

Anu Huhtakangas

MIELIKUVIA OPPIMISNEUVOLASTA SISÄISTEN SIDOSRYHMIEN SILMIN

Opinnäyte

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Tradenomikoulutus

Syksy 2005

ESIPUHE

Tämä opinnäytetyö sisältyy tradenomiopintoihini. Etsin markkinointiin liittyvää aihetta työoleni ja minulle tarjottiin Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointialan Oppimisneuvolasta mielikuvatutkimusta.

Suuret kiitokseni esitän opinnäytetyöni ohjaaja lehtori, projektipäällikkö, YTM Päivi Maliselle. Hän punakynää, sitä vaaleanpunaista käyttäen on ohjannut harhapoluilta takaisin. Hänen kannustava ja ajatuksia herättelevä ohjauksensa on johtanut oppimiseen. Lopulliset valinnat olen kuitenkin joutunut tekemään itse.

Kiitos toimeksiantajalleni, Oppimisneuvolaan palvelutoiminnan koordinaattori, THM Leena Lerssille. Lämpimät kiitokseni esitän myös lehtori, FK Margit Leskiselle tilastollisenosuu-den tarkastamisesta.

Viimeisenä muttei vähäisimpänä kiitokset ystävälleni, HTM Jaana Kumpulainen-Lallukalle. Hän jaksoi ”tsempata”, kun tuntui, ettei työ edisty. Hänen tarkka tyyliensä oikolukijana auttoi löytämään kirjoitus- ja ajatusvirheet.

Tämän opinnäytetyöni omistan perheelleni, lapsilleni Markolle ja Viiville sekä avopuolisolleni Arskalle. Heidän myötäelämisensä ja kärsivällisyytensä tässä haastavassa työssäni sekä koko opintojeni aikana on ollut merkittävä tuki. Haluan kiittää heitä, rakkaimpiani, koko sydämeistäni.

SISÄLLYS	
TIIVISTELMÄ	
ABSTRACT	
ESIPUHE	
1 JOHDANTO	1
2 SISÄINEN VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI	4
3 MIELIKUVA	9
3.1 Mielikuvan muodostuminen	11
3.2 Asenteiden vaikutus mielikuvan syntymiseen	12
3.3 Psykologiset, strategiset ja toimintokohtaiset vaikuttajat	14
3.4 Palvelun laatu	16
4 MIELIKUVAN TUTKIMINEN JA KEHITTÄMINEN	21
4.1 Onnistunut tutkimus	21
4.2 Tavoitemielikuva	24
4.3 Asenteisiin vaikuttaminen	25
5 TUTKIMUKSEN KULKU JA TULOKSET	26
5.1 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	27
5.2 Tutkimustulokset	27
5.3 Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstö	28
5.4 Hyvinvointialan opiskelijat	45
5.5 Yhteenveto	67
6 POHDINTA	71
LÄHTEET	76
LIITTEET	79
KUVIOT	80
TAULUKOT	82



Ala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma
Tekijä(t) Huhtakangas Anu	
Työn nimi Mielikuvia Oppimisneuvolasta sisäisten sidosryhmien silmin	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Malinen Päivi
Aika 16.5.2005	Sivumäärä 82, liitteitä 70 sivua
Tiivistelmä <p>Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointialan Oppimisneuvolassa todettiin syyskuussa 2004 tarve toiminnan ja markkinoinnin kehittämiseksi. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää millainen mielikuva ja asenne Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstöllä ja hoitotyön opiskelijoilla on Oppimisneuvolasta harjoittelupaikkana ja palveluiden tuottajana.</p> <p>Kvantitatiivinen tutkimus tehtiin kyselylomakkeella. Kyselylomakkeet lähetettiin henkilöstölle sisäisessä postissa tammikuussa 2005. Opiskelijoille tutkimus tehtiin samoin tammikuussa 2005 jakamalla kyselylomakkeet opiskelijanohjaustunneilla. Tutkimustulokset esitetään mielikuviin vaikuttavien tekijöiden ryhmittelyn mukaisesti, erikseen kummankin tutkimusjoukon osalta. Oppimisneuvolan strategisten ja toimintokohtaisten mielikuvatekijöitä kuvaavien väittämien avulla saatiin selville myös psykologisia mielikuvatekijöitä. Tuloksista nähdään myös en osaa sanoa -vastausten suuri määrä. Nämä vastaukset ovat mielikuvatutkimuksessa merkitseviä vastauksia.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella tietoisuus ja tunteminen Oppimisneuvolasta ovat hyvällä tasolla. Kokemuksia palveluista oli lähes 70 % henkilöstöstä ja opiskelijoista noin kolmannes oli harjoitellut Oppimisneuvolassa. Vahvuuksia mielikuvien perusteella ovat muun muassa hyvä palvelu, edullinen hinnoittelu, liikeidea, toimintatapa, ohjaava terveydenhoitaja, opiskelijoiden luottamus omaan osaamiseen, luovuuden toteutuminen harjoittelussa sekä tarpeiston nykyaikaisuus. Kehittämiskohteita mielikuvien perusteella olivat mainonta, opasteet, ohjaus sekä harjoittelun vapaaehtoisuus.</p>	
Hakusanat	mielikuva, sisäinen viestintä, sisäinen markkinointi
Säilytyspaikka	



School Social Sciences, Business and Administration	Degree programme Business Administration
Author(s) Huhtakangas Anu	
Title Views on Learning Clinic by Internal Interest Groups	
Alternative professional studies	Instructor(s) Malinen Päivi
Date 16 May 2005	Total number of pages 82 + 70 pages appendices
<p>Abstract</p> <p>The target of this research was to find out what kind of views and attitudes the personnel and the nursing students at Kajaani Polytechnic had on the Learning Clinic as a learning and training environment, and as a provider of services.</p> <p>Quantitative research was carried out by sending questionnaires to the personnel via internal post in January 2005. The research on the student views was carried out in January 2005 by distributing questionnaires during their study guidance lessons.</p> <p>According to the results, the respondents were familiar with the Learning Clinic. Nearly 70 % of the personnel had used the services and about a third of the students had been training in the Learning Clinic. The strengths were, e.g. good service, low prices, the business idea, the working methods, the instructing public health nurse, the students' confidence in their own knowhow, creativity and the modern implements. The development areas were advertising, signs, guidance and the voluntariness of training. The considerable number of responses "I don't know" can be seen in the results, as well. These responses are significant in a study on views and attitudes.</p>	
Confidentiality status	
Keywords	views, attitudes, internal communication, internal marketing
Deposited at	Kajaani Polytechnic Library

1 JOHDANTO

Oppimisneuvola, osana ammattikorkeakoulua, on niin sanottu Nonprofit-organisaatio, jolla on julkisen sektorin tavoin tulosvastuu. Julkisen sektorin tulosvastuualueita ovat poliittinen, ammatillinen, laillinen, sosiaalinen, liikkeenjohdollinen sekä asiakkaaseen liittyvä tulosvastuu. Organisaatiota koskevia päätöksiä tekevillä tahoilla on oltava positiivinen mielikuva organisaatiosta, jotta sen toimintaa voidaan pitää tärkeänä sekä houkuttelevana työ- tai harjoittelupaikkana sekä palvelun tarjoajana. (Vuokko 2004, 92, 194 - 195.)

Oppimisneuvola on Kajaanin ammattikorkeakoulun sosiaali-, terveys- ja liikunta-alan yksikkö, jossa opiskelijoilla on mahdollisuus suorittaa opetussuunnitelman mukaista harjoittelua. Oppimisneuvolan houkuttelevuus työpaikkana eli opiskelijoiden näkökulmasta harjoittelupaikkana on toiminnan avaintekijä, koska ilman opiskelijoita ja heidän työpanostaan, Oppimisneuvolaa ei ole. Oppimisneuvolassa sosiaali-, terveys- ja liikunta-alan opiskelijat oppivat todellisia asiakaspalvelutilanteita tuottamalla erilaisia palvelukokonaisuuksia ja yksittäisiä palveluita. Oppimisneuvolaa voidaan pitää yrityksenä, jolla on ulkoisia ja sisäisiä asiakkaita. Toiminnassa on huomioitava talous, yrityskuva sekä muut liiketalouden perusperiaatteet.

Kajaanin ammattikorkeakoulun Oppimisneuvolassa todettiin syyskuussa 2004 tarve toiminnan ja markkinoinnin kehittämiseksi. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen mieli

kuva ja asenne Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstöllä sekä Hyvinvointi-alan opiskelijoilla on Oppimisneuvolasta harjoittelupaikkana ja palvelujen tuottajana. Hyvinvointi-alalla tarkoitetaan Kajaanin ammattikorkeakoulun sosiaali-, terveys- ja liikunta-alaa, joka sisältää sairaanhoitaja- ja terveydenhoitaja- sekä liikunnanohjaajakoulutuksen. Tästä alasta käytetään myöhemmin nimitystä Hyvinvointiala.

Tutkimuksella tuotetaan toimeksiantajalle tietoa markkinointistrategisille valinnoille. Markkinointi on yksi tärkeimmistä organisaation toiminnan osa-alueista. Tutkimustulosten pohjalta pystytään kehittämään toimintaa ja markkinointia.

Kohderyhmänä tutkimuksessa olivat Kajaanin ammattikorkeakoulun koko henkilöstö sekä Hyvinvointialan opiskelijat. Opiskelijat olivat ensimmäisen, toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoita, yhteensä kolme ryhmää. Osa opiskelijoista oli suorittanut harjoittelujakson Oppimisneuvolassa. Kohderyhmän (yhteensä lähes 400 henkilöä) valinta perustui toimeksiantajan esitykseen tehdä tutkimus, johon valittiin tietty perusjoukko opiskelijoista sekä koko Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstö. Näin saatiin selvitettyä sekä henkilöstön että opiskelijoiden mielikuvat Oppimisneuvolasta.

Aiempiä tutkimuksia sisäisestä mielikuvasta on tehty erilaisten yrityskuva-, työilmapiiri- ja brandi-tutkimusten yhteydessä muun muassa Sieväsen (1997) tekemä Kajaanin ammattikorkeakoulun hallinnon ja kaupan alan opinnäytetyö Kainuun imagotutkimus, Kainuun sisäinen maakuntakuva ja Annebergin (1999) tekemä opinnäytetyö Kajaanin Finnbington yrityskuva. (Anneberg 1999, Sievänen 1997.)

Kainuun Liiton tutkimus, Sosiaali- ja terveydenhuollon ennakointi Kainuussa, Kainuun sosiaali- ja terveysalan opiskelijakyselyn tulokset, kartoittaa opiskelijoiden mielipiteitä koulutuksen ja työelämän vastaavuudesta, työssäoppimisen jaksoista. Kysely tehtiin alan opiskelijoille Kainuun Ammatti-instituutissa, Kajaanin ammattikorkeakoulussa sekä Suomussalmi-opistossa. Tämän tutkimuksen tuloksena jopa 80 % kyselyyn osallistuneista olivat sitä mieltä, että opetus ja työssäoppimisen jaksot vastasivat toisiaan hyvin tai erittäin hyvin. (Kainuun Liitto 2003.)

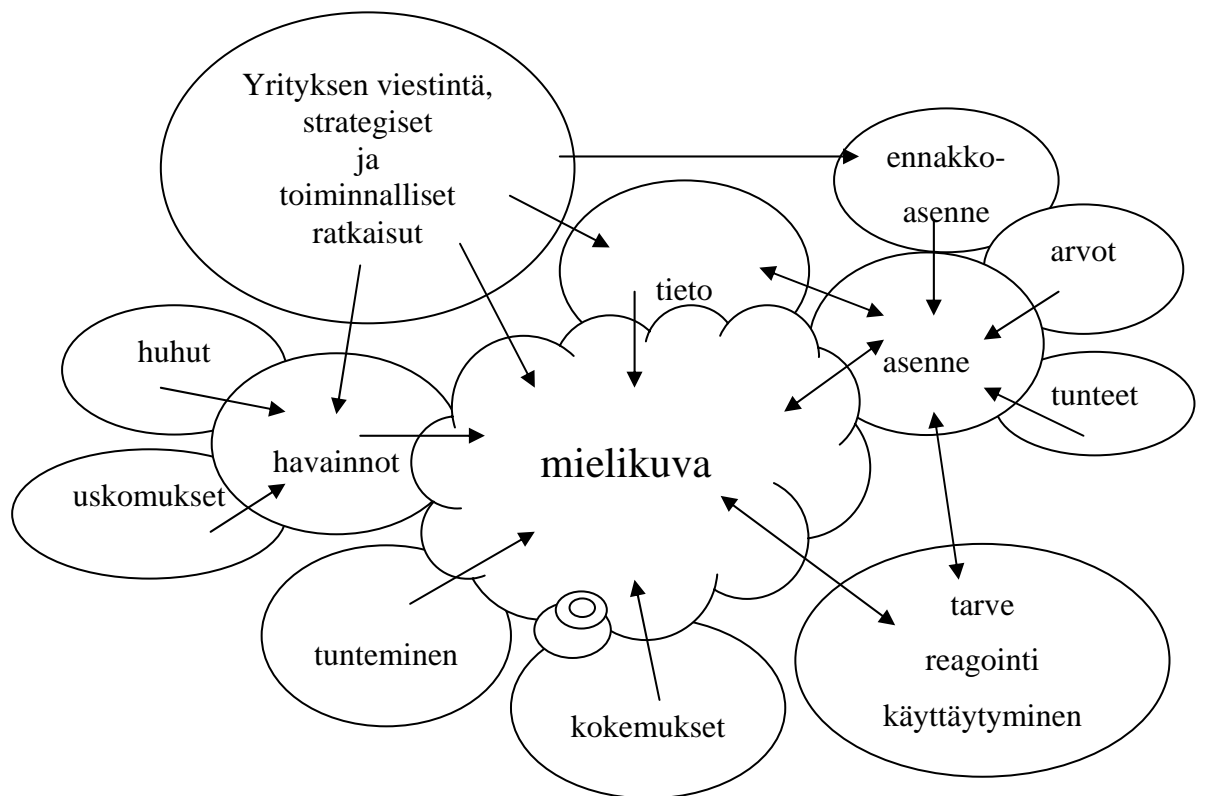
Hulkarin tutkimuksessa työssäoppimisen laadulla, ohjaavalla opettajalla tai fyysisellä oppimisympäristöllä ei ollut opiskelijoiden ja ohjaajien vastausten mukaan merkittävää roolia.

Tutkimuksen perusteella löydettiin noin 10 merkityksellistä työssäoppimisen laatuun vaikuttavaa asiaa. Näitä olivat opiskelijoiden vastausten mukaan positiivinen vastaanotto ja perehdytys, turvallinen ja sosiaalinen oppimisympäristö, ohjaus ja palaute sekä relevantit työtehtävät. Opettajien vastauksissa korostui riittävät ajalliset resurssit ja tavoitteellisuus. Ohjaajien käsitykset korostivat sisäistä yrittäjyyttä ja opiskelijan persoonallisina ominaisuuksina asiakaslähtöisyys ja opiskelijan kyky ottaa vastaan tarjottua ohjausta. (Hulkari 2001, 3.)

Tämä tutkimus on kvantitatiivinen mielikuvatutkimus, joka tehtiin kyselylomakkeella. Tutkimustulokset esitetään mielikuviin vaikuttavien tekijöiden ryhmittelyn mukaisesti, erikseen kummankin tutkimusjoukon osalta. Oppimisneuvolan strategisten ja toimintokohtaisten mielikuvatekijöitä kuvaavien väittämien avulla saatiin selville myös psykologisia mielikuvatekijöitä. Tuloksista nähdään myös en osaa sanoa -vastausten suuri määrä. Nämä vastaukset ovat mielikuvatutkimuksessa merkitseviä vastauksia.

Tutkimustulosten perusteella tietoisuus ja tunteminen Oppimisneuvolasta ovat hyvällä tasolla. Kokemuksia palveluista oli lähes 70 % henkilöstöstä ja opiskelijoista noin kolmannes oli harjoitellut Oppimisneuvolassa. Vahvuuksia mielikuvien perusteella ovat mm. hyvä palvelu, edullinen hinnoittelu, liikeidea, toimintatapa, ohjaava terveydenhoitaja, opiskelijoiden luottamus omaan osaamiseen, luovuuden toteutuminen harjoittelussa sekä tarpeiston nykyaikaisuus. Kehittämiskohteita mielikuvien perusteella ovat mainonta, opasteet, ohjaus sekä harjoittelun vapaaehtoisuus. Tulosten perusteella mainontaa tulee lisätä ja kohdentaa sitä myös sisäisille asiakkaille, Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstölle. Opasteisiin tulee kiinnittää huomiota ja sijoittaa ne niin, että asiakas löytää perille. Opiskelijoiden vastauksista löytyi vahvuuksien kehittämisen kohde, Oppimisneuvola on hyvä harjoittelupaikka terveydenhoitajaopiskelijoille. Kaikki hyvinvointialan opiskelijat suorittavat opintojensa aikana vähintään yhden harjoittelujakson Oppimisneuvolassa.

2 SISÄINEN VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI



Kuvio 1. Viestinnän vaikutus mielikuvaan

Viestinnällään Oppimisneuvola pyrkii välittämään tietoa toiminnastaan. Toiminnan tarkoitus ja palvelut esitellään myös sisäisille sidosryhmille. Näin voidaan vaikuttaa sidosryhmien mielikuviin ja käyttäytymiseen. Välittämällä tiedolla Oppimisneuvola pyrkii vaikuttamaan

myös havaintoihin, jotka syntyvät sekä sen omasta viestinnästä että huhuista. Tietoisuuden lisäämisellä vaikutetaan myös ennakoasenteisiin (Kuvio 1.).

Sisäinen viestintä sai painoarvoa vuonna 1971, kun työmarkkinajärjestöt solmivat ns. informaationsopimuksen. Sopimus virallistettiin vuonna 1979 YT-laiaksi. Tämän lain sisällöt toimivat hyvänä ohjeena sisäisessä viestinnässä, jossa kohderyhmänä on organisaation henkilöstö. Sisäiselle viestinnälle voidaan määritellä erilaisia tehtäviä, joita ovat muun muassa yrityskulttuurin ja yhteisyyden rakentaja, perustiedonvälittäjä, johtamisen osa-alue ja tyytyväisyyden lisääjä. (Juholin 2002, 109 - 113.)

Yrityksen sisäinen viestintä on tietoisuuden ja tunnettavuuden lisäämistä henkilöstön keskuudessa. Tähän viestintään kuuluu läheisesti myös sisäinen markkinointi, jolla yrityksen visiot, arvot, tavoitteet, toimintatavat ja palvelut tehdään tutuiksi henkilöstölle. Sisäisellä viestinnällä, jota myös työyhteisöviestinnäksi kutsutaan, on muitakin tehtäviä. Perustoimintojen tukena tätä operatiivista viestintää tarvitaan palveluiden tuottamiseen. Myös pitkäjänteinen tavoitekuvan rakentaminen palveluista ja vaikuttaminen työyhteisön maineeseen tarvitsee viestintää. Työhön perehdyttäminen ja tutustuminen työyhteisön tapaan toimia voidaan toteuttaa vain viestinnällä. Myös sosiaalinen tarpeiden tyydyttäminen on eräs sisäisen viestinnän tehtävä. (Siukosaari 1999, 65; Åberg 2000, 99 - 101.)

Sisäisellä markkinoinnilla on kaksi johtamistapaa, asenne- ja viestintäjohtaminen. *Asennejohtamisen* tavoitteena on saada työntekijät toimimaan motivoituneina asiakaskeskeisesti ja palveluhenkisesti. *Viestintäjohtamisella* pyritään tiedottamaan molempiin suuntiin, johdolta alaisille ja päinvastoin. Palaute on yhtä tärkeää kuin tiedon perillemeno. Sisäistä markkinointia tarvitaan luomaan palvelukulttuuria yrityksen sisälle. Kommunikointi on johdon ja esimiesten tehtävä, joka vaatii aikaa. Organisaation strategia pitää pystyä konkretisoimaan tuomalla strategia jokaisen henkilön työhön. Tässä erottuvat *management- ja leaderjohtaminen*. Toiset haluavat käsitellä asioita, toiset kommunikoida jatkuvasti. Taloussanomalehden artikkelissa 25. helmikuuta 2005 ”Epäselvät tavoitteet ohjaavat yrityksen karille”, Kemiran pääjohtaja Lasse Kurkilahti sanoo, että valitettavasti korkeakouluputkesta tulee enemmän managereita kuin leadereita. Luomalla organisaation sisällä olevien ihmisten välille myönteisiä suhteita ja opettamalla kaikille työntekijöille palveluhenkistä viestintä- ja vuorovaikutustaitoja saadaan perusedellytykset palvelukulttuurin syntymiselle. Palveluhen-

kisyyden ylläpitäminen on myös tärkeä osa sisäistä markkinointia. (Grönroos 2001, 437 - 441; Pennanen 2005, 13 - 15.)

Sisäisellä markkinoinnilla tavoitellaan innostuneisuutta työhön ja tuloksentekoon, halua henkilökohtaiseen ja koko yrityksen menestymiseen. Näiden tavoitteiden saavuttamisen keinoja ovat muun muassa tiedotustilaisuudet, palaverit, koulutustilaisuudet ja erilaiset sisäiset lehdet. Ulkoinen markkinointi liittyy läheisesti sisäiseen markkinointiin. Henkilöstö seuraa yrityksen markkinointia ja mainontaa, siksi on tärkeää, että omat tuotteet ja palvelut esitellään myös heille. (Siukosaari 1999, 124.)

Yrityksen sisäisen viestinnän periaatteiksi on nostettava nopeus, rehellisyys ja avoimuus. Näitä periaatteita ei saavuteta ilman luottamusta. Viestintä on tietojen vaihtamista ja viestien on kuljettava sekä vertikaalisesti että horisontaalisesti. Viestinnän suunnittelussa on kartoitettava kaikki tiedonlevittäjät. Organisaation ulkopuolelle saattaa levitä epävirallista informaatiota, joka levittää väärää tietoa ennen virallista informaatiota. Taustalla voi olla oman sisäisen viestinnän hitaus tai tiedon panttaaminen. Tällaiset verkostot niin sanotut puskaradiot voivat aiheuttaa sen, että yrityksen henkilöstö jää vain tämän tiedon varaan. Puskaradioita pidetään yleisesti uhkana, mutta näin ei välttämättä ole. Niistä välitetty tieto voi olla oikeaa ja ehtii perille nopeammin kuin virallinen viestintä. Tämä verkostoviestintä ei kilpaille muun viestinnän kanssa, vaan täydentää sitä. Tämä vuorovaikutus ja tiedonvaihto ovat nykyisin tärkeää yhteisön toimivuuden ja ihmisten motivaation kannalta. Tämä tulee huomioida sisästä viestintää organisoitaessa ja kehitettäessä. (Ikävalko 1995, 48 - 51; Juholin 2002, 123.)

Tiedonkulku, vuorovaikutus ja sitoutuminen ovat tärkeimmät sisäisen tiedottamisen tehtävät. Sisäisellä viestinnällä voidaan vaikuttaa yrityskuvaan, joten se on tärkeä johtamisen osa-alue. Henkilöstön tyytyväisyys on sidoksissa yrityksen viestintään. Tiedonkulku varmistaa, että kaikki saavat tarvitsemansa tiedon työtehtäviensä suorittamiseksi ja näkevät oman työnsä tärkeyden koko yrityksen toiminnassa. Vuorovaikutus edistää yhteishenkeä, erityisesti palautteen saaminen ja antaminen kannustaa oman työn kehittämiseen. Sisäisessä viestinnässä sitoutuminen merkitsee yrityksen vision, strategian ja arvojen tuomista henkilöstön jokapäiväiseen työskentelyyn. Henkilöstön on uskottava niihin ja haluttava toteuttaa niitä. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2002, 103 - 107.)

Oppimisneuvolan sisäisessä viestinnässä vuorovaikutus muiden Kajaanin ammattikorkeakoulun alojen kanssa lisää tietoisuutta ja tunnettavuutta talon sisällä. Opiskelijoiden palautteen kuunteleminen ja sen huomioiminen edistää Oppimisneuvolan henkilöstön tyytyväisyyttä. Oppimisneuvolassa opiskelijat, jotka tuottavat ja suorittavat tarjottuja palveluita ovat tämän yrityksen, Oppimisneuvolan henkilöstöä.

Työyhteisö on ihmisten ja yksilöiden verkosto, jossa on henkilökohtaisia yksilösuhteita. Viestintää tarvitaan sosiaalisten tarpeiden tyydyttämiseen. Viestintä ja markkinointi ovat hyvin lähellä toisiaan. Åbergin mukaan niillä on sama päämäärä, mutta eri keinot. Viestintää tarvitaan myös perehdyttämiseen työssä ja työyhteisössä. Ihmisen psykologisen johdattelun taito on keskeinen, jotta nämä suhteet toimivat yrityksessä asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Tämä psykologia määrää, millä otteella ihminen tekee työtä. (Rope 2000a, 217; Åberg 2000, 99 - 100.)

Sisäisellä markkinoinnilla pystytään vaikuttamaan henkilöstön asenteisiin ja käyttäytymiseen. Sisäisellä markkinoinnilla on selvä suhde ulkoiseen markkinointiin. Kun henkilöstö on sitoutunut ja motivoitunut, panostaminen työtehtävien hoitoon paranee ja vaikuttaa asiakasvuorovaikutustilanteiden hoitamiseen positiivisesti. Asiakas kokee palvelun laadun hyväksi, on tyytyväinen ja ostoukkoinen. (Ylikoski 2000, 62 - 63.)

Oppimisneuvolassa palvelun laatuun vaikuttaa opiskelijoiden osaaminen. Volasen (2003) mukaan ammattikorkeakoulujen tarjoama niin sanottu taito-oppi on tuottamalla oppimista. Taito-opissa yhdistyvät kolme kysymystä, kuinka asiat ovat, kuinka ne olisivat, jos ne olisivat hyvin sekä kuinka ne voisi kauniisti saada aikaan. Tuntuman hankkiminen työhön ja sivistystä työtä tehden on asiantuntijuuden lähtökohtana. Asiantuntija on tuottaja, joka yhdistää teorian ja käytännön. Ammattitaidon ydin on tuottaa sosiaalinen tila, jossa asioiden toteaminen, tavoitteiden asettaminen ja kaunis lopputulos on mahdollinen. (Volanen 2003, 36 - 41.)

Ohjaava opettaja tai asiantuntija pyrkii ohjauksellaan saamaan ohjattavan toimijaksi. Tämä edellyttää ohjaajalta vaistoa nähdä, mistä ohjattava itse löytää mielekkyyden ja innostuneisuuden työhön. Jos oppimisympäristön tavoitteet ovat samanlaiset opiskelijan tavoitteiden kanssa, opiskelijan itsenäisyys ja oppimismotivaatio lisääntyy. Hoitotyönkokemukset saadaan ensisijaisesti käytännön harjoittelun kautta. On todettu, että ohjaajan rooli on erittäin

merkityksellinen käytännönharjoittelujaksolla, erityisesti koulutuksen alussa. Oppiminen perustuu opiskelijan aiempiin kokemuksiin, asioiden tulkintaa ja merkitysten ymmärtämiseen. Tästä johtuu, että oppimistulokset ovat erilaiset. Harjoittelujaksojen kehittäminen on haaste. On mietittävä olosuhteita, joissa opiskelijat suorittavat käytännönharjoittelua. Tämä haaste on koko ammattikorkeakoulun opetussuunnitelman kehittämistä. (Sarajärvi 2003. 170 - 183.)

Hoitotyön koulutusohjelma sisältää perusopintoja, pakollisia ja vaihtoehtoisia ammattiopinnoita sekä vapaasti valittavia opintoja. Vaihtoehtoisista ammattiopinnoista opiskelija valitsee joko hoitotyön (sairaanhoitaja, AMK) tai terveydenhoitotyön (terveydenhoitaja, AMK) suuntautumisvaihtoehdon. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2004.) Suuntautumisen opiskelija valitsee jo hakiessaan opiskelemaan. Käytännön harjoittelua koulutusohjelma sisältää 50 opintoviikkoa. Tässä harjoittelussa ohjaaja on yleensä henkilö, jolla on sairaanhoitajan tai terveydenhoitajan pätevyys. Harjoittelun voi suorittaa esimerkiksi sairaalassa, terveyskeskuksessa, yksityisessä hoitolaitoksessa tai Oppimisneuvolassa.

Asiakkaalle näkyvä henkilöstö Oppimisneuvolassa ovat opiskelijat sekä ohjaava terveydenhoitaja ja opettajat. Kun opiskelija tulee harjoittelujaksolle Oppimisneuvolaan, hän asettaa itselleen oppimistavoitteita. Tehtävien, joita hän suorittaa harjoittelujaksolla, tulee vastata näitä tavoitteita, jotta opiskelija on motivoitunut. Opiskelijan motivoituneisuus näkyy käytöksessä ja asennoitumisessa asiakastilanteisiin. Nämä asiat vaikuttavat palvelun laatuun ja sitä kautta asiakkaan, esimerkiksi Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstön, sisäisen asiakkaan tyytyväisyyteen ja ostokäyttäytymiseen.

Palvelujen markkinoinnissa asiakkaat ovat lähtökohtana ja asiakaskeskeinen toimintatapa huomioi asiakkaiden tarpeet ja toiveet. Yritys ei kuitenkaan ole olemassa ilman siellä työskenteleviä ihmisiä. Asiakas huomaa helposti, miten asiakaspalvelija asennoituu työhönsä ja millainen yrityksen sisäinen ilmapiiri on. Halutun yrityskuvan luomiseksi markkinointi on aloitettava sisältä eli henkilöstöstä. (Lämsä & Uusitalo 2002, 28 - 30.)

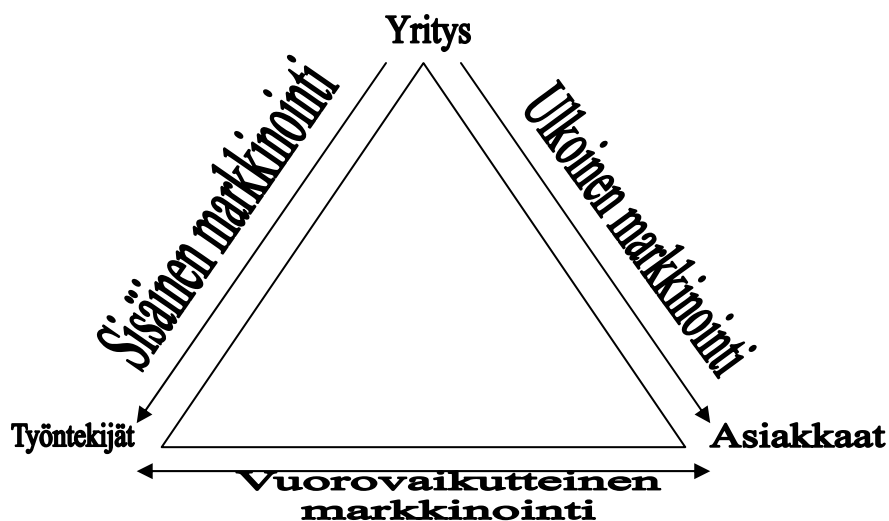
3 MIELIKUVA

Mielikuva on *henkilön subjektiivinen käsitys* jostakin asiasta. Ihmisten *tietojen, kokemusten, asenteiden* ja *tuntemusten* summasta tarkasteltavaan asiaan syntyy mielikuva. Mielikuvan psykologinen muodostuminen lähtee perhe- ja kulttuuritaustasta, arvomaailmasta, joiden perusteella henkilö tarkastelee asioita. *Tunteet* vaikuttavat voimakkaammin kuin järki. Ostopäätökset tehdään tunteella ja perustellaan järjellä itselle ja muille. *Ennakkoasenteet* vaikuttavat mielikuvaan. Esimerkiksi tietystä maasta tulevan tuotteen leimaa mielikuva tästä maasta, se voi olla toiselle henkilölle huipputeknologiaa ja toiselle halpatuontia. *Asenteet muodostuvat arvoista, tunteista ja ennakkoasenteista* sekä vaikuttavat viestin vastaanottamiseen. *Uskomukset* vaikuttavat *havaintoihin*, joita ihminen pyrkii valikoimaan omien käsitysten tukemiseen. Yrityksen välittämän *tiedon* perusteella henkilö tulkitsee yrityksen olemusta ja uskottavuutta. Subjektiivisen käsityksensä kautta henkilö suodattaa kokemukset. (Rope & Vahvaselkä 1992, 63 - 67.)

Mielikuvamarkkinointi on toimintaa, jolla määritellyn kohderyhmän mielikuviin vaikuttaen pyritään asetettuihin tavoitteisiin. Kohderyhminä tässä markkinoinnissa ovat muun muassa asiakkaat, henkilöstö, omistajat, sidosryhmät ja rahoittajat. Yrityksen toiminnalliset ratkaisut ja johdon tahdonilmaisu vaikuttavat yrityksen sisäiseen ja ulkoiseen mielikuvaan. Johdon tahdonilmauksena voidaan pitää liikeideaa, yrityskulttuuria ja toimintaperiaatteita. (Rope & Vahvaselkä 1992, 62 - 63.)

Tällä tutkimuksella selvitettiin muun muassa, minkälaista tietoa ammattikorkeakoulun henkilöstö saa Oppimisneuvolan palveluista. Tämän sisäisen kohderyhmän tietoisuus Oppimisneuvolan tavoitteista ja toiminnallisista ratkaisuksista luovat mielikuvaa. Tähän vaikuttavat heidän kokemukset, havainnot sekä asenne tällaista palvelun tarjoajaa ja harjoittelupaikkaa kohtaan. Oppimisneuvola omalla viestinnällään luo myös odotuksia ja mielikuvaa.

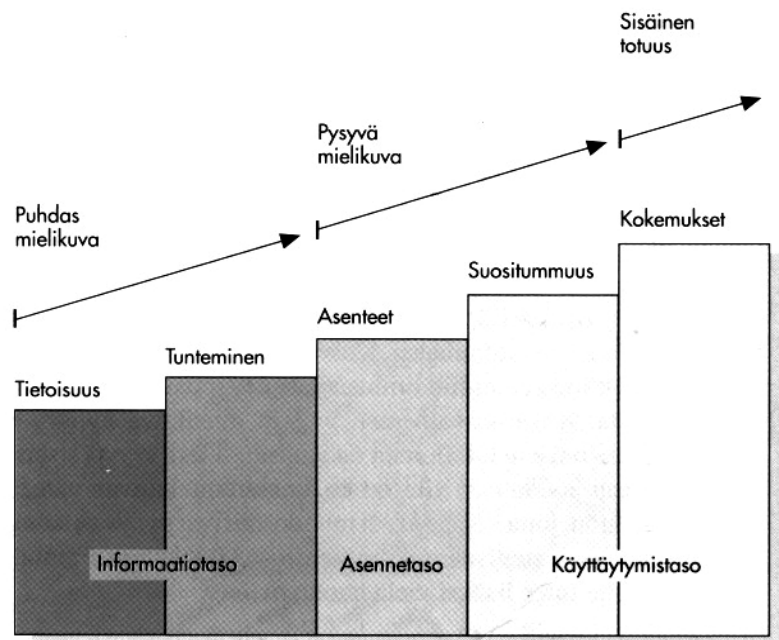
Jotta palveluyritys menestyy, on otettava huomioon kolme markkinoinnin tapaa, jotka kaikki liittyvät lupauksen antamiseen ja lunastamiseen. Ulkoinen markkinointi kohdistetaan asiakkaisiin, sisäinen henkilöstöön ja kolmas on henkilöstön, sisäisen asiakkaan vuorovaikutusta ulkoisten asiakkaiden kanssa. Tätä kokonaisuutta voidaan kuvata Kuvion 2. mukaisesti kolmiolla. Viestinnällään yritys tavoittelee tietoisesti valittua mielikuvaa. Yrityksen viestintää ovat mainonta, henkilökohtainen myyntityö, suhde- ja tiedotustoiminta sekä menekinedistäminen. Sisäinen ja ulkoinen markkinointi sekä johdon tahdonilmaisu muodostavat yhdessä tavoiteltavan mielikuvan, jolla luodaan odotuksia, jotka on myös lunastettava. (Rope & Vahvaselkä 1992, 74; Zeithaml & Bitner 1996, 22 -23.)



Kuvio 2. Kolme markkinoinnin tapaa (Zeithaml & Bitner 1996, 23.).

3.1 Mielikuvan muodostuminen

Mielikuvan muodostumista voidaan tarkastella tasoittain, jolloin mielikuva etenee informaatiotasosta asennetason kautta käyttäytymistasoon (Kuvio 3.). Informaatiotaso on puhdas mielikuva, johon kuuluu tietoisuus ja tunteminen. Tietoisuusvaiheessa yritys tunnetaan vain nimeltä. Tuntemisvaihe syntyy, kun asiakas on tutustunut tuotteeseen tai palveluun tai nähnyt mainoksen yrityksestä. Asennetaso on jo pysyvä mielikuva. Asennevaihe voi sisältää negatiivisia, neutraaleja tai positiivisia tuntemuksia. Käyttäytymistaso sisältää suosituim- muus- ja kokemusvaiheen. Suosituimmuusvaiheessa yritys koetaan kilpailijoita paremmaksi ja ostopäätös on ajankohtainen. Kokemusvaiheessa asiakas uskoo niihin ominaisuuksiin, jotka hänellä on yrityksestä tai tuotteesta. (Rope & Vahvaselkä 1992, 69 - 70.)



Kuvio 3. Mielikuvan tason syntyminen (Rope & Vahvaselkä 1992, 69).

Yrityskuvasta puhuttaessa on otettava huomioon neljä eri käsitettä, jotka ovat yrityksen persoonallisuus, identiteetti, imago ja maine. Yrityksen persoonallisuus on ominaispiirteiden summa, esimerkiksi avoimuus, aktiivisuus ja uudistumiskyky. Yrityksen identiteettiä ovat keinot, joilla yritys heijastaa persoonallisuuttaan. Nämä keinot ovat joko tietoisia tai tiedostamattomia. Henkilöiden muistirakenteessa oleva muistijälki ja assosiaatio yrityksestä, on

imago, joka kuuluu yleisölle, ei kohteelle eli yritykselle itselleen. Koska mielikuvat voivat syntyä mistä tahansa ärsykkeestä muistijälkien kautta, niihin ei voi suoraan vaikuttaa. Yrityksestä ajan mittaa syntynyt käsitys on yrityksen maine, jota voi verrata imagoon eli mielikuvaan yrityksestä, mutta jota on vaikeampi muuttaa. (Vuokko 2003, 103; Åberg 2000, 115 - 116.)

3.2 Asenteiden vaikutus mielikuvan syntymiseen

Mielipiteet muuttuvat nopeammin kuin asenteet, koska mielipiteet eivät ole aina sidoksissa asenteeseen. Asenne sisältää usein enemmän tunnepitoisia aineksia. Tämä mielipiteen ja asenteen rakenteellinen ero perustuu olettamukseen, että mielipiteen taustalla on tietoa ja *asenteen taustalla vaikuttaa sekä tietämys että tunteet*. (Havunen 2000, 21.)

