



raportteja

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Hakijatutkimus 2016

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Jorma Kananen

Hakijatutkimus 2016

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUN RAPORTTEJA 29

JORMA KANANEN

Hakijatutkimus 2016

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU

jamk.fi

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUN RAPORTTEJA -SARJA
Toimittaja • Teemu Makkonen

© 2017

Tekijät & Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Jorma Kananen

HAKIJATUTKIMUS 2016
Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Ulkoasu • JAMK/Pekka Salminen
Taitto ja paino • Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print • 2017

ISBN 978-951-830-446-6 (Painettu)
ISBN 978-951-830-447-3 (PDF)
ISSN-L 1795-3766

JAKELU

Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto
PL 207, 40101 Jyväskylä
Rajakatu 35, 40200 Jyväskylä
Puh. 040 552 6541
Sähköposti: julkaisut@jamk.fi
www.jamk.fi/julkaisut

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	7
ABSTRACT	8
JOHDANTO	9
1 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET	10
1.1 Tutkimuskysymykset	10
1.2 Kyselylomakkeen rakenne	11
2 VASTANNEIDEN TAUSTATIEDOT	14
3 SPONTAANIT MIELIKUVAT JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUSTA	19
4 MIELIKUVAT JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUSTA	26
5 ERI TIETOLÄHTEIDEN MERKITYS HAETTAESSA JAMKIIN	29
6 SOSIAALISEN MEDIAN MERKITYS TIETOLÄHTEENÄ	33
7 JYVÄSKYLÄN KAUPUNGIN VAIKUTUS VETOVOIMATEKIJÄNÄ	35
8 TUTKINTO-OHJELMAN VAIKUTUS HAKUUN	37
9 JYVÄSKYLÄN AMKIN VAHVUUDET JA HEIKKOUEDET (MIELIKUVAT)	40
10 MITÄ INFORMAATIOTA ETSITÄÄN JA MITÄ LISÄINFORMAATIOTA KAIVATAAN?	42
10.1 Mitä tietoa hakijat tarvitsevat?	42
10.2 Mitä tietoa puuttui?	44
11 YHTEENVETO TUTKIMUKSESTA	47

LIITTEET	52
Liite 1. Spontaanit mielipiteet hakukohteittain	52
Liite 2. Eri tietolähteiden tärkeys koulutusaloittain hakuvaiheessa	58
Liite 3. Sosiaalisen median kanavien merkitys tietolähteinä koulutusaloittain	59
Liite 4. Eri vetovoimatekijöiden merkitys koulutusaloittain.....	60
Liite 5. Mitä jäi kaipaamaan?.....	61

TIIVISTELMÄ

Jorma Kananen

Hakijatutkimus 2016

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

(Jyväskylän ammattikorkeakoulun raportteja, 29)

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan vuonna 2016 Jyväskylän ammattikorkeakouluun (Jamk) hakeneiden opiskelijoiden mielikuvia Jyväskylän ammattikorkeakoulusta. Vastaava tutkimus toteutettiin myös vuosina 2013, 2014 ja 2015, mikä mahdollistaa tulosten vertailun aikaisempiin vuosiin ja mahdollisten muutostrendien arvioinnin.

Tutkimuksessa selvitettiin spontaaneja mielikuvia Jamkista avoimilla ja strukturoiduilla kysymyksillä. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös Jyväskylän kaupungin vaikutusta hakijoiden mielikuviin sekä tutkinto-ohjelmien roolia ja mielikuvaa. Lisäksi tarkasteltiin eri tiedonhankintakanavien roolia sekä Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuuksia ja heikkouksia.

Pitkittäistutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että mielikuvissa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ei ole tapahtunut juuri mitään muutoksia kolmen tutkimuskerran aikana.

Vuonna 2016 tutkimukseen vastasi 1167 hakijaa, mikä tarkoittaa 20 %:n vastausprosenttia (5955).

