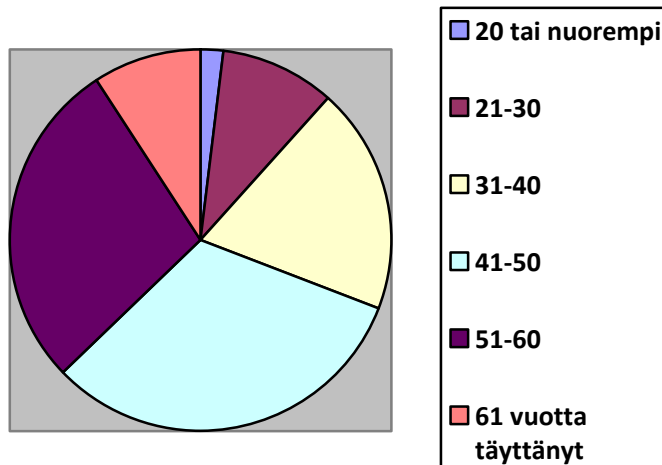
Ikäjakauma. Vastaajien ikäjakaumaa kuvataan kuvioissa 6, 7 ja 8. Kauhavan kyselyyn vastanneista suurin ikäryhmä on 41–50 -vuotiaat. Järviseudun kyselyyn vastanneista suurimmat ikäryhmät ovat 41–50 -vuotiaat (46 vastaajaa), sekä 51–60-vuotiaat (46 vastaajaa). Kauhavan kyselyyn vastanneista neljä eli 5,5 % on 20-vuotiaita tai alle. Järviseudun vastaajista kukaan ei ole 20-vuotias tai alle. Kuvioista 8 näkyy koko kyselyyn vastanneiden ikäjakauma yhteensä.



KUVIO 6 Vastaajien ikä, Kauhava



KUVIO 7 Vastaajien ikä, Järviseutu



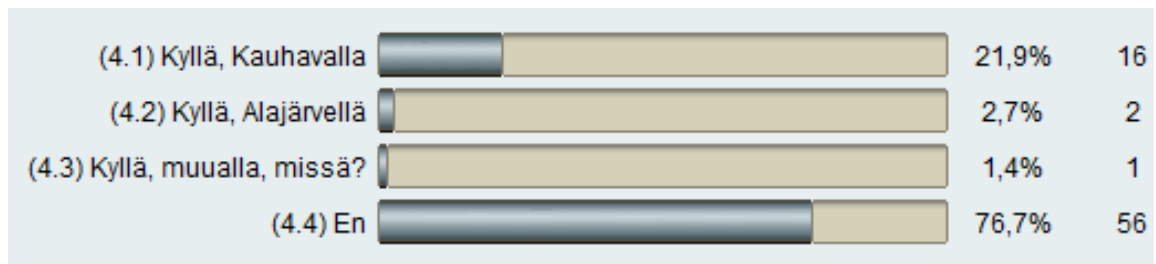
KUVIO 8 Vastaajien ikä, yhteensä

Kotipaikkakunnan postinumero. Kotipaikkakunnan postinumeron perusteella saadaan tietoa vastaajan kotipaikasta. Suurin osa Kauhavan kyselyyn vastanneista kertoi kotipaikkakunnan postinumerokseen 62200. Toiseksi ja kolmanneksi suurin osa vastasi 62300 ja 62420. Järviseudun kyselyyn vastanneista suurin osa kertoi kotipaikkakunnan postinumerokseen 62900. Toiseksi suurin osa vastasi 62800. Kolmanneksi suurin osa vastasi 63800. Taulukossa 2 on listattu vastaajien kotipaikkakuntien postinumerot. Taulukko 2 löytyy liitteestä 4. Samoja postinumeroita löytyy Kauhavan ja Järviseudun kyselyyn vastanneista. Näitä ovat 62200, 62420, 62100, 62500 ja 62600.

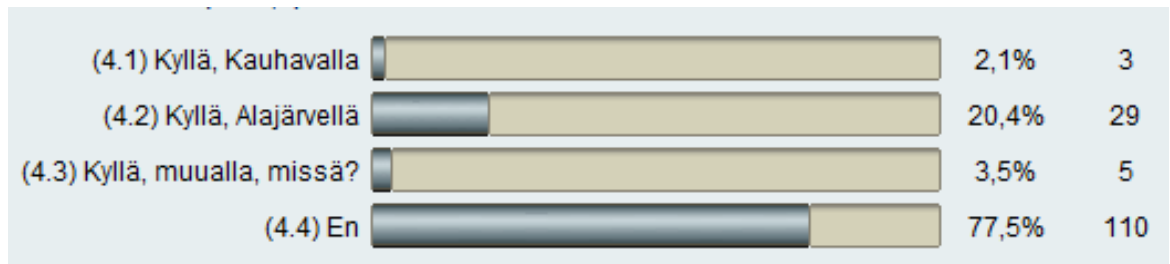
Vastaajien taustat maakuntakorkeakoulun opiskelijana. Kauhavan kyselyyn vastanneista suurin osa eli 76,7 % ei ole eikä ole ollut maakuntakorkeakoulun opiskelija Kauhavalla, Alajärvellä, eikä missään muuallakaan. 16 vastaajaa eli 21,9 % Kauhavan kyselyyn vastanneista kuitenkin on tai on ollut maakuntakorkeakoulun opiskelija Kauhavalla. 14 vastaajaa on tai on ollut Kauhavan maakuntakorkeakoulun opiskelija vain Kauhavalla. Kysymyksessä sai valita useampia vaihtoehtoja. Kauhavan kyselyyn vastanneista kaksi vastaajaa on tai on ollut maakuntakorkeakoulun opiskelija Alajärvellä. Yksi vastaaja ilmoitti

olevansa tai olleensa maakuntakorkeakoulun opiskelija Kannuksessa. Kuvio 9 osoittaa Kauhavan kyselyyn vastanneiden taustan maakuntakorkeakoulun opiskelijana. Alajärvellä opiskelevat maakuntakorkeakoulun opiskelijat vastasivat kyselyyn aktiivisemmin kuin Kauhavalla opiskelevat maakuntakorkeakoulun opiskelijat.

Järvisseudun kyselyyn vastanneista 110 eli 77,5 % ei ole eikä ole ollut maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä, Kauhavalla, eikä missään muuallakaan. 20,4 % vastanneista kertoo olevansa tai olleensa maakuntakorkeakoulun opiskelija Alajärvellä. Vastaajista 29 kertoo olevansa tai olleensa maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä. Vastaajista 24 on tai on ollut maakuntakorkeakoulun opiskelijana vain Alajärvellä. Kolme vastaajaa kertoo olevansa maakuntakorkeakoulun opiskelija Kauhavalla. Kohtaan ”Kyllä, muualla, missä?” Kaksi vastaajaa kertoo olevansa tai olleensa maakuntakorkeakoulun opiskelijana Seinäjoella, kaksi kertoo olevansa tai olleensa maakuntakorkeakoulun opiskelijana Vaasassa ja yksi vastaaja vastasi tähän kohtaan ”Kauhavan yrittäjäopisto”. Vastaus voidaan tulkita kohtaan ”Kyllä, Kauhavalla”, jolloin ko. vaihtoehtoon vastanneita on neljä. Kuviosta 10 näkyy Järvisseudun kyselyyn vastanneiden omakohtaiset kokemukset maakuntakorkeakoulun opiskelijana.



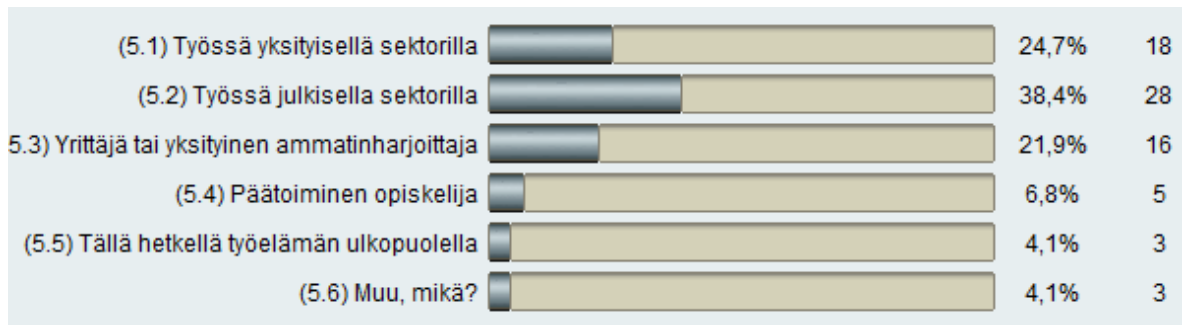
KUVIO 9 Kauhavan kyselyyn vastanneiden omakohtaiset kokemukset opiskelusta maakuntakorkeakoulussa



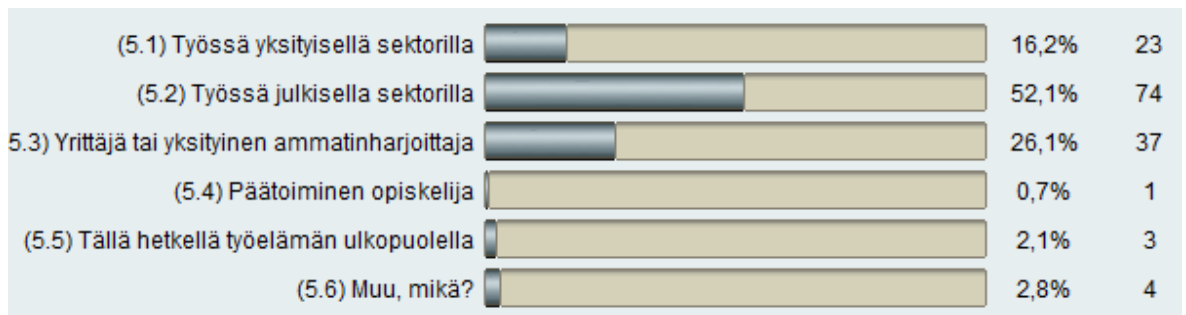
KUVIO 10 Järviseudun kyselyyn vastanneiden omakohtaiset kokemukset opiskelusta maakuntakorkeakoulussa

Vastaaajien tämän hetkinen elämäntilanne. Kauhavan kyselyyn vastanneista suurin osa kertoo olevansa työssä julkisella sektorilla eli 38,4 %. Melko suuri osa vastaajista on työssä yksityisellä sektorilla tai on yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja. 6,8 % vastaajista on opiskelemassa päätoimisesti. 4,1 % vastaajista on tällä hetkellä työelämän ulkopuolella ja yhtä suuri osa vastaajista valitsi vaihtoehdon ”muu, mikä?”, johon vastattiin esimerkiksi eläkeläinen ja freelancer. Kuviosta 11 näkyy Kauhavan kyselyyn vastanneiden tämän hetkinen elämäntilanne.

Järviseudun kyselyyn vastanneista suurin osa eli 52,1 % on työssä julkisella sektorilla. Toisin kuin Kauhavan kyselyyn vastanneista, toiseksi suurin osa eli 26,1 % Järviseudun kyselyyn vastanneista toimii yrittäjänä tai yksityisenä ammatinharjoittajana. Kolmanneksi suurin osa on työssä yksityisellä sektorilla. Vain yksi kertoo olevansa päätoiminen opiskelija. Kolme vastaajaa kertoo olevansa tällä hetkellä työelämän ulkopuolella, ja neljä vastaajaa vastasi kohtaan ”Muu, mikä?”. Näistä kolme vastasi olevansa eläkkeellä ja yksi kertoi olevansa sekä yrittäjä että työssä julkisella sektorilla. Järviseudun kyselyyn vastanneiden elämäntilanne hahmottuu kuviosta 12.



KUVIO 11 Kauhavan kyselyyn vastanneiden tämän hetkinen elämäntilanne



KUVIO 12 Järvisseudun kyselyyn vastanneiden tämän hetkinen elämäntilanne

4.2 Imago ja tunnettuus vastaajien näkökulmasta

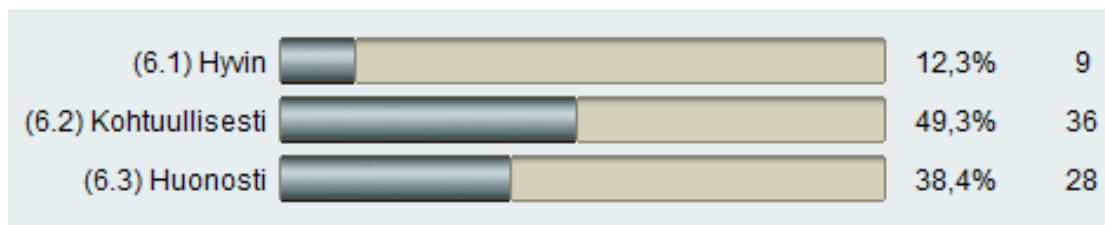
Kauhavan ja Järvisseudun maakuntakorkeakoulun tunnettuus. Lähes puolet eli 49,3 % Kauhavan kyselyyn vastanneista kertoo tuntevansa Kauhavalla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun kohtuullisesti. 38,4 % Kauhavan kyselyyn vastanneista kertoo tuntevansa Kauhavalla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun huonosti ja 12,3 % hyvin (Kuvio 13). Järvisseudun kyselyyn vastanneista 43,7 % tuntee Järvisseudun maakuntakorkeakoulun huonosti, 35,2 % kohtuullisesti ja 21,1 % hyvin (Kuvio 16).