Asenteen vaikutusta ihmiseen määritellään ihmisen taipumuksella reagoida ärsykkeeseen tietyllä tavalla. Tähän reagointiin liittyvät tunnepitoiset, tiedolliset ja toiminnalliset asiat. Tätä voidaan kuvata jonkun tuotteen ostamiseen liittyvillä vaiheilla. Ensimmäiseksi asiakkaalla on tietoa tuotteesta, toiseksi tuotteesta on muodostunut miellyttävä kuva ja kolmanneksi hänellä on motivaatio ostaa tuote. Reagointi eli osto tapahtuu asenteen vaikutuksesta. Tunnepitoiset asiat vaikuttavat käsityksiin ja asenteisiin tiedostamatta. Tiedolliset ainekset vaativat tiedon tulkitsemista ja soveltamista. Toiminnalliset asiat eli tarve ja sen tyydyttäminen tavoitteellisesti edellyttävät tarpeiden kartoittamista. (Havunen 2000, 35 - 50.)

Asenteen muuttumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat uusi tieto ja sen sovittaminen vanhaan tietoon. Ennakkoon tiedottaminen parantaa mahdollisuutta asenteen muuttamiseen. Toisaalta, mitä enemmän vastaanottajalla on aiempaa tietoa, sitä vaikeampaa asenteen muuttaminen on. *Asenteet vaikuttavat käyttäytymiseen ja käyttäytyminen asenteisiin*. Kaikkein merkittävin tekijä asenteen muutoksessa on viesti ja viestin lähde. Esimerkiksi myyntitilanteessa viesti on myyntiväittäjä ja viestin lähde myyjä. Asenteellisella samankaltaisuudella muiden ryhmässä olevien kanssa on merkitystä ryhmätilanteissa. Kyky havainnoida toisten asenteita ja muokata omaa käyttäytymistään niiden mukaiseksi vähentää asenteellista etäisyyttä. Asenteellinen samankaltaisuus auttaa ihmisiä ymmärtämään toisiaan nopeammin. Viestit, jotka kuullaan vahingossa jostain keskustelusta vaikuttavat voimakkaammin asenteisiin kuin ne, jotka suunnataan suoraan vastaanottajalle. (Havunen 2002, 87 - 112.)

Tieto-asenne -matriisilla Åberg luokittelee viestin vastaanottajat mielikuvien ja asenteiden perusteella neljään ryhmään (Kuvio 4.). Ryhmään yksi kuuluvat torjujat, jotka eivät tiedä paljon, mutta voimakkaat asenteet torjuvat tietoa. Tähän ryhmään kuuluvat myös henkilöt, jotka eivät vielä tarvitse tietoa, mutta asennoituvat kielteisesti palvelun tarjoajaan. Kielteisiä kokemuksia saaneet kuuluvat myös tähän ryhmään. Ryhmään kaksi kuuluvat henkilöt, joilla on tietoa ja kokemuksia, mutta asennoituvat kielteisesti. Kolmas ryhmä ovat henkilöt, jotka tietävät vähän, mutta asennoituvat myönteisesti tai heillä on vähän myönteisiä kokemuksia. Neljäs ryhmä on helpoin viestinnän kannalta, koska he tietävät paljon ja asennoituvat myönteisesti. He myös viestivät positiivisia kokemuksiaan omassa lähiverkossaan. (Åberg 2000, 118 - 120.)

	Tietää vähän –	Tietää paljon +
Asennoituu myönteisesti +	3 Asennoituu myönteisesti, tietää vähän	4 Asennoituu myönteisesti, tietää paljon
Asennoituu kielteisesti –	1 Asennoituu kielteisesti, tietää vähän ”torjujat”	2 Asennoituu kielteisesti, tietää paljon

Kuvio 4. Tieto-asenne -matriisi (Åberg 2000, 119.).

Hyvinvointialan yksikössä työskentelevät, erityisesti opettajat, tuntevat paremmin harjoittelun merkityksen sosiaali- ja terveystieteiden sekä liikunta-alalla kuin esimerkiksi liiketalouden, hallinnon ja luonnontieteiden sekä tekniikan ja liikenteen yksikössä työskentelevät. Koska asenteen taustalla vaikuttavat sekä tietämys että tunteet, voidaan olettaa, että eri alojen henkilöstöllä on erilainen asenne Oppimisneuvolaa kohtaan. Oppimisneuvolassa harjoittelu voi merkitä sitä, että opiskelijoilla on mahdollisuutta toteuttaa luovuuttaan tai harjoittelu on

liian suppea-alaista. Opiskelijoiden kohdalla asennoituminen Oppimisneuvolaa kohtaa voi riippua paljon siitä, ovatko he suorittaneet harjoittelua siellä vai jossain muualla.

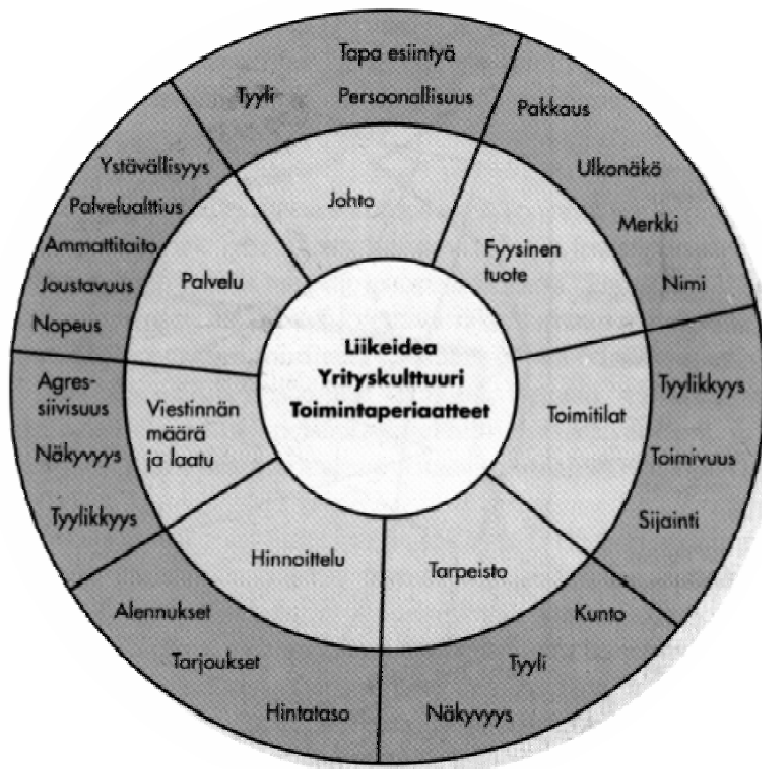
3.3 Psykologiset, strategiset ja toimintokohtaiset vaikuttajat

Ihmisen mielessä muodostuu *psykologinen* mielikuva, jonka voi kiteyttää sanoilla arvot, tunteet, ennakkoluulot, asenteet, havainnot, uskomukset, tieto ja kokemukset. Mielikuva on siis asenteellinen, tunnepohjainen, objektiivisesta totuudesta irtoava, henkilökohtainen ja henkilön omaan arvomaailmaan perustuva kuva, joka ei kaipaa mitään perusteluja. Lyhyesti sanottuna *mielikuva on tieto ja luulo, johon liittyy asenne*. (Rope 2000b, 178 - 179; Åberg 2000, 40 - 41.)

Organisaation *strategiset* ratkaisut vaikuttavat myös mielikuvaan. Yritys voi valita, mitä mielikuvaa se ryhtyy rakentamaan. Tavoitteleeko organisaatio yritys- vai tuotekuvaa vai näiden yhdistelmää. Päätökseen vaikuttavat kohderyhmät, tuotteet tai palvelut, kilpailutilanne, resurssit ja tulevaisuudensuunnitelmat. Palvelutuotetta voidaan ryhtyä rakentamaan kerrostuneen tuotekäsityksen avulla. Tuotteen ydin on asiakkaan tarpeet, mitä tarpeita palvelu todella tyydyttää. Toisena kerroksena on näkyvä osa palvelusta esimerkiksi ystävällisyys, ilmapiiri, aukioloaika ja henkilöstön osaaminen. Tähän kerrokseen liittyy myös pakkaus, joka palvelutuotteen kohdalla voin olla yksilöllistä palvelua asiakkaalle. Kolmantena tuotekerroksena on palvelun tuottama lisäarvo asiakkaalle, miksi asiakas ostaa palvelun juuri täältä. Näitä ratkaisuja voivat olla hinta, neuvonta tai muu asiakkaalle merkityksellinen asia. Oppimisneuvolan sisäiselle asiakkaalle tällainen asia voi olla, että hän käyttää palveluita, jotta opiskelijat saavat harjoitella kädentaitoja. Heille merkityksellisenä asiana on oman talon opiskelijoiden kehittyminen ja oppiminen. (Kotler & Clarke 1987, 330 - 336.)

Toimintokohtaisia mielikuvatekijöitä ovat johtaminen, tuote, hinnoittelu, palvelu, toimipaikka, tarpeisto ja viestintä. Johdon tekemillä ratkaisuilla on välilliset ja välittömät vaikutukset. Julkisuudessa näkyvä toiminta on välitöntä vaikutusta ja ammattitaitoisen, osaavan johtajan näkyminen vaikuttaa varmasti kohottavasti yrityskuvaan. Tuote- ja hinnoitteluratkaisut liittyvät saumattomasti yhteen. Kun tuotteesta halutaan saada mielikuvaksi laadukas tuote, on hintaratkaisujen muodostettava myös mielikuvaa laadukkaasta tuotteesta. Tällöin voidaan kysyä, onko halpa tuote laadukas. Toimintokohtaisista mielikuvatekijöistä, palvelu pitää sisällään suuren joukon yrityksestä konkreettisesti ulospäin näkyviä asioita, joista syn-

tyy palvelun kokonaiskuva. Henkilöstön siisteys, pukeutuminen ja käyttäytyminen ovat yrityksen käyntikortti. Toimipaikan sijainti on erittäin tärkeä mielikuvatekijä erityisesti niissä yrityksissä, joissa asiakkaat asioivat toimitiloissa. Toimitilojen sisustuksen on oltava odotusten mukainen, koska tällöin vahvistuu asiakkaan käsitys hyvästä alan yrityksestä. Tarpeisto eli kaikki ulospäin yrityksestä näkyvät välineet, lomakkeista autoon, ovat näkyvimpiä mielikuvan luoja. (Rope & Vahvaselkä 1992, 74.)



Kuvio 5. Mielikuvan profiiliin vaikuttavat tekijät (Rope & Vahvaselkä 1992, 72.)

Yrityksen mielikuvallinen rakentuminen muodostuu kolmesta tasosta, joista ensimmäinen sisältää toimialan ja liikeidean. Toisena tuleva toimintataso sisältää toiminnan näkyvät elementit, tarpeisto, tuotteet, palvelut, hinnoittelu, toimitilat ja viestinnän. Kolmantena on mielikuvataso, jossa ovat yrityksen nimistö, muotoilu, väreistä ja tyylistä syntyvä mielikuva. Mielikuvan profiiliin vaikuttavien tekijöiden tarkastelu auttaa erottamaan yrityksen strategisten ratkaisujen ja toimintojen synnyttämät mielikuvat (Kuvio 5.). Yrityksen liikeidea on koko toiminnallisen mielikuvan perusta, joka ohjaa mihin suuntaan yritys on menossa ja millä keinoin. Toimintaa ohjaava arvomaailma näkyy kaikissa toiminnoissa ja jokapäiväisissä tekemisissä. Tämän yrityskulttuurin on oltava yhdenmukainen asiakkaiden arvostaman

toimintatavan kanssa ja se vaikuttaa myös työilmapiiriin, joko heikentäen tai vahvistaen tuloksellisuutta. (Rope 2000b, 188; Rope & Vahvaselkä 1992, 72 - 73.)

Mielikuvaan Oppimisneuvolasta vaikuttavat samat asiat kuin yleensä yritysten mielikuvaan. Viestinnän määrää ja laatua tarkasteltaessa on huomioitava erityisesti näkyvyys, joka lisää tietoisuutta ammattikorkeakoulun henkilöstön ja opiskelijoiden parissa. Tässä viestinnässä on huomioitava myös houkuttelevuus harjoittelupaikkana. Toimitilat ja tarpeisto ovat myös näkyvästi esillä, kun nämä sisäiset asiakkaat asioivat tiloissa ja käyttävät tai tuottavat palveluita. Työvälineiden toimivuus ja nykyaikaisuus sekä tilojen siisteys ja sijainti vaikuttavat mielikuvaan. Kajaanin ammattikorkeakoulu antaa uusinta tietotaitoa opiskelijoille, jotka harjoittelussa pyrkivät tarjoamaan uusinta osaamistaan asiakkaille. Palvelujen nykyaikaisuus voi luoda mielikuvaa innovatiivisesta terveystalouden tarjoajasta. Oppimisneuvolassa työskentelevät henkilöt sekä ohjaavat opettajat ovat opiskelijoille Oppimisneuvolan johtoon kuuluvia henkilöitä, joiden toiminta ja näkyminen luovat myös osaltaan mielikuvaa. Nämä henkilöt esiintymisellään ja tyyllillään tuovat Oppimisneuvolan toimintaa esille joka päivä myös muun ammattikorkeakoulun henkilöstön parissa.

3.4 Palvelun laatu

”Palvelu on teko, toiminta tai suoritus, jossa asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, joka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti ja joka tuottaa asiakkaalle lisäarvoa; ajansäästöä, helppoutta, mukavuutta, viihdettä tai terveyttä.” Palvelun ominaispiirteestä eli aineettomuudesta on seurauksena, että asiakkaan on vaikea arvioida palvelu. Tuottamisen ja kuluttamisen samanaikaisuudesta seuraa, että asiakkaat vaikuttavat toinen toisiinsa sekä osallistuvat itse palvelun tuottamiseen sekä lopputulokseen. Heterogeenisuus on myös eräs palvelun piirre ja sen seurauksena asiakkaan tyytyväisyys riippuu henkilöstön toiminnasta. (Ylikoski 2000, 20 - 25.)

Palvelut voidaan luokitella sen mukaan, mitä palvelun aikana tapahtuu. Ihmiset ovat palvelun kohteena esimerkiksi majoitus- ja terveydenhoitopalveluissa. Erilaisissa korjaus- tai lastenhoitopalveluissa asiakkaan omistamat ”esineet” tai tavarat ovat palvelun kohteena. Aineettominta palvelua ovat informaatiota käsittelevät palvelut, kuten pankkipalvelut. (Ylikoski 2000, 29.)

Asiakkaan kokemukset eroavat erityyppisissä palveluissa. Asiakkaan ollessa paikalla palveluajan, hänen kokemansa tyytyväisyys tai tyytymättömyys liittyy palveluhenkilöstön lisäksi muun muassa toimitiloihin. Kun ihmiset ovat palvelun kohteena, asiakkaan täytyy liittyä mukaan palvelun tuotantoon. Tällaisen palvelun seurauksena on tapahtunut muutos, jonka voi nähdä tai tuntea. (Ylikoski 2000, 30 - 31.)

Kolmannen sektorin terveystalvelujen tuottamiselle on tyypillistä voittoa tavoittelemattomuus. Jos julkinen palvelujärjestelmä ei tarjoa palvelua, kolmannen sektorin toimijat voivat huomioida erityisryhmät ja kohdistaa palvelutuotteensa heille. Segmentoinnilla voidaan tarjota esimerkiksi vanhusten- ja vammaisten sekä lasten ja nuorten palveluita. Näin tuotetaan vuorovaikutuksellista lisäarvoa kohdistamalla palvelut juuri omille asiakaskohderyhmille. Kun ostaja kilpailuttaa ja pyytää tarjousta, on muistettava tämän lisäarvon merkitys. Euroihin sisältyy myös muun toiminnan hyödyt asiakkaalle. Kolmannen sektorin toimijat yhdistävät luontevammin palvelutoiminnassaan sosiaalisen ja terveyden edistämisen. (Kittilä & Vasama 2004, 309 - 313.)

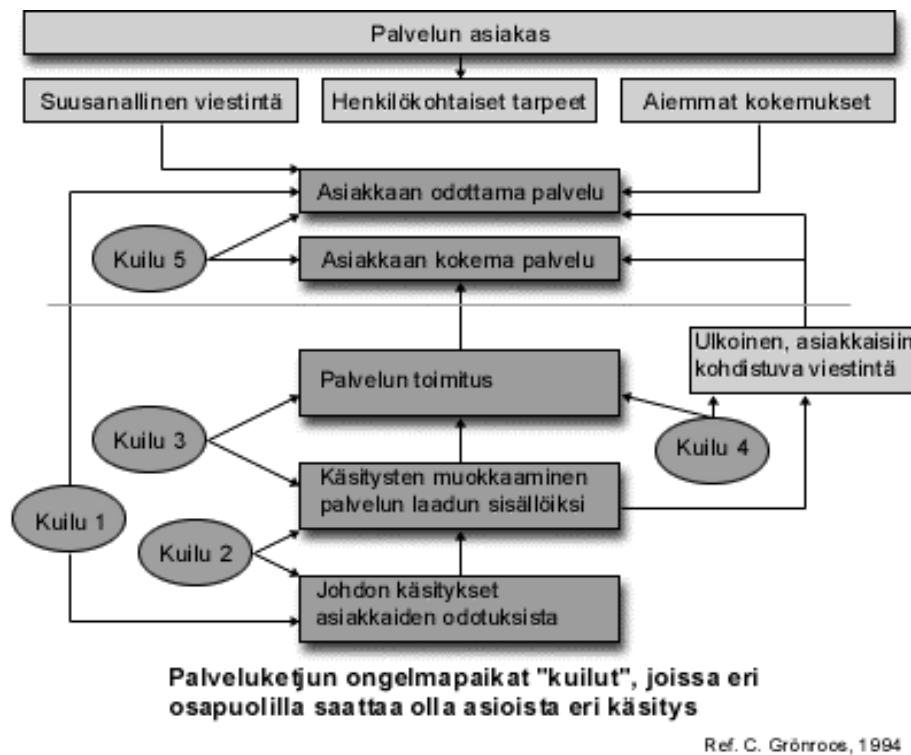
Palvelun laadun kuiluanalyysillä voidaan arvioida laadun osatekijöitä ja ongelmakohtia. Asiakkaan odottama palvelun laatu syntyy yrityksen markkinointiviestinnästä ja huhuista. Asiakkaan henkilökohtaiset tarpeet ja aiemmat kokemukset ovat sidoksissa asiakkaan odottamaan palvelun laatuun. Hyvä palvelun laatu on saavutettu, kun koettu laatu vastaa odotettua laatua. Niin sanottu laatukuilu syntyy, kun odotukset eivät täyty. Näitä laatukuiluja (kuvio 6.) voi syntyä monessa kohtaa palvelua tuotettaessa. Palveluyrityksen johdon näkemys asiakkaan odotuksista on eräs kuilu, joka syntyy kun asiakkaiden laatuodotukset tunnetaan puutteellisesti. Markkinointitutkimuksella sekä yrityksen ja asiakkaiden vuorovaikutuksella voidaan tätä kuilua pienentää. (Kuusela 1998, 123 - 128; Zeithaml & Bitner 1996, 75 - 101.)

Johdon näkemyksen kuilu syntyy, kun asiakaspalautetta ei käytetä toiminnan kehittämisessä. Johdon kyky kuunnella henkilökuntaa ja jokaiseen palvelutilanteeseen keskittyminen vahvistavat asiakassuhteen jatkumista. Asiakkaiden ja yrityksen vuorovaikutuksella voidaan tätä kuilua pienentää. Laatuerittelyjen kuilun syntymisen syitä ovat sisäinen toimintatapa, joita ovat suunnitteluvirheet, huono johtaminen, tavoiteasettelun puute ja johdon tuen puute. Kuilu voi syntyä myös taloudellisten ja muiden resurssien puutteesta. Henkilökunnan valinnalla, vastuunjaolla ja palkitsemisjärjestelmillä palvelun toimituksesta syntyvää kuilun merkitystä voidaan vähentää. Yrityksen sisäisten vuorovaikutustaitojen kehittäminen ja ryhmä-

työ estävät tämän kuilun syntymistä. Odotusten luominen ja niiden lunastaminen liittyy markkinointiviestintään. Kun annetaan ylisuuria lupauksia, niiden lunastaminen saattaa olla monimutkainen asia. Lupausten lunastaminen on palveluyrityksissä eräs laatuun liittyvä vaikutuskeino. Mahdollisimman totuudenmukainen kuva odotettavissa olevasta palvelusta sekä yhtenäinen viestintästrategia yrityksen eri osastojen välillä täytyy olla markkinointiviestinnän tavoitteena. (Kuusela 1998, 123 - 128.)

Oppimisneuvolan näkökulmasta asiakaspalautteen kerääminen ja käyttäminen toiminnan kehittämisessä sekä opiskelijoiden kuunteleminen estävät johdon näkemyksen kuilun syntymistä. Asiakaspalautetta Oppimisneuvolassa kerätään asiakaspalautekysely-lomakkeella, jossa arvioitavia asioita ovat palvelun vastaavuus tarpeisiin, opiskelijoiden oman toiminnan organisointi palvelun tuottajina, opiskelijoiden ammatilliset valmiudet toimintaan, opiskelijoiden suhtautuminen asiakkaaseen, opiskelijoiden vuorovaikutustaidot, tilojen toimivuus ja viihtyisyys, hinta-laatusuhde toiminnassa sekä suositteleminen muille asiakkaan oman kokemuksen perusteella.

Myös opiskelijoilta kerätään palautetta lomakkeella, jossa asteikolla 1 - 5 (heikko - kiitettävä) arvioidaan muun muassa perehdyttämistä, tiedottamista, välineitä, omaa suhtautumista ja sitoutumista, toiminnan sopivuutta omiin opintoihin sekä ammatillista kasvua. Palvelun toimituksesta syntyvän kuilu liittyy opiskelijoiden valintaa sekä vastuunjakoon, jota on esimerkiksi opiskelijan ohjaaminen oma-aloitteisuuteen ja itsenäiseen työntekoon. Mielikuvien merkitys korostuu henkilöstövalinnassa. Kun opiskelijoita valitaan harjoittelujaksolle Oppimisneuvolaan, tulee huomioida se, onko opiskelija ensisijaisesti hakenut Oppimisneuvolaan vai ohjataanko hänet sinne. Opiskelijat, jotka tulevat mielellään suorittamaan harjoittelunsa Oppimisneuvolaan, pystyvät paremmin lunastamaan palvelun toimitukselle luodut odotukset. Palvelun laatu on hyvin läheinen asia mielikuvan kanssa. Lupausten lunastamisella voidaan vaikuttaa laatuun.



Kuvio 6. Palvelun laadun kuilut (Qualitas-Fennica 2000.).

Jos sisäinen palvelu ei ole hyvää, ulkoinen palvelu kärsii. Kun henkilöstö tajuaa sisäisten asiakassuhteiden olemassaolon merkityksen, sen asenteita on paljon helpompi muuttaa. Sisäiset asiakassuhteet voivat olla hyvin suoraviivaisia tai varsin mutkikkaita. Sisäisiä asiakkaita on palveltava yhtä hyvin kuin odotetaan ulkoista asiakasta palveltavan. Tämän vuoksi vastuu hyvästä palvelun laadusta on koko organisaatiolla. (Grönroos 2001, 404 - 405.)

Japanissa kehitetty Total Quality Control -ajattelun (TQM) mukaan toiminnan keskeisiä periaatteita organisaation kaikkien henkilöiden toiminnassa on laatu. TQM-ajattelua on käytetty valmistusyrityksissä jo paljon ennen kuin palveluyrityksissä. Eräs näkökulma Silénin mukaan on asiakaskeskeinen laatu, joka on tuotteen tai palvelun kyky tyydyttää asiakkaan tarpeet. Hyvin johdetussa yrityksessä johto ottaa laadun huomioon kaikissa toiminnoissaan. (Silén 2001, 16 - 17; Zethaml & Bitner 1996, 33 - 34.)

Organisaation kannalta asiakaslähtöisyys tarkoittaa sitä, miten organisaatio pystyy luomaan ja vahvistamaan asiakkaan kannalta tärkeitä sidoksia. Nämä sidokset eivät aina ole rationaalisia ja objektiivisia, vaan ne voivat olla myös emotionaalisia ja usein myös subjektiivisia. Yrityksen tulisi hallita kolme osuutta asiakkaasta: ”osuus lompakosta, osuus ajatuksista ja

osuus sydäimestä”. Asiakslähtöisyys tarkoittaa sekä organisaation että asiakkaan tarpeiden selvittämistä ja valintojen tekemistä. (Vuokko 2004, 71 - 72.)

ISO (International Standards Organisation) 9000:2000 -standardeissa korostetaan tärkeyttä hankkia sidosryhmiltä palautetta. Toiminnan tulisi pohjautua sidosryhmien tarpeisiin ja odotuksiin. Selvittämällä nämä tarpeet, odotukset ja kokemukset henkilöstöltä, organisaatio voi hyödyntää tietoa johtamisessa sekä työyhteisön ja töiden organisoinnissa. Kiinnittämällä huomion palautteesta saataviin seikkoihin, organisaatio voi panostaa oikeisiin asioihin. Esimerkkinä voivat olla erilaiset ilmapiiriasiat, kuuntelu ja avoimuus sekä kannustuksen puute. Henkilöstön sijoittaminen oikeisiin tehtäviin, urasuunnittelu sekä epäkohtien tiedostaminen ja poistaminen paranee. (Qualitas-Fennica 2000.)

4 MIELIKUVAN TUTKIMINEN JA KEHITTÄMINEN

Tutkimuksella haetaan tietoa ongelman ratkaisemiseen sekä täsmennetään ongelmaan liittyviä kysymyksiä. Mielikuvan tutkimisella pyritään selvittämään mielikuvan taso, jotta mielikuvan rakentamisessa voidaan keskittyä olennaiseen. Tutkimuksella pyritään hakemaan myös uusia ideoita sekä rikastuttamaan arkielämän luomaa kuvaa asioista. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 21 - 23; Rope & Mether 2001, 224.)

Tutkimuksen tarkoitus ohjaa tutkimusstrategian valinnassa. On valittava sellainen tutkimusstrategia, joka tuo parhaiten vastauksen asetettuun ongelmaan. Vaihtoehtoja pohdittaessa on mietittävä, mitä aineistoa on tärkeä kerätä. Valinnat tulee myös perustella. Tutkittava ilmiö on sijoitettava johonkin teoriasuuntaukseen ja määriteltävä ilmiön keskeiset käsitteet. Abstraktia käsitettä mitattaessa on sille löydettävä yksi tai useampi konkreettinen käsite. Kysymysten on oltava mahdollisimman lähellä vastaajien arkea ja kokemusmaailmaa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa erityisen tärkeää on aineiston hankinnan ennakkosuunnittelu, koska tutkimuksen kuluessa ei voi muuttaa aineistonkeruuta tai korjata aineiston puutteita jälkikäteen. (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 128; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 117 - 138.)

4.1 Onnistunut tutkimus

Kvantitatiivisen imagotutkimuksen onnistumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat kysyttävät ominaisuudet, vertailukohteet, kysymysasteikko ja tulostus. Kysymysten on mitattava niitä tekijöitä, jotka ovat kohderyhmälle merkittäviä. Tutkimuksen validiteetti on oltava kunnossa eli kysytyt ominaisuudet mittaavat juuri niitä asioita, joita niiden pitääkin mitata.

Kysymysten asettelulla ja kysymysasteikolla on merkitystä tulkintaan. Jos halutaan verrata oman yrityksen mielikuvaa kilpaileviin, tulee ottaa mukaan ne yritykset, jotka kilpailevat samalla markkinasegmentillä. Vertailu tulee tehdä käytännössä vertailukelpoisten yritysten profiileista. Prosenttijakaumien kautta indeksoimalla saadaan vertailukelpoisia profiileja. Mielikuvantason vakiointi poistaa yritysten tunnettavuuden vaikutuksen. (Rope & Mether 2001, 157 - 166.)

Imagotutkimus voi kohdistua pieneen ja valikoituun kohderyhmään. Yrityksen henkilökuntaan kohdistuva tutkimus liittyy yleensä enemmän tiedonvälitykseen kuin yrityskuvaan. (Lotti 1998, 175.) Tähän Oppimisneuvolan tutkimukseen oli valittu tietty kohderyhmä. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään tämän kohderyhmän mielikuvan taso, tiedot ja kokemukset Oppimisneuvolasta sekä suosittelisivatko he sieltä saatavia palveluja.

Ongelman asettelu täytyy tehdä oikein, jotta tutkimuksessa mitataan juuri sitä ilmiötä, jota pitääkin mitata. Tutkimuksen kohderyhmä on määriteltävä tarkasti. Tutkimusmenetelmän käytetty kyselylomake on laadittava huolellisesti ja esitestattava, jotta mahdolliset virheet paljastuvat. Kerätyt tiedot käsitellään ennakkoon sovitulla tavalla ja esimerkiksi taulukoinnissa on arvioitava analysoinnin luotettavuutta. On myös muistettava, että luotettavinkaan tutkimus ei ole hyödyllinen, jos tietoja ei aiota käyttää. (Lotti 1998, 33.)

Kirjekyselyssä on etuna se, että kysymykset ovat kaikille samanlaiset ja haastattelijan vaikutus puuttuu. Silloin kun kyseessä on suuri kohderyhmä, se on myös edullinen, verrattuna henkilökohtaiseen haastattelututkimukseen. Haittapuolena on, ettei tiedetä, ketkä ovat kyselylomakkeen täyttäneet ja en osaa sanoa -vastauksia annetaan yleensä enemmän. Kirjekyselyssä onnistumiseen vaikuttaa myös palautusprosentti. Lomakkeen pituus ja ulkoasu, tutkimuksen aihe, kysymysten määrä ja tyyppi vaikuttavat palautusprosenttiin. Saatekirjeellä motivoidaan vastaamaan ja vastanneiden kesken arvottavat palkinnot voivat olla eräs tällainen motivointikeino. (Lotti 1998, 48 - 49.)

Tutkimustuloksista voidaan tehdä päätelmiä vasta esityövaiheiden jälkeen. Aineistosta tarkistetaan, puuttuko niistä tietoja tai onko niissä virheellisyyksiä. Kyselylomakkeen hylkääminen voi tulla kysymykseen, jos lomaketta ei ole täytetty asianmukaisesti. Tietojen täydentäminen voidaan toteuttaa pyytämällä vastauksia uudelleen vastaamatta jättäneiltä. Aineiston järjestäminen tietojen tallennusta ja analyyseja varten liittyy kvantitatiivisessa tutkimuk-

nessa muuttujien ja aineiston koodaamiseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 216-218.)

Tulosten käsittelyssä ja raportoinnissa tavallisin menetelmä on ristiintaulukointi, jossa selvitetään kahden muuttujan välistä suhdetta. Taulukoinnin suunnittelussa on arvioitava, millä tekijöillä on vaikutusta tutkittavaan ilmiöön. Taulukoiden on oltava selkeitä, että lukija saa tiedon helposti ja olennaisten asioiden tulee ilmetä ensi silmäyksellä. (Lotti 1998, 126 - 131.)

Tässä tutkimuksessa taustamuuttujia eli tekijöitä, joilla on mahdollisesti vaikutusta mielikuvaan, ovat henkilöstön osalta ammattikorkeakoulun palveluksessa oloaika sekä yksikkö, jossa hän työskentelee. Opiskelijoiden kohdalla näitä taustamuuttujina voivat olla opiskeluaika sekä harjoittelu Oppimisneuvolassa. Lisäksi on huomioitava, mistä henkilöstö ja opiskelijat ovat saaneet tietoa Oppimisneuvolasta.

Yrityskuvan tietoinen luominen aloitetaan selvittämällä lähtötilanne. Toimintaa keskeisesti kuvaavia osatekijöitä arvioimalla saadaan lähtötilanne selville. Näitä osatekijöitä ovat esimerkiksi luotettavuus, uudenaikaisuus, toiminnan aktiivisuus ja monipuolisuus, tiedotustoiminta ja mainonta sekä yhteiskunnallinen vastuu eli arvostus. (Lotti 1998, 176 - 178.)

Tämä on Oppimisneuvolan ensimmäinen sisäinen mielikuvatutkimus, jonka yhtenä tavoitteena on selvittää lähtötilanne. Toimintaa kuvaavia osatekijöitä tarkastellaan kysymyslomakkeessa väittämien perusteella. Vastaajat arvioivat mielikuvansa perusteella muun muassa mainontaa, nykyaikaisuutta ja monipuolisuutta sekä perehdyttämistä asteikolla 1 - 5, täysin eri mieltä - täysin samaa mieltä.

Markkinointitutkimusten avulla selvitetään yrityksen toiminnallisten avaintekijöiden eli imagon ja asiakastyytyväisyyden tilaa. Tällaisia tutkimuksia on tehtävä säännöllisesti, jotta tiedetään, missä tällä hetkellä mennään ja miten mennään tästä eteenpäin. (Rope 2000b, 156 - 157.)

4.2 Tavoitemielikuva

Yrityksen tavoitemielikuvaan on sisällytettävä visio, liikeidea, strategia ja arvot. Se millaisena yritys haluaa näkyä ja tulla tunnetuksi perustuu uskottavuuteen, haluttavuuteen ja ainitlaatuisuuteen. On pyrittävä erottumaan muista. Tavoitemielikuva syntyy teoista ja sanoista, joita yritys toteuttaa arjen työssä. Menneisyys myös muovaa käsityksiä, joten yrityksen itsensä on päätettävä, ohjaako se toimintaansa johonkin suuntaan. Halutun mielikuvan luomiseksi tarvitaan yhteinen näkemys siitä, mitä halutaan olla ja käytännön työkaluja eli perusviesti ja visuaalinen ilme. (Juholin 2002, 62 - 63.)

Sisäinen yrityskuva on ulkoisen yrityskuvan perustana. Henkilöstön mielikuva omasta yrityksestä tulisi selvittää säännöllisin väliajoin. Sisäisen mielikuvan selvittämisessä rehellisen vastaamisen ehdoton edellytys on anonyymiyden varmistaminen. (Rope & Methner 2001, 211 - 212.)

”Vanha sanonta sanoo osuvasti, kuinka täydellisyyteen pyrkiminen on menestymisen este.” Täydellistä suoritusta tärkeämpää ovat aikaansaannokset, koska ilman niitä yritys ei elä. Yrityksen hyvää mainetta levittää parhaiten sen oma henkilöstö. Henkilöstön ylpeys omasta yrityksestä on reitti, jonka kautta maine leviää. Kehittämistyön tulee olla asenne, jossa jokaisen henkilön eräs tehtävä on toiminnan ja työn kehittäminen. Ihminen ei tee koskaan järkevää päätöstä, vaan tunnepohjaisen päätöksen, jonka perustelee hyvin järjellä. Yrityksen imago näkyy ja syntyy jokapäiväisessä työssä henkilöstön tekemisten kautta. Ensimmäinen kauppa on imagoperusteinen ja toinen taas tyytyväisyyteen perustuva. Imago on se, jonka kautta toiminnan menestys pitkälti rakentuu. (Rope 2000a, 39, 61, 69, 99, 155.)

Liiketoimintaan vaikuttavana tekijänä mielikuvalla on välillisiä seurauksia. Hyvä mielikuva organisaatiosta helpottaa rekrytointia ja tuo paremman henkilöstöpotentiaalin. Yhteistyö helpottuu eri sidosryhmien kanssa. Mahdolliselle kielteiselle julkisuudelle hyvällä mielikuvalla on niin sanottu puskurivaikutus, jolloin hetkellinen negatiivinen julkisuus peittyy toimivan imagon alle. (Rope 2000b, 180.)

Mielikuvan kehittäminen on prosessi, jossa tutkimalla saadaan lähtökohta selville. Tästä lähtökohtatilanteesta on valittava kehittämisen strategia. Mielikuvan kehittämisessä on helppointa kehittää yrityksen ylivoimaisuutta kilpailijoihin nähden. Toinen tapa on keskittyä

kohottamaan yrityskuvan heikkoja ominaisuuksia. Sisäisen yrityskuvan on oltava samanlainen ulkoisen yrityskuvan kanssa. Sisäistä henkeä luo henkilöstön ylpeys omasta yrityksestä. Jos sisäinen kuva on ulkoista heikompi, yrityksen on tuotava esille yrityksen ylpeyden aiheita. Voidaan sanoa, että kokonaisuus on niin vahva kuin sen heikoin lenkki. Tästä syystä on sisäinen mielikuva nostettava ulkoisen mielikuvan tasolle. (Rope 2000b, 192 - 200.)

4.3 Asenteisiin vaikuttaminen

Osallistuminen on oiva apuväline asenteiden muutoksessa. Esimerkiksi koulutustilanteissa erilaiset roolipelit ovat tehokkaita, jolloin osallistujat joutuvat uudesta näkökulmasta hahmottamaan ympäristönsä. Tämän kautta asenteet voivat muuttua hyvinkin radikaalisti. Ennako-odotukset ja olettamukset uuden tiedon suhteen vaikuttavat, millä tavoin uutta tietoa otetaan vastaan. Tämä uusi tieto johtaa uudenlaiseen käyttäytymiseen. Asenteen muuttaminen vaatii taitoa saada ihminen käyttäytymään uuden mielipiteen mukaan. *Vasta uudenlainen käyttäytyminen on asenteen muutos.* (Havunen 2000, 105 - 106.)

Ihminen kokee vastaluodun käsityksensä muuttamisen liian vaivanloiseksi. Kun ihminen on muodostanut käsityksensä jostakin asiasta, tähän ovat vaikuttaneet *tieto, tunne ja kokemukset*. Uutta tietoa saadessaan ihminen kokee käsityksensä muuttumisen aiheuttamaa jännitettä. Tästä syystä hän mieluusti jättää käsityksensä muuttumisen aiheuttaman tiedon kuulematta. Ihminen kokee päätöksensä jälkeen epävarmuutta aiheuttavan olotilan, joka on joko sopusointua tai riitasointua käsitystensä ja asenteidensa välillä. (Havunen 2000, 108 - 109.)

Epävarmuus päätöksen jälkeen ja valitsematta jääneiden vaihtoehtojen uudelleen arviointi on epävarmuutta, johon jälkimarkkinoinnilla pyritään vaikuttamaan. Myyjällä on useita keinoja vähentää ostopäätöksen jälkeistä epävarmuuden tunnetta. Pyytämättä lähetetty lisäinformaatio on yksinkertaisin tapa. Jälkimarkkinoinnin puuttuminen voi aiheuttaa, että hylätyt vaihtoehdot jäävät vaikuttamaan asiakkaan mielessä ja hän tekee seuraavan kaupan kilpailijan kanssa. (Havunen 2000, 110.)

5 TUTKIMUKSEN KULKU JA TULOKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen mielikuva ja asenne Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstöllä sekä Hyvinvointialan opiskelijoilla on Oppimisneuvolasta harjoittelupaikkana ja palveluiden tuottajana.

Kvantitatiivinen tutkimus tehtiin kyselylomakkeella, joka sisälsi strukturoituja ja avoimia kysymyksiä. Kyselylomakkeet esitettiin viidellä henkilöllä, joista kolmella on henkilöstöön, opettajiin ja kahdella opiskelijoihin verrattava tausta. Kyselylomakkeiden esitettävyyden yhteydessä pyydettiin kahdelta opettajalta arvio vastausprosentista ja mahdollisuudesta numeroida tutkimuslomakkeet, jotta niitä voisi uudelleen lähettää vastaamatta jättäneille. Todettiin, että Kajaanin ammattikorkeakoulussa tehdään usein henkilöstölle tutkimuksia. Niissä on yleisesti tietty vastausprosentti, joten kyselylomakkeen uudelleen lähettäminen ei todennäköisesti olisi nostanut vastausprosenttia tästä tasosta.