Avainsanat: hakijatutkimus, hakijat, Jyväskylän ammattikorkeakoulu

ABSTRACT

Jorma Kananen

Research on Applicants 2016

JAMK University of Applied Sciences (JAMK)

(Reports From JAMK University of Applied Sciences, 29)

This research examines how those students who applied for places in the Jyväskylä University of Applied Sciences in 2016 perceive this academic institution. A similar study was conducted also in 2013, 2014 and 2015 enabling the comparison of the results with those of the prior years and the assessment of potential trends for changes.

The research clarified spontaneous perceptions on JAMK using open and structured questions. The study also examined the influence of the Jyväskylä City on the applicants' perceptions and the roles and views of the study programs. The roles of different information channels were also examined including the strengths and weaknesses of the Jyväskylä University of Applied Sciences.

As a result of the longitudinal study it can be stated that there have been hardly any changes in the perceptions on the Jyväskylä University of Applied Sciences during the three years subject to research.

In 2016 approximately 1167 applicants responded to the research which equates to a response rate of 20% (1167/5955).

Keywords: applicants, Jyväskylä University of Applied Sciences

JOHDANTO

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Jyväskylän ammattikorkeakouluun hakeneiden mielikuvia ja näkemyksiä Jyväskylän ammattikorkeakoulusta, Jyväskylästä opiskelupaikkana, tutkinto-ohjelmista ja tiedonhankintakanavista. Tutkimus on pitkäikäistutkimus, ja vastaava tutkimus on toteutettu vuosina 2013, 2014 ja 2015. Pitkäikäistutkimus mahdollistaa muutosten ja heikkojen signaalien ennakoinnin. Tutkimus tarjoaa hyvät mahdollisuudet verrata tutkimustuloksia esimerkiksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun ulkoiseen viestintään. Tutkimus on vastaus siihen, millaisena Jyväskylän ammattikorkeakoulun toiminta näkyy potentiaalisten asiakkaiden silmissä.

Tutkimus toteutettiin verkkokyselynä toukokuussa 2016. Opintotoimisto lähetti kaikille hakeneille sähköpostikutsun tutkimukseen. Vastausprosentiksi saatiin 20 % (1167/5955), jota voidaan pitää hyvänä verkkokyselyn vastausprosenttina. Aikaisempien vuosien vastausprosentit ovat olleet samalla tasolla.

Raportissa on verrattu vuosien 2013, 2014 ja 2015 tutkimustuloksia vuoden 2016 tuloksiin. Kyseessä on pitkäikäistutkimus, jossa tarkastellaan valitujen tekijöiden kohdalla tapahtuvia muutoksia vuositasolla. Siirtymät tutkimustuloksissa ovat minimaalisia, mikä viestii Jyväskylän ammattikorkeakoulun vakiintunutta hakijamielikuvaa. Muuttumattomat tutkimustulokset indikoivat myös tutkimuksen korkeaa reliabiliteettia.

Tutkimustulokset on esitetty kokonaistuloksina erittelemättä jakaumia koulutusaloittain. Koulutusalat voivat pyytää aineistosta koulutusaloittaisen raportin erillistoimeksiantona.

Tutkimuksen toimeksiantajana toimi Jyväskylän ammattikorkeakoulun hallintoyksikkö. Työn kielenhuollosta kiitokset FK Anne Kituselle.

Jyväskylässä 31.1.2017

Jorma Kananen
tutkimuksen yliopettaja
Liiketoiminta ja palvelut -yksikkö
Jyväskylän ammattikorkeakoulu

1 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET

1.1 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tutkimuksessa pyrittiin saamaan hakijoilta vastaukset seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Millaiset ovat hakijoiden spontaanit mielikuvat Jyväskylän ammattikorkeakoulusta?
- Millaiset ovat mielikuvat valittujen muuttujien osalta?
- Mistä tietolähteistä hakijat hankkivat tietoa?
- Mikä on sosiaalisen median merkitys tiedonhankinnassa?
- Mitä tietoa hakijat etsivät hakuvaiheessa?
- Mitä lisätietoa hakijat jäivät kaipaamaan?
- Millainen on Jyväskylän kaupungin vetovoima?
- Mitkä ovat Jyväskylän ammattikorkeakoulun vetovoimatekijät?
- Mitkä ovat Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuudet ja heikkoudet?