Kauhavan kyselyyn vastanneet tuntevat Kauhavalla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun kohtuullisemmin kuin Järvisseudun kyselyyn vastanneet tuntevat Järvisseudun maakuntakorkeakoulun. Toisaalta suurempi prosentuaalinen osa Järvisseudun kyselyyn vastanneista kertoo tuntevansa kyselyssä ilmoitetun maakuntakorkeakoulun hyvin kuin Kauhavan kyselyyn vastanneet. Kuitenkin suurempi osa Järvisseudun kyselyyn vastanneista kertoo tuntevansa Järvisseudun maakuntakorkeakoulun huonommin kuin miten Kauhavan kyselyyn vastanneet kertovat tuntevansa Kauhavan maakuntakorkeakoulun. Kuvio 19 osoittaa Etelä-

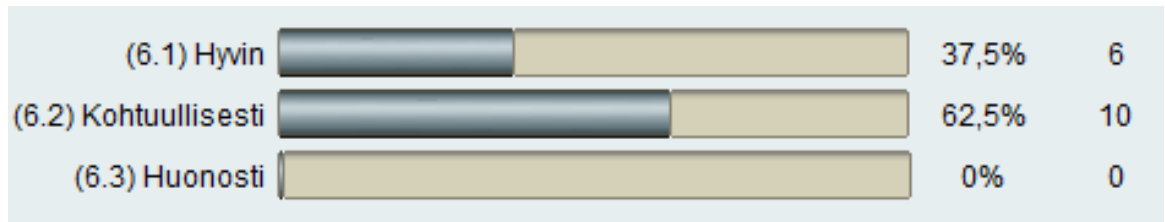
Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tunnettuuden yhteensä 215 vastaajan keskuudessa, kun Järviseudun kyselyyn vastanneet ja Kauhavan kyselyyn vastanneet lasketaan yhteensä. Kuvio ei siis osoita, miten Järviseudulla tunnetaan Kauhavan toimipiste, eikä sitä, miten Kauhavalla tunnetaan Järviseudun toimipiste. Kuvio 19 kertoo enemmänkin, miten hyvin Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu tunnetaan paikallisesti. Kuviosta nähdään, että suurin osa kyselyyn vastanneista tuntee paikallisen maakuntakorkeakoulun huonosti ja lähes yhtä suuri osa kohtuullisesti.

Kuviosta 14 huomataan, että vastaajat, jotka ovat tällä hetkellä tai ovat joskus olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla, tuntevat Kauhavan maakuntakorkeakoulun kohtuullisesti tai hyvin. Heistä kukaan ei tunne Kauhavan maakuntakorkeakoulua huonosti. Kuviosta 15 nähdään Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana. Heistä puolet kertoo tuntevansa Kauhavan maakuntakorkeakoulun huonosti, 46,4 % kohtuullisesti ja vain kaksi kertoo tuntevansa Kauhavan maakuntakorkeakoulun hyvin.

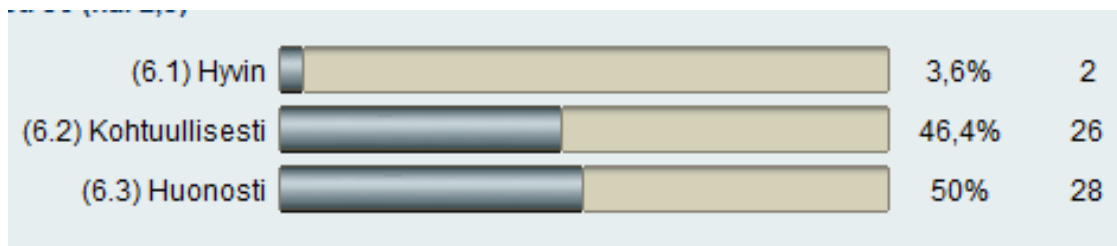
Kuviosta 17 nähdään, että suurin osa vastaajista, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä, tuntee Järviseudun maakuntakorkeakoulun hyvin tai kohtuullisesti. Heistä kaksi kertoo tuntevansa Järviseudun maakuntakorkeakoulun huonosti. Kuviosta 18 nähdään Järviseudun maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana. Heistä yli puolet kertoo tuntevansa Järviseudun maakuntakorkeakoulun huonosti, 31,8 % kohtuullisesti ja 14,5 % hyvin.



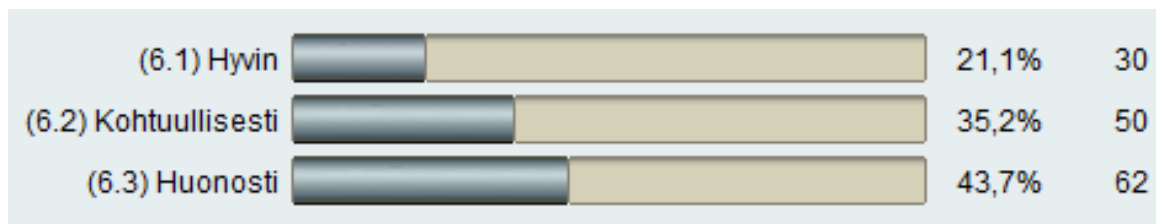
KUVIO 13 Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus Kauhavan kyselyyn vastanneiden keskuudessa



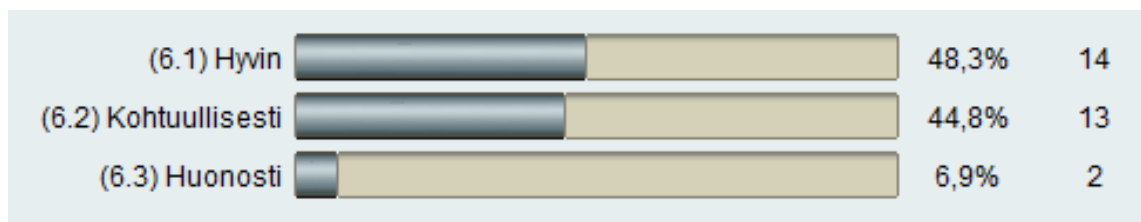
KUVIO 14 Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tällä hetkellä tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla



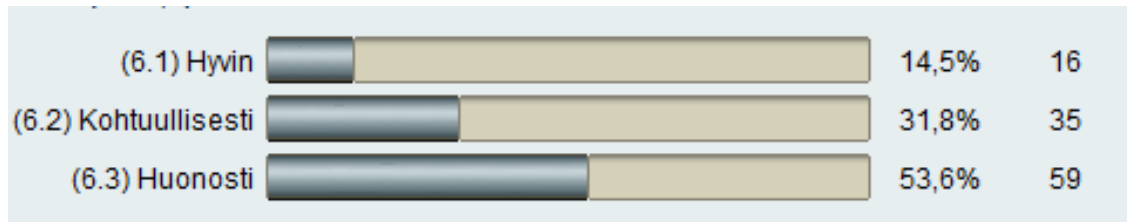
KUVIO 15 Kauhavan maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana



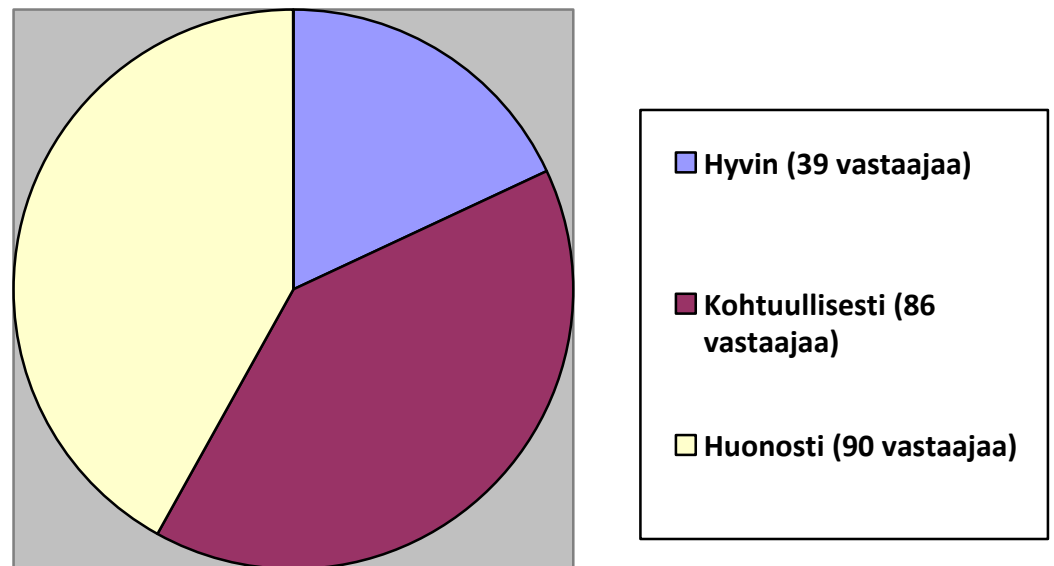
KUVIO 16 Järviseudun maakuntakorkeakoulun tunnettuus Järviseudun kyselyyn vastanneiden keskuudessa.



KUVIO 17 Järviseudun maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tällä hetkellä tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä.



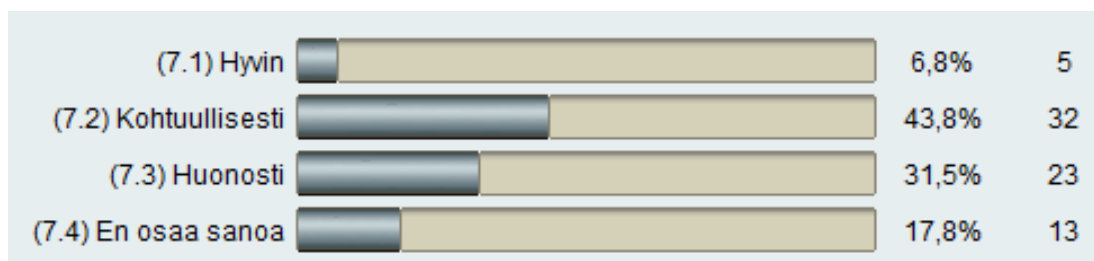
KUVIO 18 Järviselän maakuntakorkeakoulun tunnettuus niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana



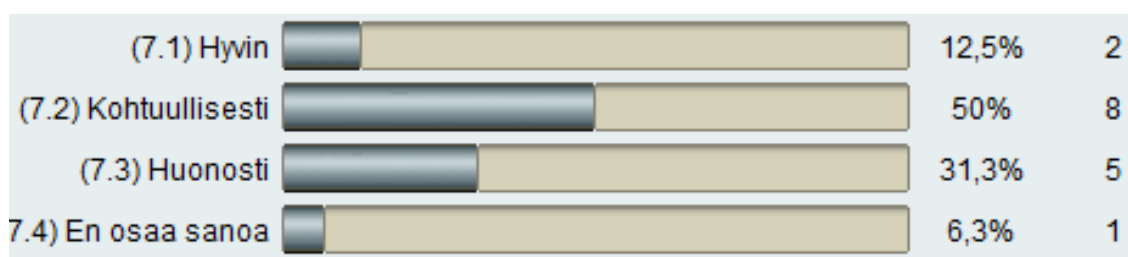
KUVIO 19 Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tunnettuus kaikkien vastanneiden keskuudessa yhteensä

Kauhavan maakuntakorkeakoulun esilläolo. Kauhavan kyselyyn vastanneista 43,8 % kokee, että Kauhavan maakuntakorkeakoulu on ollut kohtuullisesti esillä. Tämä käy kuviosta 20 ilmi. Suuri osa vastaajista eli 31,5 % kokee Kauhavan maakuntakorkeakoulun olleen esillä huonosti. 17,8 % ei osaa sanoa. Pienin osa vastaajista eli 6,8 % kokee Kauhavan maakuntakorkeakoulun olleen hyvin esillä.