Kyselylomakkeet (Liite 1) lähetettiin henkilöstölle sisäisessä postissa tammikuussa 2005. Vastausaikaa oli reilu kaksi viikkoa. Lomakkeet palautettiin sisäisessä postissa Kajaanin ammattikorkeakoulun vahtimestarien huoneeseen tutkijan lokeroon. Opiskelijoille tutkimus tehtiin samoin tammikuussa 2005 jakamalla kyselylomakkeet (Liite 2) opiskelijanohjaustunneilla. Lomakkeet täytettiin heti ja palautettiin välittömästi tutkijalle. Yhtä opiskelijaryhmää ei tavoitettu niin, että opiskelijat olisivat olleet samassa tilassa. Heille tutkimuslomakkeet jakoi ja keräsi tutoropettajat, joilta tutkija nouti vastaukset. Henkilöstölle suunnatussa kyselyssä oli mahdollisuus osallistua arvontaan palauttamalla kyselylomakkeen mukana henkilön nimellä ollut saatekirje.

Tutkimusaineisto käsiteltiin SPSS -tilasto-ohjelmalla ja Microsoft Excel-ohjelmalla. Avoimilla kysymyksillä pyrittiin saamaan lisätietoa annettuihin vastauksiin. Avoimista vastauksista on lainauksia tutkimustulosten yhteydessä sekä Liitteessä 5.

5.1 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin lisäämään estämällä vastauskato. Tutkimustilanteissa, joissa tutkimus tehtiin opiskelijoille, lomakkeet palautettiin välittömästi, jotta palautus ei viivästynyt. Tämä paransi todennäköisesti vastausprosenttia. Tutkimuksen luotettavuutta lisää myös se, ettei tutkijalla ollut ennakkokäsitystä sosiaali- ja terveysalan opiskelusta tai opetuksesta. Tutkija ei myöskään tuntenut Oppimisneuvola.

Tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin lisäämään kysymällä asiaa, johon haluttiin vastaus. Edellytyksenä tutkimuksen luotettavuudelle ja pätevyydelle ovat myös totuudenmukaiset vastaukset. (Raatikainen 2004, 16; Karjalainen 2000, 179.) Kysymyksillä pyrittiin selvittämään tutkittavien mielikuvan taso eli kuinka paljon he tietävät ja tuntevat Oppimisneuvolan toimintaa. Lisäksi pyrittiin saamaan tietoa siitä, oliko heidän mielikuvansa syntynyt kokemusten, havainnointien vai esimerkiksi kuulopuheiden perusteella. Väittämissä esitettiin samasta asiasta sekä positiivisia että negatiivisia väittämiä. Näin saatiin selville vastausten totuudenmukaisuus. Avoimista vastauksista saatiin lisätietoa annettuihin vastauksiin.

Vastaamista helpotettiin en osaa sanoa -vastausvaihtoehdolla. Opiskelijoiden vastauksissa ensimmäisen vuoden opiskelijoiden määrä sekä heidän vähäiset kontaktit Oppimisneuvolaan selittävät en osaa sanoa -vastauksia. Henkilöstön vastauksissa tätä selittää se, etteivät vastaajat ole mukana Oppimisneuvolan tai Hyvinvointialan opetusprosessissa.

5.2 Tutkimustulokset

Tutkimustulokset esitetään erikseen tutkimusjoukkojen Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstön sekä Hyvinvointialan opiskelijoiden osalta. Tulokset esitellään mielikuvaan vaikuttavien tekijöiden ryhmittelyn mukaisesti. Strategisia ja toimintokohtaisia mielikuvatekijöitä kuvaavien väittämien avulla saatiin myös psykologisia mielikuvatekijöitä esille.

Tulokset esitetään prosentteina kysymykseen vastanneista. Kysymyksiin jätti vastaamatta 1 - 4 henkilöä. Vastanneet arvioivat Oppimisneuvolaa mielikuvansa perusteella. Väittämiä esitettiin kolmekymmentä. Annettuihin väittämiin pyydettiin vastaamaan ympyröimällä mielikuvaa vastaava vaihtoehto. Vaihtoehdot olivat täysin eri mieltä (1), eri mieltä (2), en samaa/en eri mieltä (3), samaa mieltä (4), täysin samaa mieltä (5) ja en osaa sanoa (6).

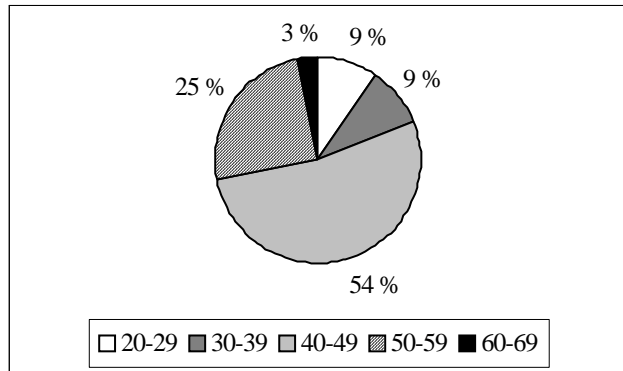
Tuloksista nähdään myös en osaa sanoa -vastausten suuri määrä (LIITE 6). Nämä vastaukset ovat mielikuvatutkimuksessa merkitseviä vastauksia. Tuloksissa esitetyt keskiarvot on laskettu vaihtoehtoista 1 - 5. Laskennassa on jätetty pois en osaa sanoa -vastaukset. Muuttujat ovat tarkasti ottaen järjestysasteikon muuttujia, jolloin keskiarvoa ei saa laskea. Koska muuttujille on annettu numeeriset arvot ja vastaajat ovat mieltäneet arvojen erotuksen, voidaan muuttujia pitää välimatka-asteikon muuttujina, joista keskiarvon voi laskea.

5.3 Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstö

Tutkimuslomake lähetettiin 143 henkilölle. Vastauksia saatiin vain 65 (LIITE 3). Vastausprosentiksi tuli 45 %. Vastausprosentin perusteella voidaan olettaa, että tutkimusta ei pidetty kiinnostavana. Mielikuvatutkimuksessa tämä on yksi psykologinen mielikuvatekijä. Vastausprosentin jääminen alhaiseksi voi kuvata myös sitä, ettei tutkituilla ollut tietoa tai kokemusta Oppimisneuvolasta. Tutkimusjoukon pienuudesta johtuen tulokset ovat vain suuntaa antavia. Niitä ei voi yleistää koko perusjoukkoon.

Taustatiedot

Vastanneista oli naisia 69 % ja miehiä 31 %. Vastanneet olivat iältään keskimäärin 45 vuotta. Iät vaihtelivat 24 vuodesta 63 vuoteen (Kuvio 7.). Suurin yksittäinen ikäryhmä oli 40 - 49-vuotiaat. Heitä oli 54 % vastaajista.

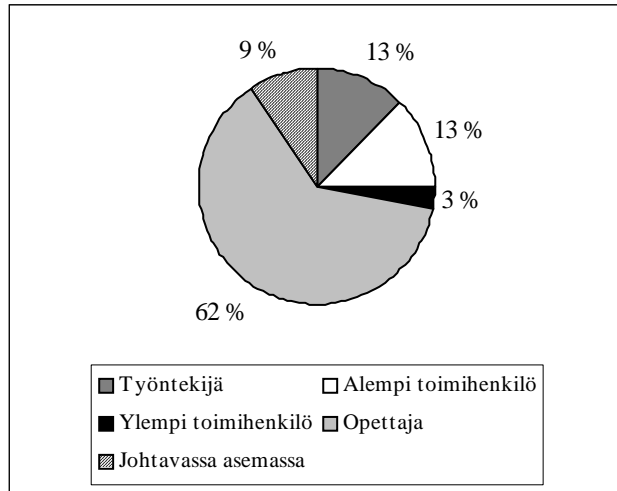


Kuvio 7. Vastanneiden ikäjakauma

Vastanneet ilmoittivat palvelusajaksi keskimäärin 7,8 vuotta. Palvelusaika vaihteli muutamasta kuukaudesta 22 vuoteen. Suurimmat ryhmät olivat 0 - 4 vuotta (33 %) ja 5 - 9 vuotta (34 %). Palvelusaikaa koskeva kysymys oli asetettu väärin, koska vastaajat eivät olleet ottaneet huomioon Kajaanin ammattikorkeakoulun toiminta-aikaa. Vastauksissa ilmoitettiin Kajaanin ammattikorkeakoulun vakituinen toiminta-aika tai palvelusaika ammattikorkeakoulukokeilusta alkaen. Osa vastaajista oli laskenut palvelusajan jopa entiseen oppilaitokseen tuloajasta. Vastauksista ei voi tehdä johtopäätöksiä.

Suurin ammattiryhmä vastanneista oli opettajat (Kuvio 8.). Heitä oli 62 %. Vastanneita oli kaikista ammattiryhmistä ja yksiköistä. Tutkimusajankohtana henkilöstömäärä oli Hyvinvointi-yksikössä 27 henkilöä, joten tämän yksikön vastausprosentiksi tuli 52 %. Palvelutusyksikön vastausprosentti oli 50 %. Tähän yksikköön kuuluvat yhteiskuntatieteiden, liiketalouden, hallinnon ja luonnontieteiden alan sekä matkailu-, ravitsemis- ja talousalan henkilöstö. Teknologia-yksikössä, johon kuuluvat tekniikan ja liikenteen alan henkilöstö, työskenteli 35 henkilöä. Tämän yksikön vastausprosentiksi jäi reilu 31 %. Muissa yksiköissä työskenteli 37 henkilöä. Heidän vastausprosentiksi tuli lähes 46 %. Taulukosta 1. nähdään,

että vastanneet kuvasivat hyvin perusjoukkoa. Ainoastaan Teknologia-yksiköstä vastanneiden osuus oli alhaisempi kuin heidän osuutensa koko perusjoukosta.



Kuvio 8. Vastanneiden ammattiryhmät

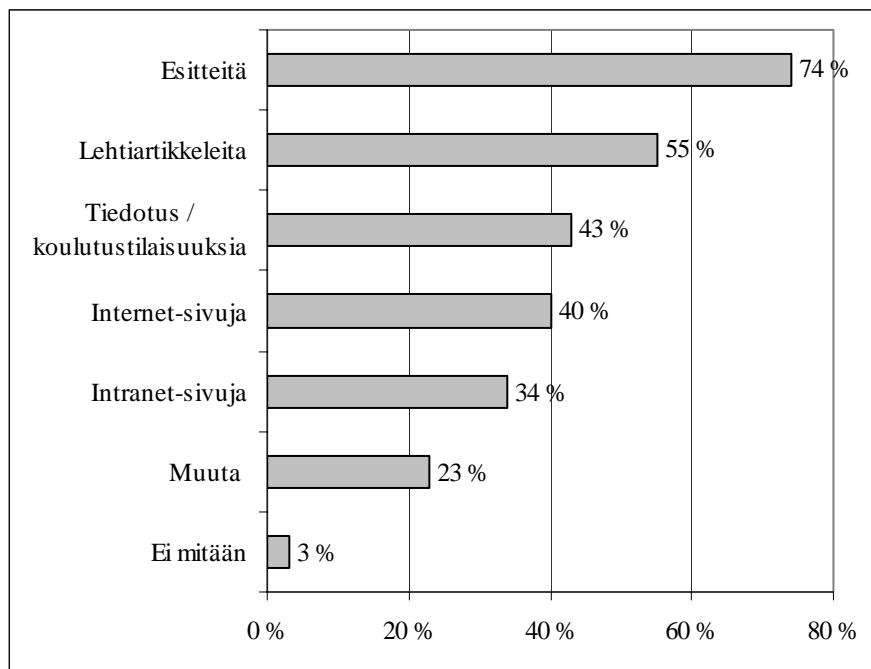
Taulukko 1. Yksikkö

Yksikkö	Palveluksessa		Vastanneita	
Hyvinvointi	27	19 %	14	22 %
Palvelut	44	31 %	22	34 %
Teknologia	35	24 %	11	17 %
Muut	37	26 %	17	27 %
Yhteensä	143	100 %	64	100 %

Mielikuvan taso – tietoisuus ja tunteminen

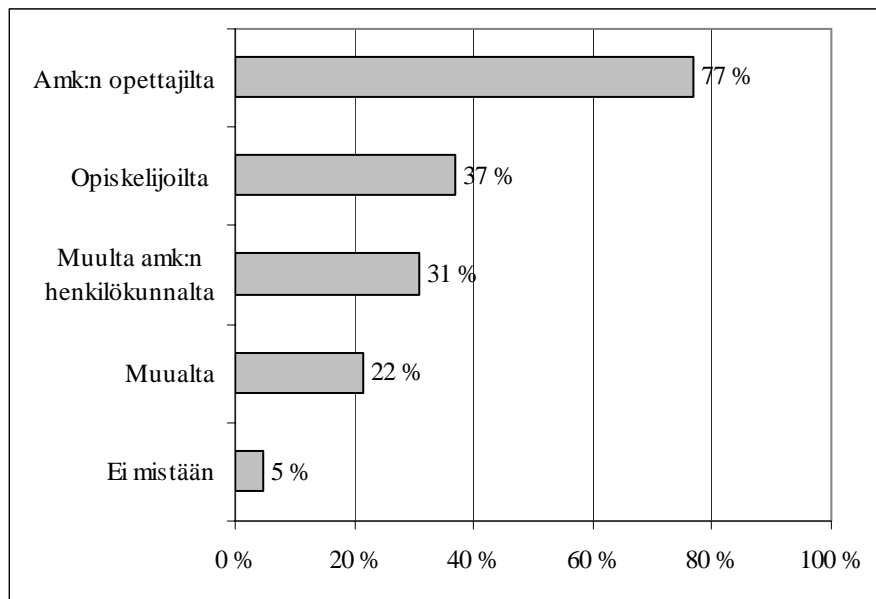
Vastanneista 94 % ilmoitti tietävänsä, mikä on Kajaanin ammattikorkeakoulun Oppimisneuvola. Ainoastaan 4 henkilöä (6 %) ilmoitti, ettei tiedä Oppimisneuvolaa. Tämä on puhdas mielikuva, jossa Oppimisneuvola tunnetaan nimeltä. Toinen puhtaan mielikuvan taso tunteminen syntyy, kun vastaaja on nähnyt mainoksen tai tutustunut palveluun.

Oppimisneuvolasta oli nähty tai kuultu esitteistä, tiedotus- tai koulutusilaisuuksista, lehtiartikkeleista, Internetistä, Intranetistä tai muualta (Kuvio 9.). Vastanneista 74 % ilmoitti nähneensä Oppimisneuvolasta kertovia esitteitä. Lehtiartikkeleita oli nähnyt yli puolet. Ainoastaan kaksi vastaajaa (3 %) ilmoitti, ettei ollut nähnyt tai kuullut mitään Oppimisneuvolasta. Näistä sisäiseen viestintään ja markkinointiin liittyvistä asioista on nostettava esille henkilöt, jotka ilmoittivat nähneensä tai kuulleensa Oppimisneuvolasta jostain muualta. Heitä oli 23 % vastanneista. Avoimeen jatkokysymykseen annettiin seitsemäntoista vastausta, joissa kymmenessä mainittiin sähköposti. Vastaajat olivat myös kuulleet Oppimisneuvolasta ”puskaradiosta”, ruokapöytäkeskustelusta tai työkaverilta. Osa vastaajista oli vierailut neuvolassa tai vain kuullut Oppimisneuvolan nimen.



Kuvio 9. Oppimisneuvolasta nähtyä tai kuultua

Oppimisneuvolan palveluista ja toiminnoista oli suurin osa vastaajista (77 %) saanut tietoa ammattikorkeakoulun opettajilta (Kuvio 10.). Opiskelijoilta tietoa oli saanut 37 % ja muulta ammattikorkeakoulun henkilökunnalta noin kolmannes. Lisäksi 22 % oli saanut tietoa muualtakin. He olivat saaneet tietoa sähköpostista, kokouksista, henkilöstöpäiviltä, lehdestä tai ruokapöytäkeskustelussa asia oli tullut esille. Avoimia vastauksia annettiin yksitoista ja viidessä mainittiin sähköposti. Ainoastaan 3 henkilöä (5 %) ilmoitti, ettei ole saanut tietoa Oppimisneuvolan palveluista tai toiminnoista.



Kuvio 10. Tietokanavat

Kokemukset

Kokemukset luovat osaltaan mielikuvaa. Oppimisneuvolan palveluita käyttäneillä on pysyvä mielikuva. Palveluita oli käyttänyt 69 % vastanneista. Käytetyin palvelu oli niska-hartia -seudun käsittely (Kuvio 11.). Tätä palvelua ilmoitti käyttäneensä 29 % vastanneista. Lähes viidennes oli käyttänyt palveluista verenpaineen seuranta tai lihaskunnan mittausta ja kunto-ohjelmaa. Henkilöt, jotka ilmoittivat käyttäneensä muuta palvelua, olivat avointen vastausten mukaan käyttäneet terveysensiapua, jalkahoitoa, työpisteen ergonomiakartoitusta sekä rasvaprosentin, painon ja pituuden mittausta.

Oppimisneuvolan tarjoamista palveluista ei ollut lainkaan käytetty kysymyslomakkeella annetuista vaihtoehdoista terveystarkastusta, rokotusta, sauvakävelyä, tasapainoryhmää, ensiapuharjoitusta, erityisryhmätoimintaa, aktivoivaa ryhmätoimintaa, liikunta- ja painonhallintaryhmää, kotikäyntiä, Tervis -iltapäivähoivaa ja Tervis -iltapäiväkerhoa. Kysymyksen asettelulla olisi mahdollisesti saatu erilaisia vastauksia. Vastaajat valitsivat annetuista vaihtoehdoista käyttämänsä palvelut. Jos olisi pyydetty valitsemaan, mitä vastaaja tai hänen perheenjäsenensä palveluista oli käyttänyt, voisi vastaukset olla hieman erilaisia. Käyttämättä jääneet palvelut on tarkoitettu erityisryhmille, esimerkiksi vanhuksille ja lapsille.



Kuvio 11. Käytetyt palvelut

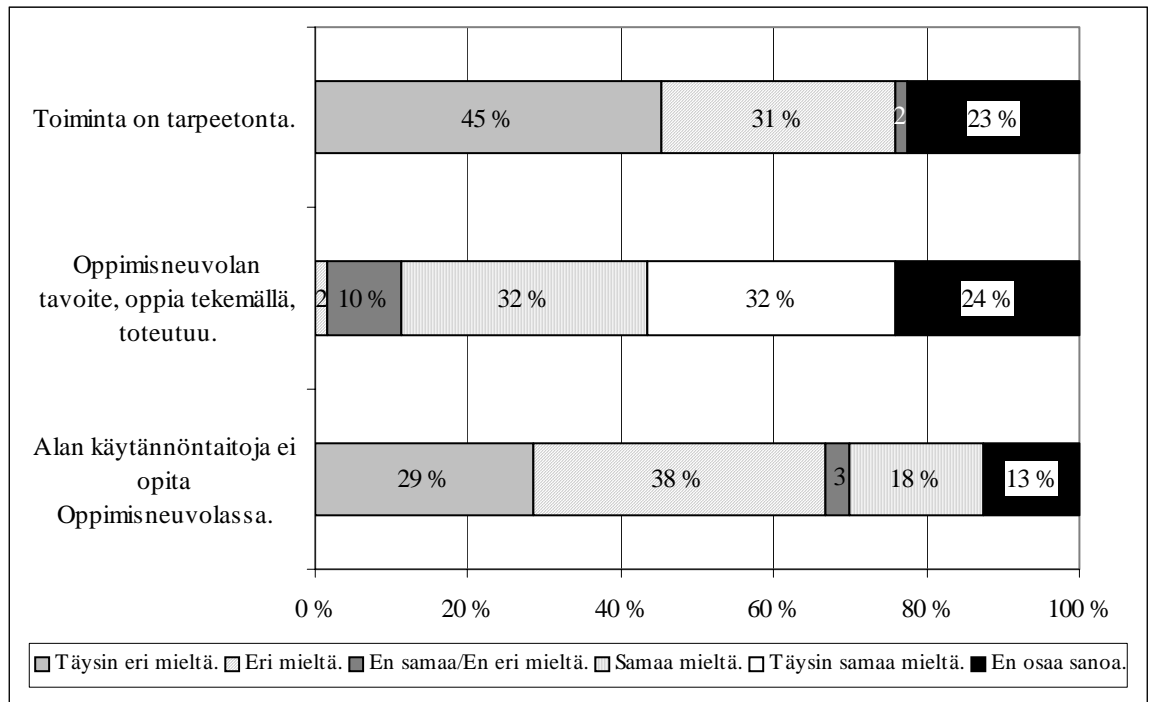
Viimeisen vuoden aikana palveluita oli käyttänyt 59 % vastanneista. Kerran Oppimisneuvolan palveluita ilmoitti käyttäneensä 38 % ja 2 - 5 kertaa 22 % vastanneista.

Väittämät

Vastaajat eivät olleet osanneet arvioida mielikuvansa perusteella annettuja väittämiä, vaikka Oppimisneuvolan palveluista oli kokemusta 69 %:lla vastanneista. En osaa sanoa - vastausten suuri määrä johtunee siitä, etteivät vastaajat ole mukana Hyvinvointialan opetusprosessissa. Osa väittämistä liittyi opiskelijoiden perehdyttämiseen, ohjaukseen sekä palautteeseen. Opiskelijoiden harjoittelua Oppimisneuvolassa oli ohjannut yhdeksän henkilöä (14 %).

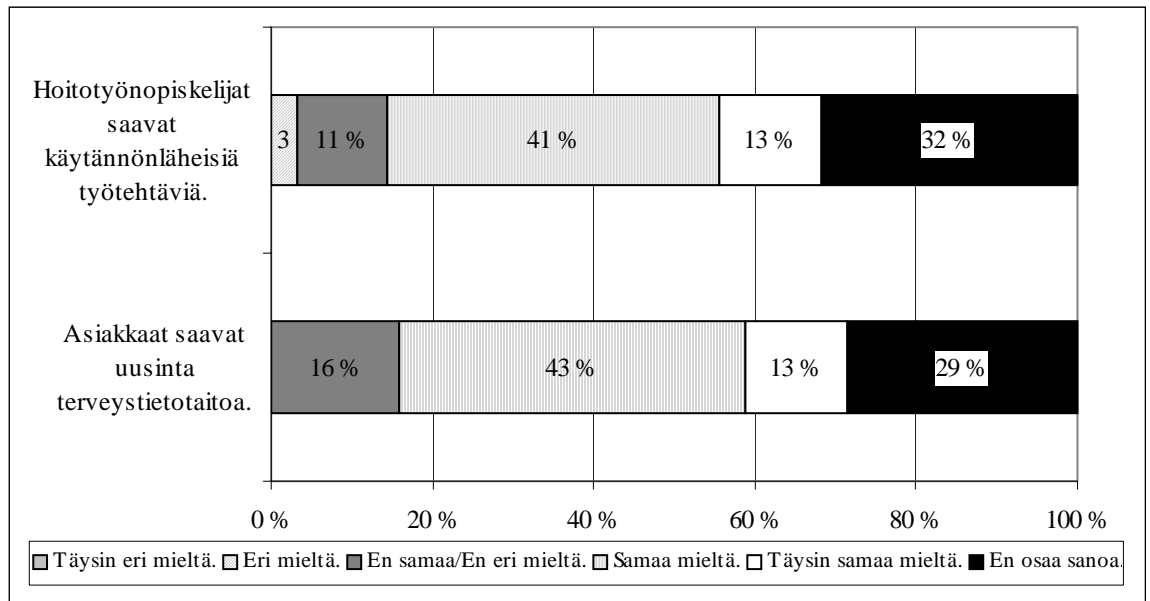
Mielikuvaan vaikuttavat strategiset tekijöitä ovat Oppimisneuvolan liikeidea, toimintatavat sekä yrityskulttuuri. Kuvioissa 12. – 14. esitetyt väittämät liittyvät Oppimisneuvolan strategiin tekijöihin. Oppimisneuvolan liikeideana voidaan pitää sitä, että opiskelijat harjoittelevat ja oppivat käytännön taitoja. Oppimisneuvolan toiminnan lähtökohtana on, että opiskelijat oppivat todellisia asiakaspalvelutilanteita. Toimintaperiaatteena on tuottaa erilaisia palveluita asiakkailleen, opiskelijoiden suorittamina. Opiskelijoiden osuus toiminnassa on huomattava.

Oppimisneuvolan liikeideaa kuvaavia väittämiä esitettiin kolme, joista kaksi oli negatiivista (Kuvio 12.). Täysin samaa tai samaa mieltä oli 64 % vastanneista siitä, että Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu. Keskiarvoksi väittäjä sai 4,26. Vastaavasti 67 % oli täysin eri tai eri mieltä siitä, ettei alan käytännöntaitoja opita Oppimisneuvolassa. Keskiarvoksi väittäjä sai 2,11. Vastaajien mielikuva on, että alan käytännöntaitoja opitaan Oppimisneuvolassa. Kun esitettiin väittäjä, että toiminta on tarpeetonta, 76 % vastanneista oli täysin eri tai eri mieltä väittäjästä. Väittäjä sai keskiarvoksi 1,44. Vastaajien mielikuva on, että toiminta on tarpeellista.



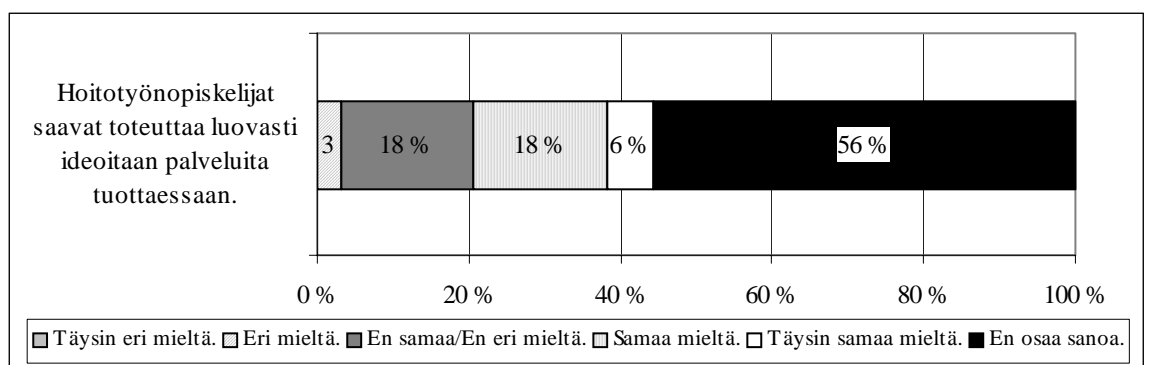
Kuvio 12. Mielikuva liikeideasta

Oppimisneuvolan toimintatapana on opettaa opiskelijoille käytännön työtehtäviä ja tuottaa asiakkaille lisäarvoa tarjoamalla uusinta terveystietotaitoa. Oppimisneuvolan toimintatapaa kuvaavia väittämiä oli kaksi (Kuvio 13.). Noin 30 %:lla vastanneista ei ollut mielikuvaa toimintatavasta. Väittämää arvioineiden mielikuvissa hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä. Samaa tai täysin samaa mieltä oli 54 %. Keskiarvoksi tuli 3,93. Myös väittämästä, että asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa, oltiin samaa mieltä. Samaa tai täysin samaa mieltä oli 56 % vastanneista. Väittämä sai keskiarvoksi 3,96. Kukaan ei ollut eri mieltä siitä, että asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.



Kuvio 13. Mielikuva toimintatavoista

Oppimisneuvolan yrityskulttuurina voidaan pitää, että opiskelijat saavat ohjaus- ja kädentaitoja sekä suunnitella palveluita. Yrityskulttuuria on myös opiskelijoiden luovuutta ja ideoita hyödyntämällä tuottaa monipuolisia palveluita. Yrityskulttuuria kuvasi yksi väittämä (Kuvio 14). Vastaajista lähes 60 %:lla ei ollut mielikuvaa asiasta. Väittämää arvioineesta vastaajista vain kaksi (3 %) oli eri mieltä ja lähes neljännes oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan. Keskiarvoksi tuli 3,61.



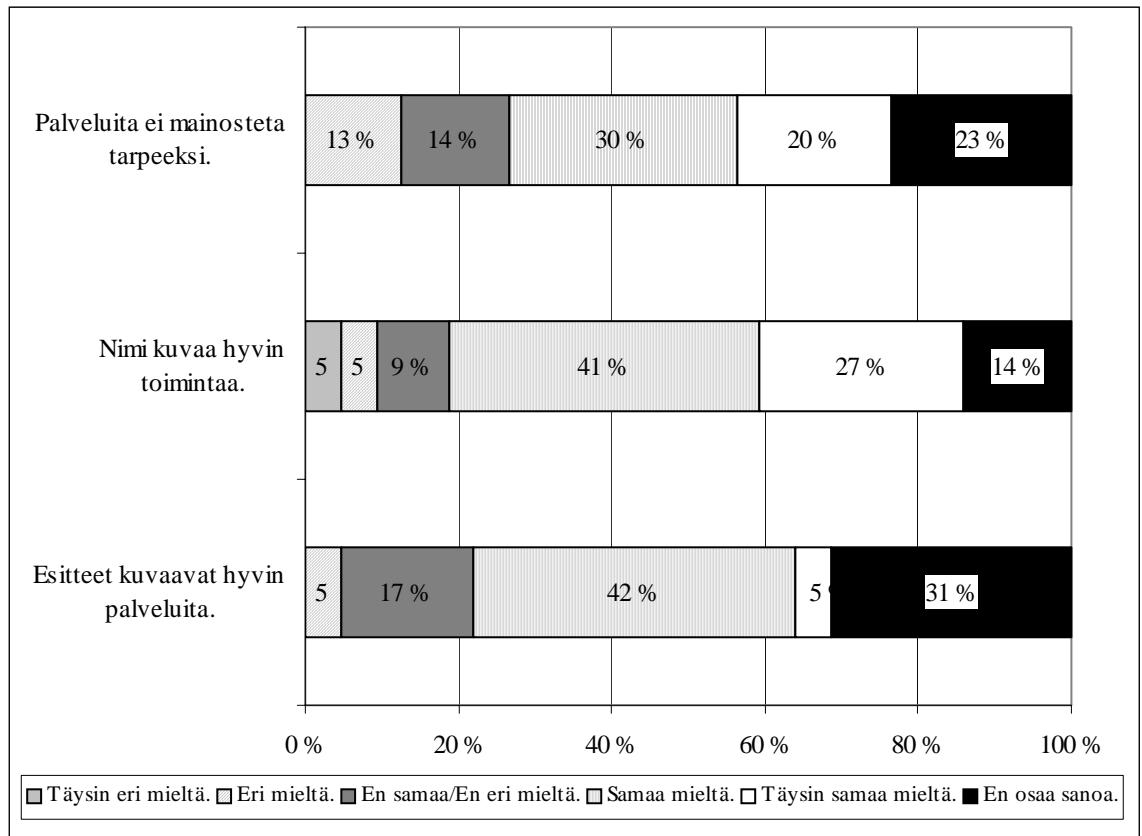
Kuvio 14. Mielikuva yrityskulttuurista

Toiminnallisista mielikuvaan vaikuttavia tekijöitä arvioidaan Kuvioissa 15. – 21. esitettyjen väittämien avulla. Näitä mielikuvaan vaikuttavia tekijöitä ovat viestintä, Oppimisneuvolan johto, toimitilat, tarpeisto, tarjotut palvelut, hinnoittelu sekä palvelu. Oppimisneuvolan sisäisen markkinoinnin tavoitteena on opiskelijoiden motivaation ja palveluhenkisen työskentelyn. Perehdyttäminen liittyy henkilöstön eli opiskelijoiden osaamiseen. Tämä vaikuttaa palvelukäyttäytymiseen ja vuorovaikutukseen asiakkaiden kanssa. Esimerkiksi asiakaspalautteen kerääminen toimintokohtaisena tekijänä liittyy myös palvelun laatuun. Oppimisneuvolan asiakaspalautteen käyttäminen toiminnan kehittämisessä vaikuttaa mielikuvaan.

Viestintää kuvaavia väittämiä oli kolme, joista yksi oli negatiivinen (Kuvio 15.). Vaikka 74 % vastaajista oli nähnyt esitteitä, 31 %:lla ei ollut mielikuvaa niistä. Henkilöiden, jotka osasivat mielikuvansa perusteella arvioida asiaa, heidän mielestä esitteet kuvaavat hyvin palveluja. Väittäjä, että esitteet kuvaavat hyvin palveluita sai keskiarvoksi 3,68. Myös Oppimisneuvolan nimi kuvaa hyvin toimintaa. Väittäjää, että Oppimisneuvolan nimi kuvaa hyvin toimintaa, ei osannut arvioida 14 % vastaajista. Keskiarvoksi väittäjä sai 3,93. Palveluja ei vastaajien mielestä mainosteta tarpeeksi, koska väittämän kanssa samaa tai täysin samaa mieltä oli 50 %. Mielikuvaa asiasta ei ollut 23 %:lla. Väittäjä, ettei palveluja mainosteta tarpeeksi, sai keskiarvoksi 3,76. Kysymyslomakkeen viimeisessä kohdassa oli mahdollisuus antaa palautetta ja ideoita. Näissä avoimissa vastauksissa esiintyi yleisimmin mainontaa. Markkinointia toivottiin lisää.

”Markkinoikaa palvelujanne hieman enemmän.”

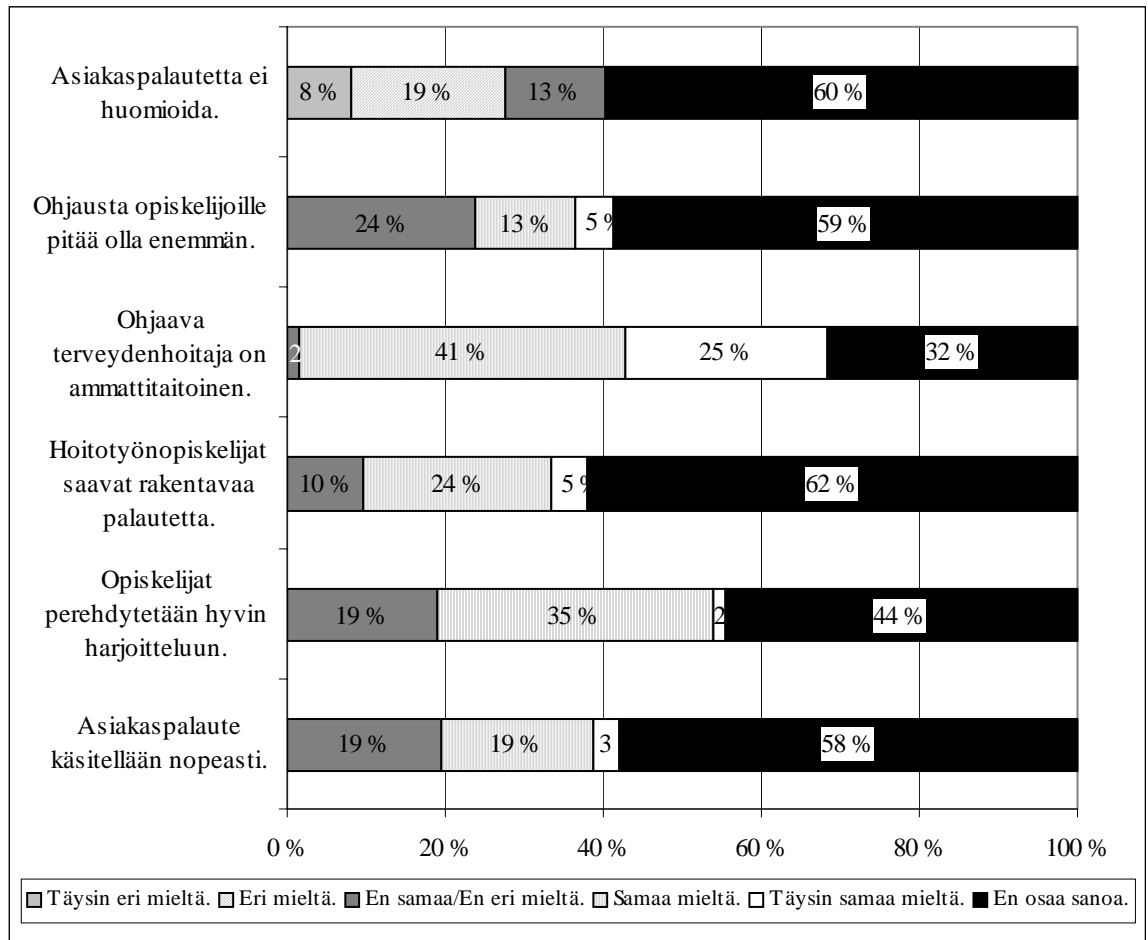
”Voisitte pitää vähän suurempaa ”meteliä” itsestänne!”



Kuvio 15. Mielikuva viestinnästä

Johdon toimintaa kuvaavia väittämiä oli kuusi (Kuvio 16.). Opiskelijoille tärkeitä ovat ohjaus ja palaute. Väittämä, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän, sai keskiarvoksi 3,54. Vastaajista 18 % oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän. Kukaan vastaajista ei ollut eri mieltä. Ohjaukseen ja palautteeseen liittyvät väittämät saivat noin 60 % en osaa sanoa -vastauksia. Asiakkaille tärkeää on asiakaspalautteen huomioiminen. Väittämä, että asiakaspalautetta ei huomioida, sai keskiarvoksi 2,12, joten vastaajien mielikuva on, että asiakaspalaute huomioidaan. Pehdyttämistä koskevaa väittämää ei osannut arvioida noin 44 %. Väittämä, että opiskelijat pehdytetään harjoitteluun hyvin, sai keskiarvoksi 3,69. Opiskelijoita ohjaavaan terveydenhoitajaa koskeva väittämä kohdistuu suoraan opiskelijoita ohjaavaan henkilöön. Ohjaava terveydenhoitaja on myös asiakkaille näkyvin Oppimisneuvolan toiminnasta vastaava henkilö. Väittämä, että ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen, sai keskiarvoksi 4,35. Vastaajien mielikuva on, että opiskelijoita ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen. Oppimisneuvolan johdon esiintyminen ja toiminta ovat tärkeitä mielikuvatekijöitä. Tässä tuli selvästi esille, ettei

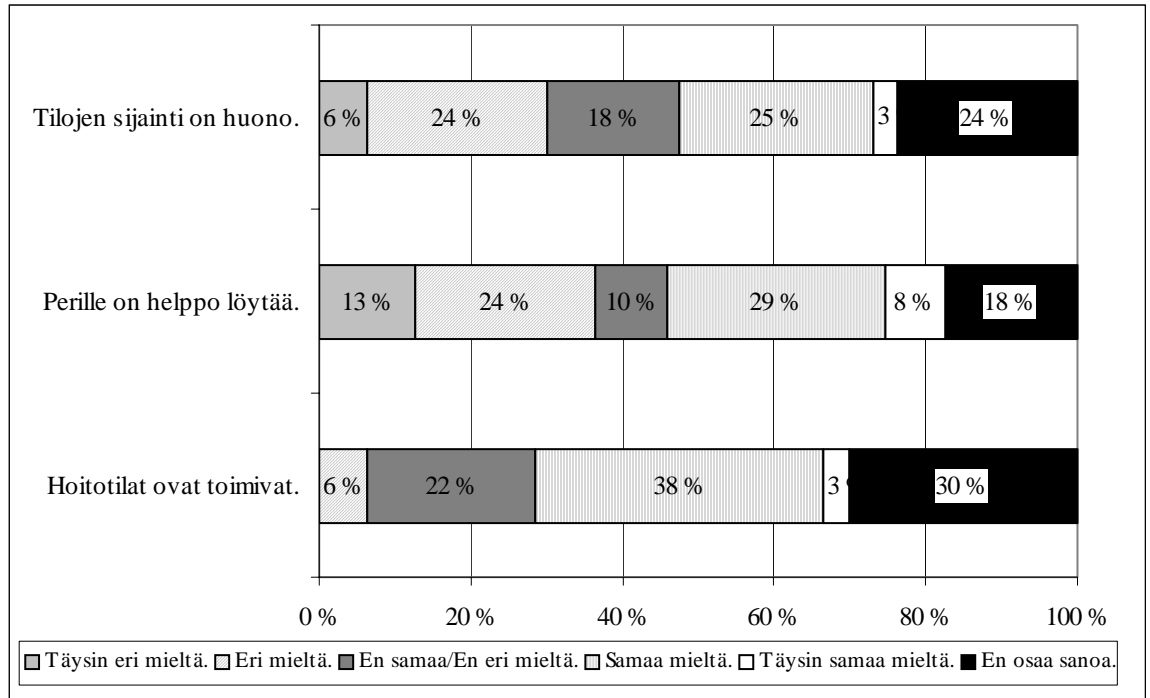
johdon toiminnasta ollut vastaajilla mielikuvaa. Annettuihin vastauksiin ovat voineet vaikuttaa myös liian suorat väittämät.