Tutkimuksessa käytettiin taustamuuttujina: koulutusala, sukupuoli, ikää, kotipaikkaa ja taustatutkintoa.

Saatuja tutkimustuloksia voidaan verrata Jyväskylän ammattikorkeakoulun ydinviestin sisältöön eli siihen, millainen Jyväskylän ammattikorkeakoulu haluaa olla hakijoiden silmissä. Tätä vertailua ei ole tehty tässä tutkimuksessa.

1.2 KYSELYLOMAKKEEN RAKENNE

Ohessa aineistonkeruumenetelmänä käytetty kyselylomake.

AMMATTIKORKEAKOULUHAKIJOIDEN KYSELY

7-5-2012 versio 2 - Kananen & Korhonen

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää Jyväskylän ammattikorkeakouluun hakevien tiedonsaantikanavia ja mielipiteitä Jyväskylän amk:sta. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 1 x iPad (arvo 450 euroa).

1. Mille Jyväskylän ammattikorkeakoulun koulutuslalle olet hakenut ensisijaisesti (jos haet ylempään amk-tutkintoon, valitse alta vastaava koulutusala)?	<input type="radio"/> 1. Kulttuuriala (musiikki) <input type="radio"/> 2. Liiketalouden ala (tradenomi) <input type="radio"/> 3. Tietojenkäsittely: liiketalouden ala (tradenomi) <input type="radio"/> 4. Luonnonvara-ala (agrologi) <input type="radio"/> 5. Matkailu- ja ravitsemisala (restonomi) <input type="radio"/> 6. Sosiaali- ja terveysala <input type="radio"/> 7. Tekniikan ala (insinööri) <input type="radio"/> 8. ICT-ala (insinööri)
--	---

2. Mitä tulee mieleen Jyväskylän ammattikorkeakoulusta? Kirjoita yksi adjektiivi, joka tulee mieleen ensimmäisenä.	<input type="text"/>
---	----------------------

Vastaajan taustatiedot

3. Sukupuoli	<input type="radio"/> 1. mies <input type="radio"/> 2. nainen
--------------------	---

4. IKÄ	<input type="radio"/> 1. alle 20 vuotta <input type="radio"/> 2. 20-25 vuotta <input type="radio"/> 3. 26-30 vuotta <input type="radio"/> 4. 31-35 vuotta <input type="radio"/> 5. 36-40 vuotta <input type="radio"/> 6. yli 40 vuotta
--------------	---

5. Kotipaikkakunta hakieissa	<input type="radio"/> 1. Jyväskylä <input type="radio"/> 2. Jyväskylän ympäristökunta <input type="radio"/> 3. Muu Keski-Suomi <input type="radio"/> 4. Muu Suomi
------------------------------------	--

6. Tutkinto, jolla hait?	<input type="radio"/> 1. Lukio/ylioppilas <input type="radio"/> 2. Ammatillinen perustutkinto <input type="radio"/> 3. Ylioppilastutkinto ja ammatillinen perustutkinto <input type="radio"/> 4. Ammattitutkinto <input type="radio"/> 5. Avoimen ammattikorkeakoulun opinnot <input type="radio"/> 6. Jokin muu
--------------------------------	---

Jos olet ylioppilas/lukion oppimäärän suorittanut, vastaa seuraavaan kysymykseen

7. Lukion päästötodistuksen keskiarvo	<input type="radio"/> 1. yli 9 <input type="radio"/> 2. 8,1-9 <input type="radio"/> 3. 8-7,6 <input type="radio"/> 4. 7,5-7,00 <input type="radio"/> 5. 6,99-6,50 <input type="radio"/> 6. alle 6,5
---	--

Seuraavat kysymykset liittyvät mielikuviin Jyväskylän ammattikorkeakoulusta.