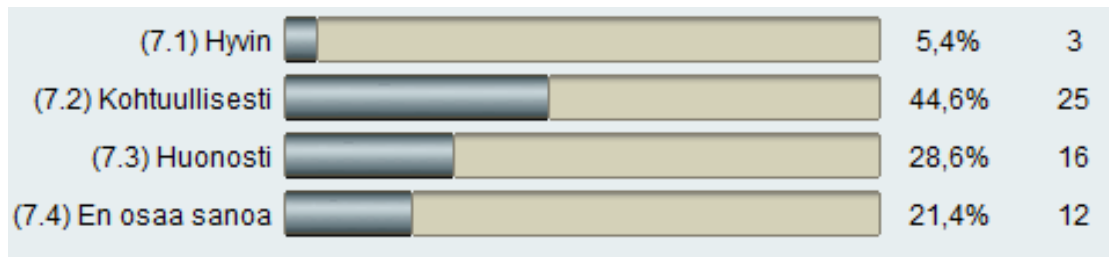
Kuviosta 21 nähdään Kauhavan maakuntakorkeakoulun esilläolo niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla. Heistä puolet on sitä mieltä, että Kauhavan maakuntakorkeakoulu on ollut esillä kohtuullisesti. Myös niiden vastaajien mielestä, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana, esilläolo on suurimmaksi osaksi ollut kohtuullista. Heistä 44,6 % kokee, että Kauhavan maakuntakorkeakoulun esilläolo on ollut kohtuullista (kuvio 22). Kauhavan maakuntakorkeakoulun esilläolo koetaan lähes samalla tavalla niiden vastaajien keskuudessa, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla kuin niiden vastaajien keskuudessa, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana. Huomattavasti suurempi osa niistä vastaajista, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana, vastasi kuitenkin ”en osaa sanoa” kuin sellaiset vastaajat, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla.



KUVIO 20 Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyys



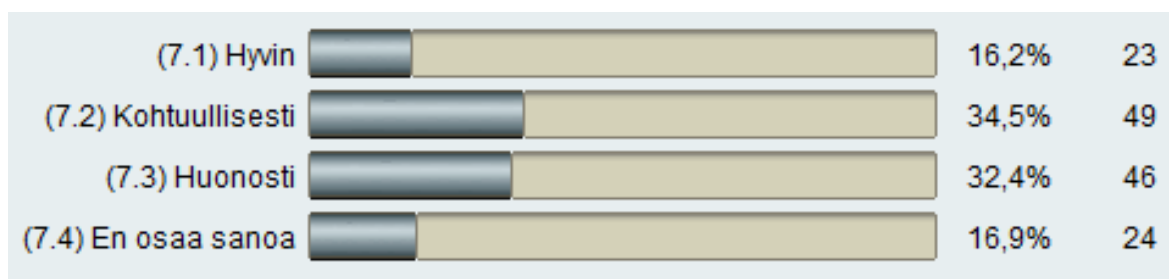
KUVIO 21 Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla



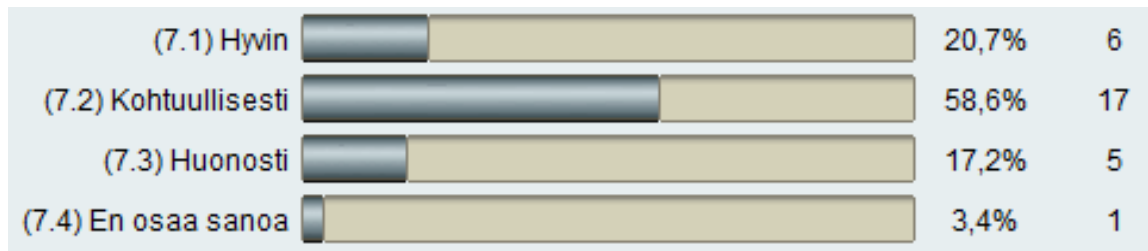
KUVIO 22 Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana

Järviseudun maakuntakorkeakoulun esilläolo. Järviseudun kyselyyn vastanneen enemmistön mielestä Järviseudun maakuntakorkeakoulu on ollut esillä joko kohtuullisesti tai huonosti. Tuloksella ei ole näiden kahden arvon välillä suurta eroa. Vastaajista 34,5 % kokee Järviseudun maakuntakorkeakoulun olleen esillä kohtuullisesti ja 32,4 % huonosti. Vastaajista 16,2 % kokee esilläolon määrän olleen hyvää ja 16,9 % ei osaa sanoa. Kuviossa 23 kuvataan, miten vastaajat kokevat Järviseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyyden määrän.

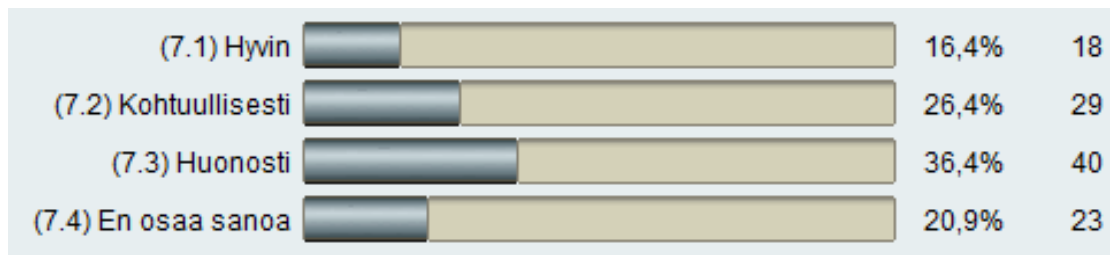
Kuviosta 24 käy ilmi, että niistä vastaajista suurin osa, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä kokevat Järviseudun maakuntakorkeakoulun esilläolon olleen kohtuullista. Vastaajista he, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana, kokevat Järviseudun maakuntakorkeakoulun esilläolon olleen suurimmaksi osaksi huonoa tai kohtuullista (kuvio 25). Järviseudun maakuntakorkeakoulun esilläolon määrä koetaan huomattavasti eritavalla sellaisten vastaajien keskuudessa, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä kuin sellaisten vastaajien keskuudessa, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana.



KUVIO 23. Järviseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyys



KUVIO 24. Järviseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä



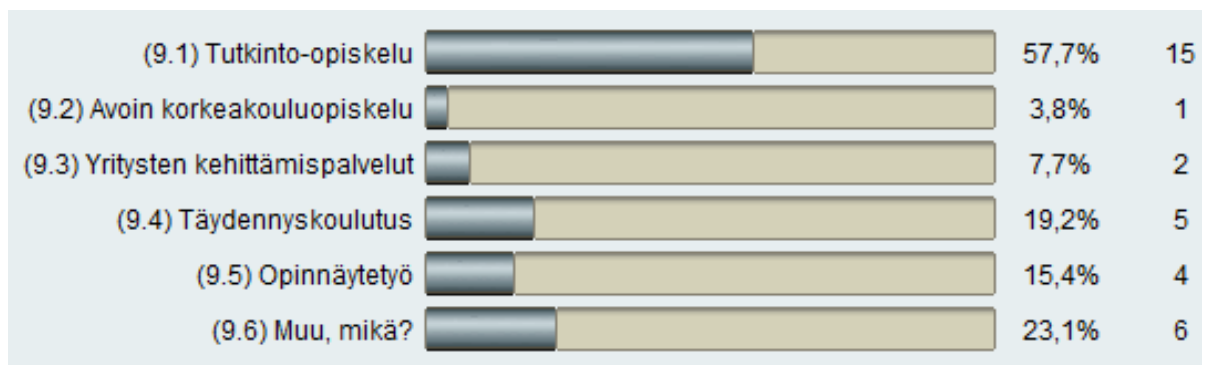
KUVIO 25. Järviseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyys niiden vastaajien näkökulmasta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana

Kehittämissuhteet Kauhavan ja Järviseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyyden edistämiseksi. Avoin kysymys maakuntakorkeakoulun näkyvyyden edistämiseksi mahdollistaa vapaamuotoisen vastauksen antamisen kehitystoimenpide-ehdotukseksi. Niin Kauhavan kyselyn kuin Järviseudunkin kyselyn vastauksista voidaan huomata, että lisää mainontaa toivotaan lehdissä, tv:ssä, netissä, radiossa, esitteissä ja sähköpostitse suoramarkkinointina. Kauhavan vastauksissa 9/18 toivotaan lehtimainontaa, 2/18 nettimainontaa ja 2/18 toivoo erilaisia tapahtumia. Järviseudun vastauksista 8/26 ehdotetaan lehtimainontaa, 5/26 toivoo erilaisia tapahtumia tai kouluvierailuja. Luettelo kehittämissuhteista löytyy liitteistä 5 ja 6.

Kauhavan maakuntakorkeakoulun palvelujen käyttö. Kysymykseen vastasi 45,2 % tähän kyselyyn vastanneista eli 33 vastaajaa 73:sta. Kysymykseen ei ollut pakko vastata, koska on mahdollista, että aivan kaikki kyselyyn osallistujat eivät ole käyttäneet Kauhavan maakuntakorkeakoulun palveluja. Vaihtoehtoa ”En ole käyttänyt maakuntakorkeakoulun palveluja” ei siis ollut. Vastaamattomuus

tulkitaan palvelujen käyttämättömydeksi. Tulkitaan, että 54,8 % Kauhavan kyselyyn vastanneista ei ole käyttänyt mitään vastausvaihtoehdoissa mainittua maakuntakorkeakoulun palvelua.

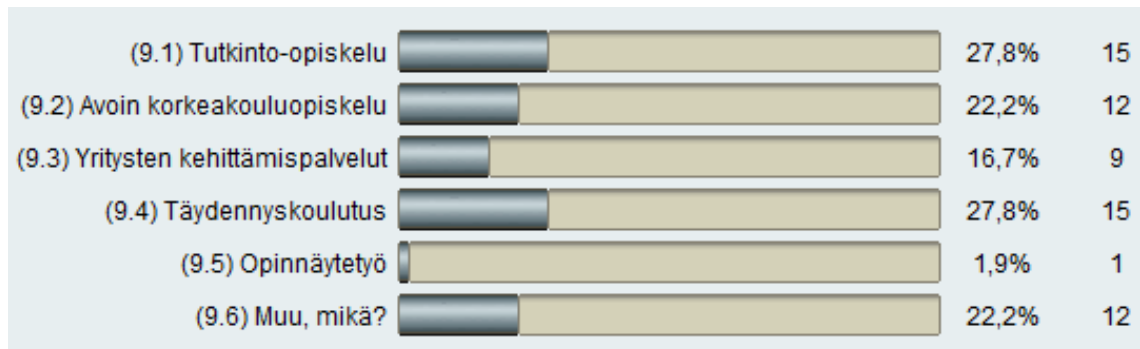
Kauhavan maakuntakorkeakoulun palveluista suosituin on tutkinto-opiskelu. Kysymykseen vastanneista 57,7 % on käyttänyt tätä palvelua. Kohdassa ”muu, mikä?” vastattiin esimerkiksi ”atk-ajokorttikoulutus”, ”EU-tukikoulutus”, ”oppisopimus” ja ” yhteistyö koulutuksen järjestämisessä”. Kuviosta 26 näkyy vastaajien käyttämät Kauhavan maakuntakorkeakoulun palvelut. Hyvin harva on käyttänyt yritysten kehittämispalveluja tai avointa korkeakouluopiskelua.



KUVIO 26. Vastaajien käyttämät Kauhavan maakuntakorkeakoulun palvelut

Järviseudun maakuntakorkeakoulun palvelujen käyttö. Vastaajien käyttämät Järviseudun maakuntakorkeakoulun palvelut nähdään kuviosta 27. Järviseudun maakuntakorkeakoulun palveluja koskevaan kysymykseen vastasi prosentuaalisesti lähes yhtä suuri osa Järviseudun kyselyyn vastanneista kuin Kauhavan kyselyn vastaavaan kysymykseen. Tähän kysymykseen vastanneita on siis 45 % eli 64 vastaajaa 142:sta. Vastaamattomuus tulkitaan kuten Kauhavan kyselyn vastaavassa kysymyksessä. Vastaamattomia on 55 %. Tämän kysymyksen tulokset ovat todella tasaisia. 27,8 % tähän kysymykseen vastanneista on käyttänyt tutkinto-opiskelua. Täysin yhtä monta vastaajaa on käyttänyt myös täydennyskoulutusta. Järviseudun tarjoamaa avointa korkeakouluopiskelua on käytetty lähes yhtä paljon eli 22,2%. Vain yksi on vastannut ”opinnäytetyö”. Vaihtoehto ”muu, mikä?” sai vastaajista 22,2 %. Näihin vastauksiin kuului esimerkiksi hankeyhteistyö, atk-ajokortti ja kansalaisopisto.

Kahdeksan vastaajaa kohdassa ”muu, mikä?” vastasi ”en ole käyttänyt Järvisseudun maakuntakorkeakoulun palveluja”. Nämä voidaan tulkita samalla tavalla kuin vastaamattomuus. Luku muuttuu siis siten, että voimme olettaa, että Järvisseudun kyselyyn vastanneista 86 eli 60,6 % ei ole käyttänyt Järvisseudun palveluja ja 56 eli 39,4 % on käyttänyt Järvisseudun maakuntakorkeakoulun palveluja.