Kuvio 16. Mielikuva johdon toiminnasta

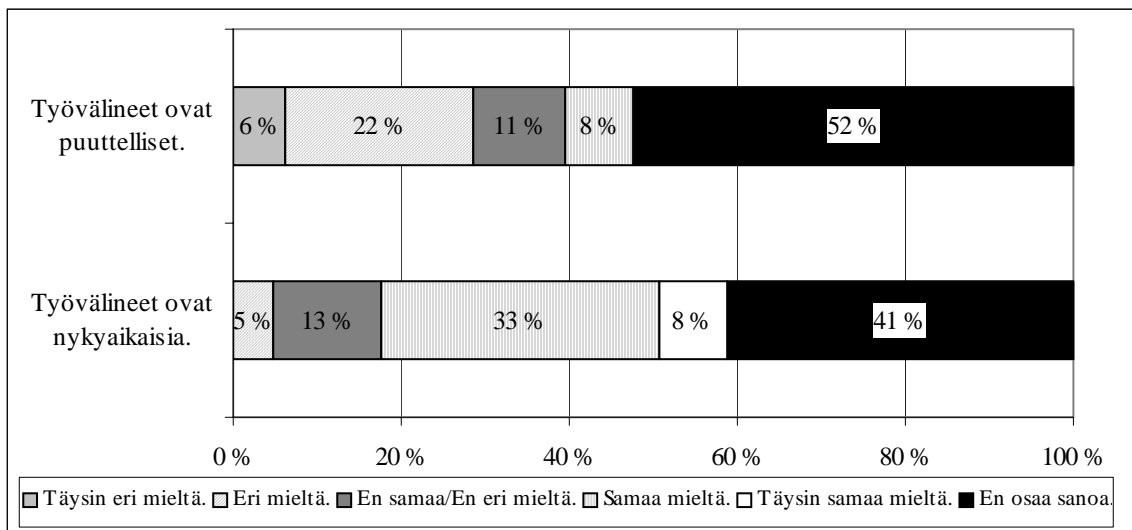
Toimitiloja kuvaavia väittämiä oli kolme, joista yksi negatiivinen (Kuvio 17.). Hoitotiloja pidettiin kuitenkin toimivina, vaikka tätä väittämää ei osannut arvioida 30 % vastaajista. Väittämä, että hoitotilat ovat toimivat, sai keskiarvoksi 3,55. Perille ei vastaajien mielestä ole helppo löytää. Perille on helppo löytää, väitteestä lähes 37 % vastaajista oli täysin eri tai eri mieltä. Keskiarvoksi saatiin 2,94. Tämä väittämä sai 18 % en osaa sanoa -vastauksia. Väittämästä, että tilojen sijainti on huono, oli täysin eri tai eri mieltä 30 %. Kuitenkin 28 % oli samaa tai täysin samaa mieltä. Keskiarvoksi saatiin 2,94. Tilat ovat toimivat, mutta perille ei helposti löydä. Myös sijaintia pidettiin osittain huonona. Tähän löytyi avoimista vastauksista ideoita. Kaksi vastaajaa ehdotti esimerkiksi verenpaineen mittauspisteiden sijoittamista eri rakennuksiin esimerkiksi Taito 1, Tieto 1 ja Tieto 3 rakennuksiin.

”Pieniä toimipisteitä eri rakennuksiin esim. verenpaineen mittauksia kerran tai kahdesti kuukaudessa.”



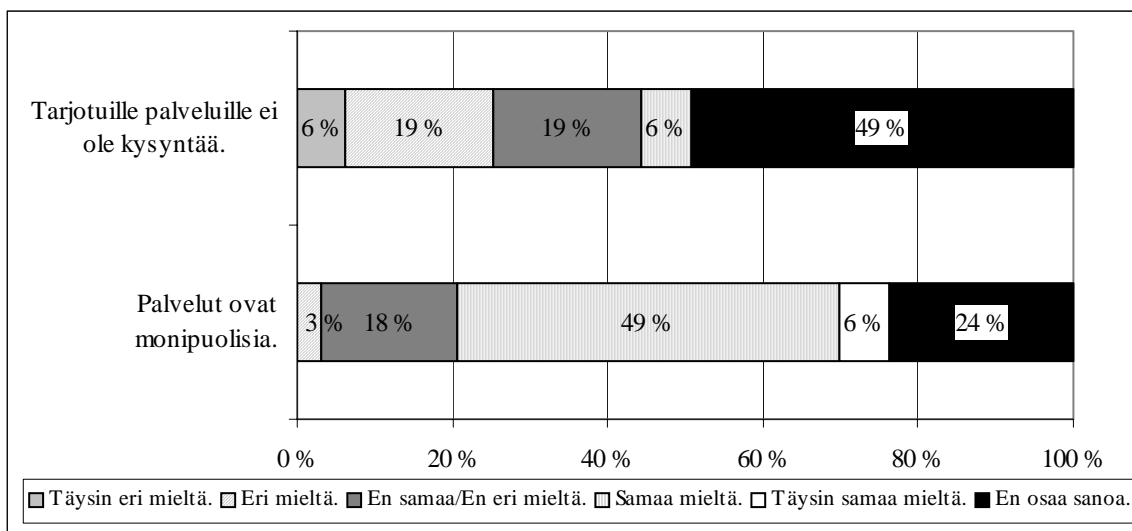
Kuvio 17. Mielikuva toimitiloista

Tarpeista kuvaavia väittämiä oli kaksi (Kuvio 18.). Väittämät liittyvät konkreettisesti asiakkaiden näkyvillä olevaan mielikuvatekijään. Oppimisneuvolan työvälineistä ei ollut mielikuvaa 40 - 50 %:lla vastanneista. Tämä johtunee siitä, että käytetyimpiä palveluita olivat niska-hartia -seudun käsittely sekä verenpaineen seuranta. Väite, että työvälineet ovat nykyaikaisia, sai keskiarvoksi 3,76. Vastaavasti väite, että työvälineet ovat puutteelliset, sai keskiarvoksi 2,43. Nykyaikaisina työvälineitä piti 41 % ja puutteellisina vain 8 % vastanneista.



Kuvio 18. Mielikuva tarpeistosta

Palveluita kuvasi kaksi väittämää, joista toinen oli negatiivinen (Kuvio 19.). Palveluita pidettiin monipuolisina. 55 % vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että palvelut ovat monipuolisia. Väittämä sai keskiarvoksi 3,77. Tarjottujen palveluiden kysynnästä ei ollut mielikuvaa lähes puolella vastaajista. Neljännes vastaajista oli täysin eri tai eri mieltä siitä, että tarjotuille palveluille ei ole kysyntää. Väittämä sai keskiarvoksi 2,50, joten vastaajien mielikuvissa tarjotuille palveluille on kysyntää.



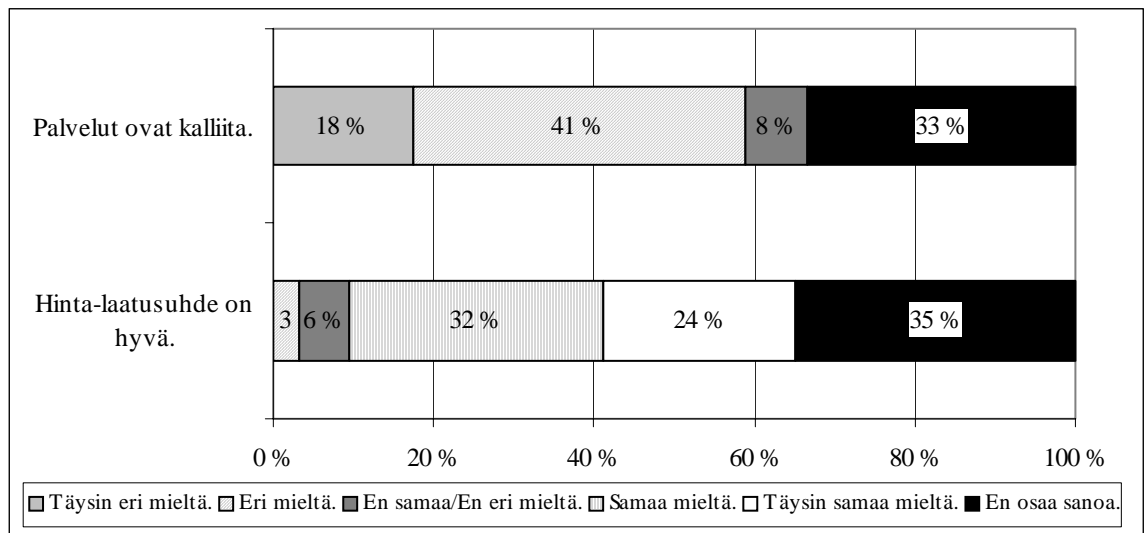
Kuvio 19. Mielikuva palveluista

Hinnoittelua kuvaavia väittämiä esitettiin kaksi (Kuvio 20.). Noin 35 %:lla vastaajista ei ollut mielikuvaa hinnoittelusta. Hinta-laatusuhdetta pidettiin kuitenkin hyvänä. 56 % vastaajista oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hinta-laatusuhde on hyvä. Keskiarvoksi väittämä sai 4,17. Vastaväitteenä esitettiin, että palvelut ovat kalliita. Tämä väittämä sai keskiarvoksi 1,86. Palveluita pidettiin edullisina. Tämä näkyy myös avoimista vastauksista. Palveluiden edullisuus tai hyvä hinta-laatusuhde mainittiin kolmetoista kertaa, kun kysyttiin suosittelisiko vastaaja Oppimisneuvolan palveluita ystävilleen ja miksi.

”Edullinen hinta, toimiva palvelu.”

”Hinta-laatu ok.”

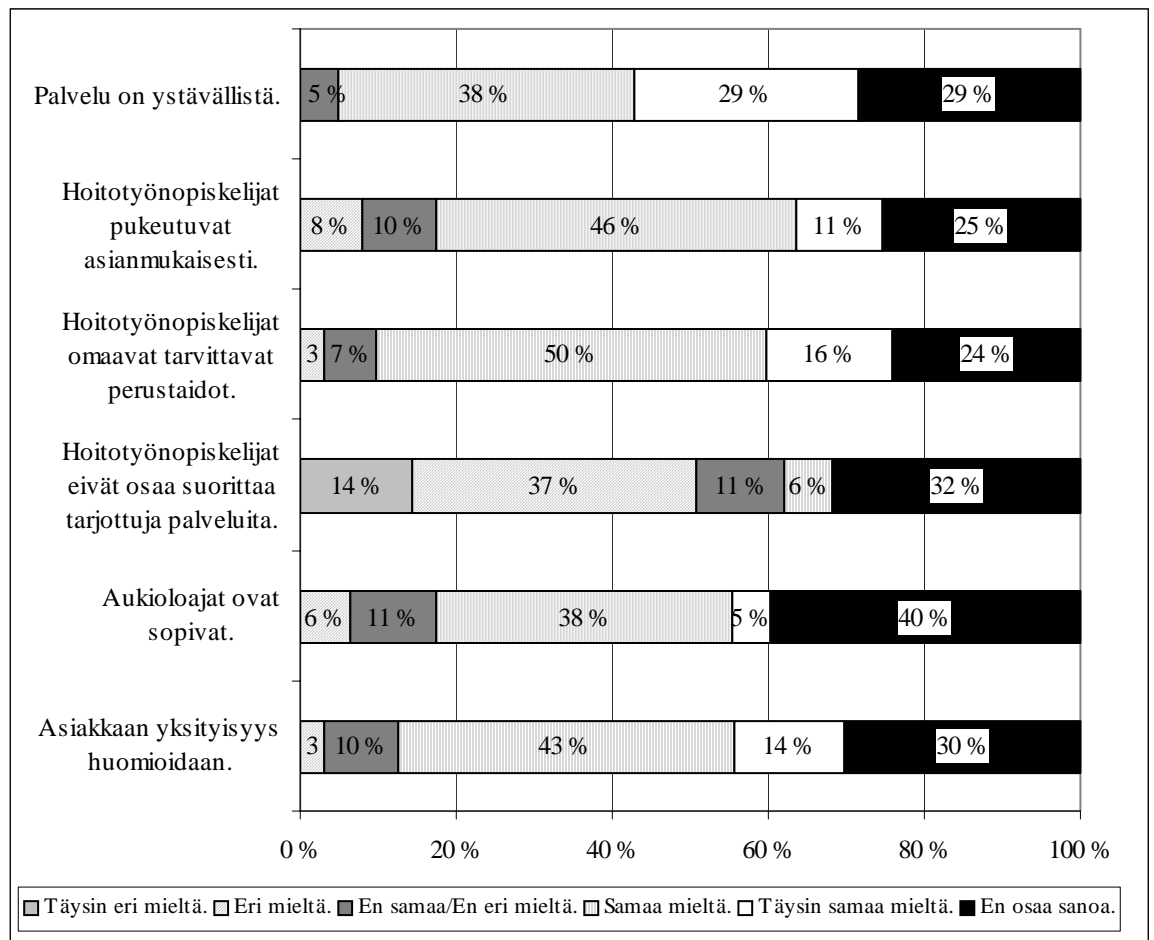
”Edulliset hoidot.”



Kuvio 20. Mielikuva hinnoittelusta

Palvelusta esitettiin kuusi erityyppistä väittämää (Kuvio 21.). En osaa sanoa -vastauksia annettiin 24 - 40 %. Väittämä, että asiakkaan yksityisyys huomioidaan, sai keskiarvoksi 3,98. Aukioloajasta ei ollut mielikuvaa 40 %:lla vastanneista. Väittämä, että aukioloajat ovat sopivat, sai keskiarvoksi 3,68. Palvelun tuottamiseen liittyi väittämä, että hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita. Tämän väittämän kanssa oli täysin eri tai eri mieltä 51 % vastaajista. Keskiarvoksi tämä negatiivinen väittämä sai 2,14. Toinen palveluiden tuottamiseen ja osaamiseen liittyvä väittämä oli se, että hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot. Tämän väittämän keskiarvoksi tuli 4,04. Vastaajien mielikuva on,

että hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot ja osaavat suorittaa tarjottuja palveluita. Oppimisneuvolan henkilökunnan eli hoitotyönopiskelijoiden pukeutumista kuvattiin väittämällä, että hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti. Väittämä sai keskiarvoksi 3,81. Vastaaajien mielikuva on, että palvelu on ystävällistä. Samaa tai täysin samaa mieltä oli 67 % vastanneista. Väittämä sai keskiarvoksi 4,33. Opiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot, osaavat suorittaa tarjotut palvelut, ovat ystävällisiä sekä pukeutuvat asianmukaisesti. Aukioloajat olivat sopivat. Vain 6 % oli eri mieltä.



Kuvio 21. Mielikuva palvelusta

Suositteleminen

Oppimisneuvolan palveluja ystävilleen suosittelisi 77 % vastanneista. Kukaan vastaajista ei jättänyt suosittelematta palveluja. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 23 %. Henkilöt, jotka suosittelisivat Oppimisneuvolan palveluja ystävilleen, antoivat 30 vastausta avoimeen jatkokysymykseen. Kysyttäessä suosittelisitteko Oppimisneuvolan palveluita ystävilleen ja miksi, kolmetoista kertaa perusteluna mainittiin edullisuus tai halpa hinta, kaksitoista kertaa ystävällinen tai hyvä palvelu ja kymmenen kertaa hyöty opiskelijalle ja asiakkaalle.

”Palvelu nopeasti, helposti ja edullisesti.”

”Palvelu hyvä, ystävällinen, edullinen.”

”Oppimismahdollisuuksia opiskelijoille.”

”hyödyllistä perustellen; opiskelijat oppivat – asiakas saa nuorekkaassa ”ympäristössä” valvottuja palveluja”

Harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille Oppimisneuvola suosittelisi 66 % vastanneista. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 31 %. Ainoastaan kaksi (3 %) vastasi, ettei suosittelisi Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille. He perustelivat vastaustaan sillä, että Oppimisneuvola on keinotekoinen harjoittelupaikka tai siellä on asiakkaista puutetta. Avoimeen jatkokysymykseen, suosittelisitteko Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille ja miksi, myönteisesti vastanneet antoivat kahdeksantoista perustelua. Vastauksissa seitsemässä mainittiin käytännötyössä oppiminen. Henkilöt, jotka suosittelisivat Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille, perustelivat vastaustaan lisäksi monipuolisuudella, luovuudella sekä käytännönläheisellä harjoittelulla.

”Käytännönharjoittelu antaa itseluottamusta ja kokemusta.”

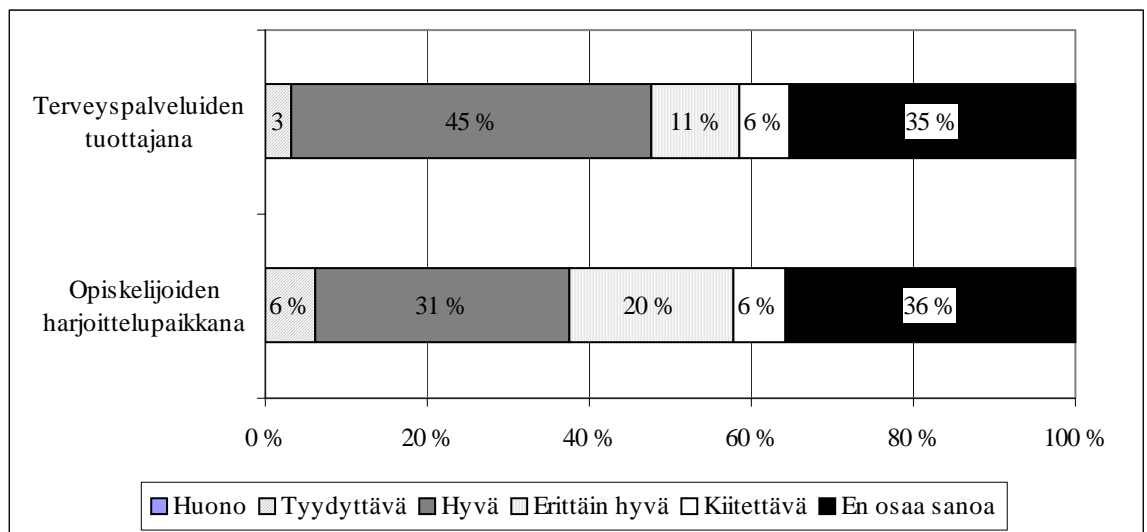
”Tekemällä oppiminen, palautteen saanti mahdollisuus.”

”Oma-aloitteisuus, luovuus toteutuu => työn kehittäminen mahdollista.”

”Monipuolisuus.”

Yleisarvosanat

Vastaajia pyydettiin antamaan Oppimisneuvolalle yleisarvosana terveystalveluiden tuottajana sekä opiskelijoiden harjoittelupaikkana (Kuvio 22.). Vastausvaihtoehtoiksi annettiin huono (1), tyydyttävä (2), hyvä (3), erittäin hyvä (4), kiitettävä (5) ja en osaa sanoa (6). Vastaajista noin 35 % ei osannut antaa yleisarvosanaa Oppimisneuvolalle. Terveystalveluiden tuottajana Oppimisneuvola sai keskiarvoksi 3,31 ja opiskelijoiden harjoittelupaikkana keskiarvoksi tuli 3,41. Kukaan ei antanut arvosanaa huono, kumpaankaan kohtaan.



Kuvio 22. Yleisarvosanat

Kysymyslomakkeen viimeisessä kohdassa oli mahdollisuus antaa palautetta ja ideoita. Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstö antoi muun muassa seuraavaa palautetta ja ideoita:

”Eteenpäin vaan!”

”Esitteitä tehdään ja markkinointi on parantunut.”

”Teemapäivät/-vuodet voisi olla myös.”

”Suunnitelkaa markkinointikampanja yhdessä markkinoinnin opiskelijoiden/Kajabilityn kanssa.”

5.4 Hyvinvointialan opiskelijat

Tutkittavia oli kolme ryhmää, joissa oli yhteensä 236 opiskelijaa. Vastauksia saatiin 168, joten vastausprosentiksi tuli 71 % (LIITE 4). STH3S-ryhmässä oli 78 opiskelijaa, joista vastasi vain 26 (33 %). STH2S-ryhmässä oli 60 opiskelijaa, joista vastasi 58 (97 %). STH4S-ryhmässä oli 98 opiskelijaa, joista vastasi 84 (86 %). Ryhmätunnukset muodostuvat siten, että STH tarkoittaa sairaanhoitaja- ja terveydenhoitajaopiskelijoita. Numero 2, 3 tai 4 tarkoittaa ryhmän aloitusvuotta eli esimerkiksi 3 tarkoittaa vuotta 2003. Kirjain S tarkoittaa aloitusvuodenaikaa eli kaikissa ryhmissä aloitusvuodenaika on syksy.

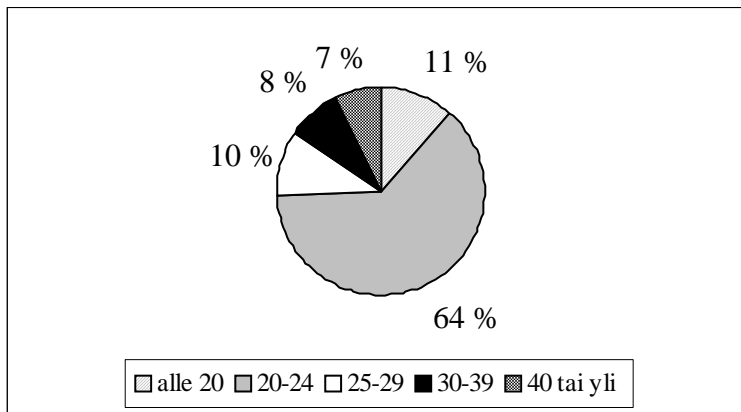
Taulukosta 2. nähdään, että vastanneet eivät kuvaa hyvin perusjoukkoa. Ryhmän STH3S vastausprosentti jäi alhaiseksi, koska tutkimustilanteen järjestelyssä oli tullut väärinkäsitys. Oli sovittu, että tutkimuslomakkeet jaetaan oppitunnin lopulla. Näin opiskelijoiden ei olisi tarvinnut käyttää vastaamiseen vapaa-aikaansa. Tutkijan saavuttua paikalle luennoitsija kertoi sopineensa, että opiskelijat palaavat tauon jälkeen luokkatilaan. Tutkijan pyydettyä lähteviä opiskelijoita osallistumaan tähän tutkimukseen, muutama heistä ilmoitti, ettei aio vastata, jos ei ole pakko. Koska vastaaminen oli vapaaehtoista ja osalla opiskelijoista ei ollut kyseisen tunnin jälkeen enää opetusta, ryhmästä palasi vastaamaan vain 26 opiskelijaa. Tätä kielteistä suhtautumista voidaan pitää merkittävänä mielikuvatekijänä. Tutkimusta eivät tähän ryhmään kuuluvat opiskelijat pitäneet kiinnostavana, tärkeänä tai hyödyllisenä.

Taulukko 2. Opiskelijaryhmät

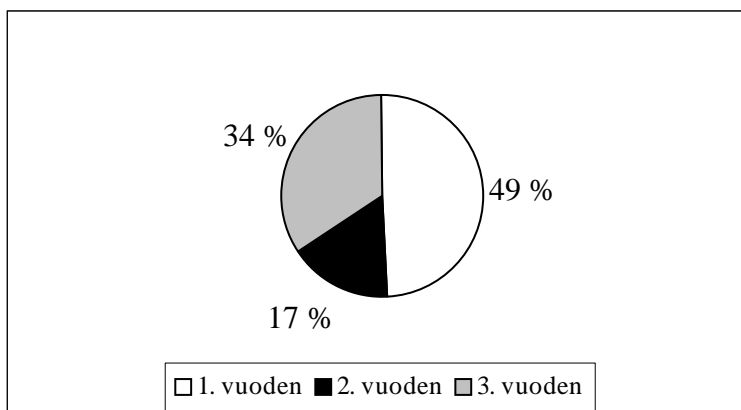
Ryhmä	Opiskelijoita	Vastanneita
STH2S	60 25 %	58 35 %
STH3S	78 33 %	26 15 %
STH4S	98 42 %	84 50 %
Yhteensä	236 100 %	168 100 %

Taustatiedot

Vastanneista oli naisia 90 % ja miehiä oli 10 %. Ikää koskevaan kysymykseen vastanneita oli yhteensä 167 ja yksi jätti vastaamatta. Vastanneet olivat iältään keskimäärin 24 vuotta. Iät vaihtelivat 19 vuodesta 48 vuoteen. Suurin yksittäinen ikäryhmä oli 20 - 24 -vuotiaat (Kuvio 23.). Heitä oli 64 % vastanneista. Osalla opiskelijoista oli sekä ylioppilastutkinto että ammatillinen koulutus. Ylioppilastutkinto oli 73 %:lla vastanneista ja ammatillisen koulutuksen oli suorittanut 36 % vastanneista. Ensimmäisen vuoden opiskelijoita vastanneista oli lähes puolet (Kuvio 24.). Kolmannes vastaajista oli kolmannen vuoden ja loput toisen vuoden opiskelijoita. Kaksi vastaajaa jätti ilmoittamatta opiskeluvuotensa.



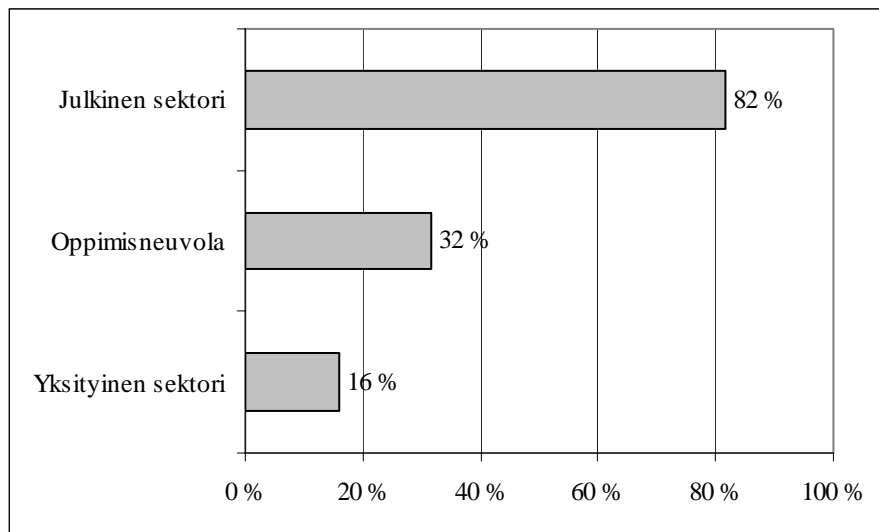
Kuvio 23. Opiskelijoiden ikäjakauma



Kuvio 24. Vastanneiden opiskeluvuosi

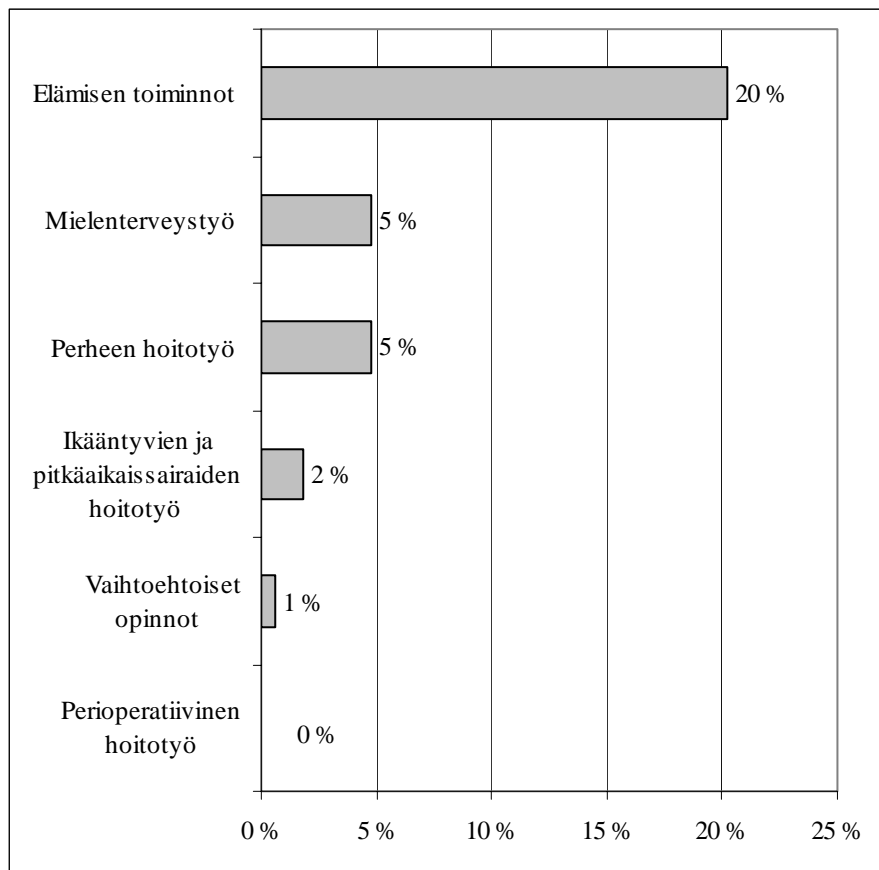
Harjoittelu

Kaikki vastaajat olivat suorittaneet harjoittelua (Kuvio 25.). Julkisella sektorilla oli harjoitellut eniten (82 %) vastaajista. Oppimisneuvolassa harjoittelua oli suorittanut 32 % ja yksityisellä sektorilla 16 %. Harjoittelujaksoja vastaajilla oli ollut Oppimisneuvolassa ja yksityisellä sektorilla korkeintaan kaksi. Julkisella sektorilla harjoittelujaksojen lukumäärä oli korkeintaan viisi.



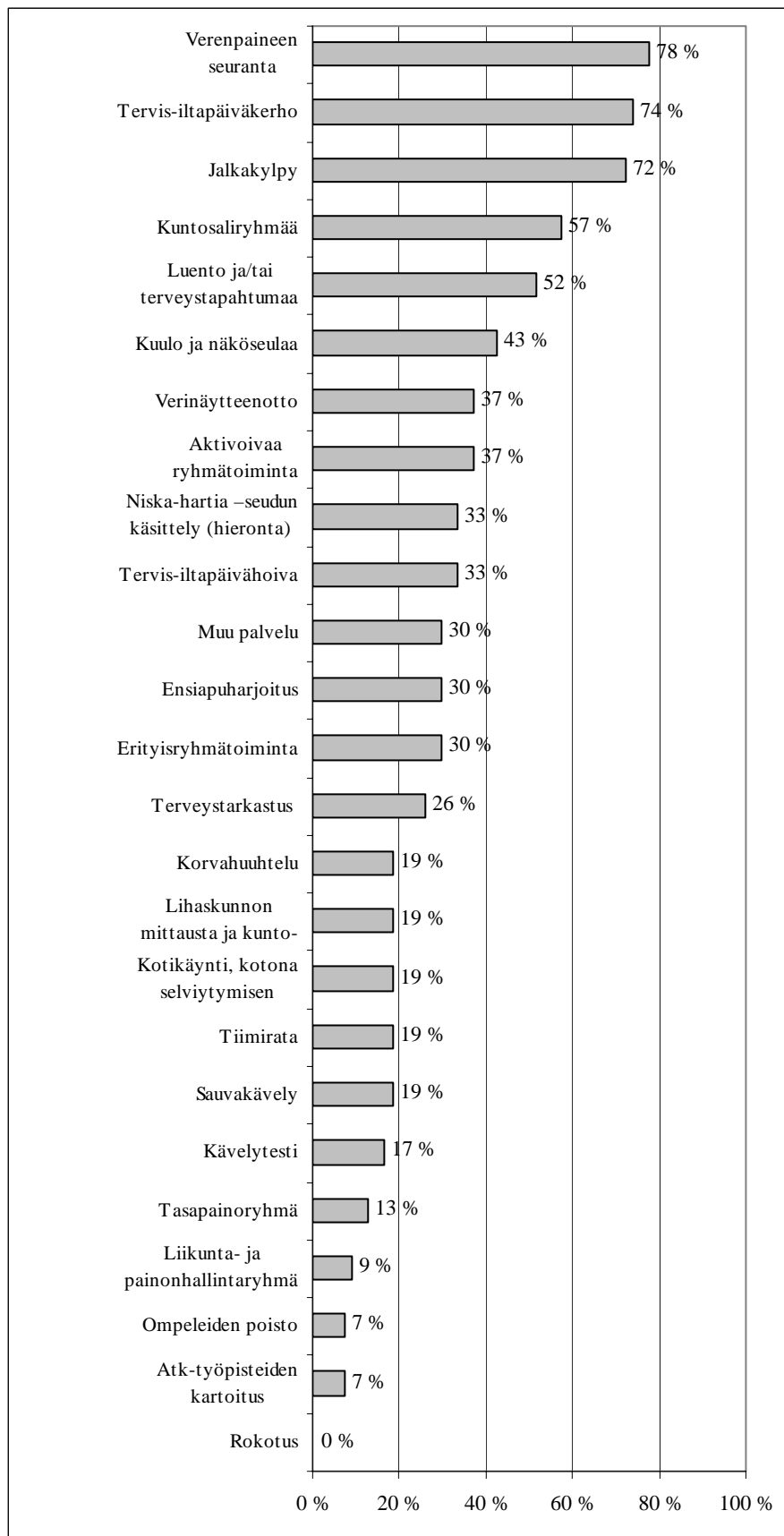
Kuvio 25. Harjoittelupaikka

Oppimisneuvolassa voi suorittaa Kuviossa 26 esitettyjä harjoittelujaksoja. Ne jakaantuivat siten, että vastaajista noin 20 % oli suorittanut siellä Elämisen toiminnot -harjoittelujakson. Mielenterveystyön ja perheen hoitotyön harjoittelujaksolla Oppimisneuvolassa oli ollut 5 % vastanneista. Kukaan vastanneista ei ollut suorittanut Perioperatiivisen hoitotyön harjoittelujaksoa Oppimisneuvolassa. Tutkimuslomakkeessa oli virhe harjoittelujaksoa koskevan kysymyksen (Kysymys 10.) kohdalla. Vaihtoehtoista puuttui Elämisen toiminnot. Asia huomattiin ensimmäisessä tutkimustilanteessa, jolloin vaihtoehto pyydettiin lisäämään tutkimuslomakkeeseen. Myös muissa tutkimustilanteissa opiskelijat lisäsivät kyseisen vaihtoehdon. Vastauksia käsiteltäessä huomattiin, että kaikki vastaajat olivat tämän kohdan lisänneet ja vaihtoehto voitiin ottaa mukaan käsittelyyn.



Kuvio 26. Oppimisneuvolassa suoritettut harjoittelujaksot

Oppimisneuvolassa harjoitelleista vastanneista noin 75 % oli suorittanut palveluista verenpaineen seurantaa, tehnyt jalkakylpyjä tai toiminut Tervis-iltapäiväkerhossa. Kuntosaliryhmiä oli ohjannut lähes 60 % ja noin 50 % oli toteuttanut palveluista luentoja tai terveystapahtumia (Kuvio 27.). Muita palveluita, joita vastanneet olivat tuottaneet tai suorittaneet, olivat avointen vastausten mukaan Lukibussi-projekti, päihderata, kaksosten hoito, lastenhoito, pikkujoulujen organisointi ja toteutus, esikoululaisten terveystoukku, ikääntyvien atk, lastenhoitopalvelu, vesi/allasjumppa, lastenhoitoapu ja vanhusten viriketuokio. Oppimisneuvolan tarjoamista palveluista ei ollut lainkaan suoritettu rokotuksia. Tätä selittää se, että Oppimisneuvolassa suoritettavat rokotukset esimerkiksi rokotukset matkailijoille tai influenssarokotukset, saadaan myös julkiselta sektorilta. Vaikka rokotuksen hinta Oppimisneuvolassa on vain yhden euron, eivät asiakkaat ole valmiit siitä maksamaan.



Kuvio 27. Opiskelijoiden suorittamia palveluita

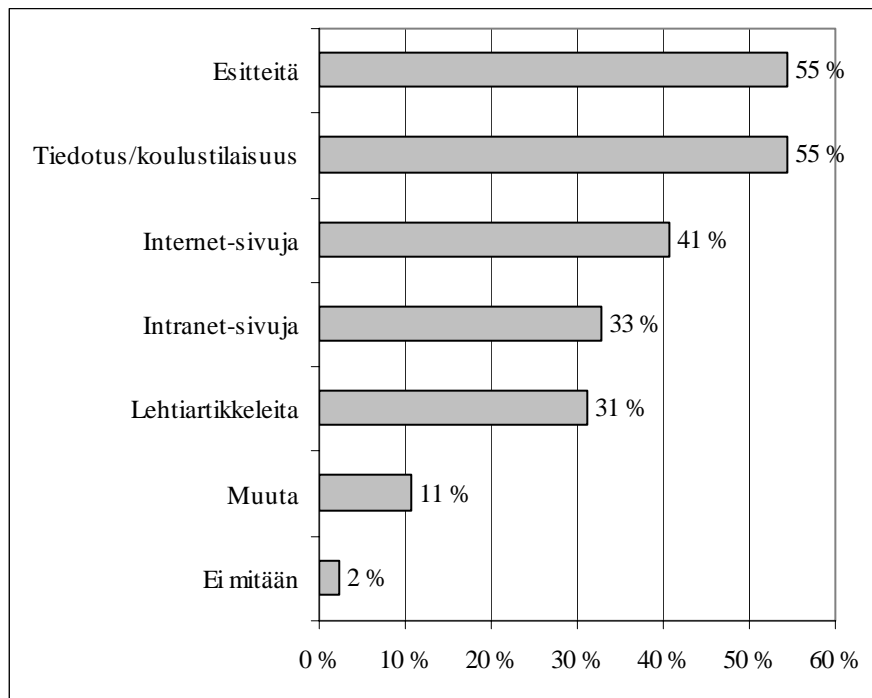
Opiskelijoiden mielikuvan taso – tietoisuus ja tunteminen

Vastanneista 97 % ilmoitti tietävänsä, mikä on Kajaanin ammattikorkeakoulun Oppimisneuvola. Ainoastaan 5 henkilöä (3 %) ilmoitti, ettei tiedä Oppimisneuvola. Vastanneista 55 % ilmoitti nähneensä Oppimisneuvolasta kertovia esitteitä. Samoin 55 % oli nähnyt tai kuullut Oppimisneuvolan tiedotus- tai koulutustilaisuuksia. Internet-sivuja ilmoitti nähneensä 41 %. Intranet-sivuja ja lehtiartikkeleita oli nähnyt noin kolmannes vastanneista. Oppimisneuvolasta tietoa muualta saaneita oli 11 % vastanneista. Avoimeen jatkokysymykseen, muualta ja mistä, annettiin kuusitoista vastausta. Niissä seitsemän ilmoitti kuulleensa Oppimisneuvolasta toisilta opiskelijoilta. Ainoastaan neljä (2 %) ilmoitti, ettei ollut nähnyt tai kuullut mitään Oppimisneuvolasta (Kuvio 28.).