Kuinka hyvin tekijät kuvaavat Jyväskylän amka?	Ei iainkaan	Melko huonosti	Melko hyvin	Erittäin hyvin	En osaa sanoa
8. Kansainvälinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Nykyaikainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Työelämälahtoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Suomen paras ammattikorkeakoulu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Yrittäjyyteen kannustava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Käytännönläheinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Asiantunteva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Joustava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Erinomainen kouluttaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Nuorekas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Työelämän kehittäjä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mistä seuraavista lähteistä olet saanut tietoa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta?

Eri tietolähteiden merkitys	ei lainkaan	melko vähän	melko paljon	hyvin paljon
19. JAMKin esitteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Opintopolku.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Tuttavat, ystävät, sukulaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Messut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Jamkin www-sivut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Sanomalehdet/radio/Tv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Opinto-ohjaaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. Työvoimatoimisto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27. Sosiaalinen media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28. Oppilatosvierailut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. Jyväskylän ammattikorkeakoulun opettajat/henkilökunta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30. Jyväskylän amk-hakijapalvelut (hakutoimisto)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. Mitä tietoa hait tietolähteistä?	<input type="text"/>			
33. Jäitkö kaipaamaan jotain tietoa?	<input type="radio"/> 1. En <input type="radio"/> 2. Kyllä			
34. Jos kyllä, mitä tietoa jäit kaipaamaan tietolähteistä?	<input type="text"/>			

Oletko osallistunut tai käyttänyt seuraavia sosiaalisen median kanavia tiedonhankinnassa Jyväskylän ammattikorkeakouluun hakiessasi?

Sosiaalisen median käyttö tiedonhaussa Jamkin osalta	Ei lainkaan	Jonkin verran	Melko paljon	Erittäin paljon
35. Blogit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36. Avoimet keskustelupalstat ja foorumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
37. Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38. Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40. LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
41. Suljetut keskustelupalstat ja foorumit (extranet, suljetut asiakasyhteisöt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka paljon arvioit seuraavien tekijöiden vaikuttavan siihen, että hait yleensä Jyväskylään (Jyväskylä kaupunkina)?

Vaikutus Jyväskylään hakuun	ei lainkaan	melko vähän	melko paljon	hyvin paljon
42. Tyttö/poikaystävä asuu Jyväskylässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43. Kaverit asuvat/opiskelevat Jyväskylässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44. Vanhemmat asuvat Jyväskylässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45. Jyväskylä on opiskelijakaupunki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
46. Jyväskylän sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47. Jyväskylä on lähim opiskelukaupunki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
48. Harrastusmahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
49. Iltaelämä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50. Asunnon saaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
51. Liikenneyhteydet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Arvioi seuraavaksi, kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttivat siihen, että hait nimenomaan tiettyyn tutkinto-ohjelmaan Jyväskylän ammattikorkeakoulussa.

Arvio hausta tutkinto-ohjelmaan	ei lainkaan	melko vähän	melko paljon	hyvin paljon
52. Tutkinto-ohjelman sisällön vuoksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53. Kaveri kehui tutkinto-ohjelmaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54. Ammattikorkeakoulun maineen vuoksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
55. Tulevaisuuden mahdollisuuksien vuoksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
56. Yhteishaun säännöt ("pakko hakea")	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
57. Helppo päästä sisään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
58. Vanhempien yrittäjätausta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seuraavassa on lueteltu eri tekijöitä. Arvioi, onko tekijä Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuus vai heikkous.