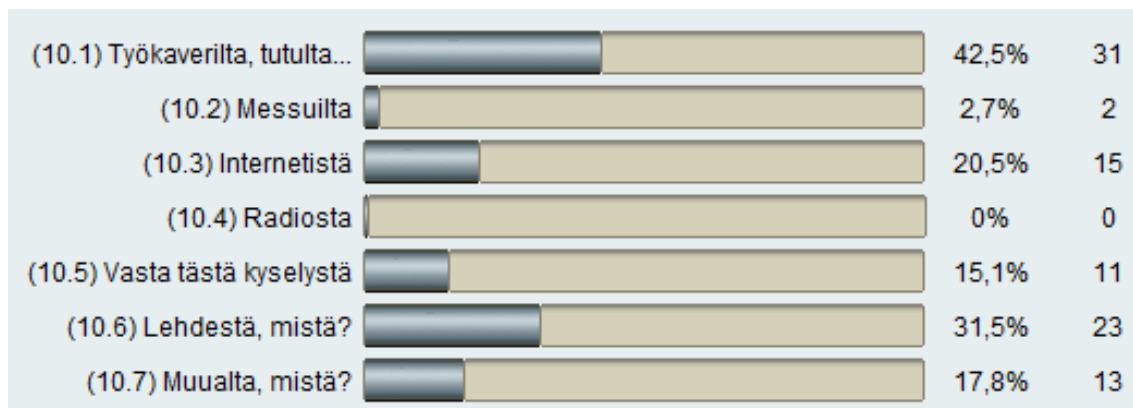
KUVIO 27. Vastaajien käyttämät Järvisseudun maakuntakorkeakoulun palvelut

Mistä tieto Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta on saatu. Tämä kysymys oli pakollinen niin Kauhavan kuin Järvisseudunkin kyselyssä. Vastaaja sai valita useampia vaihtoehtoja. Tämän kysymyksen vastausten laskeminen prosentteissa suoritetaan vastaajien määrän perusteella eikä vastausten määrän perusteella. Kuviosta 28 näkyy, mistä tieto Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on saatu ja kuviosta 31 näkyy, mistä tieto Järvisseudun maakuntakorkeakoulusta on saatu.

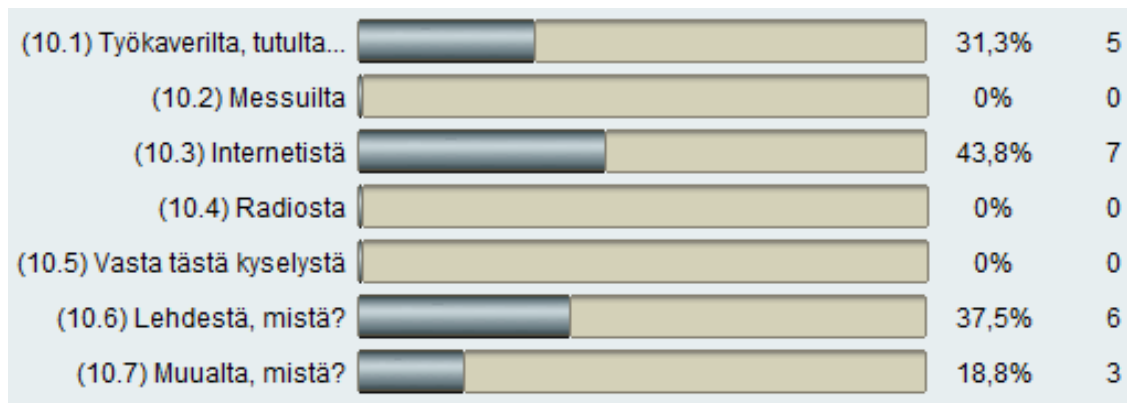
Vastaajien määrä Kauhavan kyselyssä on siis 73, mutta vastauksia tähän kysymykseen on annettu 95. Tieto Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on joissain tapauksissa saatu useammasta kuin yhdestä lähteestä. Näistä vastauksista 42,5 % kertoo, että tieto on saatu työkaverilta tai tutulta. Vastauksista 31,5 % kertoo, että tieto on saatu lehdestä. Kuviossa 34 tarkennetaan, mistä lehdestä vastaajat ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta. Internetistä saadun tiedon osuus Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on myös melko suuri. 20,5 % vastaajista kertoo, että tieto on saatu Internetistä. ”Muualta, mistä?” –kohtaan vastanneet tarkensivat saaneensa tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta esimerkiksi vaimolta, perheenjäseneltä, työpaikalta, Seinäjoen

ammattikorkeakoululta, Alajärven maakuntakorkeakoulusta, hankepäättöksistä ja kaupunkikonsernin yhteistyökokouksista. Yksi vastasi myös, että kokee saaneensa tiedon koulusta siksi, että se sijaitsee asuinpaikkakunnalla ja joku kertoi myös opiskelleensa Yrittäjäopistossa ja saaneensa sieltä tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta. Vastauksista voidaan myös päätellä, että 11 vastaajaa, eli 15,1 % vastaajista on saanut tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta vasta tästä kyselystä.

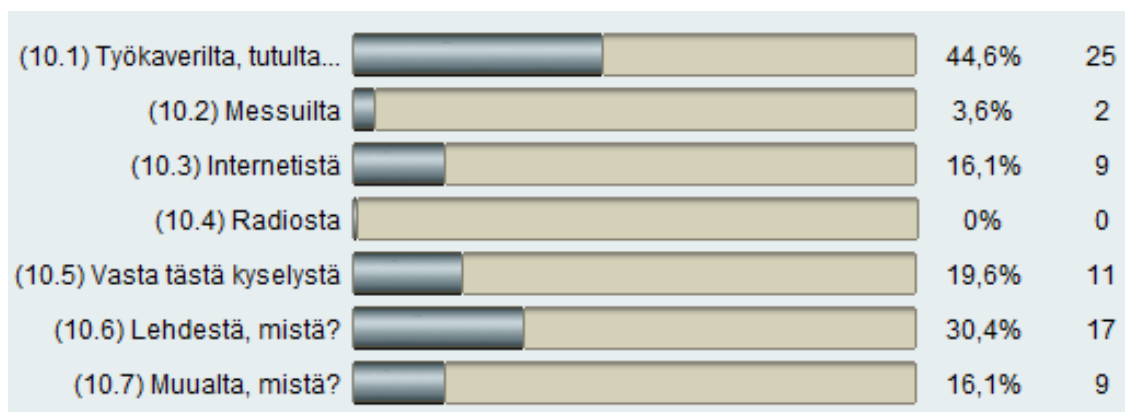
Vastaajista he, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla, ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta suurimmaksi osaksi Internetistä (kuvio 29). Vastaajat, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta suurimmaksi osaksi työkaverilta tai tutulta (kuvio 30).



KUVIO 28. Mistä tieto Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on saatu



KUVIO 29. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla



KUVIO 30. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana

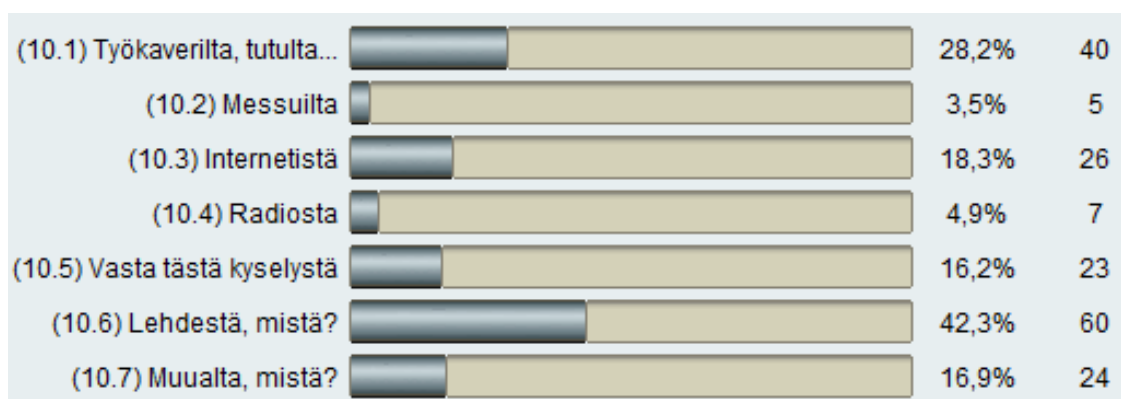
Mistä tieto Järviseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta on saatu.

Järviseudun kyselyssä vastaajien kokonaismäärä on 142, mutta vastauksia annettiin kysymykseen ”Mistä olette saanut tiedon Järviseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta?” yhteensä 185, koska vastaajat saivat valita useampia vaihtoehtoja. Useimmat kokevat saaneensa tiedon lehdestä. Kuvio 35 kertoo, mistä lehdestä Järviseudun kyselyyn vastanneet ovat tiedon saaneet. Vastaajista 42,5 % kertoo, että tieto on saatu lehdestä. Toiseksi suurin osa vastaajista eli 28,2 % kertoo, että tieto Järviseudun maakuntakorkeakoulusta on saatu työkaverilta tai tutulta. Myöskään Internetin osuutta tiedonvälityskanavana ei voida olla huomioimatta. Kolmanneksi suurin osa vastaajista kertoo, että tieto on saatu Internetistä. Prosentuaalisesti se on 18,3 % vastauksista. Kohtaa ”muualta,

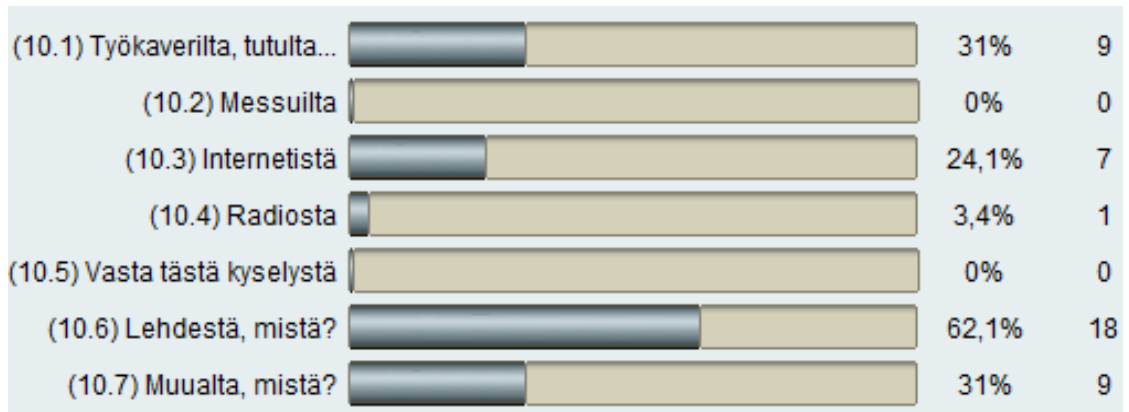
mistä?” tarkennettiin esimerkiksi ”tieto on saatu siksi, että Alajärvellä on aktiivisia toimijoita”, ”työyhteisöstä”, ”työpaikkatapaamisista”, ”työpaikan kautta”, ”pomolta”, ”suoraan korkeakoululta”, ”sähköpostin kautta”, ”maakuntakorkeakoulun työntekijöiltä”, ”kuntatasolta”, ”verkostoitumisen kautta”, ”kansalaisopiston esitteestä”, ”Järvi-Pohjanmaan yhteistyöstä” ja ”info-tilaisuudesta”. Joku sanoo myös tienneensä Järvisuodun maakuntakorkeakoulun aina.

Viisi vastaajaa vastasi kohtaan ”muualta, mistä?”, että ei tiennyt aikaisemmin Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta. Näille vastauksille olisi ollut kyselyssä vaihtoehto ”vasta tästä kyselystä”. Tulkitsemme siis, että yhteensä 28 eli 19,7 % Järvisuodun kyselyyn vastanneista sai tiedon Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta vasta tästä kyselystä, jolloin vaihtoehto ”muualta, mistä?” saisi 19 vastausta eli 13,4 %.

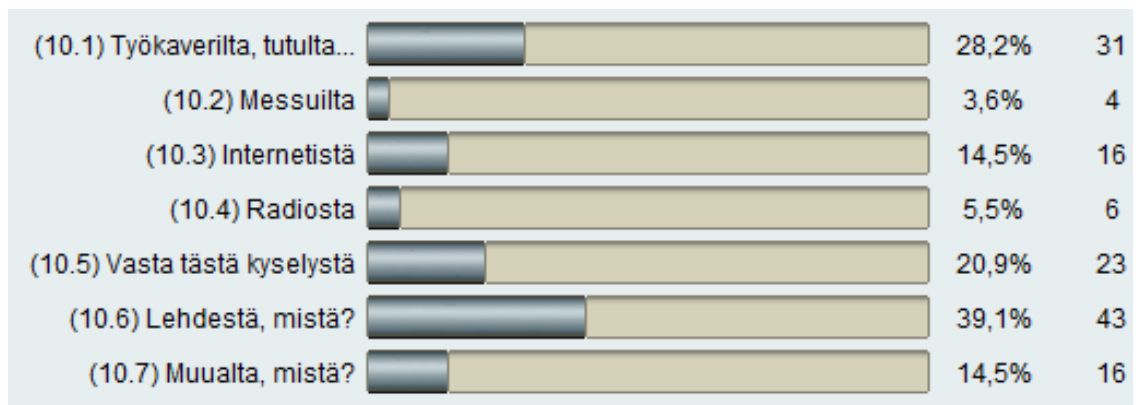
Vastaajista he, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä, ovat saaneet tiedon Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta suurimmaksi osaksi lehdestä (kuvio 32). Vastaajat, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana ovat myös saaneet tiedon Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta suurimmaksi osaksi lehdestä ja toiseksi suurimmaksi osaksi tutulta tai työkaverilta (kuvio 33). Suurin osa heistä on saanut tiedon Järvisuotu -lehdestä.