”Toisten kokemuksia.”

”Kuulopuheita.”

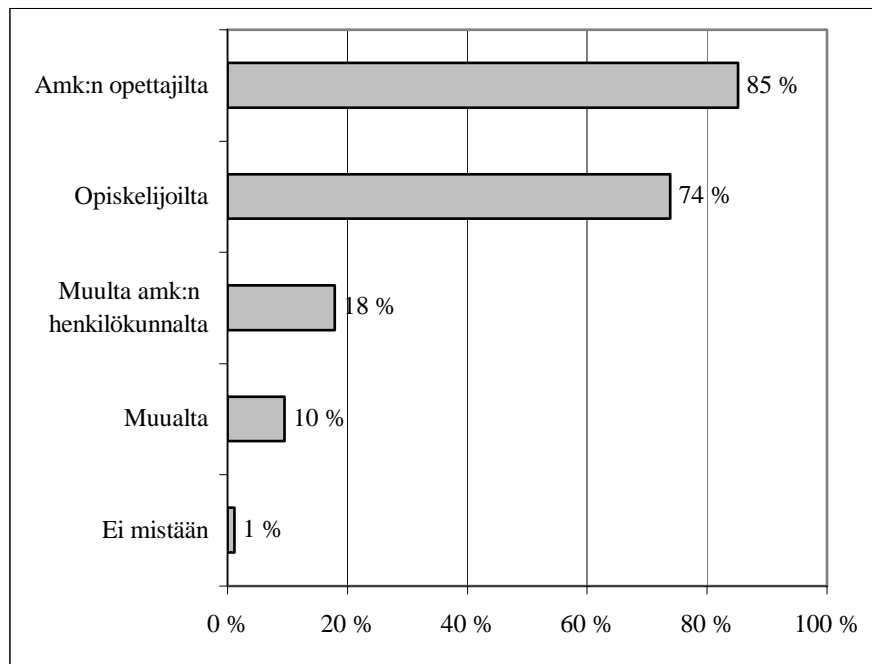
”Kaveri kertoi harjoittelusta.”



Kuvio 28. Oppimisneuvolasta nähtyä tai kuultua

Vastanneista 85 % oli saanut tietoa Oppimisneuvolan palveluista ja toiminnoista ammattikorkeakoulun opettajilta. Noin 70 %:lle tietoa oli tullut opiskelijoilta. Oppimisneuvolasta

tietoa oli saatu myös muulta ammattikorkeakoulun henkilökunnalta tai jostain muualta (Kuvio 29.). Vastajat, jotka olivat saaneet tietoa muualta, ilmoittivat muun muassa harjoitelleensa tai vierailleensa Oppimisneuvolassa. He olivat saaneet tietoa Internetistä, Oppimisneuvolan terveydenhoitajalta tai muulta Oppimisneuvolan henkilökunnalta. Ainoastaan kaksi henkilöä (1 %) ilmoitti, ettei ole saanut tietoa Oppimisneuvolan palveluista tai toiminnoista.



Kuvio 29. Opiskelijoiden tietokanavat

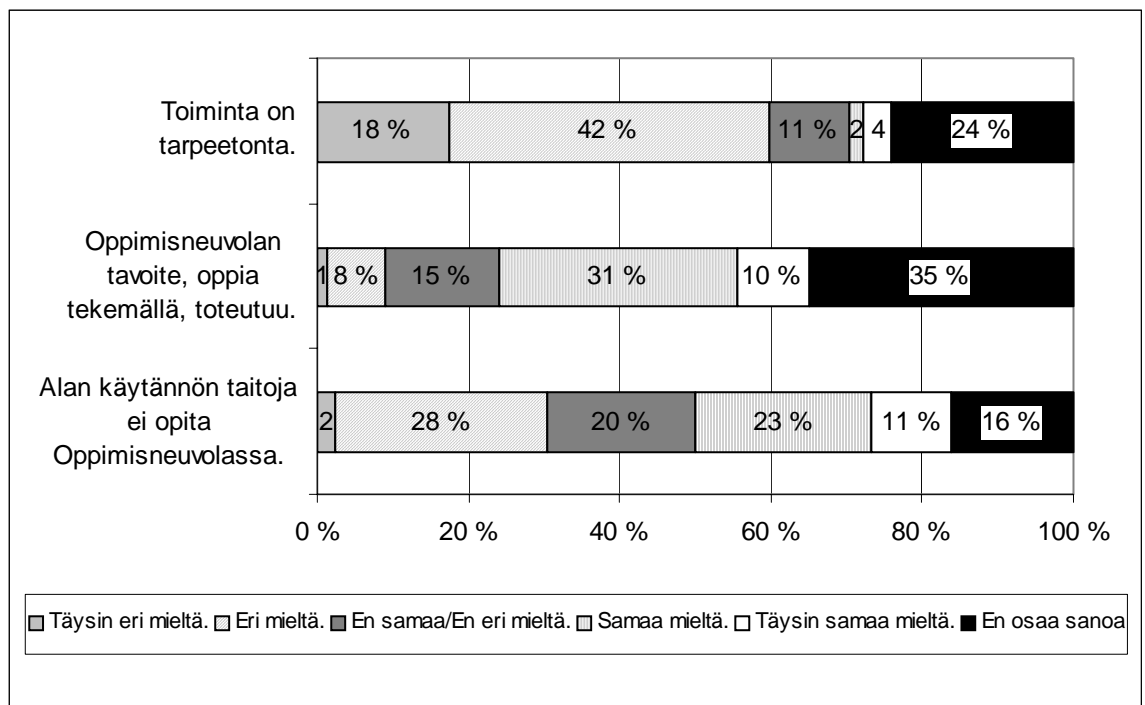
Väittämät

Vastanneet arvioivat Oppimisneuvolaa mielikuvansa perusteella. Opiskelijoille esitettiin samat väittämät kuin Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstölle. Väittämiin pyydettiin vastaamaan ympyröimällä mielikuvaa vastaava vaihtoehto. Vaihtoehdot olivat täysin eri mieltä (1), eri mieltä (2), en samaa/en eri mieltä (3), samaa mieltä (4), täysin samaa mieltä (5) ja en osaa sanoa (6).

Myös opiskelijoiden en osaa sanoa -vastausten määrä on suuri. Vastanneista 32 % ilmoitti harjoitelleensa Oppimisneuvolassa. En osaa sanoa -vastausten määrää selittänee se, ettei opiskelijoilla ole harjoittelukokemusta Oppimisneuvolassa. Suosittelemme liittyvään kysy-

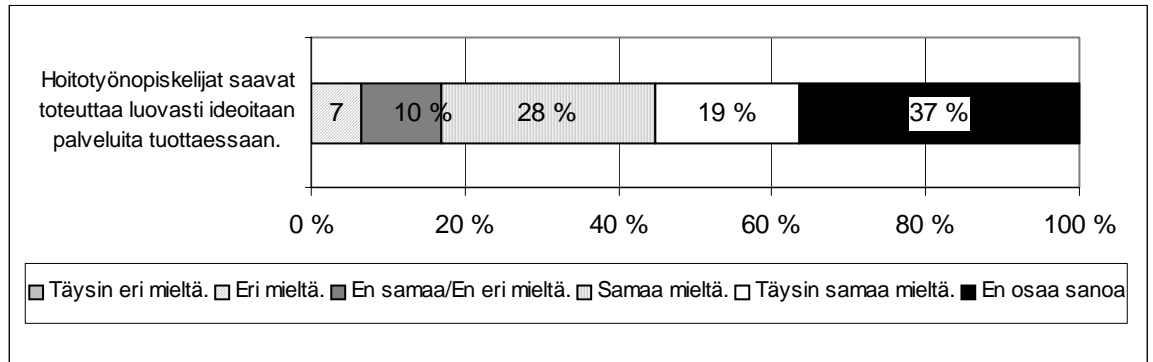
mykseen annetuissa avoimissa vastauksissa esiintyi yleisimmin en osaa sanoa -vastauksen kohdalle se, että vastaajalla ei ole kokemusta Oppimisneuvolasta.

Mielikuvaan vaikuttavia strategisia tekijöitä ovat Oppimisneuvolan liikeidea, toimintatavat sekä yrityskulttuuri. Kuvioissa 30. - 32. esitetyt väittämät liittyvät Oppimisneuvolan strategiin tekijöihin. Liikeideaa kuvaavia väittämiä esitettiin kolme (Kuvio 30.). Oppimisneuvolan tavoitteen toteutumisesta ei ollut mielikuvaa 35 %:lla vastanneita. Väittämä, että oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu, sai keskiarvoksi 3,62. Opiskelijoiden mielikuva on, että Oppimisneuvolan tavoite toteutuu. Väittämästä, että alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa, oli täysin eri tai eri mieltä 30 % ja täysin samaa tai samaa mieltä 34 % vastaajista. Keskiarvoksi saatiin 3,14. Vastanneista 60 % oli eri tai täysin eri mieltä siitä, että toiminta on tarpeetonta. Väittämään annettiin 24 % en osaa sanoa -vastauksia. Väittämä sai keskiarvoksi 2,10. Toiminta on siis tarpeellista.



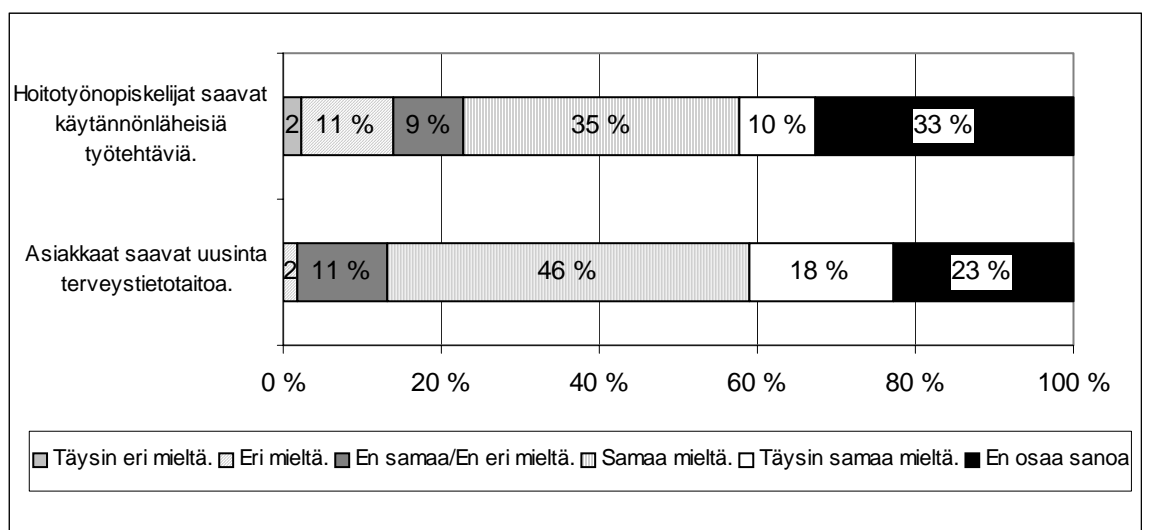
Kuvio 30. Opiskelijoiden mielikuva liikeideasta

Oppimisneuvolan yrityskulttuuria kuvasi yksi väittämä (Kuvio 31.). Samaa tai täysin samaa mieltä oli 47 % vastanneista siitä, että hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan. Vastanneista 7 % oli eri mieltä. Väittämään annettiin 37 % en osaa sanoa -vastauksia. Keskiarvoksi väittämä sai 3,92. Vastanneet olivat samaa mieltä siitä, että hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.



Kuvio 31. Opiskelijoiden mielikuva yrityskulttuurista

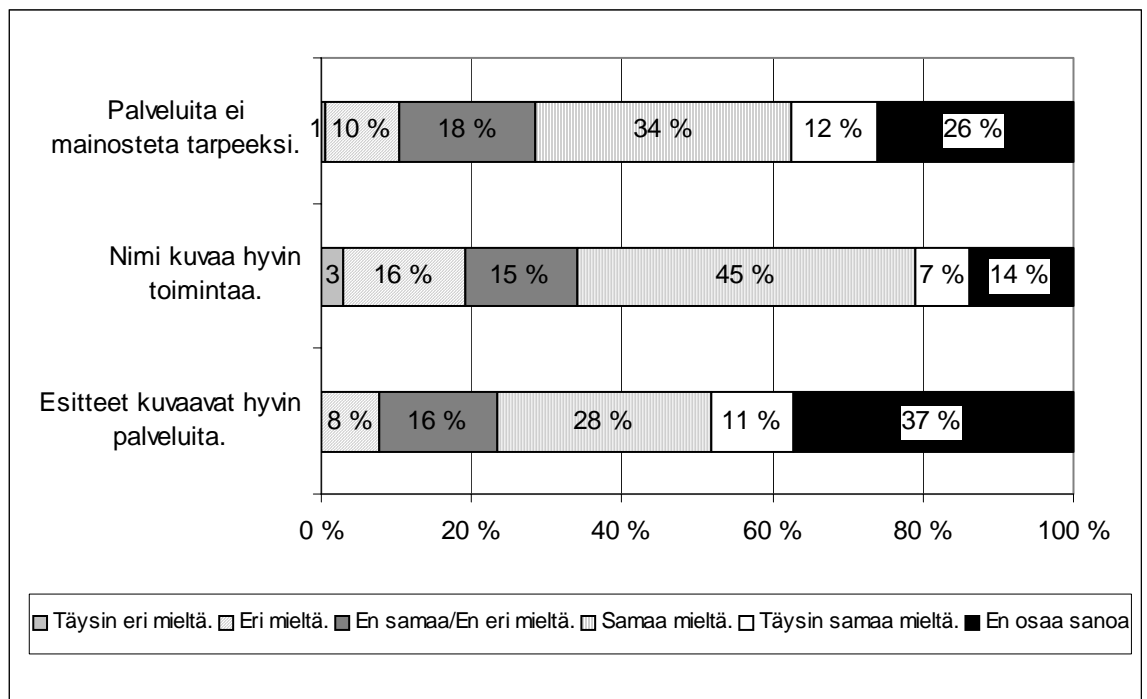
Toimintatapaa kuvaavia väittämiä oli kaksi (Kuvio 32.). Väittämästä, että hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä, oltiin samaa mieltä. Samaa mieltä tai täysin samaa mieltä vastauksen antoi 45 % vastaajista. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 54 eli 33 %:lla vastanneista ei ollut mielikuvaa asiasta. Keskiarvoksi väittämä sai 3,56. Vastaajien mielestä asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa. Väittämän kanssa samaa tai täysin samaa mieltä oli 64 % vastaajista. Keskiarvoksi väittämä sai 4,04.



Kuvio 32. Opiskelijoiden mielikuva toimintatavoista

Toiminnallisia mielikuvaan vaikuttavia tekijöitä arvioidaan kuvioissa 33. - 39. esitettyjen väittämien avulla. Näitä mielikuvaan vaikuttavia tekijöitä ovat viestintä, johto, toimitilat, tarpeisto, tarjotut palvelut, hinnoittelu sekä palvelu.

Viestintää kuvaavia väittämiä esitettiin kolme (Kuvio 33.). Väittäjä, että esitteet kuvaavat hyvin palveluita, sai 37 % en osaa sanoa -vastauksia. Keskiarvoksi väittäjä sai 3,67. Väittäjä, palveluita ei mainosteta tarpeeksi, sai keskiarvoksi 3,62. Väittäjä, nimi kuvaa hyvin toimintaa, sai keskiarvoksi 3,43. Oppimisneuvolan nimeen liittyvä väittäjä osattiin arvioida viestintään liittyvistä väittämistä parhaiten. En osaa sanoa -vastauksen antoi 14 % vastanneita. Väittäjä, että nimi kuvaa hyvin toimintaa, sai keskiarvoksi 3,43. Opiskelijoiden mielikuvat ovat samansuuntaisia henkilöstön mielikuvan kanssa. Mainontaa toivottiin lisää. Vastanneista 55 % oli nähnyt esitteitä ja 39 %:n mielikuvissa ne kuvaavat hyvin palveluita. Oppimisneuvolan nimi ei 19 %:n mielestä kuvaa hyvin toimintaa.



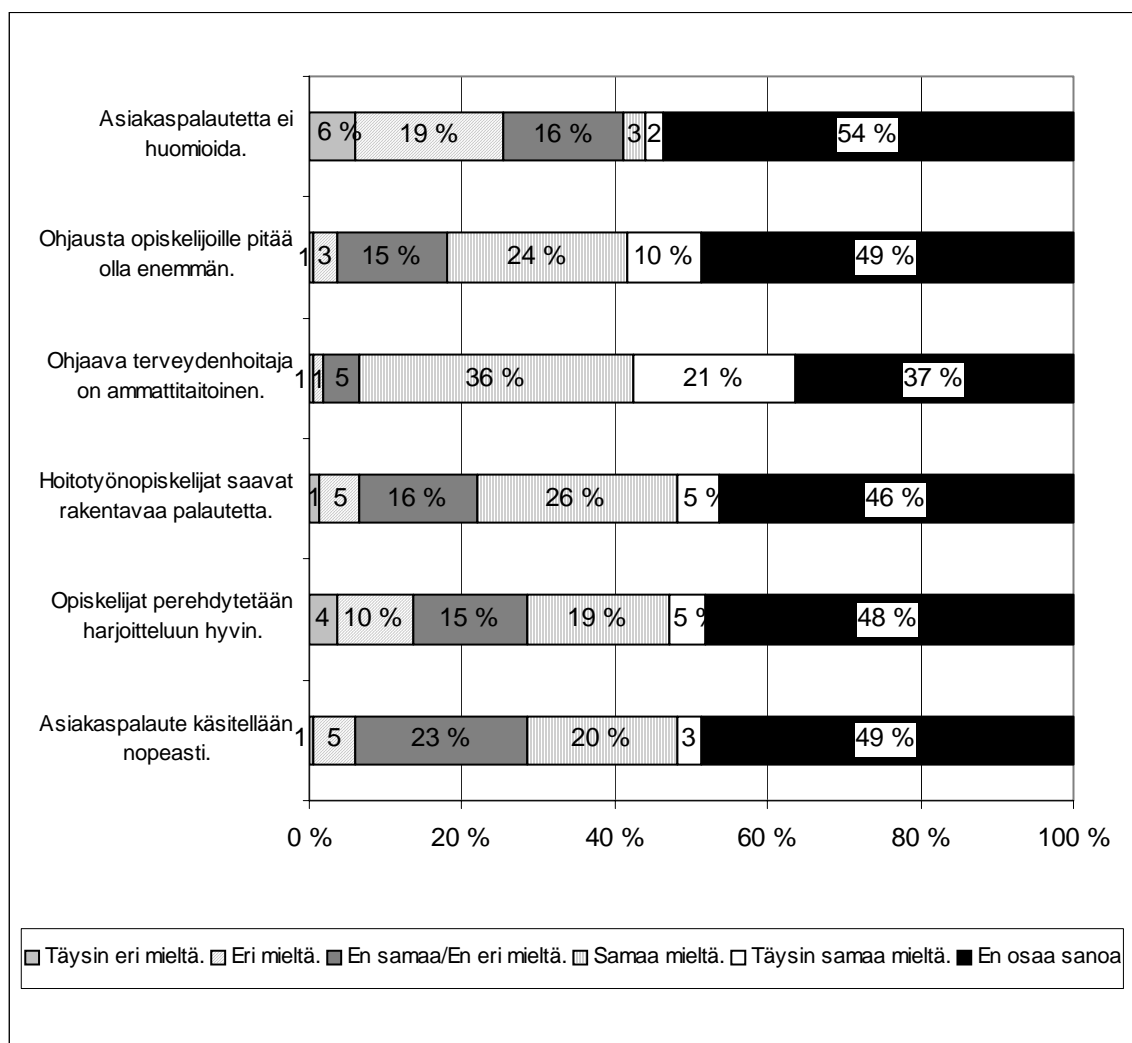
Kuvio 33. Opiskelijoiden mielikuva viestinnästä

Johdon toimintaa kuvaavia väittämiä esitettiin kuusi, joista kaksi oli negatiivista (Kuvio 34.). Näitä väittämiä vastaajat eivät osanneet arvioida. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 37 - 54 %. Vastaukset vaihtelivat täysin eri mieltä ja täysin samaa mieltä välillä. 24 % oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että opiskelijat perehdytetään harjoitteluun hyvin. Väittämä sai keskiarvoksi 3,21. Vastaajien mielestä hoitotyöopiskelijat saavat rakentavaa palautetta. Täysin samaa mieltä tai samaa mieltä oli 31 %. Keskiarvoksi väittämä sai 3,54. Vastaajat toivoivat ohjausta opiskelijoille enemmän. Väittämä, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän, sai lähes 50 % en osaa sanoa -vastauksia. Tätä selittänee se, ettei vastaajilla ollut harjoittelukokemusta Oppimisneuvolassa. 34 % oli täysin samaa tai samaa mieltä siitä, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän. Keskiarvoksi väittämä sai 3,75.

Asiakaspalautteen käyttämistä koskeviin väittämiin opiskelijat eivät osanneet vastata. En osaa sanoa -vastauksia annettiin noin 50 %, joten vastaajilla ei ollut mielikuvaa Oppimisneuvolan asiakaspalautteen huomioimisesta tai käsittelemisestä. Väittämä, että asiakaspalautte käsitellään nopeasti, sai keskiarvoksi 3,37. Vastaväittämänä esitettiin väittämä, että asiakaspalautetta ei huomioida. Keskiarvoksi saatiin 2,49.

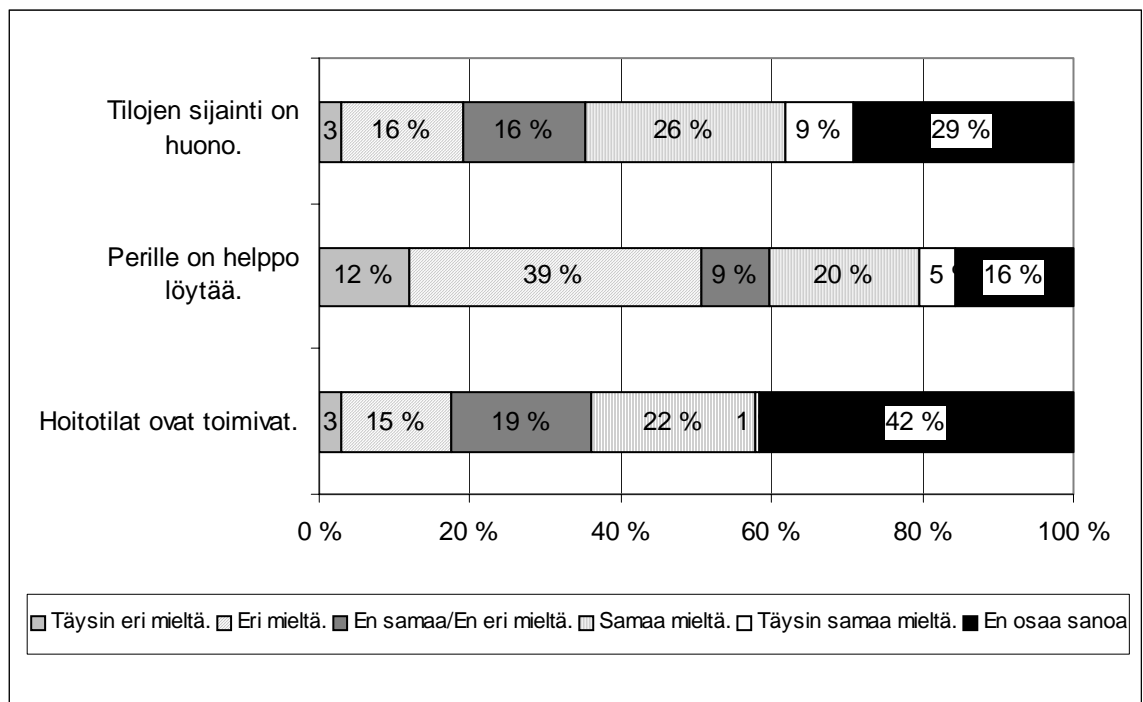
Väittämä, että ohjaavan terveydenhoitaja on ammattitaitoinen, kohdistui suoraan opiskelijoita ohjaavaan henkilöön. Hän on opiskelijoidenkin näkökulmasta Oppimisneuvolan johtoon kuuluva henkilö. Näistä johdon toimintaa kuvaavista väittämistä tähän osattiin mielikuvien perusteella vastata parhaiten. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 37 %. Ainoastaan 1 % oli eri mieltä. Lähes 60 % oli täysin samaa tai samaa mieltä siitä, että ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen. Keskiarvoksi tuli 4,19. Avoimeen kysymykseen, jossa opiskelijat saivat antaa palautetta ja ideoita annettiin vastaus, joka kuvaa saatua tulosta.

”Terveydenhoitajalle ruusuja ammattitaidosta ja hyvästä ohjauksesta, siis Ni-nalle!”



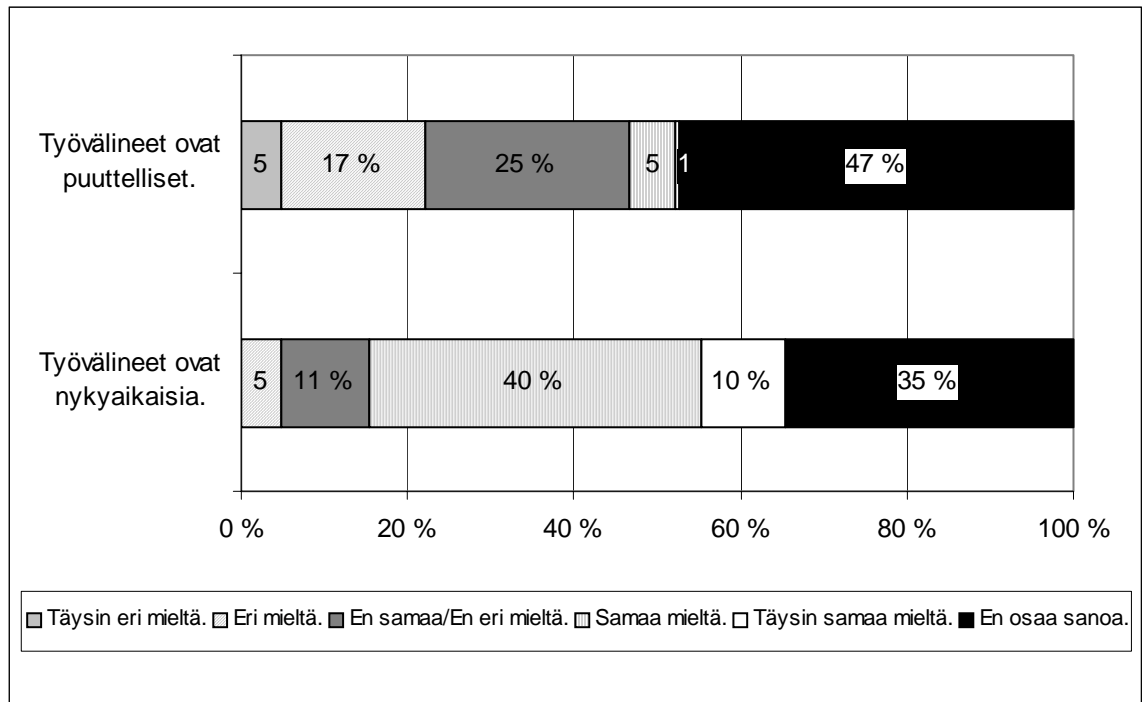
Kuvio 34. Opiskelijoiden mielikuva johdon toiminnasta

Toimitiloja kuvaavia väittämiä oli kolme, joista yksi oli negatiivinen (Kuvio 35.). Hoitotilojen toimivuutta ei osattu arvioida. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 42 %. Vastaukset hajaantuivat siten, että 18 % oli eri tai täysin eri mieltä ja 23 % samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hoitotilat ovat toimivat. Vastausten keskiarvoksi saatiin 3,04. Tämän ryhmän väittämistä väittämää, perille on helppo löytää, osattiin arvioida parhaiten. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 16 %. Keskiarvoksi saatiin 2,61, joten perille ei vastaajien mielestä ole helppo löytää. Tilojen sijainnista ei ollut mielikuvaa 29 %:lla vastanneista. Väittämä, että tilojen sijainti on huono, sai keskiarvoksi 3,31. Sijaintia pidettiin aika huonona.



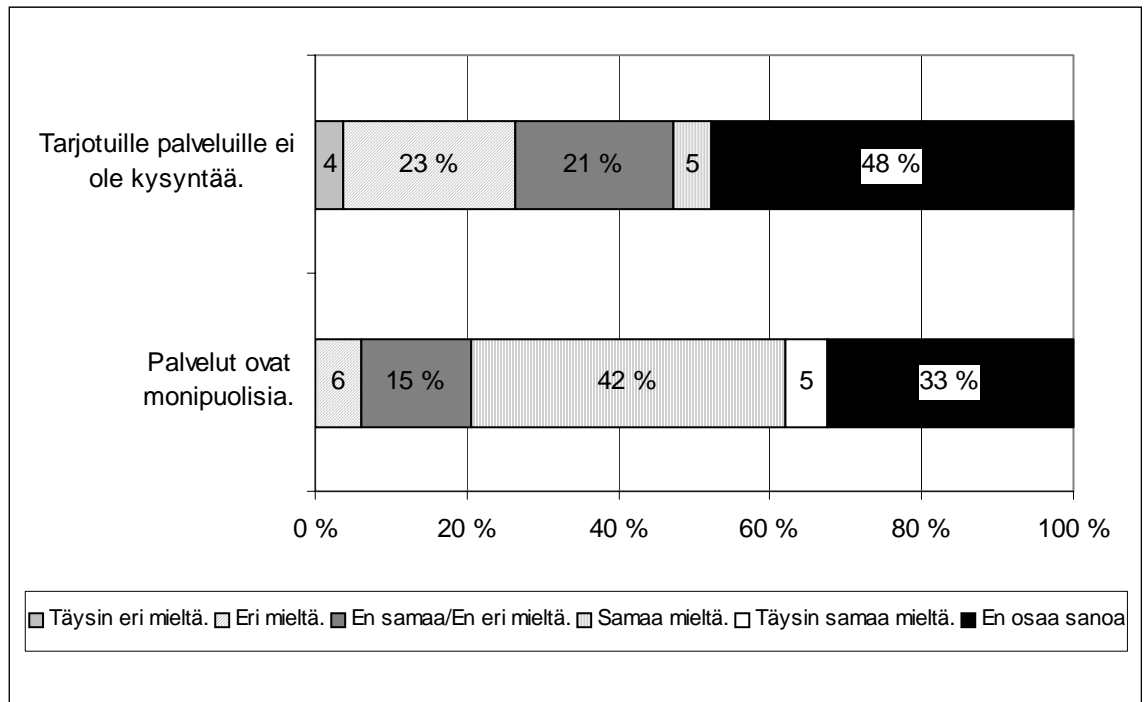
Kuvio 35. Opiskelijoiden mielikuva toimitiloista

Tarpeistoa kuvaavia väittämiä esitettiin kaksi (Kuvio 36.). Keskiarvoksi väittämä työvälineiden nykyaikaisuudesta sai 3,85. Samaa tai täysin samaa mieltä oli 50 % vastaajista. Vastaajilla ei ollut mielikuvaa työvälineistä, koska noin 40 % antoi en osaa sanoa -vastauksen. Edelliseen väittämään esitetty vastaväittäminen, että työvälineet ovat puutteelliset, sai keskiarvoksi 2,61. Eri mieltä oli 22 %. Vastaajien mielikuva on, että työvälineet ovat riittävät.



Kuvio 36. Opiskelijoiden mielikuva tarpeistosta

Tarjottuihin palveluihin liittyviä väittämiä esitettiin kaksi (Kuvio 37.). Palveluiden monipuolisuutta ei osannut arvioida 33 % vastanneista. Keskiarvoksi väittäjä sai 3,69, joten palveluita pidettiin aika monipuolisena. Tarjottujen palveluiden kysynnästä ei ollut mielikuvaa lähes 50 %:lla vastanneita. Väittäjä, ettei tarjotuille palveluille ole kysyntää, sai keskiarvoksi 2,52. Eri tai täysin eri mieltä siitä, että tarjotuille palveluille ei ole kysyntää, oli 27 % vastanneista.



Kuvio 37. Opiskelijoiden mielikuva palveluista

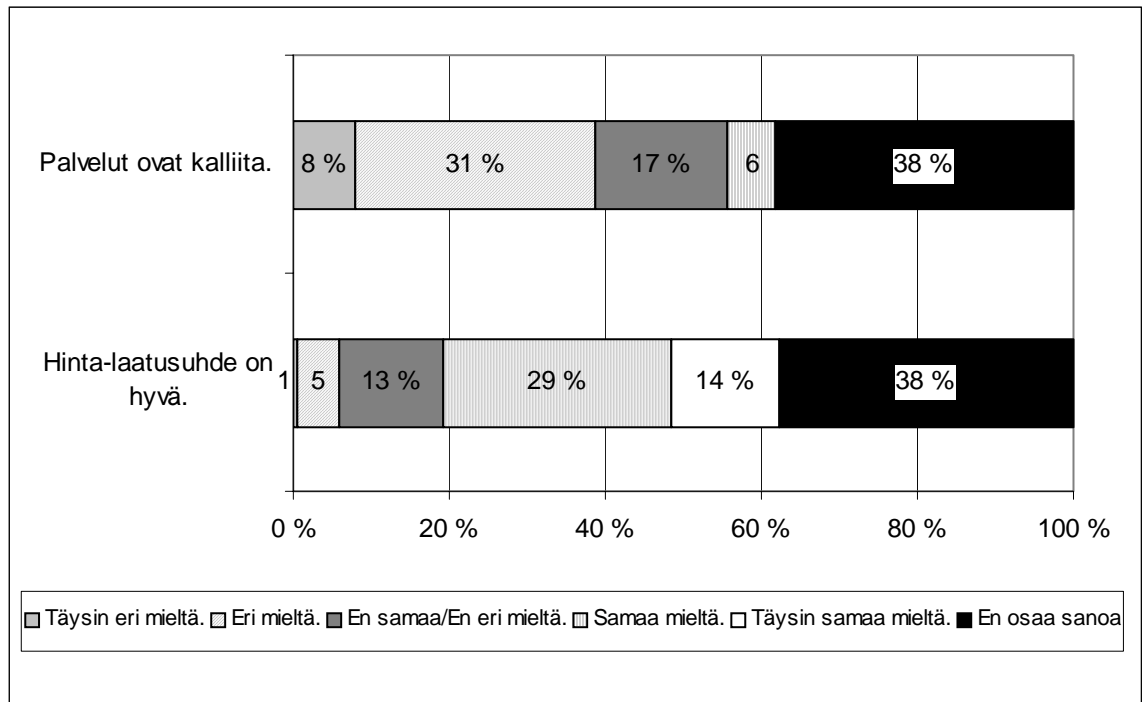
Hinnoittelua kuvaavia väittämiä esitettiin kaksi (Kuvio 38.). Mielikuvaa hinnoittelusta ei ollut noin 38 %:lla vastaajista. Opiskelijat, jotka arvioivat asiaa mielikuvansa perusteella, pitivät hinta-laatusuhdetta hyvänä. 43 % oli samaa tai täysin samaa mieltä siitä, että hinta-laatusuhde on hyvä. Väittämä sai keskiarvoksi 3,81. Jos palvelun laatua ei pidetä hyvänä, se voidaan kokea kalliina. Väittämä, että palvelut ovat kalliita, sai keskiarvoksi 2,34. Vastaajista 39 % oli eri tai täysin eri mieltä väittämästä. Opiskelijoiden avoimissa vastauksissa suosittelemiseen liittyvän kysymyksen (Kysymys 13.) kohdalla annettiin 50 vastausta, joissa 38 kertaa perusteltiin palveluiden suosittelemista ystäville edullisuudella, halvalla hinnalla tai hyvällä hinta-laatusuhteella.

”Hyvä hinta-laatusuhde myös opiskelijan budjetille!”

”Laadukasta palvelua pienellä rahalla.”

”Halpoja ja hyvin tehtyjä toimenpiteitä.”

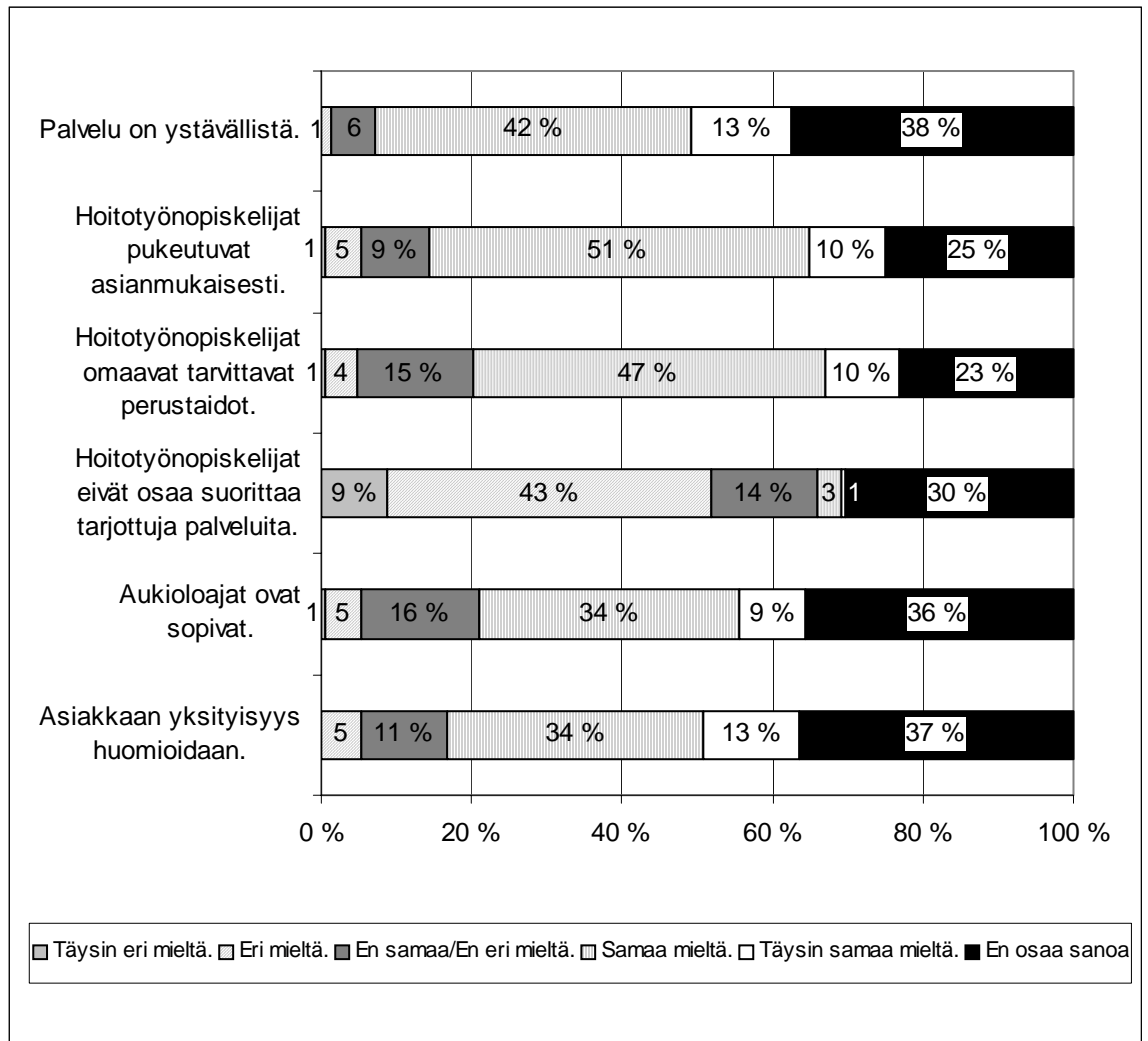
”Edullisuus - hinta-laatu kohdallaan.”