Vahvuus vai heikkous	vahvuus	heikkous
59. Yrittäjäyhteistyöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
60. Käytännönläheisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
61. Monipuolinen opintotarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
62. Kansainvälisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
63. Hyvät työllistymismahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
64. Ammattitaitoinen opetushenkilökunta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

65. Vastaajan sukunimi ja etunimi

66. katuosoite

67. Postinumero

68. Postitoimipaikka

69. Puhelinnumero (gsm)

2 VASTANNEIDEN TAUSTATIEDOT

HAKIJOIDEN KOULUTUSALA

TAULUKKO 1. Tutkimusasetelma: populaatio ja vastanneet (saanti)				
	Valintakokeisiin kutsutut 2016		Tutkimukseen vastanneet 2016	
	N	%	N	%
Hakukohde				
Kulttuuriala	163	3	37	3
Liiketalouden ala + tietojenkäsittely	2414	41	359	31
Luonnonvara-ala	91	2	22	2
Matkailu- ja ravitsemisala	750	13	138	12
Sosiaali- ja terveysala	886	15	313	27
Tekniikan ala	1651	28	298	26
TOTAL CIT.	5955	100	1167	100

Tutkimukseen osallistui hakeneista (5955) 1167 eli 20 %. Vastanneita saatiin lähes populaation mukaisessa suhteessa, mutta niin, että liiketalouden hakijat olivat hieman aliedustettuina vastaajissa (31 %) ja sosiaali- ja terveysalan hakijat yliedustettuina.

VASTANNEIDEN SUKUPUOLI

TAULUKKO 2. Vastanneiden sukupuoli						
Sukupuoli	Vuosi 2014		Vuosi 2015		Vuosi 2016	
	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent
mies	443	38 %	416	35 %	491	42 %
nainen	733	62 %	784	65 %	675	58 %
TOTAL CIT.	1176	100 %	1200	100 %	1166	100 %

VASTANNEIDEN IKÄ

TAULUKKO 3. Vastanneiden ikäjakauma						
IKÄ	Vuosi 2014		Vuosi 2015		Vuosi 2016	
	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent
alle 20 vuotta	299	25 %	238	20 %	234	20 %
20–25 vuotta	427	36 %	367	30 %	415	36 %
26–30 vuotta	139	12 %	170	14 %	151	13 %
31–35 vuotta	105	9 %	146	12 %	118	10 %
36–40 vuotta	72	6 %	101	8 %	90	8 %
yli 40 vuotta	141	12 %	185	15 %	160	14 %
TOTAL CIT.	1183	100 %	1207	100 %	1168	100 %

VASTANNEIDEN KOTIPAIKKAKUNTA HAETTAESSA

TAULUKKO 4. Vastanneiden kotipaikkakunta						
Kotipaikka	Vuosi 2014		Vuosi 2015		Vuosi 2016	
	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent
Jyväskylä	463	39 %	458	38 %	388	34 %
Jyväskylän ympäristökunta	92	8 %	105	9 %	58	5 %
Muu Keski-Suomi	118	10 %	157	13 %	120	11 %
Muu Suomi	502	43 %	474	40 %	577	51 %
TOTAL CIT.	1175	100 %	1194	100 %	1143	100 %

VASTANNEIDEN POHJAKOULUTUS

TAULUKKO 5. Vastanneiden pohjakoulutus						
	Vuosi 2014		Vuosi 2015		Vuosi 2016	
Pohjakoulutus	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent
Ylioppilastutkinto ja/tai lukion oppimäärä	434	37 %	410	34 %	444	38 %
Ammatillinen perustutkinto	298	25 %	379	31 %	325	28 %
Ylioppilas ja ammatillinen perustutkinto	133	11 %	127	11 %	110	9 %
Näyttönä ammattitutkinto tai erikoisammattitutkinto	34	3 %	130	11 %	121	10 %
Yliopistotutkinto tai amk-tutkinto	271	23 %	14	1 %	13	1 %
jkin muu	15	1 %	154	13 %	158	14 %
TOTAL CIT.	1185	100 %	1214	100 %	1171	100 %