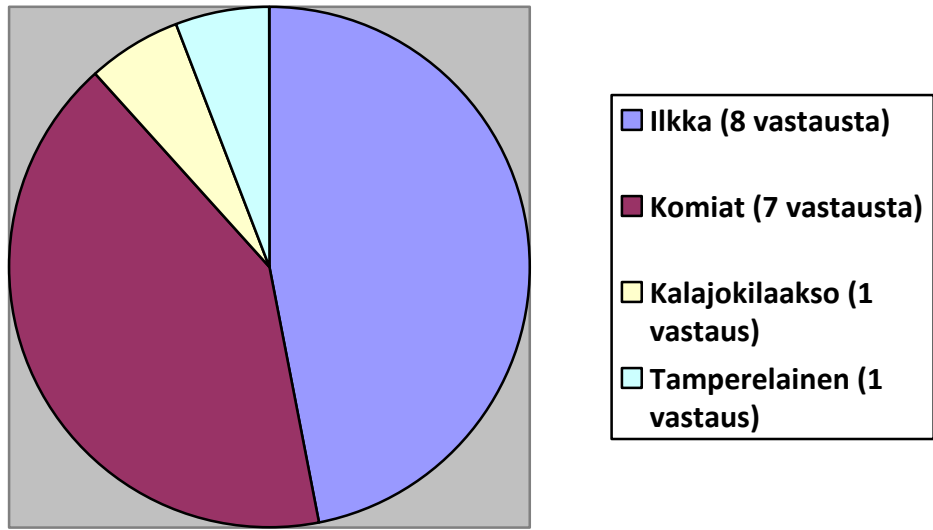
KUVIO 31. Mistä tieto Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta on saatu



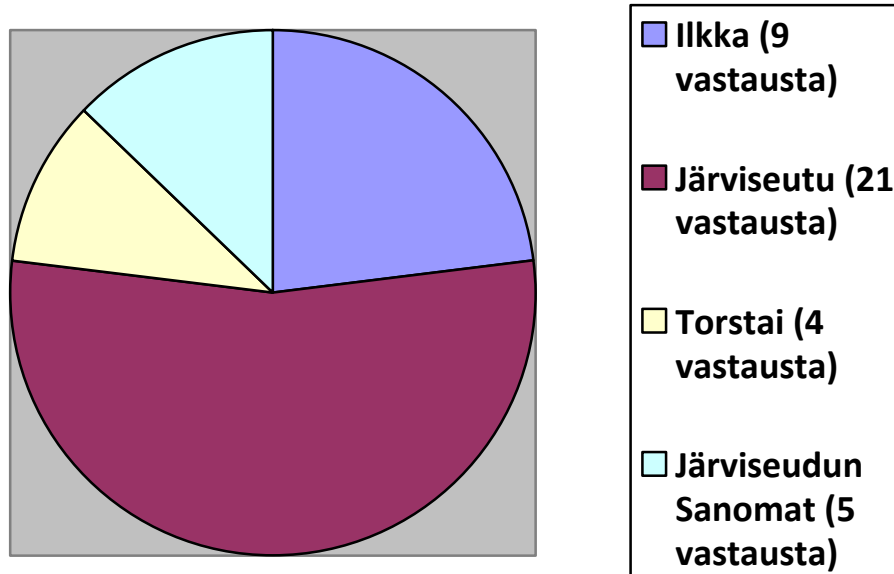
KUVIO 32. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä



KUVIO 33. Mistä ne vastaajat ovat saaneet tiedon Järvisuodun maakuntakorkeakoulusta, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana



KUVIO 34. Mistä lehdestä tieto Kauhavan maakuntakorkeakoulusta on saatu



KUVIO 35. Mistä lehdestä tieto Järviseu maakuntakorkeakoulusta on saatu

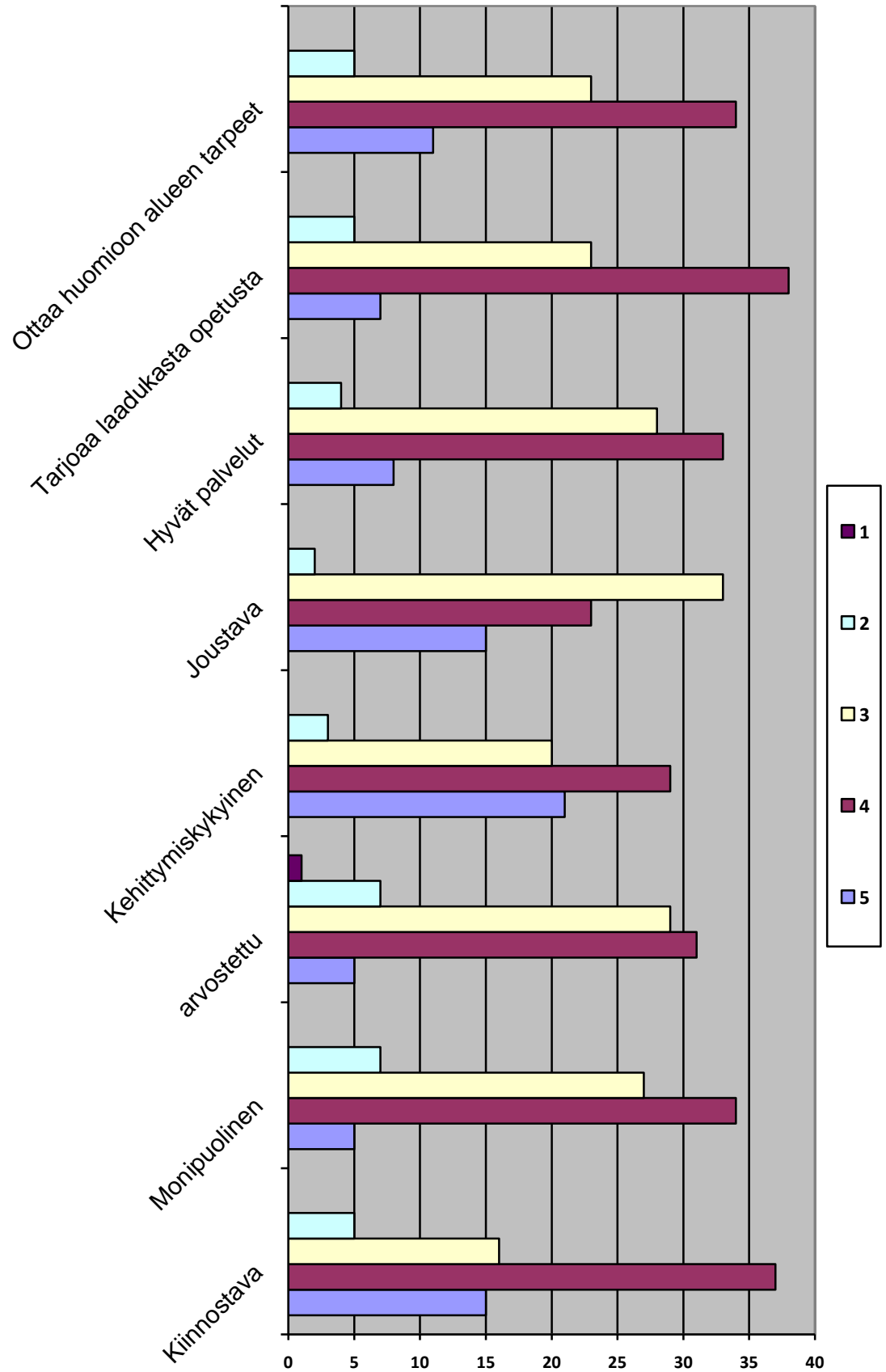
Käsitykset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta. Taulukossa 2 kuvataan vastaajien käsityksiä Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta. Kuviossa 36 vastauksia selvennetään pylväsdiagrammilla. Kauhavan kyselyyn vastanneista ainoastaan yksi antoi arvon 1 ”täysin eri mieltä” vain yhteen kohtaan, jossa käsitellään koulun arvostuksen astetta. Suurin prosenttimäärä eli 28,8 % arvossa 5 ”täysin samaa mieltä” annettiin kohtaan ”kehittymiskykyinen”. Vastaajista yli puolet eli 52,1 % on jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kauhavalla sijaitseva maakuntakorkeakoulu tarjoaa laadukasta opetusta. Vastaajista 50,7 % on myös jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kauhavalla sijaitseva maakuntakorkeakoulu on kiinnostava. Suuri osa vastaajista on myös jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kauhavan maakuntakorkeakoulu on monipuolinen ja ottaa huomioon alueen tarpeet. Suurin osa vastaajista eli 44,3 % on antanut arvon 4 ”jokseenkin samaa mieltä”. Tämän kysymyksen jokaiseen kohtaan enemmistö vastasi arvolla 4 ”Jokseenkin samaa mieltä”, paitsi joustavuudesta enemmistö vastasi ”en osaa sanoa”.

Taulukosta 3 nähdään, että kyselyyn vastanneet tämän hetkiset tai entiset Kauhavan maakuntakorkeakoulun opiskelijat näkevät Kauhavan maakuntakorkeakoulun hieman positiivisemmin kuin kaikki Kauhavan kyselyyn vastanneet.

Omaehtoisen kokemuksen Kauhavan maakuntakorkeakoulussa opiskelusta omaavat antoivat arvoa 5 ”täysin samaa mieltä” 29,7 %. Kokonaistuloksessa Kauhavan maakuntakorkeakoululle arvoa 5 on annettu 14,9 %.

TAULUKKO 2. Käsitukset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta

	5 Täysin samaa mieltä (arvo: 1)	4 Jokseenkin samaa mieltä (arvo: 2)	3 En osaa sanoa (arvo: 3)	2 Jokseenkin eri mieltä (arvo: 4)	1 Täysin eri mieltä (arvo: 5)
Kiinnostava (ka: 2,151; yht: 73)	20,5% 15	50,7% 37	21,9% 16	6,8% 5	0% 0
Monipuolinen (ka: 2,493; yht: 73)	6,8% 5	46,6% 34	37% 27	9,6% 7	0% 0
Arvostettu (ka: 2,562; yht: 73)	6,8% 5	42,5% 31	39,7% 29	9,6% 7	1,4% 1
Kehittymiskykyinen (ka: 2,068; yht: 73)	28,8% 21	39,7% 29	27,4% 20	4,1% 3	0% 0
Joustava (ka: 2,301; yht: 73)	20,5% 15	31,5% 23	45,2% 33	2,7% 2	0% 0
Hyvät palvelut (ka: 2,384; yht: 73)	11% 8	45,2% 33	38,4% 28	5,5% 4	0% 0
Tarjoaa laadukasta opetusta (ka: 2,356; yht: 73)	9,6% 7	52,1% 38	31,5% 23	6,8% 5	0% 0
Ottaa huomioon alueen tarpeet (ka: 2,301; yht: 73)	15,1% 11	46,6% 34	31,5% 23	6,8% 5	0% 0
ka: 2,327; yht: 584	14,9% 87	44,3% 259	34,1% 199	6,5% 38	0,2% 1



KUVIO 36. Käsitukset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta

TAULUKKO 3. Käsitykset Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Kauhavalla

Kysymykseen vastanneet: 16

	5 Täysin samaa mieltä (arvo: 1)	4 Jokseenkin samaa mieltä (arvo: 2)	3 En osaa sanoa (arvo: 3)	2 Jokseenkin eri mieltä (arvo: 4)	1 Täysin eri mieltä (arvo: 5)
Kiinnostava (ka: 1,562; yht: 16)	43,8% 7	56,3% 9	0% 0	0% 0	0% 0
Monipuolinen (ka: 1,938; yht: 16)	25% 4	56,3% 9	18,8% 3	0% 0	0% 0
Arvostettu (ka: 2,188; yht: 16)	18,8% 3	50% 8	25% 4	6,3% 1	0% 0
Kehittymiskykyinen (ka: 2; yht: 16)	37,5% 6	37,5% 6	12,5% 2	12,5% 2	0% 0
Joustava (ka: 1,688; yht: 16)	50% 8	31,3% 5	18,8% 3	0% 0	0% 0
Hyvät palvelut (ka: 2,062; yht: 16)	31,3% 5	37,5% 6	25% 4	6,3% 1	0% 0
Tarjoaa laadukasta opetusta (ka: 2,188; yht: 16)	18,8% 3	62,5% 10	0% 0	18,8% 3	0% 0
Ottaa huomioon alueen tarpeet (ka: 2,312; yht: 16)	12,5% 2	50% 8	31,3% 5	6,3% 1	0% 0
ka: 1,992; yht: 128	29,7% 38	47,7% 61	16,4% 21	6,2% 8	0% 0