Kuvio 38. Opiskelijoiden mielikuva hinnoittelusta

Palvelua kuvaavia väittämiä esitettiin kuusi, joista yksi oli negatiivinen (Kuvio 39.). Asiakkaan yksityisyyden huomioimista ei osannut arvioida 37 %. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että asiakkaan yksityisyys huomioidaan. Keskiarvoksi saatiin 3,85. Aukioloaikojen sopivuudesta ei ollut mielikuvaa 36 %:lla vastanneista. Aukioloaikoja pidettiin kuitenkin sopivina. Keskiarvoksi tuli 3,72.

Opiskelijoiden osaamiseen kohdistuneita väittämiäkään ei osattu arvioida. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 23 - 30 %. Väittäjä, että hoitotyöopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita, sai keskiarvoksi 2,19. Opiskelijoiden osaamiseen esitettiin vastaväittäjä, hoitotyöopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot. Keskiarvoksi saatiin 3,79, joten vastaajien mielikuva on, että opiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot. Neljännes vastaajista ei osannut arvioida hoitotyöopiskelijoiden pukeutumista Oppimisneuvolassa. Väittämää, hoitotyöopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti, arvioineiden vastausten keskiarvoksi tuli 3,87. Palvelua pidettiin ystävällisenä. Keskiarvoksi väittäjä sai 4,08. Vastanneet opiskelijat pitivät palvelua ja perustaitojen osaamista hyvänä. Asiakas otetaan huomioon myös pukeutamalla asianmukaisesti.



Kuvio 39. Opiskelijoiden mielikuva palvelusta

Suositteleminen

Vastaajilta kysyttiin, suosittelisitko Oppimisneuvolaa harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille. En osaa sanoa -vastauksia saatiin 51 %. Harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille Oppimisneuvolaa suosittelisi 21 % vastanneista. He perustelivat vastaustaan muun muassa sillä, että Oppimisneuvola harjaannuttaa itsenäiseen työhön ja siellä oppii hyvin prosessin suunnittelusta arviointiin. Perusteluna oli myös se, että Oppimisneuvolassa erityisesti terveydenhoitajaopiskelijat saavat valmiuksia sekä oppivat ennaltaehkäisevää hoitotyötä, ohjaustilanteita ja vuorovaikutusta sekä saavat käytännön kokemusta ja sosiaalisia taitoja. Myös vapaasti valittaviin opintoihin Oppimisneuvola on suosittelijoiden mielestä hyvä paikka.

Heidän mielikuva on, että siellä saa käyttää luovuutta ja järjestää tapahtumia ja se on monipuolinen.

”Harjaannuttaa itsenäisen työn tekemiseen.”

”Oppiin hyvin prosessin suunnittelusta arviointiin.”

”Erityisesti terv.hoitajaopiskelijat saavat valmiuksia ohjaamiseen.”

”Saa toimia itsenäisesti, itse vastuussa kuinka paljon harjoittelusta saa irti.”

”Itsenäinen työ, luovuutta saa käyttää.”

”Oppii ohjaustilanteita, vuorovaikutustaitoja.”

”Siellä oppii ennaltaehkäisevää hoitotyötä.”

Vastanneista 27 % ei suosittelisi Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille. He perustelivat yleisimmin kielteistä vastaustaan sillä, että harjoittelu Oppimisneuvolassa ei vastaa käytännön työtehtäviä. Toinen yleisesti esiintynyt perustelu oli, että he olivat kuulleet huonoa palautetta. Heidän mielikuvissa Oppimisneuvola ei sovi kaikille harjoittelujaksoille (esim. kirurgia, naistentaudit, mielenterveystyö) ja esimerkiksi sairaaloissa oppii paljon enemmän. Oppimisneuvolassa ei heidän mielikuvissaan opi sairaanhoitajan työstä tarvittavia asioita. Tarkempia vastauksia olisi mahdollisesti saatu, jos tutkimuksessa olisi kysytty opiskelijan suuntautumisvaihtoehto. Se onko opiskelija sairaanhoitaja- vai terveydenhoitajaopiskelija, voi vaikuttaa vastauksissa.

”Siellä ei näe ja koe sitä oikeaa työtä.”

”Harjoittelu ei vastaa sairaaloissa/terveyskeskuksissa tapahtuvaa työtä.”

”Muiden opiskelijoiden puheiden perusteella Oppimisneuvola ei aina tarjoa samaa käytännönharjoittelusta saatavaa tietoa/taitoa kuin jos olisi muualla.”

”Olen saanut muilta opiskelijoilta negatiivista palautetta paikasta, vaikka oma-kohtaisia kokemuksia ei ole.”

”Esim. Mielenterveysharjoittelussa siellä ei voi oppia samaa kuin käytännössä.”

Vastaajilta kysyttiin, suosittelisitko Oppimisneuvolan palveluja ystäville. En osaa sanoa - vastauksia saatiin 49 %. Oppimisneuvolan palveluita ystävilleen suosittelisi 44 % vastanneista. Suosittelijat perustelivat myönteistä vastaustaan muun muassa edullisuudella, laa-

dukkaalla palvelulla, nopealla ajansaannilla, ystävällisellä ja asiantuntevalla palvelulla sekä hyvin tehdyillä toimenpiteillä.

”Palvelujen hinta-laatusuhde erinomainen, ajan saa nopeasti palveluun.”

”Aika halpaa, opiskelijatkin osaavat!”

”Siellä on erilaisia palveluita, osaavaa väkeä ja palvelut ovat halpoja.”

Vastaajista 7 % ei suosittelisi palveluja. He perustelivat kielteistä vastaustaan muun muassa sillä, että esimerkiksi hieronnan suorittaa ammattitaidoton tekijä, palveluja saa muualtakin, Oppimisneuvolan maine on huono tai heillä ei ole kokemusta tai he eivät tunne toimintaa.

”Oppimisneuvolan maine on huono.”

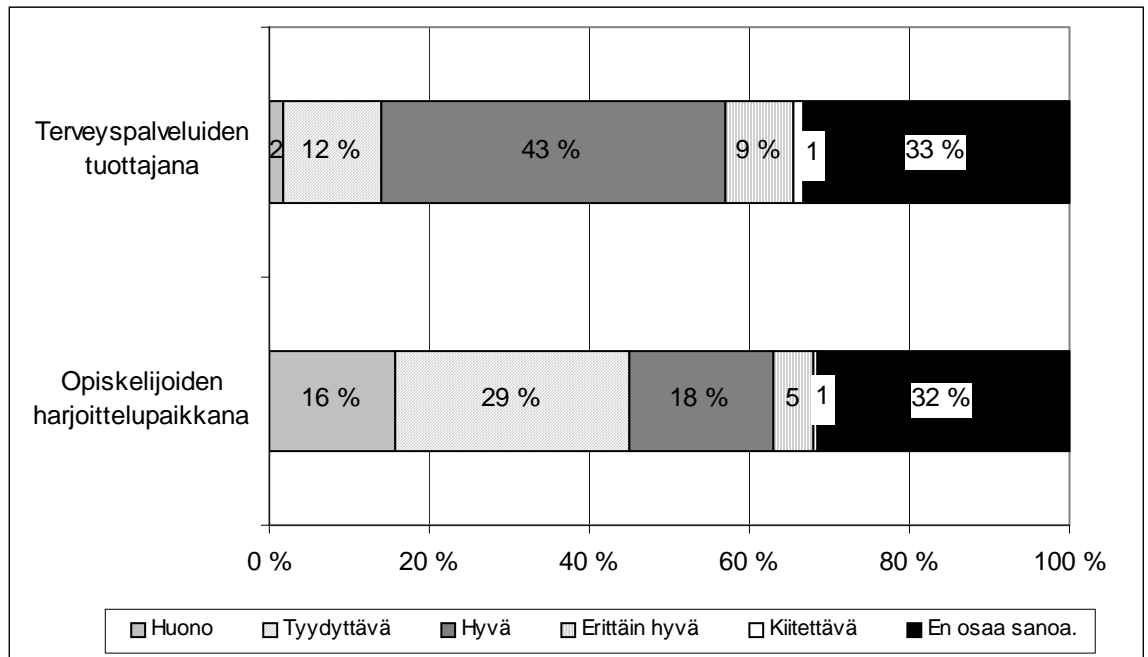
”En tunne toimintaa.”

”Niitä saa muualtakin, alan oikeilta ammattilaisilta.”

Yleisarvosanat

Yleisarvosanan Oppimisneuvolalle terveysten palveluiden tuottajana antoi 165 opiskelijaa (Kuvio 40.). Kolme jätti arvosanan antamatta. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 33 %. Arvosana vaihteli huonon ja kiitettävän välillä. Erittäin hyvän tai kiitettävän antoi 10 %, hyvän 43 % ja huonon tai tyydyttävän 14 % vastanneista. Keskiarvoksi tuli 2,93.

Yleisarvosanan Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana antoi 165 opiskelijaa (Kuvio 40.). Kolme jätti tähänkin vastaamatta. En osaa sanoa -vastauksia annettiin 32 %. Arvosana vaihteli huonon ja kiitettävän välillä. Erittäin hyvän tai kiitettävän antoi 6 %, hyvän 18 % ja huonon tai tyydyttävän 45 % vastanneista. Keskiarvoksi tuli 2,2.



Kuvio 40. Yleisarvosanat

Opiskelijoiden antoivat kysymyslomakkeen viimeisessä kysymyksessä palautetta ja ideoita. Avoimista vastauksista nousi esille, ettei Oppimisneuvola vastaajien mielikuvissa sovi harjoittelupaikaksi kaikille harjoittelujaksoille eikä sairaanhoitajaopiskelijoille. Nämä asiat mainittiin 17 kertaa. Toinen yleisesti esiintynyt palaute oli se, että Oppimisneuvolaan ”pakotetaan” harjoitteluun. Tämä mainittiin 12 kertaa.

”Oppimisneuvolaa suositellaan jokaisella jaksolla harjoittelupaikaksi, mutta oletteko varma, että esim. Mielensterveystyön harjoitteluun on oppimista tukevia työtehtäviä varmasti!”

”Oppimisneuvola ei ehkä ole hyvä harjoittelupaikka siksi, koska opitun tiedon syventäminen käytäntöön ei ehkä toteudu. Jos esim. lasten ja nuoren hoitotyön harjoittelussa pitää tehdä jalkakylpyjä ikäihmisille, niin asiat eivät oikein kohtaa...”

”Hyvä harjoittelupaikka varsinkin terveydenhoitajaksi opiskeleville.”

”Terveystenhoito-opiskelijoille kuulostaa Oppimisneuvola olevan parempi paikka kuin sairaanhoitajaopiskelijoille.”

”Oppimisneuvolaan voisi järjestää enemmän vapaasti valittavia opintoja. Tällä tavalla opiskelijoilla olisi mahdollisuus itse valita haluaako hän tulla Oppimisneuvolaan vai ei!”

”Oppimisneuvolan olisi syytä kannustaa opiskelijoita positiivisin keinoin harjoittelemaan sinne ja lisäksi täytyisi jotenkin taata, että kaikki tarvittavat kädentaidot voi saada myös siltä samalla lailla kuin esim. sairaalassa. Jos ei voi taata ei tulisi suosia harjoittelupaikaksi!”

Oppimisneuvolassa harjoitelleita opiskelijoita, jotka eivät suosittelisi Oppimisneuvolaan harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille, oli 18. Ristiintaulukoinnin avulla saatiin selville, että näitä opiskelijoita on 35 % Oppimisneuvolassa harjoitelleista. Testaamalla selvitettiin, vaikuttaako harjoittelu Oppimisneuvolassa harjoittelupaikaksi suositteluun. Tulokseksi saatiin, että harjoittelu Oppimisneuvolassa vaikuttaa tilastollisesti erittäin merkittävästi harjoittelupaikaksi suositteluun ($p=0,000$). Vastaajista, jotka eivät olleet harjoitelleet Oppimisneuvolassa, lähes 70 % ei osannut suositella Oppimisneuvolaan harjoittelupaikaksi. Vastaajista, jotka olivat harjoitelleet Oppimisneuvolassa suorittaneet, lähes 54 % suosittelisi Oppimisneuvolaan harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille.

Oppimisneuvolassa harjoitelleiden vastauksia tutkittiin myös avoimeen jatkokysymykseen annetuista vastauksista. Jatkokysymykseen, miksi opiskelija ei suosittelisi Oppimisneuvolaan harjoittelupaikaksi, saatiin vastauksena muun muassa, että Oppimisneuvola ei ole kaikille harjoittelujaksolle (kirurgia, mielenterveystyö, naistentaudit) sopiva. Toinen vastauksista esiin noussut mielikuva oli, että Oppimisneuvolassa harjoittelu ei sovi sairaanhoitajille, eikä se vastaa sairaaloissa ja terveyskeskuksissa tapahtuvaa käytännön työtä. Palautetta edellä mainittuun ryhmään kuuluneet opiskelijat antoivat seuraavasti

”Sen tarkoitusta ja tavoitteita mietittävä, palveleeko Oppimisneuvola opiskelijoiden työelämään tutustumista ja vastaako samaa osaamistasoa kuin odotetaan sairaanhoitajalta tai terveydenhoitajalta työelämässä”

”Oppimisneuvolaan suurin osa opiskelijoista laitetaan ”väkisin”, harjoittelusta menee mielenkiinto ja työmotivaatio alas!”

”Jotain voi ehkä oppia, suunnittelemaan, muttei sillä selviä jos menee esim. osastolle.”

Hyvinvointialan harjoittelussa on käytäntö, että kaikki opiskelijat suorittavat opintojensa aikana yhden harjoittelujakson Oppimisneuvolassa.

5.5 Yhteenveto

Sisäisten sidosryhmien sekä Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstön että hoitotyön opiskelijoiden tietoisuus ja tunteminen Oppimisneuvolasta on hyvällä tasolla. Noin 95 % molemmista tutkimusjoukoista tiesi, mikä on Oppimisneuvola. Lisäksi vastanneet olivat nähneet tai kuulleet ja heillä oli kokemuksia Oppimisneuvolasta. Henkilöstöstä palveluita oli käyttänyt lähes 70 % ja noin kolmannes opiskelijoista oli harjoitellut Oppimisneuvolassa.

Opiskelijat luottavat omaan osaamiseensa ja se näkyy myös sisäisille asiakkaille, Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstölle. Henkilöstö sekä opiskelijat myös suosittelevat ystävilleen Oppimisneuvolan palveluja, joita pidettiin edullisina ja monipuolisina. Mielikuva Oppimisneuvolan tavoitteista sekä tarkoituksesta opiskelijoiden harjoittelupaikkana ja palvelujen tuottajana on hyvällä positiivisella tasolla. Kuitenkin henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu. Keskiarvoja testaamalla (LIITE 7) saatiin tulokseksi, että opiskelijoiden vastausten keskiarvo (3,62) poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta (4,26) tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,000$). Henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.

En osaa sanoa -vastausten perusteella heikoimmat mielikuvat vastaajilla oli Oppimisneuvolan johdon toiminnasta, yrityskulttuurista, tarpeistosta ja palveluista. Asiakaspalautteen huomioimisesta ja opiskelijoille annetusta palautteesta tai ohjauksesta ei osannut mielikuvansa kertoa noin 60 % Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstöstä. Myöskään hoitotyönopiskelijoilla ei ollut tästä mielikuvaa, en osaa sanoa -vastauksen antoi noin 50 % opiskelijoista. Vastaajien mielikuva on, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän. Testaamalla selvitettiin, poikkeako opiskelijoiden vastausten keskiarvo (3,75) henkilöstön vastausten keskiarvoista (3,54). Tulokseksi saatiin, että opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,027$). Opiskelijat olivat enemmän sitä mieltä, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän. Ohjaus nousi esille myös opiskelijoiden vastauksista avoimeen kysymykseen, jossa voi antaa ideoita ja palautetta.

”Opiskelijan ohjaukseen kiinnitetäänkö tarpeeksi huomiota? Onko toimintaa/palveluita liikaa?”

”Paikkana hyvä. Opiskelijoita ei kerralla paljon, koska ohjaus jää puutteelliseksi!”

Henkilöstöllä ei ollut mielikuvaa opiskelijoiden mahdollisuudesta toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan. Tätä heikkoa mielikuvaa selittänee se, etteivät vastaajat ole mukana hoitotyön opetuksessa. Vain yhdeksän henkilöä vastanneista oli ohjannut opiskelijoita Oppimisneuvolassa. Opiskelijoiden mielikuva tästä oli, että hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan. Keskiarvoja testaamalla saatiin tulokseksi, että opiskelijoiden vastausten keskiarvo (3,92) poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta (3,61) tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,001$). Opiskelijat olivat enemmän sitä mieltä, että hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.

”Itsenäinen työ, luovuutta saa käyttää.”

Oppimisneuvolan liikeidea ja toimintatapa on vahvuus Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstön mielikuvissa. Oppimisneuvolan tavoite toteutuu. Opiskelijat oppivat tekemällä käytännönläheisiä työtehtäviä ja asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa. Opiskelijoiden mielikuvissa liikeideassa on heikkous. Heidän mielikuva oli, että alan käytännöntaitoja ei opita Oppimisneuvolassa. Tätä mielikuvaa vastaan on opiskelijoiden mielikuva Oppimisneuvolan toimintatavasta. Opiskelijoiden mielikuvissa hoitotyönopiskelijat saavat Oppimisneuvolassa käytännönläheisiä työtehtäviä. Tätä ristiriitaista mielikuvaa selittää opiskelijoiden antamat vastaukset avoimiin kysymyksiin. Opiskelijoiden mielikuviin ovat voineet vaikuttaa toisten opiskelijoiden kokemukset eli kuulopuheet. Vastaajat antoivat palautetta ja ideoita tutkimuslomakkeen viimeisessä kysymyksessä. Opiskelijat antoivat 51 vastausta. Seitsemässä mainittiin kuulopuheet. Opiskelijat olivat kuulleet huonoa palautetta toisilta opiskelijoilta.

”Olen *kuullut* Oppimisneuvolasta harjoittelupaikkana huonoa palautetta. Koska en ole itse tehnyt siellä harjoitteluja, en tiedä mistä se johtuu.”

”Opiskelijoiden keskuudessa on *ennakkoluuloja* Oppimisneuvolaa kohtaan.”

”Terveystieteiden opiskelijoille *kuulostaa* Oppimisneuvola olevan parempi paikka kuin sairaanhoitajaopiskelijoille.”

Väittämään, että alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa, tuli keskiarvoiksi opiskelijoiden vastauksista 3,14 ja henkilöstön 2,11. Keskiarvoja testaamalla saatiin tulokseksi, että opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,000$). Henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että käytännön taitoja opitaan Oppimisneuvolassa. Opiskelijoiden mielikuva käytännöntaitojen oppimisesta oli negatiivisempi Oppimisneuvolan näkökulmasta. Opiskelijoiden vastausten keskiarvo (3,56) poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta (3,93) tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,000$) myös väittämässä, että hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä. Henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä. Opiskelijoidenkin mielikuva oli kuitenkin positiivinen.

Oppimisneuvolan viestinnässä on puutteita molempien tutkimusjoukkojen mielikuvissa. Palveluita ei heidän mielestään mainosteta tarpeeksi. Keskiarvoja testaamalla selvitettiin, poikkeako opiskelijoiden vastausten keskiarvo (3,62) henkilöstön vastausten keskiarvosta (3,76) väittämässä palveluita ei mainosteta tarpeeksi. Tulokseksi saatiin, että opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta ($p=0,106$). Molemmat olivat sitä mieltä, että palveluita ei mainosteta tarpeeksi. Oppimisneuvolan johdon toiminta oli myös, en osaa sanoa -vastausten perusteella, heikon mielikuvan alue molemmilla tutkimusjoukoilla. Tätä selittänee se, ettei Oppimisneuvolan johto ole näkyvästi esillä muiden yksiköiden mielikuvissa. Koska mainontaa vastaajien mielestä pitäisi olla enemmän, näkyvyys voi vaikuttaa myös Oppimisneuvolan johtoon liittyvässä mielikuvassa.

”Mainostakaa enemmän!”

”Ehkä palveluja voisi kuitenkin mainostaa hieman enemmän.”

”Enemmän mainontaa! Edullinen vaihtoehto ensi alkuun esim. Pikainen – kaupungin sis.tiedotuslehti!”

Oppimisneuvolan toimitiloissa on molempien tutkimusjoukkojen mielikuvissa puutteita. Tilojen sijainti on heidän mielestään aika huono, eikä perille löydä helposti. Opiskelijoiden vastausten keskiarvo oli 2,61 väittämästä, että perille on helppo löytää. Henkilöstön vastausten keskiarvoksi tuli 2,94. Testaamalla selvitettiin, että opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,001$). Opiskelijat olivat enemmän sitä mieltä, että perille ei löydä helposti. Opiskelijoiden mielikuvaan ovat voineet vaikuttaa myös ulkoisilta asiakkailta saatu palaute. Opasteiden puuttumisesta teki havainnon myös tutkija.

”Isot kyltit pihalle, jotta asiakkaat löytävät perille!!!”

Tarpeistoon liittyvät väittämät saivat myös paljon en osaa sanoa -vastauksia. Tätä heikkoa mielikuvaa henkilöstöllä selittänee se, että käytetyimmät palvelut olivat niska-hartia -seudun käsittely ja verenpaineen seuranta. Myös opiskelijoilla oli heikko mielikuva tarpeistosta. Tätä selittänee se, että vain 32 % vastanneista oli harjoitellut Oppimisneuvolassa. Oppimisneuvolan tuotteiden eli palveluiden kysynnästäkään ei vastaajilla ollut mielikuvaa. Lähes 50 % molemmista tutkimusjoukoista ei osannut arvioida väittämää, että tarjotuille palveluille ei ole kysyntää. Tätä mielikuvaa selittänee viestinnässä olevat puutteet eli mainonnan puute. Palvelut tulee esitellä myös sisäisille asiakkaille. Hinnoittelu oli selvästi vahvuus molempien tutkimusjoukkojen mielikuvissa. Hinta-laatusuhde on hyvä ja palvelut ovat edullisia. Myös palvelu on vahvuus. Oppimisneuvolassa on ystävällinen palvelu, hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot ja asiakkaan yksityisyys huomioidaan.

6 POHDINTA

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen mielikuva ja asenne Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstöllä sekä Hyvinvointialan opiskelijoilla on Oppimisneuvolasta harjoittelupaikkana ja palvelujen tuottajana. Tutkimustulosten pohjalta pystytään kehittämään ja parantamaan markkinointia sekä toimintaa.

Mielikuva Oppimisneuvolasta on hyvällä positiivisella tasolla. Tutkimustulosten perusteella tietoisuus ja tunteminen ovat erittäin hyvällä tasolla. Mielikuvan tason tarkastelussa informaatiotason mielikuvan erotti asennetaso käyttäytymistason mielikuvasta. Asenteellisia vaikuttajia löytyi erityisesti opiskelijoiden vastauksista. Huomattavaa kehittämiskohdetta ei tutkimuksessa tullut esille, mutta yksittäisiä toiminnallisia ratkaisuja se antaa.

Vahvuuksia mielikuvien perusteella ovat muun muassa hyvä palvelu, edullinen hinnoittelu, liikeidea, toimintatapa, ohjaava terveydenhoitaja, opiskelijoiden luottamus omaan osaamiseen, luovuuden toteutuminen harjoittelussa sekä tarpeiston nykyaikaisuus. Kehittämiskohdetta mielikuvien perusteella olivat mainonta, opasteet, ohjaus sekä harjoittelun vapaaehtoisuus.

Oppimisneuvolan tulisi kiinnittää huomiota opasteisiin ja sijoittaa ne niin, että asiakas löytää perille. Opasteiden puuttumisesta havainnon teki myös tutkija, perille löytäminen oli hankalaa.

Henkilöstön mielikuvan on vahvasti kokemustasolla, jossa suosituimmuus ja kokemukset vaikuttavat mielikuvaan. Henkilöstön vastauksista löytyi Oppimisneuvolan strategisten ratkaisujen tuoma lisäarvon merkitys. Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstölle merkityksellinen asia on, että opiskelijat saavat harjoitella. Ylpeys omasta yrityksestä, jossa opiskelijat työskentelevät ja oppivat – maine leviää.

Mainontaa tulisi lisätä ja kohdentaa sitä tälle sisäiselle asiakkaalle, Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstölle. Heidät tulisi saada tekemään uusintaostoja sekä antamaan positiivisia lausuntoja Oppimisneuvolasta. Tässä sisäisen viestinnän ja markkinoinnin tärkeys korostuu. Mielikuviin vaikuttavana tekijänä kuulopuheet ja ennakoasenteet ovat merkittävässä asemassa. Viestinnällään Oppimisneuvola voi vaikuttaa henkilöstön havainnoiteihin ja kohdennetulla markkinoinnilla saadaan aikaan näkyvyyttä. Oppimisneuvolan opiskelijoiden, terveydenhoitajan, koordinaattorin sekä muun henkilökunnan esilläolo lisää näkyvyyttä. Vaikka sähköposti on eräs viestintäkanava, sen rinnalle olisi hyvä ottaa toinen markkinointiväline, tuoda palvelut lähelle asiakasta. Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstön kohdalla tuli esille ehdotus, että viedään esimerkiksi verenpaineenmittauspalvelua eri rakennuksiin. Tällainen vahvistaa heidän mielikuvaa hyvästä palvelusta.

Jälkimarkkinointi olisi hyvä keino saada suositteluun toteutumaan käytännössäkin. Kun Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstöön kuuluva asiakas käyttää palvelua, hän saisi käyttämäänsä tai muuhun palveluun lahjakortin, esimerkiksi ”Tuo ystäväsi mukaan” -lahjakortti. Näin houkuteltaisiin vaikka kuntosalille, erilaisiin mittauksiin, kuntotesteihin ja terveystarkastuksiin. On muistettava, että vasta uudenlainen käyttäytyminen on asenteenmuutos, joka saadaan aikaan muun muassa jälkimarkkinoinnilla.

Mielikuvayhteiskunta, johon olemme jo siirtyneet, seuraa tietoyhteiskuntaa. Ihmiset haluavat kokemuksia, jotka herättävät tunteita. Tähän käytetään kaikkien aistien kautta välittyvää informaatiota. Tapahtumamarkkinointi on yksi tällaisen markkinointiviestinnän keino. (Kokko 2004, 7 - 12.) Oppimisneuvola voisi järjestää tapahtumia, joissa asiakkaat pääsevät itse kokeilemaan palveluita. Säännöllinen kohdennettu markkinointi sekä teemapäivien järjestäminen, esimerkkinä mainitut verenpaineenmittaukset asiakkaiden luona sekä muut samantyyppiset yksittäiset palvelut voidaan toteuttaa myös ulkoisten asiakkaiden kohdalla.

Toisen sisäisen sidosryhmän, hoitotyön opiskelijoiden mielikuvissa kuulopuheet vaikuttavat paljon. Ne ovat merkittävänä tekijänä vaikuttamassa mielikuvaan. Opiskelijoiden myönteiset kokemukset tulisi nostaa esille. Opiskelijoita, jotka kokivat harjoittelun myönteisenä, voisi pyytää esittelemään omia töitään tuleville opiskelijoille ja harjoittelijoille. Myönteisiä kokemuksia saadaan myös opiskelijoita kuuntelemalla ja palautteeseen vastaamalla. Näillä saadaan aikaan houkutteleva harjoittelupaikka, ylpeys omasta yrityksestä, jolloin maine leviää.

Opiskelijoiden vastauksista löytyi vahvuuksien kehittämisen kohde. Oppimisneuvola pidetään hyvänä harjoittelupaikkana terveydenhoitajaopiskelijoille. Alan käytännöntaitojen oppimisesta oli ristiriitainen mielikuva. Avoimista vastauksista nousi esille seuraavat asiat, jotka on otettava huomioon. Oppimisneuvola ei pidetty sopivana harjoittelupaikkana kaikille harjoittelujaksoille. Sairaanhoidajaopiskelijoille Oppimisneuvola ei antanut käytännön harjoitteluun liittyviä työtehtäviä. Tutkimuksessa ei kysytty opiskelijat suuntautumisvaihtoehtoa. Tästä puutteesta johtuen, ei saatu vastausta siihen, kuinka moni Oppimisneuvolassa harjoitelleista opiskelijoista oli sairaanhoidajaopiskelija.

Negatiivinen mielikuva oli Oppimisneuvolaan ”pakottaminen”. Hyvinvointialan opetussuunnitelmaan tulisi kirjata, että kaikki opiskelijat suorittavat opintojensa aikana vähintään yhden harjoittelujakson Oppimisneuvolassa. Näin vältyttäisiin siltä, että opiskelijat kokevat ”pakoksi” harjoittelujakson suorittamisen siellä. Kun opetussuunnitelmassa on tieto harjoittelujaksosta, he voivat valita vapaaehtoisesti harjoitteluajankohdan ja harjoittelujakson, jonka tulevat suorittamaan Oppimisneuvolaan. Vapaaehtoisuus ja opetussuunnitelmaan kirjaaminen ovat koko ammattikorkeakouluopetuksen kehittämistä.

Molempien ryhmien mielikuvissa ohjausta opiskelijoille tulisi olla enemmän. Ohjaajan roolin merkitys on suuri varsinkin koulutuksen alussa. Vastanneista lähes puolet oli ensimmäisen vuoden opiskelijoita. Oppimisneuvolan tulisi ottaa huomioon ohjausresurssien painottuminen ensimmäisen vuoden opiskelijoille.

Edellä mainittuja asioita käsiteltiin Oppimisneuvolan markkinointipalaverissa 27.4.2005. Käydyn keskustelun mukaan toteuttamiskelpoisia asioita ovat palveluiden vieminen lähemmäksi asiakkaita esimerkiksi Taito 1 -rakennukseen sekä Ravintola Fox:n tiloihin. Näin saataisiin aikaan näkyvyyttä ja tunnettavuutta myös muille opiskelijaryhmille sekä ulkoisille

asiakkaille, kun he ruokailevat opiskelijaravintolassa. Opasteisiin tullaan kiinnittämään huomiota niin, että asiakkaat löytävät Taito 2 - aulaan, josta opiskelijat noutavat heidät Oppimisneuvolan tiloihin. Harjoittelun kirjaaminen opetussuunnitelmaan oli asia, josta tullaan keskustelemaan lisää Oppimisneuvolan johdossa.

Henkilöstön vastauksissa en osaa sanoa -vastauksia selittää se, etteivät vastaajat ole mukana Oppimisneuvolan tai Hyvinvointialan opetusprosessissa. Todennäköisesti en osaa sanoa -vastauksia olisi tullut enemmän, jos vastausprosentti olisi ollut korkeampi. Taustamuuttujista palvelusaikaa ei voitu hyödyntää, koska kysymys oli ymmärretty väärin. Toinen tekijä eli taustamuuttuja, jolla olisi voinut olla vaikutusta mielikuvaan, oli yksikkö. Ristiintaulukoinnilla ei saatu lisätietoa siitä, oliko vastaajan työskentely-yksiköllä vaikutusta mielikuvaan. Vaikka vastanneiden määrä yksiköittäin kuvasi perusjoukkoa hyvin, ei vastauksista voi tehdä johtopäätöksiä. Tutkimusjoukon pienuudesta johtuen tutkimustuloksia ei voi yleistää koko Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstön mielikuvaan Oppimisneuvolasta.

Opiskelijoiden vastauksissa ensimmäisen vuoden opiskelijoiden määrä sekä heidän vähäiset kontaktit Oppimisneuvolaan selittää en osaa sanoa -vastauksia. Taustamuuttujista harjoittelu Oppimisneuvolassa vaikutti mielikuvaan. Vastanneet eivät kuvanneet hyvin perusjoukkoa, mutta vastausprosentin perusteella yleistyksiä perusjoukkoon, tutkittuihin opiskelijaryhmiin voidaan tehdä.

Tutkimuksen *validiteettia* voidaan pitää hyvänä, koska mittarit mittasivat tutkimuksen teoriaosassa esitettyjä käsitteitä. Tutkimustulokset ovat myös hyödynnettävissä. Mielikuvaan vaikuttavia tekijöitä ovat tieto, havainnot, kokemukset, tunteminen ja asenne. Tietoisuuden taso selvisi tutkimuksella. Havaintoihin saatiin vastauksia kysymällä, mistä tai keneltä tietoa oli saatu. Kokemuksia kysyttiin henkilöstöltä palvelujen käyttöön liittyvällä kysymyksellä ja opiskelijoilta harjoitteluun liittyvillä kysymyksillä. Asenteen vaikutusta mielikuvaan saatiin selville edellä mainittujen asioiden sekä avointen vastausten perusteella.

Tutkimus on myös toistettavissa samoilla menetelmillä, joten oikeellisuutta voidaan pitää hyvänä. Tässä tutkimuksessa *reliabiliteettia* pyrittiin nostamaan mittaamalla samaa asiaa useammalla muuttujalla. Väittämissä esitettiin samasta asiasta sekä positiivisia että negatiivisia väittämiä. Vastaamista helpotettiin en osaa sanoa -vastausvaihtoehdolla. Henkilöstölle esitettyä kysymystä palvelusajasta ei ollut täysin ymmärretty tai kysymys oli asetettu väärin.

Kyselylomakkeen lopussa olevalla avoimella kysymyksellä saatiin lisätietoa, joka tuki muita annettuja vastauksia.

Jatkotutkimuksena voisi olla ulkoisille asiakkaille tehty mielikuvatutkimus, jotta saadaan selville ulkoinen mielikuva Oppimisneuvolasta. Tavoitteena on, että sekä sisäinen että ulkoinen mielikuva ovat samalla hyvällä tasolla. Tämän tutkimuksen perusteella sisäinen mielikuva Oppimisneuvolan toiminnallisista ja strategisista mielikuvatekijöistä on yleiskuvataan positiivinen. Ulkoisten asiakkaiden mielikuvan tason tutkiminen Oppimisneuvolasta, olisi hyvä toteuttaa laadullisena tutkimuksena. Lisäksi voitaisiin tutkia opiskelijoiden mielipiteitä harjoittelujaksoista laadullisella tutkimusmenetelmällä.

Sisäinen markkinointi on myös tietojen vaihtamista. Jatkuva parantaminen on peräisin Japanista ja sillä tarkoitetaan jatkuvan parantamisen lisäksi asteittaista ja jatkuvaa laadunparantamista. Tärkein onnistumisen ehto on avoin ja keskusteleva työyhteisö. Organisaatio, joka tukee aktiivisuutta, uusia ideoita ja palautteiden antamista, onnistuu tässä parhaiten. Jatkuvassa parantamisessa kaikki organisaation työt asetetaan kyseenalaiseksi. (Puranen 2004.) Jatkuvan parantamisen tarkoituksena on saada koko henkilöstö mukaan toimintojen kehittämiseen. Tässä kehitystyössä on otettava huomioon kova kilpailu, jossa asiakkaat valitsevat palveluita, jotka ovat laadukkaita ja hinnaltaan kilpailukykyisiä.

Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut haastavaa. Teorioihin tutustuminen ja sitä kautta oppiminen on ollut mielenkiintoista. Olen huomannut tutkimustulosten purkamisen yhteydessä asioita, joita olisi pitänyt ottaa huomioon kysymysten laadinnassa. Olen huomannut, miten voi yhdistää teorian käsitteitä tuloksiin. Olen huomannut, että olen oppinut. Olen oppinut, että tutkiminen on pitkäjänteistä työtä. Tässä työssä perustan antaa teoria, jonka pohjalta voi lähteä ongelmaa ratkaisemaan. Olen oppinut, että virheistä oppii ja tekemällä oppii. Vain kyseenalaistamalla omia käsityksiä ja vanhaa tietoaan voi oppia uutta. Olen sulkenut korvani omilta vanhoilta ajattelumalleilta, olen hakenut uutta tietoa ja esittänyt itselleni kysymyksiä. Tämän työprosessin aikana olen joutunut luopumaan paljosta, mutta olen saanut paljon enemmän.

LÄHTEET

- Alkula T., Pöntinen S. & Ylöstalo P. 1994. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. Juva: WSOY:n graafiset laitokset.
- Annebergin E. 1999. Kajaanin Finningon yrityskuva. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu hallinnon ja kaupan ala.
- Grönroos C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Havunen R. 2000. Uusi näkökulma asiakkaaseen -oivaltamisen kautta tuloksiin.Helsinki: Oy Edita Ab.
- Hirsjärvi S, Remes P. & Sajavaara P. 2000. Tutki ja kirjoita. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Hulkari K. 2001. Työssäoppimisen laatu lähihoitajakoulutuksessa seminaarityö. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.
- Ikävalko E. 1995. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. Jyväskylä:Gummerus Kirjapaino Oy.
- Juholin E. 2002. Communicare! Viestintä stratediasta käytäntöön. Hämeenlinna: Painopaikka Karisto Oy.
- Kainuun Liitto 2003. Sosiaali- ja terveydenhuollon ennakointi Kainuussa.
<http://www.kainuu.fi/ennakointi/raportit/opiskelijakysely.pdf>
 Luettu 15.10.2004
- Kajaanin ammattikorkeakoulu 2004. Sosiaali- ja terveysala. Hoitotyön koulutusohjelma.
- Karjalainen L. 2000. Tilastomatematiikka. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Kittilä R. & Vasama J. 2004. Palvelujen tuottaminen kolmannella sektorilla. Teoksessa Terveyspalveluiden suunnittelu 2004. Toimittajat Mäntyranta T., Elonheimo O., Mattila J. & Viitala J. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

- Kokko L. 2004. Tapahtumamarkkinointi on tätä päivää. *Leader's Magazine Yritystalous*, 62. vuosikerta, 3/2004. Mynämäki: Mynäprint Oy.
- Kortetjärvi-Nurmi S., Kuronen M.-L. & Ollikainen M. 2002. *Yrityksen viestintä*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kotler P. & Clarke R. N. 1996. *Marketing for health care organizations*. The United States fo America: Prentice-Hall, Inc.
- Kuusela H. 1998. *Markkinoinnin haaste*. Porvoo: WSOY - Kirjapainoyksikkö.
- Lotti L. 1998. *Markkinointitutkimuksen käsikirja*. Porvoo: WSOY – Kirjapainoyksikkö.
- Lämsä A.-M. & Uusitalo O. 2002. *Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Pennanen R. 2005. Epäselvät tavoitteet ohjaavat yrityksen karille. *Taloussanom* N:o 38, 2005. Vantaa: Sanomala Oy.
- Puranen P. 2004. Jatkuva parantaminen ei vaadi suuria investointeja. *Leader's Magazine Yritystalous*, 62. vuosikerta, 5/2004. Mynämäki: Mynäprint Oy.
- Qualitas-Fennica. 2000. *Asiakas- ja sidosryhmätarpeiden, odotusten ja kokemusten tunnistamisen merkityksestä organisaation toiminnalle*.
<http://cgi.qualitas-fennica.fi/artikkelit/tarpeidentunnistaminen.html>.
Luettu 25.9.2004.
- Raatikainen L. 2004. *Tavoitteellinen markkinointi. Markkinoinnin tutkimus ja suunnittelu*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Rope T. 2000a. *100 keinoa tehostaa liiketoimintaa*. Juva: WS Bookwell Oy.
- Rope T. 2000b. *Suuri markkinointikirja*. Helsinki: Otavan Kirjapaino Oy.
- Rope T. & Methner J. 2001. *Tavoitteena menestysbrandi - onnistu mielikuvamarkkinoinnilla*. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Rope T. & Vahvaselkä I. 1992. *Nykyaikainen markkinointi*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Sarajärvi A. 2003. *Käytännön harjoittelu oppimisympäristönä*. Teoksessa *Ammattikorkeakoulupedagogiikka 2003*. Toimittanut Kotila H. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Sievänen T. 1997. *Kainuun imago tutkimus: Kainuun sisäinen maakuntakuva*. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulun hallinnon ja kaupan ala.
- Silen T. 2001. *Laatu, brandi ja kilpailukyky*. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Siukosaari A. 1999. *Yhteisöviestinnän opas*. Helsinki: Hakapaino.
- Volanen M. 2003. *Taito-oppi haastaa tieto-opin*. Teoksessa *Ammattikorkeakoulupedagogiikka 2003*. Toimittanut Kotila H. Helsinki: Edita Prima Oy.