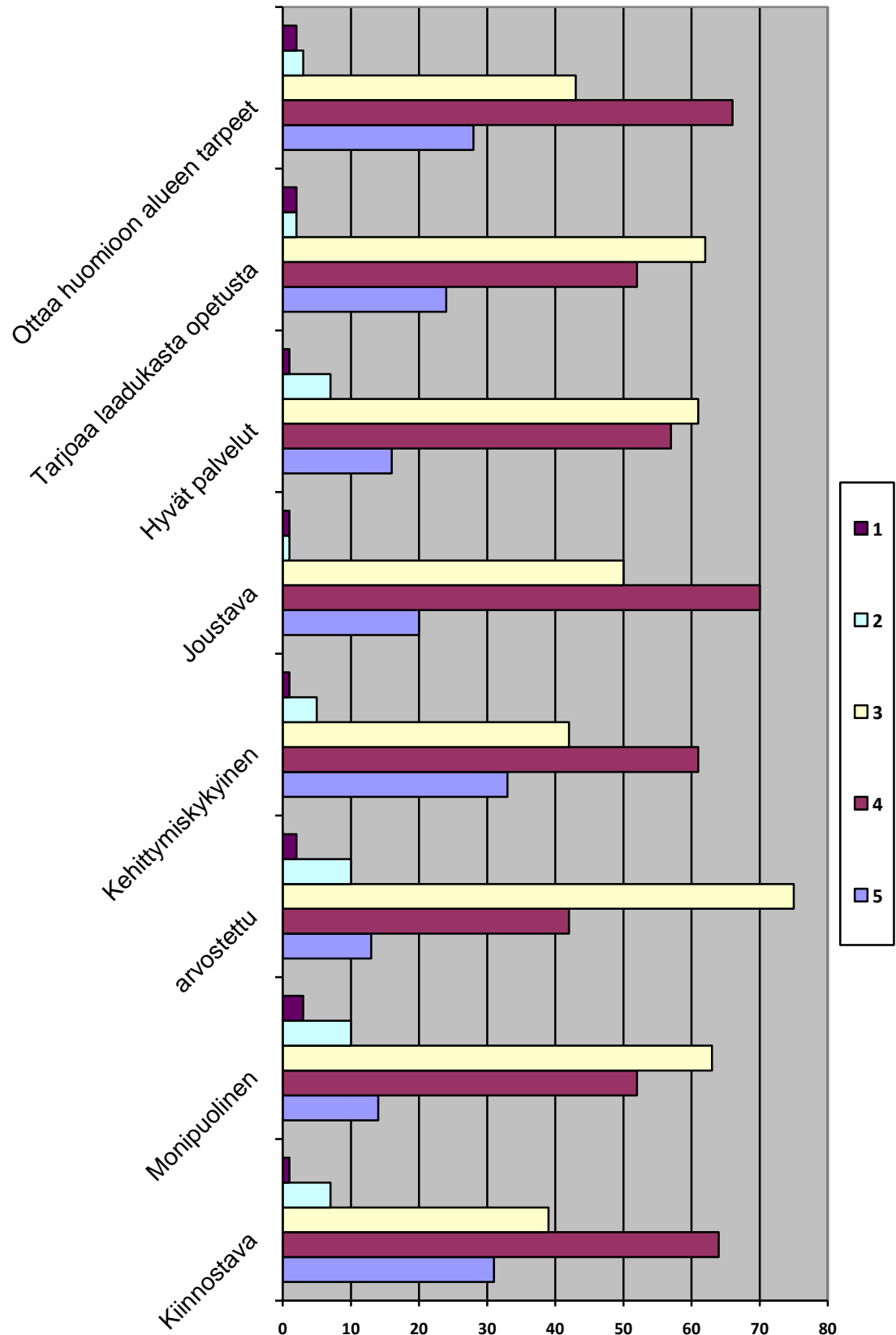
Käsitykset Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta. Taulukossa 4 ja kuviossa 37 hahmotetaan Järvisseudun kyselyyn vastanneiden käsityksiä Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta. Suurin osa vastaajista arvossa 5 ”täysin samaa mieltä” eli 23,2 % näkee Järvisseudun maakuntakorkeakoulun kehittymiskykyisenä. Suurin prosentti vastaajista eli 52,8 % ei osannut sanoa mielipidettään, miten arvostettuna Järvisseudun maakuntakorkeakoulun näkee. Lähes puolet vastaajista eli 49,3 % on jokseenkin samaa mieltä siitä, että Järvisseudun maakuntakorkeakoulu on joustava. Vastaajista 43 % ei osaa sanoa mielipidettään, onko Järvisseudun maakuntakorkeakoululla hyvät palvelut. Melko suuri osa eli 40,1 % vastaajista on kuitenkin jokseenkin samaa mieltä siitä, että Järvisseudun maakuntakorkeakoulu tarjoaa hyvät palvelut. Vastaajista 46,5 % on jokseenkin samaa mieltä myös siitä, että Järvisseudun maakuntakorkeakoulu ottaa huomioon alueen tarpeet. 45,1 % on

jokseenkin samaa mieltä siitä, että Järviseudun maakuntakorkeakoulu on kiinnostava. Yhteensä koko kysymyksessä vastattiin eniten arvolla 4 ”jokseenkin samaa mieltä” eli 40,8 %, mutta ero arvoon 3 ei ole kovin suuri. Arvoa 3 ”en osaa sanoa” antoi 38,3 % vastaajista. Tämän kysymyksen jokaiseen kohtaan enemmistö vastasi siis arvolla 4 ”jokseenkin samaa mieltä, paitsi kohtaan ”arvostettu” ja ”hyvät palvelut” enemmistö ei osannut sanoa mielipidettään.

Järviseudun maakuntakorkeakoulussa opiskelevilla tai opiskelleilla on positiivisemmat käsitykset Järviseudun maakuntakorkeakoulusta verrattuna Järviseudun maakuntakorkeakoulun kyselyyn vastanneiden kokonaistulokseen. Järviseudun maakuntakorkeakoulun tämänhetkisten tai entisten opiskelijoiden käsitykset Järviseudun maakuntakorkeakoulusta näkyvät taulukosta 5. He antoivat arvoa 5 ”täysin samaa mieltä” 28 %. Kaikki Järviseudun kyselyyn vastanneet antoivat arvoa 5 ”täysin samaa mieltä” yhteensä 15,8 % (taulukko 4).

TAULUKKO 4. Käsitykset Järviseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta

	5 Täysin samaa mieltä (arvo: 1)	4 Jokseenkin samaa mieltä (arvo: 2)	3 En osaa sanoa (arvo: 3)	2 Jokseenkin eri mieltä (arvo: 4)	1 Täysin eri mieltä (arvo: 5)
Kiinnostava (ka: 2,176; yht: 142)	21,8% 31	45,1% 64	27,5% 39	4,9% 7	0,7% 1
Monipuolinen (ka: 2,549; yht: 142)	9,9% 14	36,6% 52	44,4% 63	7% 10	2,1% 3
Arvostettu (ka: 2,62; yht: 142)	9,2% 13	29,6% 42	52,8% 75	7% 10	1,4% 2
Kehittymiskykyinen (ka: 2,155; yht: 142)	23,2% 33	43% 61	29,6% 42	3,5% 5	0,7% 1
Joustava (ka: 2,246; yht: 142)	14,1% 20	49,3% 70	35,2% 50	0,7% 1	0,7% 1
Hyvät palvelut (ka: 2,437; yht: 142)	11,3% 16	40,1% 57	43% 61	4,9% 7	0,7% 1
Tarjoaa laadukasta opetusta (ka: 2,338; yht: 142)	16,9% 24	36,6% 52	43,7% 62	1,4% 2	1,4% 2
Ottaa huomioon alueen tarpeet (ka: 2,19; yht: 142)	19,7% 28	46,5% 66	30,3% 43	2,1% 3	1,4% 2
ka: 2,339; yht: 1136	15,8% 179	40,8% 464	38,3% 435	4% 45	1,1% 13



KUVIO 37. Käsitukset Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta

TAULUKKO 5. Käsitykset Järvisseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta niiden vastaajien näkökulmasta, jotka ovat tai ovat olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijana Alajärvellä

Kysymykseen vastanneet: 29

	5 Täysin samaa mieltä (arvo: 1)	4 Jokseenkin samaa mieltä (arvo: 2)	3 En osaa sanoa (arvo: 3)	2 Jokseenkin eri mieltä (arvo: 4)	1 Täysin eri mieltä (arvo: 5)
Kiinnostava (ka: 1,69; yht: 29)	44,8% 13	41,4% 12	13,8% 4	0% 0	0% 0
Monipuolinen (ka: 2,172; yht: 29)	17,2% 5	58,6% 17	13,8% 4	10,3% 3	0% 0
Arvostettu (ka: 2,241; yht: 29)	17,2% 5	48,3% 14	27,6% 8	6,9% 2	0% 0
Kehittymiskykyinen (ka: 1,793; yht: 29)	34,5% 10	55,2% 16	6,9% 2	3,4% 1	0% 0
Joustava (ka: 1,828; yht: 29)	24,1% 7	69% 20	6,9% 2	0% 0	0% 0
Hyvät palvelut (ka: 2,069; yht: 29)	24,1% 7	51,7% 15	17,2% 5	6,9% 2	0% 0
Tarjoaa laadukasta opetusta (ka: 1,828; yht: 29)	37,9% 11	44,8% 13	13,8% 4	3,4% 1	0% 0
Ottaa huomioon alueen tarpeet (ka: 2; yht: 29)	24,1% 7	55,2% 16	17,2% 5	3,4% 1	0% 0
ka: 1,953; yht: 232	28% 65	53% 123	14,7% 34	4,3% 10	0% 0

Terveiset maakuntakorkeakoululle tai palautteet kyselystä. Viimeinen kysymys on avoin kysymys, johon vastaaja sai kirjoittaa terveisiä maakuntakorkeakoululle tai antaa palautetta kyselystä. Itse kyselystä kiitetään ja nähdään kysely hyödyllisenä. 2/12 Kauhavan kyselyyn vastannutta ottaa kantaa koulutuksen tai ohjaajien tasoon ja 4/18 Järvisseudun kyselyyn vastannutta ottaa kantaa opetuksen tasoon ilmaistakseen niin tyytyväisyyttään kuin tyytymättömyyttäänkin. Luettelo Kauhavan kyselyn terveisistä ja palautteesta löytyy liitteestä 7.

Järvisseudun kyselyn vastauksista huomataan, että lähellä oleva alueellinen maakuntakorkeakoulu koetaan positiivisesti opiskelijan näkökulmasta. Yksi vastaaja ottaa kantaa Alajärven toimipisteen tilojen kehittämiseen ja yksi vastaaja ottaa kantaa Kauhavalla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun aikuisopiskelijoiden yöpymisolosuhteiden laadun parantamiseksi hinnan korotuksella. Järvisseudun kyselyyn vastanneista lisää yhteistyötä yritysten kanssa myös toivotaan. Luettelo Järvisseudun kyselyn terveisistä ja palautteesta löytyy liitteestä 8.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyn vastaajajoukko oli tulosten perusteella melko heterogeeninen. Vastaajista suurin osa on 41–60 -vuotiaita. Suurin osa on työssä julkisella sektorilla, mutta moni on työssä myös yksityisellä sektorilla sekä yksityisyrittäjänä tai yksityisenä ammatinharjoittajana.

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun Järvisseudun ja Kauhavan toimipisteen alueellista tunnettuutta on aihetta kehittää. Vielä toimintaa ei kovin hyvin tunneta. Vastaajat tuntevat Kauhavan tai Järvisseudun toimipisteen joko kohtuullisesti tai huonosti. Toimipisteiden esilläolo on ollut vastaajien mielestä kohtuullista. Esilläoloa voitaisiin parantaa erilaisin mainonnan keinoin.

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu tarjoaa monipuolisia ja hyödyllisiä palveluja, joita kovin moni vastaajista ei ole käyttänyt. Kauhavan ja Järvisseudun toimipisteiden tarjoamia yrityspalveluja on vastanneista harva käyttänyt. Vain yksi on käyttänyt avointa korkeakouluopiskelua ja yksi on käyttänyt opinnäytetyötä. Näihin tulee siis kiinnittää huomiota. Yhteistyön lisääminen yritysten ja muiden tahojen kanssa lisäisi myös yritysten tietoutta tarjolla olevasta palvelutarjonnasta, sekä Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tunnettuutta. Kysymykseen vastanneista suurin osa on käyttänyt tutkinto-opiskelua tai täydennyskoulutusta.

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulua arvioitiin myönteisesti, kun vastaajalta kysyttiin heidän käsityksiään Järvisseudun ja Kauhavan toimipisteestä. Vastaajat ovat jokseenkin samaa mieltä siitä, että Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu on kiinnostava, monipuolinen, arvostettu, kehittymiskykyinen, joustava, hyvät palvelut tarjoava, laadukasta opetusta tarjoava ja alueen tarpeet huomioon ottava.

Yleisesti ottaen Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imago on hyvä, mutta tunnettuus on joko huonoa tai kohtalaista. Mielikuvat perustuvat pääosin lehdestä, tutulta tai työkaverilta saatuun tietoon. Vastaajat, jotka ovat Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun tämänhetkisiä tai entisiä opiskelijoita, näkevät Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun positiivisemmin, kuin he, jotka eivät ole olleet maakuntakorkeakoulun opiskelijoita. Omaehtoisen kokemuksen Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta omaavien vastaajien vastaukset perustuvat

pysyvämpään mielikuvaan tai ns. sisäiseen totuuteen. Muiden vastaajien vastaukset perustuvat ns. puhtaaseen mielikuvaan.

Kauhavan maakuntakorkeakoulun tämän hetkiset tai entiset opiskelijat ovat saaneet tiedon Kauhavan maakuntakorkeakoulusta suurimmaksi osaksi Internetistä. Järviseudun maakuntakorkeakoulun tämän hetkiset tai entiset opiskelijat ovat saaneet tiedon Järviseudun maakuntakorkeakoulusta suurimmaksi osaksi lehdestä.

Mainonnan lisääminen olisi tuloksista päätellen toivottua. Keinoina tulisi olla lehtimainonta, tv, netti, radio, esitteet ja suoramainonta esimerkiksi sähköpostitse. Myös erilaisten tapahtumien ja kouluvierailujen kautta saataisiin lisää näkyvyyttä Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoululle. Internetistä saadun tiedon osuus Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulusta on myös melko suuri. Internetin monipuoliset mahdollisuudet tiedon välittämisessä kannattaa siis huomioida myös tulevaisuudessa.

LÄHTEET

- Aaker, D. & Joachimsthaler, E. 2000. Brandien johtaminen. Porvoo: 2000.
- Aula, P. & Heinonen, J. 2002. Maine: menestystekijä. Porvoo: WSOY.
- Aula, P. & Mantere, S. 2005. Hyvä yritys: Strateginen maineenhallinta. Juva: WSOY.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hertzen, P. von 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Karvonen, E. 1997. Imagologia. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.
- Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa, Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tampere: Gaudeamus.
- Laaksonen, S. & Rainisto, S. 2008. Brändin tarina. Tampere: Juvenes Print.
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Juva: WSOY.
- Mäntyneva, M. & Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.
- Pitkänen, K. P. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. Helsinki: Edita Oyj.
- Pohjola, J. 2003. Ilme: visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.
- Pulkkinen, S. 2003. Mielipaikka markkinoilla. Porvoo: WS Bookwell oy.
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari Oyj.
- Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi. Porvoo: WSOY.
- Salin, V. 2002. Pk-yrittäjän opas kokonaisviestintään. Juva: WSOY
- Seamk & Etelä-Pohjanmaan liitto. 2010. Väliraportti 3: Maakuntakorkeakoulun laajentaminen ja kehittäminen.
- Vos, M. & Schoemaker, H. 2006. Monitoring public perception of organisations. Boom: Onderwijs.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä merkitys, vaikutus, keinot. Porvoo: WSOY.

Vuokko, P. 2004. Nonprofit -organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WSOY.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otava.

Kauhavan kaupunki. Ei päiväystä. Maakuntakorkeakoulutoiminta käyntiin Kauhavalla. [Internet-lähde]. [Viitattu 26.4.2011]. Saatavana: http://www.kauhava.fi/kauhava-info/uutiset/maakuntakorkeakoulutoiminta_kayntiin_kauhavalla.html

Vistiaho, M. <xxx.xxx@xxx.fi> 17.5.2011. Kommentteja kyselyyn. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Annika Mäkipernaa. [Viitattu 17.5.2011].

Muurimäki, R. 23.2.2011. Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulu. [Internet-lähde]. [Viitattu 27.4.2011]. Saatavana: http://www.seamk.fi/Suomeksi/Haluatko_opiskella/Maakuntakorkeakoulu.iw3

LIITTEET

LIITE 1. Kysely Kauhava

LIITE 2. Kysely Järviseuu

LIITE 3. Saatekirje

LIITE 4. Vastaaen kotipaikkakuntien postinumerot

LIITE 5. Luettelo kehittämisehdotuksista Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyyden edistämiseksi

LIITE 6. Luettelo kehittämisehdotuksista Järviseuun maakuntakorkeakoulun näkyvyyden edistämiseksi

LIITE 7. Kauhavan kyselyyn vastanneiden terveisiä maakuntakorkeakoululle

LIITE 8. Järviseuun kyselyyn vastanneiden terveisiä maakuntakorkeakoululle

LIITE 1. Kysely Kauhava

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imago tutkimus

Vastaajan taustatiedot

1) Sukupuoli *

- Nainen Mies

2) Ikä *

- 20 tai nuorempi
 21-30
 31-40
 41-50
 51-60
 61 vuotta täyttänyt

3) Kotipaikkakunnan postinumero *

4) Oletteko / oletteko ollut maakuntakorkeakoulun opiskelija? (Voitte valita useampia) *

- Kyllä, Kauhavalla
 Kyllä, Alajärvellä
 Kyllä, muualla, missä?
 En

5) Mikä seuraavista sopii parhaiten Teidän elämäntilanteeseenne? *

- Työssä yksityisellä sektorilla
 Työssä julkisella sektorilla
 Yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja
 Päätoiminen opiskelija
 Tällä hetkellä työelämän ulkopuolella
 Muu, mikä?

Imagon ja tunnettuuden selvittäminen**6) Kuinka hyvin tunnette Kauhavalla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun? ***

- Hyvin
 Kohtuullisesti
 Huonosti

7) Onko Kauhavan maakuntakorkeakoulu ollut mielestänne tarpeeksi esillä? *

- Hyvin
 Kohtuullisesti
 Huonosti
 En osaa sanoa

8) Kehittämisehdotuksenne näkyvyyden edistämiseksi?**9) Oletteko käyttänyt jotain seuraavista Kauhavan maakuntakorkeakoulun palveluista? (Voitte valita useampia)**

- Tutkinto-opiskelu
 Avoin korkeakouluopiskelu
 Yritysten kehittämisspalvelut
 Täydennyskoulutus
 Opinnäytetyö
 Muu, mikä?

10) Mistä olette saanut tiedon Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta? (Voitte valita useampia) *

- Työkaverilta, tutulta...
- Messuilta
- Internetistä
- Radiosta
- Vasta tästä kyselystä
- Lehdestä, mistä?
- Muualta, mistä?

11) Käsityksenne Kauhavalla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta? (Jos teillä ei ole omakohtaista kokemusta, olkaa hyvä ja vastatkaa mielikuvanne perusteella) *

	5 Täysin samaa mieltä	4 Jokseenkin samaa mieltä	3 En osaa sanoa	2 Jokseenkin eri mieltä	1 Täysin eri mieltä
Kiinnostava *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuolinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arvostettu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kehittymiskykyinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joustava *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät palvelut *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoaa laadukasta opetusta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ottaa huomioon alueen tarpeet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12) Palautetta kyselystä tai terveisiä maakuntakorkeakoululle:

Lopuksi voitte osallistua vielä arvontaan jättämällä yhteystietonne. Arvomme vastanneiden kesken yksityisnäytöksen Y-Kinossa Kauhavalla. Voittaja saa ottaa näytökseen mukaan max. 49 kaveria.

Yhteystietolomake

Etunimi

Sukunimi

Sähköposti

Postiosoite

Postinumero

Postitoimipaikka

Puhelin

LIITE 2. Kysely Järviseu tu

Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imago tutkimus, Järviseu tu

Vastaajan taustatiedot

1) Sukupuoli *

- Mies
 Nainen

2) Ikä *

- 20 tai nuorempi
 21-30
 31-40
 41-50
 51-60
 61 vuotta täyttänyt

3) Kotipaikkakunnan postinumero *

4) Oletteko / oletteko ollut maakuntakorkeakoulun opiskelija? (Voitte valita useampia) *

- Kyllä, Kauhavalla
 Kyllä, Alajärvellä
 Kyllä, muualla, missä?
 En

3) Kotipaikkakunnan postinumero ***4) Oletteko / oletteko ollut maakuntakorkeakoulun opiskelija? (Voitte valita useampia) *** Kyllä, Kauhavalla Kyllä, Alajärvellä Kyllä, muualla, missä? En**5) Mikä seuraavista vaihtoehdoista sopii parhaiten Teidän elämäntilanteeseenne? *** Työssä yksityisellä sektorilla Työssä julkisella sektorilla Yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja Päätoiminen opiskelija Tällä hetkellä työelämän ulkopuolella Muu, mikä?

Imagon ja tunnettuuden selvittäminen**6) Kuinka hyvin tunnette Järviseudulla sijaitsevan maakuntakorkeakoulun? ***

- Hyvin
 Kohtuullisesti
 Huonosti

7) Onko Järviseudun maakuntakorkeakoulu ollut mielestänne tarpeeksi esillä? *

- Hyvin
 Kohtuullisesti
 Huonosti
 En osaa sanoa

8) Kehittämisehdotuksenne näkyvyyden edistämiseksi:**9) Oletteko käyttänyt jotain seuraavista Järviseudun maakuntakorkeakoulun palveluista? (Voitte valita useampia)**

- Tutkinto-opiskelu
 Avoin korkeakouluopiskelu
 Yritysten kehittämispalvelut
 Täydennyskoulutus
 Opinnäytetyö
 Muu, mikä?

10) Mistä olette saanut tiedon Järviseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta? (Voitte valita useampia) *

- Työkaverilta, tutulta...
- Messuilta
- Internetistä
- Radiosta
- Vasta tästä kyselystä
- Lehdestä, mistä?
- Muualta, mistä?

11)**Käsityksenne Järviseudulla sijaitsevasta maakuntakorkeakoulusta? (Jos Teillä ei ole omakohtaista kokemusta, olkaa hyvä ja vastatkaa mielikuvanne perusteella)**

*

	5 Täysin samaa mieltä	4 Jokseenkin samaa mieltä	3 En osaa sanoa	2 Jokseenkin eri mieltä	1 Täysin eri mieltä
Kiinnostava *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuolinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arvostettu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kehittymiskykyinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joustava *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät palvelut *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoaa laadukasta opetusta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ottaa huomioon alueen tarpeet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12) Palautetta kyselystä tai terveisiä maakuntakorkeakoululle:

Lopuksi voitte osallistua vielä arvontaan jättämällä yhteystietonne. Arvomme vastanneiden kesken yksityisnäytöksen Y-Kinossa Kauhavalla. Voittaja saa ottaa näytökseen mukaan max. 49 kaveria.

Yhteystietolomake

Etunimi

Sukunimi

Sähköposti

Postiosoite

Postinumero

Postitoimipaikka

Puhelin

LIITE 3. Saatekirje

Hei,

Tämä on imagotutkimus, jolla selvitetään Etelä-Pohjanmaan maakuntakorkeakoulun imagoa ja tunnettuutta Kauhavalla ja Järvisseudulla.

Kyselyyn vastaaminen vie alle viisi minuuttia! Jokainen vastaus on tärkeä maakuntakorkeakoulun kehittämiseksi. Arvomme vastanneiden kesken YKSITYISNÄYTÖKSEN Y-KINOSSA Kauhavalla. Voittaja saa ottaa näyttökseen mukaan max. 49 kaveria.

Arvonnan voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti ja lisäksi voittajan nimi julkaistaan www.seamk.fi/maakuntakorkeakoulu sivulla.

Vastaajien henkilöllisyys ei paljastu tutkimuksessa. Vastausaikaa on torstaihin 5.5.2011 asti.

Kyselyyn pääsee suoraan alla olevan linkin kautta tai kopioimalla linkin Internet-selaimen osoiteriville.

<http://www.webropol.com...>

Annan mielelläni lisätietoja tutkimuksesta ja Y-Kinon yksityisnäytöksestä. Kiitos jo etukäteen osallistumisestanne kyselyyn.