- Vuokko P. 2003. Markkinointiviestintä merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Vuokko P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Ylikoski T. 2000. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Zeithaml V. & Bitner M. 1996, Services marketing. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Åberg L. 2000. Viestinnän johtaminen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

LIITTEET

- Liite 1: Kyselylomake Kajaanin amk:n henkilöstölle
- Liite 2: Kyselylomake opiskelijolle
- Liite 3: Kajaanin amk:n henkilöstön vastaukset
- Liite 4. Hoitotyönopiskelijoiden vastaukset
- Liite 5: Vastauksia avoimiin kysymyksiin
- Liite 6: Väittämien en osaa sanoa -vastausten prosenttiosuudet ja keskiarvot
- Liite 7: Keskiarvotestit

KUVIOT

Kuvio 1. Viestinnän vaikutus mielikuvaan

Kuvio 2. Kolme markkinoinnin tapaa (Zeithaml & Bitner 1996, 23.)

Kuvio 3. Mielikuvan tason syntyminen (Rope & Vahvaselkä 1992, 69.)

Kuvio 4. Tieto-asette -matriisi (Åberg 2000, 119.)

Kuvio 5. Mielikuvan profiiliin vaikuttavat tekijät (Rope & Vahvaselkä 1992, 72.)

Kuvio 6. Palvelun laadun kuilut (Qualitas-fennica 2000.)

Kuvio 7. Vastanneiden ikäjakauma

Kuvio 8. Vastanneiden ammattiryhmät

Kuvio 9. Oppimisneuvolasta nähtyä tai kuultua

Kuvio 10. Tietokanavat

Kuvio 11. Käytetyt palvelut

Kuvio 12. Mielikuva liikeideasta

Kuvio 13. Mielikuva toimintatavoista

Kuvio 14. Mielikuva yrityskulttuurista

Kuvio 15. Mielikuva viestinnästä

Kuvio 16. Mielikuva johdon toiminnasta

Kuvio 17. Mielikuva toimitiloista

Kuvio 18. Mielikuva tarpeistosta

Kuvio 19. Mielikuva palveluista

Kuvio 20. Mielikuva hinnoittelusta

Kuvio 21. Mielikuva palvelusta

Kuvio 22. Yleisarvosanat

Kuvio 23. Opiskelijoiden ikäjakauma

- Kuvio 24. Vastanneiden opiskeluvuosi
- Kuvio 25. Harjoittelupaikka
- Kuvio 26. Oppimisneuvolassa suoritettut harjoittelujaksot
- Kuvio 27. Opiskelijoiden suorittamia palveluita
- Kuvio 28. Oppimisneuvolasta nähtyä tai kuultua
- Kuvio 29. Opiskelijoiden tietokanavat
- Kuvio 30. Opiskelijoiden mielikuva liikeideasta
- Kuvio 31. Opiskelijoiden mielikuva yrityskulttuurista
- Kuvio 32. Opiskelijoiden mielikuva toimintatavoista
- Kuvio 33. Opiskelijoiden mielikuva viestinnästä
- Kuvio 34. Opiskelijoiden mielikuva johdon toiminnasta
- Kuvio 35. Opiskelijoiden mielikuva toimitiloista
- Kuvio 36. Opiskelijoiden mielikuva tarpeistosta
- Kuvio 37. Opiskelijoiden mielikuva palveluista
- Kuvio 38. Opiskelijoiden mielikuva hinnoittelusta
- Kuvio 39. Opiskelijoiden mielikuva palvelusta
- Kuvio 40. Yleisarvosanat

TAULUKOT

Taulukko 1. Yksikkö

Taulukko 2. Opiskelijaryhmät

5.8.2005

Kajaanin ammattikorkeakoulun henkilöstö

Tämä tutkimuksen toimeksiantaja on Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointi-alan Oppimisneuvola. Kyselytutkimuksen tavoitteena on selvittää opiskelijoiden ja ammattikorkeakoulun henkilöstön kokemuksia ja odotuksia Oppimisneuvolasta.

Tutkimus on opinnäytetyö, jota ohjaa lehtori, projektipäällikkö Päivi Malinen. Opinnäytetyön tekijä on Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden tradenomiopiskelija Anu Huhtakangas.

Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Tutkimuksen tulokset analysoidaan tilastollisin menetelmin. Vastauksista ja tuloksista ei voi päätellä vastaajan henkilöllisyyttä. Tutkimuslomakkeita käsittelee vain tutkija.

Olkaa hyvä ja vastatkaa kysymyksiin ympyröimällä tai rastittamalla mielipidettänne kuvaava vaihtoehto tai vaihtoehdot. Avoimiin kysymyksiin voitte vastata omin sanoin.

Pyydämme Teitä palauttamaan lomakkeen tutkijalle sisäisessä postissa **21.1.2005 mennessä** osoitteella: Anu Huhtakangas, c/o Vahtimestarit, Tieto 3.

Vastanneiden kesken arvotaan hemmottelupalkinto: Oppimisneuvolan tarjoama Virkistävä jalkakylpy, johon kuuluu myös kynsien leikkaus sekä terveysneuvonta.

Arvontaan osallistutte palauttamalla kyselylomakkeen mukana tämän nimellänne olevan saatekirjeen.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa Anu Huhtakangas, puh. 0400-438 492.

Kiitos vaivannäöstänne.

Hyvää kevättalven jatkoa!

Anu Huhtakangas
tradenomiopiskelija

Kajaanin ammattikorkeakoulu – Hyvinvointi-ala – Oppimisneuvolan tutkimus

Pyydämme Teitä vastaamaan kaikkiin kysymyksiin. Kiitos.

1. Sukupuoli nainen
 mies
2. Ikä _____ vuotta
3. Kuinka kauan olette olleet ammattikorkeakoulun palveluksessa? _____ vuotta
4. Ammattiryhmä työntekijä
 alempi toimihenkilö
 ylempi toimihenkilö
 opettaja
 johtavassa asemassa
5. Yksikkö, johon kuulutte Palvelut
 Hyvinvointi
 Teknologia
 Tukipalvelut
 Tutkimus- ja kehitys / Koulutus- ja palvelu
 Kirjasto

6. Tiedättekö, mikä on Kajaanin ammattikorkeakoulun hyvinvointialan Oppimisneuvola?

- Kyllä.
 En.

7. Mitä seuraavista Oppimisneuvolasta kertovaa olette nähneet tai kuulleet?

- esitteitä muuta, mitä?
 tiedotus / koulutustilaisuuksia
 lehtiartikkeleita En ole nähnyt tai kuullut mitään Oppimisneuvolasta.
 Internet-sivuja
 Intranet-sivuja

8. Mistä olette saaneet tietoa Oppimisneuvolan palveluista ja toiminnoista

- opiskelijoilta muualta, mistä?
 ammattikorkeakoulun opettajilta
 muulta ammattikorkeakoulun henkilökunnalta En ole saanut tietoa.

Kajaanin ammattikorkeakoulu – Hyvinvointi-ala – Oppimisneuvolan tutkimus

9. Olkaa hyvä ja rastittakaa seuraavista käyttämäne Oppimisneuvolan palvelu/palvelut.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Jalkakylpy | <input type="checkbox"/> Tasapainoryhmä |
| <input type="checkbox"/> Verinäytteet | <input type="checkbox"/> Kuntosaliryhmä |
| <input type="checkbox"/> Korvahuuhtelu | <input type="checkbox"/> Ensiapuharjoitus |
| <input type="checkbox"/> Terveystarkastus | <input type="checkbox"/> Erityisryhmätoiminta |
| <input type="checkbox"/> Ompeleiden poisto | <input type="checkbox"/> Aktivoiva ryhmätoiminta |
| <input type="checkbox"/> Kuulo ja näköseula | <input type="checkbox"/> Liikunta- ja painonhallintaryhmä |
| <input type="checkbox"/> Verenpaineen seuranta | <input type="checkbox"/> Luennot ja/tai terveystapahtumat |
| <input type="checkbox"/> Atk-työpisteiden kartoitus | <input type="checkbox"/> Tervis -iltapäivähoiva |
| <input type="checkbox"/> Lihaskunnon mittaus ja kunto-ohjelma | <input type="checkbox"/> Tervis -iltapäiväkerho |
| <input type="checkbox"/> Kotikäynti: Selviytymisen kartoitus | <input type="checkbox"/> muuta, mitä? |
| <input type="checkbox"/> Niska-hartia -seudun käsittely (hieronta) | |
| <input type="checkbox"/> Rokotus | <input type="checkbox"/> En ole käyttänyt Oppimisneuvolan palveluita. |
| <input type="checkbox"/> Tiimirata | |
| <input type="checkbox"/> Kävelytesti | |
| <input type="checkbox"/> Sauvakävely | |

10. Kuinka usein viimeisen vuoden aikana, olette käyttäneet mainitsemaanne Oppimisneuvolan palveluita?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> kerran | <input type="checkbox"/> yli 5 kertaa |
| <input type="checkbox"/> 2 - 5 kertaa | <input type="checkbox"/> En ole käyttänyt palveluita. |

11. Oletteko ohjanneet opiskelijoiden harjoittelua tai muita opintoja Oppimisneuvolassa?

- Kyllä
 En

Kajaanin ammattikorkeakoulu – Hyvinvointi-ala – Oppimisneuvolan tutkimus

12. Mielikuvanne Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointi-alan Oppimisneuvolasta. Arvioikaa seuraavia väittämiä ympäröimällä mielikuvaanne vastaava vaihtoehto.

	Täysin eri mieltä.	Eri mieltä.	En samaa / En eri mieltä.	Samaa mieltä.	Täysin samaa mieltä.	En osaa sanoa.
Alan käytännöntaitoja ei opita Oppimisneuvolassa.	1	2	3	4	5	6
Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.	1	2	3	4	5	6
Työvälineet ovat nykyaikaisia.	1	2	3	4	5	6
Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.	1	2	3	4	5	6
Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.	1	2	3	4	5	6
Aukioloajat ovat sopivat.	1	2	3	4	5	6
Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.	1	2	3	4	5	6
Opiskelijat perehdytetään hyvin harjoitteluun.	1	2	3	4	5	6
Hinta-laatusuhde on hyvä.	1	2	3	4	5	6
Hoitotilat ovat toimivat.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.	1	2	3	4	5	6

Kajaanin ammattikorkeakoulu – Hyvinvointi-ala – Oppimisneuvolan tutkimus

	Täysin eri mieltä.	Eri mieltä.	En samaa / En eri mieltä.	Samaa mieltä.	Täysin samaa mieltä.	En osaa sanoa.
Nimi kuvaa hyvin toimintaa.	1	2	3	4	5	6
Ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen.	1	2	3	4	5	6
Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.	1	2	3	4	5	6
Oppimisneuvolan tavoite: oppia tekemällä toteutuu.	1	2	3	4	5	6
Palvelu on ystävällistä.	1	2	3	4	5	6
Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.	1	2	3	4	5	6
Palvelut ovat kalliita.	1	2	3	4	5	6
Palvelut ovat monipuolisia.	1	2	3	4	5	6
Perille on helppo löytää.	1	2	3	4	5	6
Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.	1	2	3	4	5	6
Tilojen sijainti on huono.	1	2	3	4	5	6
Toiminta on tarpeetonta.	1	2	3	4	5	6
Työvälineet ovat puutteelliset.	1	2	3	4	5	6
Asiakaspalautetta ei huomioida.	1	2	3	4	5	6

13. Suositteletko Oppimisneuvolan palveluja ystävilleen?

- Kyllä. Miksi? _____
 En. Miksi? _____
 En osaa sanoa.

14. Suositteletko Oppimisneuvolaa harjoittelupaikaksi hoitotyöopiskelijoille?

- Kyllä. Miksi? _____
 En. Miksi? _____
 En osaa sanoa.

Kajaanin ammattikorkeakoulu – Hyvinvointi-ala – Oppimisneuvolan tutkimus

15. Millaisen yleisarvosanan annatte Oppimisneuvolalle terveystalveluiden tuottajana?

	Huono	Tyydyttävä	Hyvä	Erittäin hyvä	Kiitettävä	En osaa sanoa.
Arvosana	1	2	3	4	5	6

16. Millaisen yleisarvosanan annatte Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana?

	Huono	Tyydyttävä	Hyvä	Erittäin hyvä	Kiitettävä	En osaa sanoa.
Arvosana	1	2	3	4	5	6

17. Tähän voitte halutessanne kirjoittaa palautetta ja ideoita Oppimisneuvolalle.

Olkaa hyvä ja palauttakaa lomake tutkijalle sisäisessä postissa **21.1.2005 mennessä** osoitteella Anu Huhtakangas, c/o Vahtimestarit, Tieto 3.

Kiitos vastauksistanne.

5.8.2005

Hyvinvointialan opiskelija

Tämä tutkimuksen toimeksiantaja on Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointi-alan Oppimisneuvola. Kyselytutkimuksen tavoitteena on selvittää opiskelijoiden ja ammattikorkeakoulun henkilöstön kokemuksia ja odotuksia Oppimisneuvolasta.

Tutkimus on opinnäytetyö, jota ohjaa lehtori, projektipäällikkö Päivi Malinen. Opinnäytetyön tekijä on Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden tradenomiopiskelija Anu Huhtakangas.

Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Tutkimuksen tulokset analysoidaan tilastollisin menetelmin. Vastauksista ja tuloksista ei voi päätellä vastaajan henkilöllisyyttä. Tutkimuslomakkeita käsittelee vain tutkija.

Ole hyvä ja vastaa kysymyksiin ympyröimällä tai rastittamalla mielipidettäsi kuvaava vaihtoehto tai vaihtoehdot. Avoimiin kysymyksiin voit vastata omin sanoin.

Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa, jonka avulla voidaan kehittää Kajaanin ammattikorkeakoulun Oppimisneuvolan toimintaa ja palveluita.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa Anu Huhtakangas, puh. 0400-438 492.

Kiitos vaivannäöstäsi.

Hyvää talven jatkoa ja menestystä opintoihisi!

Anu Huhtakangas
tradenomiopiskelija

Ole hyvä ja vastaa kaikkiin kysymyksiin. Kiitos.

1. Sukupuoli

- nainen
 mies

2. Ikä

_____ vuotta

3. Peruskoulutus

- ylioppilastutkinto
 ammatillinen koulutus

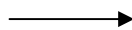
4. Minkä vuosikurssin opiskelija olet?

1. vuosikurssin
 2. vuosikurssin
 3. vuosikurssin

5. Oletko suorittanut harjoittelujakson/jaksoja?

en

kyllä



missä?

montako jaksoa?

- Oppimisneuvola
 yksityinen sektori
 julkinen sektori

6. Tiedätkö, mikä on Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointi-alan Oppimisneuvola?

Kyllä

En

7. Mitä seuraavista Oppimisneuvolasta kertovaa olet nähnyt tai kuullut?

- esitteitä
 tiedotus / koulutustilaisuuksia
 lehtiartikkeleita
 Internet-sivuja
 Intranet-sivuja

muuta, mitä?

 En ole nähnyt tai kuullut mitään Oppimisneuvolasta.

8. Mistä olet saanut tietoa Oppimisneuvolan palveluista ja toiminnoista

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> opiskelijoilta | <input type="checkbox"/> muualta, mistä? |
| <input type="checkbox"/> ammattikorkeakoulun opettajilta | _____ |
| <input type="checkbox"/> muulta ammattikorkeakoulun henkilökunnalta | <input type="checkbox"/> En ole saanut tietoa. |

9. Mitä Oppimisneuvolan tehtäviä olet suorittanut / palveluita tuottanut?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Jalkakylpy | <input type="checkbox"/> Tasapainoryhmä |
| <input type="checkbox"/> Verinäytteet | <input type="checkbox"/> Kuntosaliryhmä |
| <input type="checkbox"/> Korvahuuhtelu | <input type="checkbox"/> Ensiapuharjoitus |
| <input type="checkbox"/> Terveystarkastus | <input type="checkbox"/> Erityisryhmätoiminta |
| <input type="checkbox"/> Ompeleiden poisto | <input type="checkbox"/> Aktivoiva ryhmätoiminta |
| <input type="checkbox"/> Kuulo ja näköseula | <input type="checkbox"/> Liikunta- ja painonhallintaryhmä |
| <input type="checkbox"/> Verenpaineen seuranta | <input type="checkbox"/> Luennot ja/tai terveystapahtumat |
| <input type="checkbox"/> Atk-työpisteiden kartoitus | <input type="checkbox"/> Tervis -iltapäivähoiva |
| <input type="checkbox"/> Lihaskunnan mittaus ja kunto-ohjelma | <input type="checkbox"/> Tervis -iltapäiväkerho |
| <input type="checkbox"/> Kotikäynti: Selviytymisen kartoitus | <input type="checkbox"/> muuta, mitä? |
| <input type="checkbox"/> Niska-hartia -seudun käsittely (hieronta) | _____ |
| <input type="checkbox"/> Rokotus | _____ |
| <input type="checkbox"/> Tiimirata | |
| <input type="checkbox"/> Kävelytesti | <input type="checkbox"/> En ole suorittanut / tuottanut palveluita. |
| <input type="checkbox"/> Sauvakävely | |

10. Mitä harjoittelujaksoja olet suorittanut Oppimisneuvolassa?

- mielenterveystyö
- perioperatiivinen hoitotyö
- perheen hoitotyö (äitiys- ja lastenhoitotyö)
- ikääntyvien ja pitkäaikaissairaiden hoitotyö (sisätaudit)
- vaihtoehtoiset ammattiopinnot
- En ole suorittanut harjoittelujaksoja Oppimisneuvolassa.

11. Mielikuvasi Kajaanin ammattikorkeakoulun Hyvinvointi-alan Oppimisneuvolasta.
Arvioi seuraavia väittämiä ympyröimällä **mielikuvaasi kuvaava vaihtoehto.**

	Täysin eri mieltä.	Eri mieltä.	En samaa / En eri mieltä.	Samaa mieltä.	Täysin samaa mieltä.	En osaa sanoa.
Alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa.	1	2	3	4	5	6
Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.	1	2	3	4	5	6
Työvälineet ovat nykyaikaisia.	1	2	3	4	5	6
Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.	1	2	3	4	5	6
Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.	1	2	3	4	5	6
Aukioloajat ovat sopivat.	1	2	3	4	5	6
Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.	1	2	3	4	5	6
Opiskelijat perehdytetään harjoitteluun hyvin.	1	2	3	4	5	6
Hinta-laatusuhde on hyvä.	1	2	3	4	5	6
Hoitotilat ovat toimivat.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.	1	2	3	4	5	6
Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.	1	2	3	4	5	6

	Täysin eri mieltä.	Eri mieltä.	En samaa / En eri mieltä.	Samaa mieltä.	Täysin samaa mieltä.	En osaa sanoa.
Nimi kuvaa hyvin toimintaa.	1	2	3	4	5	6
Ohjaava terveydenhoitoja on ammattitaitoinen.	1	2	3	4	5	6
Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.	1	2	3	4	5	6
Oppimisneuvolan tavoite: oppia tekemällä toteutuu.	1	2	3	4	5	6
Palvelu on ystävällistä.	1	2	3	4	5	6
Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.	1	2	3	4	5	6
Palvelut ovat kalliita.	1	2	3	4	5	6
Palvelut ovat monipuolisia.	1	2	3	4	5	6
Perille on helppo löytää.	1	2	3	4	5	6
Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.	1	2	3	4	5	6
Tilojen sijainti on huono.	1	2	3	4	5	6
Toiminta on tarpeetonta.	1	2	3	4	5	6
Työvälineet ovat puutteelliset.	1	2	3	4	5	6
Asiakaspalautetta ei huomioida.	1	2	3	4	5	6

12. Suositteletko Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille?

- Kyllä. Miksi? _____
- En. Miksi? _____
- En osaa sanoa.

13. Suositteletko Oppimisneuvolan palveluja ystävilleesi?

- Kyllä. Miksi? _____
- En. Miksi? _____
- En osaa sanoa

14. Millaisen yleisarvosanan annat Oppimisneuvolalle terveystalveluiden tuottajana?

	Huono	Tyydyttävä	Hyvä	Erittäin hyvä	Kiitettävä	En osaa sanoa.
Arvosana	1	2	3	4	5	6

15. Millaisen yleisarvosanan annat Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana?

	Huono	Tyydyttävä	Hyvä	Erittäin hyvä	Kiitettävä	En osaa sanoa.
Arvosana	1	2	3	4	5	6

16. Tähän voit halutessasi kirjoittaa palautetta ja ideoita Oppimisneuvolalle.

Kiitos vastauksistasi.

Sukupuoli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nainen	45	69,2	69,2	69,2
	Mies	20	30,8	30,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Ikä

N	Valid	64
	Missing	1
Mean		45,19
Minimum		24
Maximum		63

Luokiteltu ikä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29	6	9,2	9,4	9,4
	30-39	6	9,2	9,4	18,8
	40-49	34	52,3	53,1	71,9
	50-59	16	24,6	25,0	96,9
	60-69	2	3,1	3,1	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Palvelusaika

N	Valid	64
	Missing	1
Mean		7,7500
Minimum		,00
Maximum		22,00

Luokiteltu palvelusaika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-4	21	32,3	32,8	32,8
	5-9	22	33,8	34,4	67,2
	10-14	11	16,9	17,2	84,4
	15-19	7	10,8	10,9	95,3
	20-24	3	4,6	4,7	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Ammattiryhmä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Työntekijä	8	12,3	12,5	12,5
	Alempi toimihenkilö	8	12,3	12,5	25,0
	Ylempi toimihenkilö	2	3,1	3,1	28,1
	Opettaja	40	61,5	62,5	90,6
	Johtavassa asemassa	6	9,2	9,4	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Yksikkö

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Palvelut	22	33,8	34,4	34,4
	Hyvinvointi	14	21,5	21,9	56,3
	Teknologia	11	16,9	17,2	73,4
	Tukipalvelut	10	15,4	15,6	89,1
	Tutkimus- ja kehitys/Koulutus- ja palvelu	5	7,7	7,8	96,9
	Kirjasto	2	3,1	3,1	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Tiedän, mikä on Kajaanin amk:n Oppimisneuvola.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	61	93,8	93,8	93,8
	En	4	6,2	6,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Multiple Response

Tietoisuus

Group \$Tietois
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia e	ESITE	48	27,1	73,8
Olen ollut Oppimisneuvolan tiedotus/koul	TIEDOTU	28	15,8	43,1
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia l	LEHTIA	36	20,3	55,4
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia I	INTER	26	14,7	40,0
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia I	INTRA	22	12,4	33,8
Olen nähnyt/kuullut Oppimisneuvolasta jo	MUUTIE	15	8,5	23,1
En ole nähnyt tai kuullut mitään Oppimis	EITIE	2	1,1	3,1
		-----	-----	-----
	Total responses	177	100,0	272,3

0 missing cases; 65 valid cases

Abbreviated Name Extended Name
\$Tietois \$Tietoisuus

Tietokanava

Group \$Tietoka
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	OPISK	24	21,6	36,9
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	OPETT	50	45,0	76,9
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	MUUHLÖ	20	18,0	30,8
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	MUUAL	14	12,6	21,5
En ole saanut tietoa Oppimisneuvolan pal	EITIEETO	3	2,7	4,6
		-----	-----	-----
	Total responses	111	100,0	170,8

0 missing cases; 65 valid cases

Abbreviated Name Extended Name
\$Tietoka \$Tietokanava

Käyttö

Group \$Käyttö
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen käyttänyt palveluista jalkakylpyä.	JALKAK	7	7,1	11,3
Olen käyttänyt palveluista verinäytteen	VERIN	7	7,1	11,3
Olen käyttänyt palveluista korvahuuhtelu	KORVA	2	2,0	3,2
Olen käyttänyt palveluista ompeleiden po	OMPEL	3	3,1	4,8
Olen käyttänyt palveluista kuulo ja näkö	KUULO	2	2,0	3,2
Olen käyttänyt palveluista verenpaineen	VERENP	12	12,2	19,4
Olen käyttänyt palveluista Atk-työpistei	ATKKAR	6	6,1	9,7
Olen käyttänyt palveluista lihaskunnon m	LIHASK	11	11,2	17,7
Olen käyttänyt palveluista niska-hartia	HIERO	18	18,4	29,0
Olen käyttänyt palveluista tiimirataa.	TIIMIR	2	2,0	3,2
Olen käyttänyt palveluista kävelytestiä.	KÄVTES	2	2,0	3,2
Olen käyttänyt palveluista kuntosaliryhm	KUNTOS	1	1,0	1,6
Olen ollut Oppimisneuvolan luennoilla ja	LUENTO	1	1,0	1,6
Olen käyttänyt jotain muuta Oppimisneuvo	MUUTA	5	5,1	8,1
En ole käyttänyt Oppimisneuvolan palvelu	EIKÄYTT	19	19,4	30,6
		-----	-----	-----
Total responses		98	100,0	158,1

3 missing cases; 62 valid cases

Olen käyttänyt viimeisen vuoden aikana Oppimisneuvolan palveluita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kerran	24	36,9	37,5	37,5
	2-5 kertaa	14	21,5	21,9	59,4
	En ole käyttänyt palveluita.	26	40,0	40,6	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Olen ohjannut opiskelijoiden harjoittelua Oppimisneuvolassa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	9	13,8	13,8	13,8
	En	56	86,2	86,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

6.1 VÄITTÄMÄT

Toiminta on tarpeetonta.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	28	43,1	45,2	45,2
	Eri mieltä.	19	29,2	30,6	75,8
	En samaa/En eri mieltä.	1	1,5	1,6	77,4
	En osaa sanoa.	14	21,5	22,6	100,0
	Total	62	95,4	100,0	
Missing	System	3	4,6		
Total		65	100,0		

Statistics

Toiminta on tarpeetonta.

N	Valid	48
	Missing	0
Mean		1,44

Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	1	1,5	1,6	1,6
	En samaa/En eri mieltä.	6	9,2	9,7	11,3
	Samaa mieltä.	20	30,8	32,3	43,5
	Täysin samaa mieltä.	20	30,8	32,3	75,8
	En osaa sanoa.	15	23,1	24,2	100,0
Total		62	95,4	100,0	
Missing	System	3	4,6		
Total		65	100,0		

Statistics

Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.

N	Valid	47
	Missing	0
Mean		4,26

Alan käytännöntaitoja ei opita Oppimisneuvolassa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	18	27,7	28,6	28,6
	Eri mieltä.	24	36,9	38,1	66,7
	En samaa/En eri mieltä.	2	3,1	3,2	69,8
	Samaa mieltä.	11	16,9	17,5	87,3
	En osaa sanoa.	8	12,3	12,7	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Alan käytännöntaitoja ei opita Oppimisneuvolassa.

N	Valid	55
	Missing	0
Mean		2,11

Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	3,1	3,2	3,2
	En samaa/En eri mieltä.	7	10,8	11,1	14,3
	Samaa mieltä.	26	40,0	41,3	55,6
	Täysin samaa mieltä.	8	12,3	12,7	68,3
	En osaa sanoa.	20	30,8	31,7	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.

N	Valid	43
	Missing	0
Mean		3,93

Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	10	15,4	15,9	15,9
	Samaa mieltä.	27	41,5	42,9	58,7
	Täysin samaa mieltä.	8	12,3	12,7	71,4
	En osaa sanoa.	18	27,7	28,6	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.

N	Valid	45
	Missing	0
Mean		3,96

Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	3,1	3,2	3,2
	En samaa/En eri mieltä.	11	16,9	17,5	20,6
	Samaa mieltä.	11	16,9	17,5	38,1
	Täysin samaa mieltä.	4	6,2	6,3	44,4
	En osaa sanoa.	35	53,8	55,6	100,0
Total		63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.

N	Valid	28
	Missing	0
Mean		3,61

Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	8	12,3	12,5	12,5
	En samaa/En eri mieltä.	9	13,8	14,1	26,6
	Samaa mieltä.	19	29,2	29,7	56,3
	Täysin samaa mieltä.	13	20,0	20,3	76,6
	En osaa sanoa.	15	23,1	23,4	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Statistics

Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.

N	Valid	49
	Missing	0
Mean		3,76

Nimi kuvaa hyvin toimintaa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	3	4,6	4,7	4,7
	Eri mieltä.	3	4,6	4,7	9,4
	En samaa/En eri mieltä.	6	9,2	9,4	18,8
	Samaa mieltä.	26	40,0	40,6	59,4
	Täysin samaa mieltä.	17	26,2	26,6	85,9
	En osaa sanoa.	9	13,8	14,1	100,0
Total	64	98,5	100,0		
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Statistics

Nimi kuvaa hyvin toimintaa.

N	Valid	55
	Missing	0
Mean		3,93

Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	3	4,6	4,7	4,7
	En samaa/En eri mieltä.	11	16,9	17,2	21,9
	Samaa mieltä.	27	41,5	42,2	64,1
	Täysin samaa mieltä.	3	4,6	4,7	68,8
	En osaa sanoa.	20	30,8	31,3	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Statistics

Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.

N	Valid	44
	Missing	0
Mean		3,68

Asiakaspalautetta ei huomioida.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	5	7,7	8,1	8,1
	Eri mieltä.	12	18,5	19,4	27,4
	En samaa/En eri mieltä.	8	12,3	12,9	40,3
	En osaa sanoa.	37	56,9	59,7	100,0
	Total	62	95,4	100,0	
Missing	System	3	4,6		
Total		65	100,0		

Statistics

Asiakaspalautetta ei huomioida.

N	Valid	25
	Missing	0
Mean		2,12

Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	15	23,1	23,8	23,8
	Samaa mieltä.	8	12,3	12,7	36,5
	Täysin samaa mieltä.	3	4,6	4,8	41,3
	En osaa sanoa.	37	56,9	58,7	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.

N	Valid	26
	Missing	0
Mean		3,54

Ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	1	1,5	1,6	1,6
	Samaa mieltä.	26	40,0	41,3	42,9
	Täysin samaa mieltä.	16	24,6	25,4	68,3
	En osaa sanoa.	20	30,8	31,7	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen.

N	Valid	43
	Missing	0
Mean		4,35

Hoitotyönopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	6	9,2	9,5	9,5
	Samaa mieltä.	15	23,1	23,8	33,3
	Täysin samaa mieltä.	3	4,6	4,8	38,1
	En osaa sanoa.	39	60,0	61,9	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.

N	Valid	24
	Missing	0
Mean		3,88

Opiskelijat perehdytetään hyvin harjoitteluun.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	12	18,5	19,0	19,0
	Samaa mieltä.	22	33,8	34,9	54,0
	Täysin samaa mieltä.	1	1,5	1,6	55,6
	En osaa sanoa.	28	43,1	44,4	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Opiskelijat perehdytetään hyvin harjoitteluun.

N	Valid	35
	Missing	0
Mean		3,69

Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	12	18,5	19,4	19,4
	Samaa mieltä.	12	18,5	19,4	38,7
	Täysin samaa mieltä.	2	3,1	3,2	41,9
	En osaa sanoa.	36	55,4	58,1	100,0
	Total	62	95,4	100,0	
Missing	System	3	4,6		
Total		65	100,0		

Statistics

Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.

N	Valid	26
	Missing	0
Mean		3,62

Tilojen sijainti on huono.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	4	6,2	6,3	6,3
	Eri mieltä.	15	23,1	23,8	30,2
	En samaa/En eri mieltä.	11	16,9	17,5	47,6
	Samaa mieltä.	16	24,6	25,4	73,0
	Täysin samaa mieltä.	2	3,1	3,2	76,2
	En osaa sanoa.	15	23,1	23,8	100,0
Total		63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Tilojen sijainti on huono.

N	Valid	48
	Missing	0
Mean		2,94

Perille on helppo löytää.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	8	12,3	12,7	12,7
	Eri mieltä.	15	23,1	23,8	36,5
	En samaa/En eri mieltä.	6	9,2	9,5	46,0
	Samaa mieltä.	18	27,7	28,6	74,6
	Täysin samaa mieltä.	5	7,7	7,9	82,5
	En osaa sanoa.	11	16,9	17,5	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Perille on helppo löytää.

N	Valid	52
	Missing	0
Mean		2,94

Hoitotilat ovat toimivat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	4	6,2	6,3	6,3
	En samaa/En eri mieltä.	14	21,5	22,2	28,6
	Samaa mieltä.	24	36,9	38,1	66,7
	Täysin samaa mieltä.	2	3,1	3,2	69,8
	En osaa sanoa.	19	29,2	30,2	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotilat ovat toimivat.

N	Valid	44
	Missing	0
Mean		3,55

Työvälineet ovat puuttelliset.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	4	6,2	6,3	6,3
	Eri mieltä.	14	21,5	22,2	28,6
	En samaa/En eri mieltä.	7	10,8	11,1	39,7
	Samaa mieltä.	5	7,7	7,9	47,6
	En osaa sanoa.	33	50,8	52,4	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Työvälineet ovat puuttelliset.

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2,43

Työvälineet ovat nykyaikaisia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	3	4,6	4,8	4,8
	En samaa/En eri mieltä.	8	12,3	12,7	17,5
	Samaa mieltä.	21	32,3	33,3	50,8
	Täysin samaa mieltä.	5	7,7	7,9	58,7
	En osaa sanoa.	26	40,0	41,3	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Työvälineet ovat nykyaikaisia.

N	Valid	37
	Missing	0
Mean		3,76

Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	4	6,2	6,3	6,3
	Eri mieltä.	12	18,5	19,0	25,4
	En samaa/En eri mieltä.	12	18,5	19,0	44,4
	Samaa mieltä.	4	6,2	6,3	50,8
	En osaa sanoa.	31	47,7	49,2	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.

N	Valid	32
	Missing	0
Mean		2,50

Palvelut ovat monipuolisia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	3,1	3,2	3,2
	En samaa/En eri mieltä.	11	16,9	17,5	20,6
	Samaa mieltä.	31	47,7	49,2	69,8
	Täysin samaa mieltä.	4	6,2	6,3	76,2
	En osaa sanoa.	15	23,1	23,8	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Palvelut ovat monipuolisia.

N	Valid	48
	Missing	0
Mean		3,77

Palvelut ovat kalliita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	11	16,9	17,5	17,5
	Eri mieltä.	26	40,0	41,3	58,7
	En samaa/En eri mieltä.	5	7,7	7,9	66,7
	En osaa sanoa.	21	32,3	33,3	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Palvelut ovat kalliita.

N	Valid	42
	Missing	0
Mean		1,86

Hinta-laatusuhde on hyvä.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	3,1	3,2	3,2
	En samaa/En eri mieltä.	4	6,2	6,3	9,5
	Samaa mieltä.	20	30,8	31,7	41,3
	Täysin samaa mieltä.	15	23,1	23,8	65,1
	En osaa sanoa.	22	33,8	34,9	100,0
Total		63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hinta-laatusuhde on hyvä.

N	Valid	41
	Missing	0
Mean		4,17

Palvelu on ystävällistä.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En samaa/En eri mieltä.	3	4,6	4,8	4,8
	Samaa mieltä.	24	36,9	38,1	42,9
	Täysin samaa mieltä.	18	27,7	28,6	71,4
	En osaa sanoa.	18	27,7	28,6	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Palvelu on ystävällistä.

N	Valid	45
	Missing	0
Mean		4,33

Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	5	7,7	7,9	7,9
	En samaa/En eri mieltä.	6	9,2	9,5	17,5
	Samaa mieltä.	29	44,6	46,0	63,5
	Täysin samaa mieltä.	7	10,8	11,1	74,6
	En osaa sanoa.	16	24,6	25,4	100,0
Total		63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.

N	Valid	47
	Missing	0
Mean		3,81

Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	3,1	3,2	3,2
	En samaa/En eri mieltä.	4	6,2	6,5	9,7
	Samaa mieltä.	31	47,7	50,0	59,7
	Täysin samaa mieltä.	10	15,4	16,1	75,8
	En osaa sanoa.	15	23,1	24,2	100,0
	Total	62	95,4	100,0	
Missing	System	3	4,6		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.

N	Valid	47
	Missing	0
Mean		4,04

Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	9	13,8	14,3	14,3
	Eri mieltä.	23	35,4	36,5	50,8
	En samaa/En eri mieltä.	7	10,8	11,1	61,9
	Samaa mieltä.	4	6,2	6,3	68,3
	En osaa sanoa.	20	30,8	31,7	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.

N	Valid	43
	Missing	0
Mean		2,14

Aukioloajat ovat sopivat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	4	6,2	6,3	6,3
	En samaa/En eri mieltä.	7	10,8	11,1	17,5
	Samaa mieltä.	24	36,9	38,1	55,6
	Täysin samaa mieltä.	3	4,6	4,8	60,3
	En osaa sanoa.	25	38,5	39,7	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Aukioloajat ovat sopivat.

N	Valid	38
	Missing	0
Mean		3,68

Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	3,1	3,2	3,2
	En samaa/En eri mieltä.	6	9,2	9,5	12,7
	Samaa mieltä.	27	41,5	42,9	55,6
	Täysin samaa mieltä.	9	13,8	14,3	69,8
	En osaa sanoa.	19	29,2	30,2	100,0
	Total	63	96,9	100,0	
Missing	System	2	3,1		
Total		65	100,0		

Statistics

Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.

N	Valid	44
	Missing	0
Mean		3,98

Suosittelisin Oppimisneuvolan palveluja ystäväilleni.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	49	75,4	76,6	76,6
	En osaa sanoa.	15	23,1	23,4	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Suosittelisin Oppimisneuvolaa harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	42	64,6	65,6	65,6
	En	2	3,1	3,1	68,8
	En osaa sanoa.	20	30,8	31,3	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle terveystalveluiden tuottajana.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tyydyttävä	2	3,1	3,1	3,1
	Hyvä	29	44,6	44,6	47,7
	Erittäin hyvä	7	10,8	10,8	58,5
	Kiitettävä	4	6,2	6,2	64,6
	En osaa sanoa.	23	35,4	35,4	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle terveystalveluiden tuottajana.