Ystävällisin terveisin,
Annika Mäkipernaa
tradenomiopiskelija
Yhteystiedot: x

LIITE 4. Vastaajien kotipaikkakuntien postinumeroista

TAULUKKO 6. Vastaajien kotipaikkakuntien postinumerot

Kauhavan vastaajat (73 vastaajaa, vastausprosentti kysymykseen 100%)	Järviseudun vastaajat (142 vastaajaa, vastausprosentti kysymykseen 100%)
Postinumero / Kpl	Postinumero / Kpl
62300 / 9	62900 / 54
62200 / 30	62800 / 26
62420 / 8	62940 / 2
60200 / 1	62200 / 2
62380 / 1	63500 / 7
62100 / 3	62950 / 1
62500 / 4	62500 / 4
65230 / 1	43700 / 1
62600 / 2	62640 / 1
62375 / 2	62830 / 4
65100 / 1	62600 / 4
40100 / 1	62100 / 2
62220 / 1	60640 / 1
62240 / 1	65380 / 1
62370 / 1	62420 / 6
61500 / 1	62750 / 1
62630 / 1	65300 / 1
61330 / 1	63510 / 1
86300 / 1	63900 / 1
65280 / 1	63880 / 2
66500 / 1	63800 / 10

33580 / 1	62660 / 2 62760 / 1 63130 / 1 66400 / 1 60100 / 1 63530 / 1 63890 / 1 62510 / 1 62710 / 1
-----------	---

LIITE 5. Luettelo kehittämisehdotuksista Kauhavan maakuntakorkeakoulun näkyvyyden edistämiseksi

1. "Opiskelijoiden tarinoita lehtiin ja nettiin rohkaisemaan muitakin opiskelemaan"
2. "Enemmän opiskelijoitten ulostuloja julkisuuteen."
3. "Tiedotusta eri medioiden kautta, yhteistyö muiden koulutustoimijoiden kanssa."
4. "Komiat lehteen juttu"
5. "Ehkä juttuja voisi olla lehdissä tai muuta vastaavaa."
6. "Lehtijuttu"
7. "Esimerkiksi juttuja maakunnallisiin ja paikallisiin lehtiin."
8. "Paikallislehdessä suurempi juttu/ esittely."
9. "Mainontaa enemmän! Esim lehtiin. - Netissä bannereita? - Kauhavan lukiolaisille esittelypäivä tms."
10. "Lehtimainontaa lisää, jalkautuminen kaupunkilaisten pariin, säännöllisiä kouluvierailuja"
11. "Lisää lehtikirjoittelua esim. Komiat -lehteen ja Ilkkaan."
12. "Ryhtiä toimintaan, siitä voi lähteä edistämään tunnettavuutta."
13. "Koulutustapahtumat ja mainostaminen kouluihin hakuaikana."
14. "Avoimet ovet kaikille kiinnostuneille kerran vuodessa."
15. "Radio"
16. "Maakuntakorkeakoulun profiilin nosto Yrittäjäopiston varjosta"
17. "Enemmän juttuja lehteen."
18. "Aikuis- ja monimuoto-opiskelijoille kannataisi netissä ja ilmoituksissa tuoda esille, että vain kerran kuukaudessa lähiopetusta!! Taitaa olla melkein ainoa paikka Suomessa jossa on tälläinen systeemin, joten tämä vahvuus kannatta tuoda paremmin esille."

LIITE 6. Luettelo kehittämisehdotuksista Järvisseudun maakuntakorkeakoulun näkyvyyden edistämiseksi.

1. "Ilmaisjakeluna jaettavaksi koulutustarjonnasta kertova lehtinen."
2. "Enempi julkisuutta ja asian esille tuomista konkreettisella tavalla. Avoimia ovia ja sen sellaista joka liittyy myös omalla tavalla markkinointiin."
3. "Erilaisissa tapahtumissa koulutusmahdollisuuksien markkinoiminen pitkäjänteisesti on tärkeää."
4. "Jotain tempauksia, missä olisi esillä ja mukana!"
5. "Koulutustarjonta"
6. "Paikallis- ja maakuntalehdistö, suoramarkkinointi ja tiedottaminen alueen yrityksille ja tietoiskut keskiasteen kouluissa potentiaalisille tulevaisuuden opiskelijoille."
7. "Jollain paremmin levittää tietoisuutta yritysten ja median keskuudessa."
8. "Mainoksia paikallisissa lehdissä."
9. "Tiedottaminen!"
10. "Kursseista ilmoittaminen."
11. "Suoramainontaa yrityksiin."
12. "Paikallislehtiin tehdä iso juttu, jossa koko Järvisseudun maakuntakorkeakoulu esittäytyy."
13. "Ehkä enemmän voisi olla juttujakin."
14. "Seamk:n ohella selkeää Järvisseudun maakuntakorkeakoulun omaa mainontaa meneillään olevasta ja tulevaisuusnäköymästä niin omalta osalta niin kuin yhteistyökumppaneidenkin kanssa. Huom. JAMI:lla olevan innovaatio- ja osaamiskeskuksen kanssa yhteistyön hyöty ja yhteistyössä oleminen on kokonaistoiminnan kannalta keskeistä. Pureutuminen Seamk:n ohella paikallisuuteen ja paikalliseen tarpeeseen, niin ammatillisessa aikuiskoulutuksessa kuin yleisluennoissakin. Yhteinen tulevaisuus näkemä elinkeinoelämän, 2:n asteen kuin elinkeikoyhtiöidenkin kanssa."
15. "Palvelun tarjoamisessa maininta maakuntakorkeakoulu. Myöskin sähköpostissa tarjoamista."
16. "Suoramarkkinointi esim. sähköpostitse."
17. "Esim. paikallislehtiin "Maakuntakorkeakoulussa ajankohtaista" -palsta."
18. "Jalkautua yrityksiin ja työntekijöiden keskuuteen."
19. "Joku esittelevä tapahtuma olisi varmaan hyvä."
20. "Lisää tiedotusta, valmistuvien juttuja, toimialojen juttuja ja työmahdollisuuksista

kertomista lehdistössä.”

21. ”Enemmän myös pienemmissä ja syrjäisemmissä kunnissa näkyvillä”

22. ”Tv-mainonta, radiomainonta”

23. ”En ole kuullutkaan kyseisestä koulusta. Saattaa ollakin ollut lehdissä, muttei ole osunut silmiin.”

24. ”Opiskelijahaastatteluja paikallislehtiin.”

25. ”Esiteitä postissa jne.”

26. ”Lehtimainonta.”

LIITE 7. Kauhavan kyselyyn vastanneiden terveisiä maakuntakorkeakoululle.

1. "Maakuntakorkeakoulu tekee hyvää työtä, joka toivottavasti jatkuu ja kehittyy edelleen! Koulutuksen tasoon (opiskelijoiden menestyminen opinnoissa, opiskelun hyöty työelämässä/työllistymisessä, tyytyväisyys opintoihin) on myös jatkuvasti kiinnitettävä huomiota."
2. "Ymmärtääkseni maakuntakorkeakoulun kurssit ovat yhteisiä SeAMK:n tutkintoon johtavien kurssien kanssa. Jossain määrin olisi syytä kiinnittää huomioita ohjaajan pätevyyteen ko. kurssin substanssiin liittyen. Eli ohjaajien ammattitaitoon olisi syytä kiinnittää huomiota niin SeAMKissa kuin maakuntakorkeakoulussa."
3. "Mielenkiintoinen hyvin toteutettu kysely."
4. "Ei ole kyllä kunnolla hajua mikä se on, mutta hyvä, mielenkiintoinen kysely."
5. "Kiitos kyselystä"
6. "Enemmän vaan mainontaa kehiin, niin opiskelijoita riittää!"
7. "Kauhavan yksikköä pitäisi ehdottomasti kehittää. Oli suuri virhe siirtää AMK-opetus tradenomikoulutuksen osalta Seinäjoelle. Kauhavalla sai lähellä yritystoimintaa olevaa innostavaa ja motivoivaa opetusta. Kaksi lastani on suorittanut tutkinnon Kauhavalla ja molemmilla oli erittäin myönteisiä kokemuksia."
8. "Palautetta oli aika hankala antaa, sillä olen asunut Jyväskylässä viimeiset 3 vuotta :)"
9. "Kiitokset imago tutkimuksesta. Tämä tutkimus palvelee hyvin Kauhavan kaupungin kehittämistä. Toivottavasti saatte mahdollisimman kattavasti vastauksia tutkimukseenne."
10. "Suunnitelkaa ja järjestäkää mahdollisuuksia opiskella ylempi AMK tutkinto."
11. "Terävöitymistä joka suhteessa. Kannattaa katsoa enemmän asiakasnäkökulmasta kuin omasta näkökulmasta. Maakuntakorkeakoulu on erinomainen idea ja sillä on mahdollisuus palvella alueen elinkeinoelämää ja asukkaita. Aktiivista tiedotusta ja markkinointia kyllä tarvitaan, brandiä ei vielä ole."

12. "Nyt kun Kauhavalta on nuoret opiskelijat ovat poistuneet, kannattaisi parantaa laatua aikuisopiskelijoille jotka voisivat yöpyä Kauhavalla. Ei haittaa vaikka olisi vähän korkeampi hinta kunhan majoituspalveluiden laatu olisi tasokkaampaa!! "

LIITE 8. Järviseudun kyselyyn vastanneiden terveisiä maakuntakorkeakoululle.

1. "Tradenomiopiskelijoiden opettajat huononivat huomattavasti opintojen loppua kohti."
2. "Oli noloa vastata lähes jokaiseen väittämään "en osaa sanoa", mutta kun ei oikeastaan ole edes muistanut ko. opinahjoa."
3. "Enemmän esilläoloa tavallisten ihmisten parissa! On jo ollutkin mutta erilaisia tapahtumia lisää yhteistyönä muiden toimijoiden kanssa!"
4. "Tsemppiä"
5. "Ammattitaitoisten opettajien hankkiminen ensiarvoisen tärkeää!"
6. "Mahdollisimman paljon käytännön yhteistyötä alueen yritysten kanssa (harjoitustyöt, opinnäytetyöt, kesätyöt, yritysten suorat tilaustutkimukset/kehitysprojektit, täsmäluentoja yritysten asiantuntijoilta osaksi koulutusta, ym. Opiskelijoita ja myös yrityksiä on aktivoitava tähän toimintaan ja markkinointia ei saa unohtaa! Sitä ennen on luotava valmiudet ja tehtävä aloitus helpoksi kaikille osapuolille. Sitten vaan reppu selkään ja myyntimatkalle yrityksiin ja julkisen sektorin potentiaalsiin kohteisiin."
7. "Jatkakaa hyvää työtä. Aikuisopiskelu oli erittäin mielenkiintoista Alajärvi-Seinäjoki akselilla, vaikka välillä ajaminen väsyttikin. Mutta loppuviimein uurastus kannatti. Opettajat ovat todella hyviä ja ammattitaitoisia."
8. "Jatkakaa samaan malliin"
9. "Alajärven tiloja tulisi parantaa ammattikorkeakoulutasoisiksi."
10. "Tällainen kysely herättää ainakin mielenkiinnon kyseiseen korkeakouluun. Seuraavan kerran, kun kuulee puhuttavan asiasta, tietää ainakin että sellainen on Järviseudulla. Enemmän julkisuutta!"
11. "Maakuntakorkeakoulu on erittäin tervetullut tänne, missä ei muuten saa korkeakouluopetusta kuin muutamia kursseja. siellä on helppo suorittaa opintoja ja se on lähellä."
12. "Haluaisin informaatiota maakuntakorkeakoulun tarjoamista opintovaihtoehdoista."

13. "En ole edes tiennyt että tällä alueella on edellä mainittu koulu."
14. "Ajatus useissa pienissä kaupungeissa ja kunnissa toimivista korkeakoulupaikoista on utopistinen huom. opiskelijoita saadaan kyllä kun otetaan kaikki halukkaat mukaan. Tätä vain ei pysty tämä vienti yms. yrityskanta maksamaan. Muuten olisi mukavaa järjestellä mutta tuntuu menevän mikrotason puuhasteluksi. Onhan siinä tietenkin se etu että saadaan kaikille entisille opiskelijoille jokin korkeakouluprojektipäällikön tai kyselytutkimuspäällikön virka ja valtio ja kunnat maksaa. Tämäkin kysely työllistää taas virkamiehiä ja naisia ainakin 100h. Voi olla että huomataan liian myöhään että meidän kilpailukyky on mennyt täällä pikku puuhastelun takia kun piti saada isoille terästeht. yms. ns. keskisuurille firmoille omia ins. miehiä. Tätä on vähän vaikea tekstittää, mutta perusasia näin pienessä maassa ei ole varaa amk-korkeakouluopiskeluun joka kunnassa. Paljon muutakin olisi mutta kun olisi oikeitakin töitä niin tässä tämä."
15. "Todella hyvä jossa voi työn ohella suorittaa täydentävää opiskelua. Todella tyytyväinen yrittäjänä järjestelyyn."
16. "Räätälöity aikalailla yritysten tarpeisiin. Monipuolisuutta enemmän"
17. "Ei aavistustakaan mikä on kyseinen koulu, tai missä sijaitsee."
18. "Opetuksen taso."