N	Valid	42
	Missing	0
Mean		3,31

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tyydyttävä	4	6,2	6,3	6,3
	Hyvä	20	30,8	31,3	37,5
	Erittäin hyvä	13	20,0	20,3	57,8
	Kiitettävä	4	6,2	6,3	64,1
	En osaa sanoa.	23	35,4	35,9	100,0
	Total	64	98,5	100,0	
Missing	System	1	1,5		
Total		65	100,0		

Statistics

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana.

N	Valid	41
	Missing	0
Mean		3,41

Sukupuoli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nainen	152	90,5	90,5	90,5
	Mies	16	9,5	9,5	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Ikä

N	Valid	167
	Missing	1
Mean		24,09
Minimum		19
Maximum		48

Ikä luokiteltu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alle 20	19	11,3	11,4	11,4
	20 - 24	105	62,5	62,9	74,3
	25 - 29	17	10,1	10,2	84,4
	30 - 39	14	8,3	8,4	92,8
	40 tai yli	12	7,1	7,2	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Ylioppilastutkinto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei	45	26,8	26,9	26,9
	Kyllä	122	72,6	73,1	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Ammatillinen koulutus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei	107	63,7	64,1	64,1
	Kyllä	60	35,7	35,9	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Minkä vuoden opiskelija olet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. vuoden	81	48,2	48,8	48,8
	2. vuoden	28	16,7	16,9	65,7
	3. vuoden	57	33,9	34,3	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

HARJOITTELU

Olen suorittanut harjoittelua.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	168	100,0	100,0	100,0

Group \$harjpai
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Harjoittelua Oppimisneuvolassa.	OPPNEU	53	24,4	31,5
Harjoittelua yksityisellä sektorilla.	YKSITYI	27	12,4	16,1
Harjoittelua julkisella sektorilla.	JULKINE	137	63,1	81,5
Total responses		217	100,0	129,2

0 missing cases; 168 valid cases

Statistics

		Harjoittelujaksoja Oppimisneuvolassa.	Harjoittelujaksoja yksityisellä sektorilla.	Harjoittelujaksoja julkisella sektorilla.
N	Valid	165	165	158
	Missing	3	3	10
Mean		,32	,16	2,07
Minimum		0	0	0
Maximum		2	2	5
Percentiles	25	,00	,00	1,00
	50	,00	,00	1,00
	75	1,00	,00	4,00

Multiple Response

Group \$Harjoit

(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen suorittanut Elämisen toiminnot -har	ELÄMTOI	34	20,1	20,5
Olen suorittanut Mielenterveystyön harjo	MIELENT	8	4,7	4,8
Olen suorittanut Perheen hoitotyön harjo	PERHEH	8	4,7	4,8
Olen suorittanut Ikääntyvien ja pitkäaik	IKÄÄNT	3	1,8	1,8
Olen suorittanut Vaihtoehtoisten ammatti	VAHTO	1	,6	,6
En ole suorittanut harjoittelujaksoja Op	ENSUOR	115	68,0	69,3
		-----	-----	-----
	Total responses	169	100,0	101,8

2 missing cases; 166 valid cases

Abbreviated Extended
Name Name

\$Harjoit \$Harjoittelujaksot

Group \$Tehtävä

(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	JALKAK	39	9,3	72,2
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	VERIN	20	4,8	37,0
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	KORVA	10	2,4	18,5
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	TERVTA	14	3,3	25,9
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	OMPEL	4	1,0	7,4
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	KUULO	23	5,5	42,6
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	VERENP	42	10,0	77,8
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	ATKKAR	4	1,0	7,4
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	LIHASK	10	2,4	18,5
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	KOTIKÄ	10	2,4	18,5
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	HIERO	18	4,3	33,3
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	TIIMIR	10	2,4	18,5
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	KÄVTES	9	2,1	16,7
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	SAUVAK	10	2,4	18,5
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	TASAP	7	1,7	13,0
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	KUNTOS	31	7,4	57,4
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	ENSIAP	16	3,8	29,6
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	ERITYIS	16	3,8	29,6
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	AKTIVO	20	4,8	37,0
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	LIIKPAIN	5	1,2	9,3
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	LUENTO	28	6,7	51,9
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	IPHOIVA	18	4,3	33,3
Olen suorittanut / tuottanut palveluista	IPKERHO	40	9,5	74,1
Olen suorittanut / tuottanut jotain muut	MUUTA	16	3,8	29,6
		-----	-----	-----
	Total responses	420	100,0	777,8

114 missing cases; 54 valid cases

Abbreviated Extended

Group \$Tieto

(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia e	ESITE	91	24,0	54,5
Olen ollut Oppimisneuvolan tiedotus/koul	TIEDOTU	91	24,0	54,5
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia l	LEHTIA	52	13,7	31,1
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia I	INTER	68	17,9	40,7
Olen nähnyt Oppimisneuvolasta kertovia I	INTRA	55	14,5	32,9
Olen nähnyt/kuullut Oppimisneuvolasta jo	MUUTIE	18	4,7	10,8
En ole nähnyt tai kuullut mitään Oppimis	EITIE	4	1,1	2,4
		-----	-----	-----
	Total responses	379	100,0	226,9

1 missing cases; 167 valid cases

Group \$Tietoka

(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	OPISK	124	39,4	73,8
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	OPETT	143	45,4	85,1
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	MUUHLÖ	30	9,5	17,9
Olen saanut tietoa Oppimisneuvolan palve	MUUAL	16	5,1	9,5
En ole saanut tietoa Oppimisneuvolan pal	EITIEETO	2	,6	1,2
		-----	-----	-----
	Total responses	315	100,0	187,5

0 missing cases; 168 valid cases

VÄITTÄMÄT

Toiminta on tarpeetonta.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	29	17,3	17,5	17,5
	Eri mieltä.	70	41,7	42,2	59,6
	En samaa/En eri mieltä.	18	10,7	10,8	70,5
	Samaa mieltä.	3	1,8	1,8	72,3
	Täysin samaa mieltä.	6	3,6	3,6	75,9
	En osaa sanoa.	40	23,8	24,1	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Toiminta on tarpeetonta.

N	Valid	126
	Missing	0
Mean		2,10

Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	2	1,2	1,2	1,2
	Eri mieltä.	13	7,7	7,8	9,0
	En samaa/En eri mieltä.	25	14,9	15,1	24,1
	Samaa mieltä.	52	31,0	31,3	55,4
	Täysin samaa mieltä.	16	9,5	9,6	65,1
	En osaa sanoa.	58	34,5	34,9	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.

N	Valid	108
	Missing	0
Mean		3,62

Alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	4	2,4	2,4	2,4
	Eri mieltä.	47	28,0	28,0	30,4
	En samaa/En eri mieltä.	33	19,6	19,6	50,0
	Samaa mieltä.	39	23,2	23,2	73,2
	Täysin samaa mieltä.	18	10,7	10,7	83,9
	En osaa sanoa.	27	16,1	16,1	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa.

N	Valid	141
	Missing	0
Mean		3,14

Hoitotyöopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	11	6,5	6,6	6,6
	En samaa/En eri mieltä.	17	10,1	10,2	16,8
	Samaa mieltä.	47	28,0	28,1	44,9
	Täysin samaa mieltä.	31	18,5	18,6	63,5
	En osaa sanoa.	61	36,3	36,5	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Hoitotyöopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.

N	Valid	106
	Missing	0
Mean		3,92

Hoitotyöopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	4	2,4	2,4	2,4
	Eri mieltä.	19	11,3	11,4	13,9
	En samaa/En eri mieltä.	15	8,9	9,0	22,9
	Samaa mieltä.	58	34,5	34,9	57,8
	Täysin samaa mieltä.	16	9,5	9,6	67,5
	En osaa sanoa.	54	32,1	32,5	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Hoitotyöopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.

N	Valid	112
	Missing	0
Mean		3,56

Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	3	1,8	1,8	1,8
	En samaa/En eri mieltä.	19	11,3	11,4	13,3
	Samaa mieltä.	76	45,2	45,8	59,0
	Täysin samaa mieltä.	30	17,9	18,1	77,1
	En osaa sanoa.	38	22,6	22,9	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.

N	Valid	128
	Missing	0
Mean		4,04

Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	16	9,5	9,7	10,3
	En samaa/En eri mieltä.	30	17,9	18,2	28,5
	Samaa mieltä.	56	33,3	33,9	62,4
	Täysin samaa mieltä.	19	11,3	11,5	73,9
	En osaa sanoa.	43	25,6	26,1	100,0
	Total	165	98,2	100,0	
Missing	System	3	1,8		
Total		168	100,0		

Statistics

Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.

N	Valid	122
	Missing	0
Mean		3,62

Nimi kuvaa hyvin toimintaa.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	5	3,0	3,0	3,0
	Eri mieltä.	27	16,1	16,2	19,2
	En samaa/En eri mieltä.	25	14,9	15,0	34,1
	Samaa mieltä.	75	44,6	44,9	79,0
	Täysin samaa mieltä.	12	7,1	7,2	86,2
	En osaa sanoa.	23	13,7	13,8	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Nimi kuvaa hyvin toimintaa.

N	Valid	144
	Missing	0
Mean		3,43

Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	13	7,7	7,8	7,8
	En samaa/En eri mieltä.	26	15,5	15,7	23,5
	Samaa mieltä.	47	28,0	28,3	51,8
	Täysin samaa mieltä.	18	10,7	10,8	62,7
	En osaa sanoa.	62	36,9	37,3	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.

N	Valid	104
	Missing	0
Mean		3,67

Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	9	5,4	5,4	6,0
	En samaa/En eri mieltä.	38	22,6	22,6	28,6
	Samaa mieltä.	33	19,6	19,6	48,2
	Täysin samaa mieltä.	5	3,0	3,0	51,2
	En osaa sanoa.	82	48,8	48,8	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.

N	Valid	86
	Missing	0
Mean		3,37

Opiskelijat perehdytetään harjoitteluun hyvin.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	6	3,6	3,6	3,6
	Eri mieltä.	17	10,1	10,1	13,7
	En samaa/En eri mieltä.	25	14,9	14,9	28,6
	Samaa mieltä.	31	18,5	18,5	47,0
	Täysin samaa mieltä.	8	4,8	4,8	51,8
	En osaa sanoa.	81	48,2	48,2	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Opiskelijat perehdytetään harjoitteluun hyvin.

N	Valid	87
	Missing	0
Mean		3,21

Hoitotyöopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	2	1,2	1,2	1,2
	Eri mieltä.	9	5,4	5,4	6,5
	En samaa/En eri mieltä.	26	15,5	15,5	22,0
	Samaa mieltä.	44	26,2	26,2	48,2
	Täysin samaa mieltä.	9	5,4	5,4	53,6
	En osaa sanoa.	78	46,4	46,4	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Hoitotyöopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.

N	Valid	90
	Missing	0
Mean		3,54

Ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	2	1,2	1,2	1,8
	En samaa/En eri mieltä.	8	4,8	4,8	6,6
	Samaa mieltä.	60	35,7	35,9	42,5
	Täysin samaa mieltä.	35	20,8	21,0	63,5
	En osaa sanoa.	61	36,3	36,5	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Ohjaava terveydenhoitaja on ammattitaitoinen.

N	Valid	106
	Missing	0
Mean		4,19

Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	5	3,0	3,0	3,6
	En samaa/En eri mieltä.	24	14,3	14,5	18,1
	Samaa mieltä.	39	23,2	23,5	41,6
	Täysin samaa mieltä.	16	9,5	9,6	51,2
	En osaa sanoa.	81	48,2	48,8	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.

N	Valid	85
	Missing	0
Mean		3,75

Asiakaspalautetta ei huomioida.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	10	6,0	6,0	6,0
	Eri mieltä.	32	19,0	19,3	25,3
	En samaa/En eri mieltä.	26	15,5	15,7	41,0
	Samaa mieltä.	5	3,0	3,0	44,0
	Täysin samaa mieltä.	4	2,4	2,4	46,4
	En osaa sanoa.	89	53,0	53,6	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Asiakaspalautetta ei huomioida.

N	Valid	77
	Missing	0
Mean		2,49

Hoitotilat ovat toimivat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	5	3,0	3,0	3,0
	Eri mieltä.	24	14,3	14,5	17,5
	En samaa/En eri mieltä.	31	18,5	18,7	36,1
	Samaa mieltä.	36	21,4	21,7	57,8
	Täysin samaa mieltä.	1	,6	,6	58,4
	En osaa sanoa.	69	41,1	41,6	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Hoitotilat ovat toimivat.

N	Valid	97
	Missing	0
Mean		3,04

Perille on helppo löytää.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	20	11,9	12,0	12,0
	Eri mieltä.	64	38,1	38,6	50,6
	En samaa/En eri mieltä.	15	8,9	9,0	59,6
	Samaa mieltä.	33	19,6	19,9	79,5
	Täysin samaa mieltä.	8	4,8	4,8	84,3
	En osaa sanoa.	26	15,5	15,7	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Perille on helppo löytää.

N	Valid	140
	Missing	0
Mean		2,61

Tilojen sijainti on huono.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	5	3,0	3,0	3,0
	Eri mieltä.	27	16,1	16,2	19,2
	En samaa/En eri mieltä.	27	16,1	16,2	35,3
	Samaa mieltä.	44	26,2	26,3	61,7
	Täysin samaa mieltä.	15	8,9	9,0	70,7
	En osaa sanoa.	49	29,2	29,3	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Tilojen sijainti on huono.

N	Valid	118
	Missing	0
Mean		3,31

Työvälineet ovat nykyaikaisia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	8	4,8	4,8	4,8
	En samaa/En eri mieltä.	18	10,7	10,7	15,5
	Samaa mieltä.	67	39,9	39,9	55,4
	Täysin samaa mieltä.	17	10,1	10,1	65,5
	En osaa sanoa.	58	34,5	34,5	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Työvälineet ovat nykyaikaisia.

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		3,85

Työvälineet ovat puuttelliset.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	8	4,8	4,8	4,8
	Eri mieltä.	29	17,3	17,4	22,2
	En samaa/En eri mieltä.	41	24,4	24,6	46,7
	Samaa mieltä.	9	5,4	5,4	52,1
	Täysin samaa mieltä.	1	,6	,6	52,7
	En osaa sanoa.	79	47,0	47,3	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Työvälineet ovat puuttelliset.

N	Valid	88
	Missing	0
Mean		2,61

Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	6	3,6	3,6	3,6
	Eri mieltä.	38	22,6	22,8	26,3
	En samaa/En eri mieltä.	35	20,8	21,0	47,3
	Samaa mieltä.	8	4,8	4,8	52,1
	En osaa sanoa.	80	47,6	47,9	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.

N	Valid	87
	Missing	0
Mean		2,52

Palvelut ovat monipuolisia.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	10	6,0	6,0	6,0
	En samaa/En eri mieltä.	24	14,3	14,5	20,5
	Samaa mieltä.	69	41,1	41,6	62,0
	Täysin samaa mieltä.	9	5,4	5,4	67,5
	En osaa sanoa.	54	32,1	32,5	100,0
	Total	166	98,8	100,0	
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Palvelut ovat monipuolisia.

N	Valid	112
	Missing	0
Mean		3,69

Hinta-laatusuhde on hyvä.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	9	5,4	5,4	6,0
	En samaa/En eri mieltä.	22	13,1	13,2	19,2
	Samaa mieltä.	49	29,2	29,3	48,5
	Täysin samaa mieltä.	23	13,7	13,8	62,3
	En osaa sanoa.	63	37,5	37,7	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Hinta-laatusuhde on hyvä.

N	Valid	104
	Missing	0
Mean		3,81

Palvelut ovat kalliita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	13	7,7	7,9	7,9
	Eri mieltä.	51	30,4	30,9	38,8
	En samaa/En eri mieltä.	28	16,7	17,0	55,8
	Samaa mieltä.	10	6,0	6,1	61,8
	En osaa sanoa.	63	37,5	38,2	100,0
	Total	165	98,2	100,0	
Missing	System	3	1,8		
Total		168	100,0		

Statistics

Palvelut ovat kalliita.

N	Valid	102
	Missing	0
Mean		2,34

Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	9	5,4	5,4	5,4
	En samaa/En eri mieltä.	19	11,3	11,4	16,8
	Samaa mieltä.	57	33,9	34,1	50,9
	Täysin samaa mieltä.	21	12,5	12,6	63,5
	En osaa sanoa.	61	36,3	36,5	100,0
	Total	167	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		168	100,0		

Statistics

Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.

N	Valid	106
	Missing	0
Mean		3,85

Aukioloajat ovat sopivat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	8	4,8	4,8	5,4
	En samaa/En eri mieltä.	26	15,5	15,7	21,1
	Samaa mieltä.	57	33,9	34,3	55,4
	Täysin samaa mieltä.	15	8,9	9,0	64,5
	En osaa sanoa.	59	35,1	35,5	100,0
Total	166	98,8	100,0		
Missing	System	2	1,2		
Total		168	100,0		

Statistics

Aukioloajat ovat sopivat.

N	Valid	107
	Missing	0
Mean		3,72

Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	15	8,9	8,9	8,9
	Eri mieltä.	72	42,9	42,9	51,8
	En samaa/En eri mieltä.	24	14,3	14,3	66,1
	Samaa mieltä.	5	3,0	3,0	69,0
	Täysin samaa mieltä.	1	,6	,6	69,6
	En osaa sanoa.	51	30,4	30,4	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.

N	Valid	117
	Missing	0
Mean		2,19

Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	7	4,2	4,3	4,9
	En samaa/En eri mieltä.	25	14,9	15,2	20,1
	Samaa mieltä.	77	45,8	47,0	67,1
	Täysin samaa mieltä.	16	9,5	9,8	76,8
	En osaa sanoa.	38	22,6	23,2	100,0
	Total	164	97,6	100,0	
Missing	System	4	2,4		
Total		168	100,0		

Statistics

Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.

N	Valid	126
	Missing	0
Mean		3,79

Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin eri mieltä.	1	,6	,6	,6
	Eri mieltä.	8	4,8	4,8	5,4
	En samaa/En eri mieltä.	15	8,9	8,9	14,3
	Samaa mieltä.	85	50,6	50,6	64,9
	Täysin samaa mieltä.	17	10,1	10,1	75,0
	En osaa sanoa.	42	25,0	25,0	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Statistics

Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.

N	Valid	126
	Missing	0
Mean		3,87

Palvelu on ystävällistä.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eri mieltä.	2	1,2	1,2	1,2
	En samaa/En eri mieltä.	10	6,0	6,1	7,3
	Samaa mieltä.	69	41,1	41,8	49,1
	Täysin samaa mieltä.	22	13,1	13,3	62,4
	En osaa sanoa.	62	36,9	37,6	100,0
	Total	165	98,2	100,0	
Missing	System	3	1,8		
Total		168	100,0		

Statistics

Palvelu on ystävällistä.

N	Valid	103
	Missing	0
Mean		4,08

Harjoittelua Oppimisneuvolassa. * Suosittelisin Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille.**Crosstab**

			Suosittelisin Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille.			Total
			Kyllä	En	En osaa sanoa.	
Harjoittelua Oppi-Ei misneuvolassa.	Count	7	27	78	112	
	% within Harjoittelua Oppimisneuvolassa.	6,3%	24,1%	69,6%	100,0%	
Kyllä	Count	28	18	6	52	
	% within Harjoittelua Oppimisneuvolassa.	53,8%	34,6%	11,5%	100,0%	
Total	Count	35	45	84	164	
	% within Harjoittelua Oppimisneuvolassa.	21,3%	27,4%	51,2%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	62,533	2	0,000
Likelihood Ratio	66,054	2	0,000
Linear-by-Linear Association	61,971	1	0,000
N of Valid Cases	164		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,10.

Suosittelisin Oppimisneuvola harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	35	20,8	21,3	21,3
	En	45	26,8	27,4	48,8
	En osaa sanoa.	84	50,0	51,2	100,0
	Total	164	97,6	100,0	
Missing	System	4	2,4		
Total		168	100,0		

Suosittelisin Oppimisneuvolan palveluja ystäväilleni.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	72	42,9	43,6	43,6
	En	12	7,1	7,3	50,9
	En osaa sanoa.	81	48,2	49,1	100,0
	Total	165	98,2	100,0	
Missing	System	3	1,8		
Total		168	100,0		

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle terveyspalveluiden tuottajana.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Huono	3	1,8	1,8	1,8
	Tyydyttävä	20	11,9	12,1	13,9
	Hyvä	71	42,3	43,0	57,0
	Erittäin hyvä	14	8,3	8,5	65,5
	Kiitettävä	2	1,2	1,2	66,7
	En osaa sanoa.	55	32,7	33,3	100,0
	Total	165	98,2	100,0	
Missing	System	3	1,8		
Total		168	100,0		

Statistics

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle terveyspalveluiden tuottajana.

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2,93

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Huono	26	15,5	15,8	15,8
	Tyydyttävä	48	28,6	29,1	44,8
	Hyvä	30	17,9	18,2	63,0
	Erittäin hyvä	8	4,8	4,8	67,9
	Kiitettävä	1	,6	,6	68,5
	En osaa sanoa.	52	31,0	31,5	100,0
	Total	165	98,2	100,0	
Missing	System	3	1,8		
Total		168	100,0		

Statistics

Yleisarvosanani Oppimisneuvolalle opiskelijoiden harjoittelupaikkana.

N	Valid	113
	Missing	0
Mean		2,20

KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULUN HENKILÖSTÖN VASTAUKSIA AVOIMIIN KYSYMYKSIIN

Mitä seuraavista Oppimisneuvolasta kertovaa olette nähneet tai kuulleet? muuta, mitä?

”sähköpostia” *mainittiin 10 kertaa*
”puskaradio”
”ruokapöytäkeskusteluissa tullut esille”
”kuulin työkaverilta”

Mistä olette saaneet tietoa Oppimisneuvolan palveluista ja toiminnoista? muualta, mistä?

”sähköposti” *mainittiin 5 kertaa*

Olkaa hyvä ja rastittakaa seuraavista käyttämäenne Oppimisneuvolan palvelu/palvelut. muuta, mitä?

”terveysensiapu”
”jalkahoito”
”rasva% -mittaus” *mainittiin 3 kertaa*
”työpisteen ergonomia”
”pituus, paino”
”opiskelijoita ja henkilökuntaa projekteissa”

Suosittelisitteko Oppimisneuvolan palveluja ystäville? Kyllä. miksi?

edullinen, halpa, hyvä hinta-laatusuhde *mainittiin 13 kertaa*
ystävällinen, hyvä, nopea palvelu *mainittiin 10 kertaa*
opiskelija – asiakas -hyöty *mainittiin 6 kertaa*

”Itse olen saanut hyvää palvelua, kun olen siellä käynyt.”
”Hinta-laatusuhde.”
”Edullisia, tukee opiskelijoita.”
”Kuuleman mukavaa palvelua ja halpa.”

”Molemminpuolinen hyöty asiakas-opiskelija. Hinta ja palvelu ok.”

”Jonottamatta edullista terveydenhoitoa.”

”Jotta opiskelijat saisivat arvokasta kokemusta.”

Suosittelisitteko Oppimisneuvolaa harjoittelupaikaksi hoitotyönopiskelijoille? Kyllä. miksi?

käytännön työssä oppiminen *mainittiin* *7 kertaa*

luovuus, monipuolisuus, oma-aloitteisuus, itsenäisyys

mainittiin *4 kertaa*

”Vain luovuus esteenä oppimismahdollisuuksille.”

”Opiskelijat oppivat monenlaisia asioita, mm. suunnittelua, itseohjautuvuutta, ryhmien ohjaustaitoja.”

”Oppii itsenäistäänkin päätöksentekoa ja opittavan ilmiön laaja-alaisuutta.”

”Erilainen harjoittelupaikka.”

”Käytännön työssä oppii parhaiten.”

”oppii oma-aloitteisuutta, joustavuutta, asiakastietojen, kädentaitojen, ohjausvalmiudet paranevat”

En. miksi?

”Asiakkaiden puute.”

”Keinotekoinen harj.paikka.”

Tähän voitte halutessanne kirjoittaa palautetta ja ideoita Oppimisneuvolalle.

mainonta *mainittiin* *5 kertaa*

markkinointiehdotus *annettiin* *3 kertaa*

”Markkinoikaa palvelujanne hieman enemmän.”

”Suunnitelkaa markkinointikampanja yhdessä markkinoinnin opiskelijoiden/Kajabilityn kanssa.”

”Palveluja voisi välillä ”jalkauttaa” esim. verenpaineen mittauksia voisi kampanjomaisesti tarjota vaikka joinakin iltapäivinä myös Taito 1, Tieto 1 ja 3 kahvihuoneissa – sa-

malla voisi esitellä myös muita palveluja amk:n henkilöstölle. Paikka on nyt syrjäinen ainakin Taito 1 katsottuna.”

OPISKELIJOIDEN VASTAUKSIA AVOIMIIN KYSYMYKSIIN

Mitä seuraavista Oppimisneuvolasta kertovaa olette nähneet tai kuulleet? muuta, mitä?

kuulopuhe, toisten kertomaa

mainittiin 7 kertaa

”Toisten kokemuksia.”

”Kuulopuheita.”

”Kaveri kertoi harjoittelusta.”

”Opettajat ja opiskelijat ovat kertoneet.”

”Koulukavereilta.”

Mistä olette saaneet tietoa Oppimisneuvolan palveluista ja toiminnoista? muualta, mistä?

”Itse olen käynyt siellä.”

”Olen ollut siellä harjoittelussa.”

”Oppimisneuvolasta.”

”Vierailukäynti.”

”Oppimisneuvolan terveydenhoitajalta.”

”Oppimisneuvolan henkilökunta.”

”Lähipiiristä.”

Olkaa hyvä ja rastittakaa seuraavista käyttämäenne Oppimisneuvolan palvelu/palvelut. muuta, mitä?

”Lukibussi-projekti”

”Päihderata.”

”Kaksosten hoito, lastenhoito”

”Auttanut vanhempia lastenhoidossa, (ennaltaehkäisevää mt-toimintaa)”

”Pikkujoulujen organisointi/toteutus.”

”Esikoululaisten terveystoiminta”

”Ikääntyvien ATK.”

”Lastenhoitopalvelu.”

”Vesi/allasjumppa.”

”Lastenhoitoapu.”

”Vanhusten viriketuokio.”

Suosittelisitteko Oppimisneuvolaa harjoittelupaikaksi toisille opiskelijoille?

Kyllä. Miksi?

luovuus, monipuolisuus, saa suunnitella *mainittiin 7 kertaa*

opiskelunvaihe *mainittiin 6 kertaa*

”Varmasti hyvä paikka, jos tykkää suunnitella asioita ja haluaa oppia neuvolatyyppistä toimintaa.”

”Sitten kun opinnot ovat tarpeeksi pitkällä ja on jo taitoa karttunut esim. eril.tarkastukset esim. toisella opintovuodella.”

”Tukee omaa ammatti-identiteettiä ja –kasvua.”

”Vain jos opiskelijalla hyvät kliiniset taidot.”

”Itsenäinen työ, luovuutta saa käyttää.”

”Monipuolinen.”

”Hyvä paikka.”

”Näkee/tutustuu eri palveluihin.”

”Saa järjestää tapahtumia.”

”Riippuu, mikä harjoittelujakso kyseessä.”

”Saa kokemusta asiakaspalvelusta ja voi tehdä itsenäistä työtä ohjauksessa.”

En. Miksi?

<i>ei vastaa käytännön työtä, ei opi</i>	<i>mainittiin</i>	<i>17 kertaa</i>
<i>ei sovi kaikille harjoittelujaksoille, sairaanhoitajaopiskelijoille</i>	<i>mainittiin</i>	<i>10 kertaa</i>
<i>kuullut huonoa palautetta</i>	<i>mainittiin</i>	<i>10 kertaa</i>

”Se ei vastaa työkenttiä.”

”Ei sovi harjoittelujaksoille, joissa pitäisi oppia esim. kirurgiaa jne.”

”Ei välttämättä vastaa sitä, mitä opiskelee.”

”Olen kuullut, että Oppimisneuvolassa ei saa kuvaa työn kentän arjesta.”

”Siellä ei opi sh:n työstä tarv.asioita.”

”Koska olen kuullut, että se ei ole kunnollinen oppimispaikka sairaanhoitajaopiskelijalle.”

”Siellä ei välttämättä opi ko. opintokokonaisuuden kannalta tärkeitä asioita.”

”Ei sovellu kaikkeen harjoitteluun.”

”Mitä siellä oppii esim. kirurgiasta!?”

Suosittelisitteko Oppimisneuvolan palveluja ystävilleesi?

Kyllä. Miksi?

<i>edullinen, halpa, hyvä hinta-laatusuhde</i>	<i>mainittiin</i>	<i>38 kertaa</i>
--	-------------------	------------------

”Palvelut ovat hyvätasoisia ja palvelu ystävällistä.”

”Palvelut ovat halpoja ja samalla opiskelijoilla on mahdollisuus oppia tuottamaan erilaisia palveluja.”

”Edullisia terveystalveluja.”

”Halvalla hyvää.”

”Huokea ja hyvä palvelu.”

”Hinta-laatusuhde, ystävällinen palvelu.”

”Se vaikuttaa hyvältä paikalta.”

”Asiantuntevaa, laadukasta, suhteellisen edullista.”

”Tarjolla monipuolisia palveluja.”

En. Miksi?

”Esim. hieronnan suorittaa ammattitaidoton tekijä.”

”Ei ole kokemusta mitä suositella.”

Tähän voit halutessasi kirjoittaa palautetta ja ideoita Oppimisneuvolalle.

ei sovi kaikille harjoittelujaksoille, sairaanhoitajaopiskelijoille

mainittiin 17 kertaa

”pakko”

mainittiin 12 kertaa

kuulopuheet, negatiivista palautetta

mainittiin 7 kertaa

perehdyttäminen, ohjaus

mainittiin 5..kertaa

”En ole itse ollut harjoittelussa Oppimisneuvolassa, mutta minulla on käsitys, että sinne laitetaan (joskus jopa pakotetaan) opiskelijat, joille ei ole järjestynyt tilaa muissa paikoissa (esim. KASS:ssa).”

”Ne opiskelijat, jotka ovat olleet muualla harjoittelussa, ovat saaneet enemmän tietoa ja todellisen kuvan eri osastoista. Esim. ei Oppimisneuvola voi verrata psykiatriin osastoihin.”

”Oppimisneuvolan olisi syytä kannustaa opiskelijoita positiivisin keinoin harjoittelemaan sinne ja lisäksi täytyisi jotenkin taata, että kaikki tarvittavat kädentaidot voi saada myös siltä samalla lailla kuin esim. sairaalassa. Jos ei voi taata ei tulisi suosia harjoittelupaikaksi!”

”Eryteisesti terv.hoit.opiskelijoille hyvä harjoittelupaikka, sh-opiskelijoille ei niin hyvä, koska siellä ei opi ns. osastotaitoja.”

”Kannattaa miettiä aina tarkoin, minkä jakson harjoittelijoita ottaa Oppimisneuvolaan. Esim. jos ei ole näköpiirissä ollenkaan mielenterveystyöhön liittyvää hommaa, ei välttämättä kannata ottaa mt-työn opiskelijoita jne.”

”Oppimisneuvolaan voisi järjestää enemmän vapaasti valittavia opintoja. Tällä tavalla opiskelijoilla olisi mahdollisuus itse valita haluaako hän tulla Oppimisneuvolaan vai ei!”

”Valinnanvaraa Oppimisneuvolan suhteen, kiitos.”

”Oppimisneuvola on terveydenhoitajaopiskelijoille parempi harjoittelupaikka kuin sh-opiskelijoille. Itse sh-opiskelijana en jaksanut motivoitua sen tyyppiseen harjoittelupaikkaan.”

”Pitäisi miettiä, mitä harjoitteluja opiskelijat Oppimisneuvolassa voisivat suorittaa. Ei saisi ketään ns. ”pakottaa”, koska ei silloin hirmu hyvä harjoittelumotivaatio.”

”En ole varma Oppimisneuvolan soveltuvuudesta kaikkiin harjoittelujaksoihin, mutta palvelut, joita sieltä saa ovat varmasti hyviä ja halpoja.”

		keskiarvo	EOS %	keskiarvo	EOS %
Liikeidea	Alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa.	3,14	16,1 %	2,1	12,7 %
Liikeidea	Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.	3,62	34,9 %	4,26	24,2 %
Liikeidea	Toiminta on tarpeetonta.	2,1	24,1 %	1,44	22,6 %
Toimintatapa	Asiakkaat saavat uusinta terveystietotaitoa.	4,04	22,9 %	3,96	28,6 %
Toimintatapa	Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.	3,56	32,5 %	3,93	31,7 %
Yrityskulttuuri	Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitua.	3,92	36,5 %	3,61	55,6 %
Viestintä	Esitteet kuvaavat hyvin palveluita.	3,67	37,3 %	3,68	31,3 %
Viestintä	Nimi kuvaa hyvin toimintaa.	3,43	13,8 %	3,93	14,1 %
Viestintä	Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.	3,62	26,1 %	3,76	23,4 %
Johto	Asiakaspalaute käsitellään nopeasti.	3,37	48,8 %	3,62	38,1 %
Johto	Asiakaspalautetta ei huomioida.	2,49	53,6 %	2,12	59,7 %
Johto	Opiskelijat perehdytetään harjoitteluun hyvin.	3,21	48,2 %	3,69	44,4 %
Johto	Hoitotyönopiskelijat saavat rakentavaa palautetta.	3,54	46,4 %	3,88	61,9 %
Johto	Ohjaava terveydenhoitoja on ammattitaitoinen.	4,19	36,5 %	4,35	31,7 %
Johto	Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.	3,75	48,8 %	3,54	58,7 %
Toimitilat	Perille on helppo löytää.	2,61	15,7 %	2,94	17,5 %
Toimitilat	Tilojen sijainti on huono.	3,31	29,3 %	2,94	23,8 %
Toimitilat	Hoitotilat ovat toimivat.	3,04	41,6 %	3,55	30,2 %
Tarpeisto	Työvälineet ovat nykyaikaisia.	3,85	34,5 %	3,76	41,3 %
Tarpeisto	Työvälineet ovat puutteelliset.	2,61	47,3 %	2,43	52,4 %
Tuote	Palvelut ovat monipuolisia.	3,69	32,5 %	3,77	23,8 %
Tuote	Tarjotuille palveluille ei ole kysyntää.	2,52	47,9 %	2,5	49,2 %
Hinnoittelu	Hinta-laatusuhde on hyvä.	3,81	37,7 %	4,17	34,9 %
Hinnoittelu	Palvelut ovat kalliita.	2,34	38,2 %	1,86	33,3 %
Palvelu	Asiakkaan yksityisyys huomioidaan.	3,85	36,5 %	3,98	30,2 %
Palvelu	Aukioloajat ovat sopivat.	3,72	35,5 %	3,68	39,7 %
Palvelu	Hoitotyönopiskelijat eivät osaa suorittaa tarjottuja palveluita.	2,19	30,4 %	2,14	31,7 %
Palvelu	Hoitotyönopiskelijat omaavat tarvittavat perustaidot.	3,79	23,2 %	4,04	24,2 %
Palvelu	Hoitotyönopiskelijat pukeutuvat asianmukaisesti.	3,87	25,0 %	3,81	25,4 %
Palvelu	Palvelu on ystävällistä.	4,08	37,6 %	4,33	28,6 %

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.	108	3,62	,944	,091

One-Sample Test

	Test Value = 4.26					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.	-7,038	107	,000	-,640	-,82	-,46

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvoista.

Sig-arvo: 0,000

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on -0,640. Luottamusvälin alaraja on 4,26 – 0,82 ja yläraja 4,26 -0,46, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä 3,44 – 3,8.

Tulkinta:

H_1 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,000$). Henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että Oppimisneuvolan tavoite, oppia tekemällä, toteutuu.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.	85	3,75	,872	,095

One-Sample Test

	Test Value = 3.54					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.	2,252	84	,027	,213	,02	,40

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvoista.

Sig-arvo: 0,027

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on 0,213. Luottamusvälin alaraja on $3,54 + 0,02$ ja yläraja $3,54 + 0,40$, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä $3,56 - 3,94$.

Tulkinta:

H_1 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,027$). Opiskelijat olivat enemmän sitä mieltä, että ohjausta opiskelijoille pitää olla enemmän.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.	106	3,92	,933	,091

One-Sample Test

	Test Value = 3.61					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.	3,471	105	,001	,315	,13	,49

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvoista.

Sig-arvo: 0,001

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on 0,315. Luottamusvälin alaraja on $3,61 + 0,13$ ja yläraja $3,61 + 0,49$, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä $3,74 - 4,1$.

Tulkinta:

H_1 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,001$). Opiskelijat olivat enemmän sitä mieltä, että hoitotyönopiskelijat saavat toteuttaa luovasti ideoitaan palveluita tuottaessaan.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa.	141	3,14	1,106	,093

One-Sample Test

	Test Value = 2.1					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Alan käytännön taitoja ei opita Oppimisneuvolassa.	11,188	140	,000	1,042	,86	1,23

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvoista.

Sig-arvo: 0,000

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on 1,042. Luottamusvälin alaraja on $2,1 + 0,86$ ja yläraja $2,1 + 1,23$, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä $2,96 - 3,33$.

Tulkinta:

H_1 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti merkitsevästi ($p=0,000$). Henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että käytännön taitoja opitaan Oppimisneuvolassa, kun opiskelijat olivat sitä, mieltä että näin aivan tapahdu.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.	112	3,56	1,046	,099

One-Sample Test

	Test Value = 3.93					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
	Lower	Upper				
Hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.	-3,716	111	,000	-,368	-,56	-,17

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvoista.

Sig-arvo: 0,000

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on -0,368. Luottamusvälin alaraja on $3,93 - 0,56$ ja yläraja $3,93 + 0,17$, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä $3,37 - 3,76$.

Tulkinta:

H_1 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,000$). Henkilöstö oli enemmän sitä mieltä, että hoitotyönopiskelijat saavat käytännönläheisiä työtehtäviä.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.	122	3,62	,930	,084

One-Sample Test

	Test Value = 3.76					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Palveluita ei mainosteta tarpeeksi.	-1,628	121	,106	-,137	-,30	,03

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta.

Sig-arvo: 0,106

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on -0,137. Luottamusvälin alaraja on 3,76 – 0,30 ja yläraja 3,76 + 0,03, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä 3,46 – 3,79.

Tulkinta:

H_0 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta ($p=0,106$). Molemmat olivat sitä mieltä, että palveluita ei mainosteta tarpeeksi.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Perille on helppo löytää.	140	2,61	1,161	,098

One-Sample Test

	Test Value = 2.94					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Dif- ference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Perille on helppo löytää.	-3,392	139	,001	-,333	-,53	-,14

H_0 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo ei poikkea henkilöstön vastausten keskiarvosta.

H_1 : Opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta.

Sig-arvo: 0,001

Opiskelijoiden keskiarvon ja henkilöstön keskiarvon erotus on -0,333. Luottamusvälin alaraja on 2,94 - 0,53 ja yläraja 2,94 - 0,14, joten perusjoukon keskiarvo on 95 % varmuudella välillä 2,41 - 2,8.

Tulkinta:

H_1 hyväksytään, opiskelijoiden vastausten keskiarvo poikkeaa henkilöstön vastausten keskiarvosta tilastollisesti erittäin merkitsevästi ($p=0,001$). Opiskelijat olivat enemmän sitä mieltä, että perille ei löydä helposti.