VASTANNEIDEN LUKION PÄÄSTÖTODISTUKSEN KESKIARVO

TAULUKKO 6. Vastanneiden lukion päästötodistuksen keskiarvo						
	Vuosi 2014		Vuosi 2015		Vuosi 2016	
Ylioppilastodistuksen keskiarvo	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent	No. cit.	Percent
yli 9	41	6 %	43	6 %	30	4 %
8,1–9	297	40 %	244	34 %	232	32 %
8–7,6	182	25 %	170	24 %	201	28 %
7,5–7,00	176	24 %	190	27 %	196	27 %
6,99–6,50	39	5 %	59	8 %	48	7 %
alle 6,5	8	1 %	8	1 %	8	1 %
TOTAL CIT.	743	100 %	714	100 %	715	100 %

VASTANNEIDEN LUKION PÄÄSTÖTODISTUKSEN KESKIARVO SUKUPUOLEN MUKAAN

TAULUKKO 7. Vastanneiden lukion päästötodistuksen keskiarvo sukupuolen mukaan tarkasteltuna. Chi2 = 74,12, df = 5, 1-p = >99,99%. Dependence is highly significant. Chi2 = 74,12, df = 5, 1-p = >99,99%.			
	mies	nainen	TOTAL
yli 9	0 % (1)	6 % (29)	4 % (30)
8,1-9	17 % (42)	41 % (188)	33 % (230)
8-7,6	34 % (86)	24 % (111)	28 % (197)
7,5-7,00	36 % (90)	23 % (105)	28 % (195)
6,99-6,50	12 % (29)	4 % (19)	7 % (48)
alle 6,5	2 % (5)	1 % (3)	1 % (8)
TOTAL	100 % (253)	100 % (455)	100 % (708)

Ylioppilashakijoiden keskiarvojen erot sukupuolen mukaan ovat huomattavat. Naishakijoiden keskiarvot ovat mieshakijoiden keskiarvoja korkeammat. Tilastollisen testin mukaan erot ovat erittäin merkitseviä (Chi2 = 74,12, df = 5, 1-p = >99,99 %).

VASTANNEIDEN YLIOPIPILASTODISTUKSEN KESKIAARVO HAKUKOHITEITTAIN

TAULUKKO 8. Ylioppilastodistuksen keskiarvo hakukohteittain Dependence is highly significant. Chi2 = 80,05, df = 35, 1-p = >99,99%. Warning: 20 (41.7%) cases have an estimated value of less than 5 hence the rules of Chi2 are not really applicable. Table values are the in columns percentages established on 713 citations									
Yo-tod	Kulttuuri	Liiketalous	Tkäs: liiketalous	L-vara	Marata	Sote	Tekniikka	ICT-ala	TOTAL
yli 9	10 % (3)	4 % (8)	3 % (1)	12 % (2)	2 % (2)	6 % (13)	1 % (1)	0 % (0)	4 % (30)
8,1–9	42 % (13)	33 % (60)	10 % (3)	24 % (4)	37 % (32)	43 % (93)	18 % (21)	18 % (5)	32 % (231)
8–7,6	26 % (8)	28 % (51)	33 % (10)	35 % (6)	22 % (19)	27 % (58)	35 % (41)	25 % (7)	28 % (200)
7,5–7,00	23 % (7)	28 % (52)	37 % (11)	24 % (4)	30 % (26)	22 % (47)	35 % (41)	29 % (8)	28 % (196)
6,99–6,50	0 % (0)	7 % (12)	17 % (5)	6 % (1)	8 % (7)	2 % (5)	10 % (12)	21 % (6)	7 % (48)
alle 6,5	0 % (0)	1 % (1)	0 % (0)	0 % (0)	1 % (1)	1 % (2)	2 % (2)	7 % (2)	1 % (8)
TOTAL	100 % (31)	100 % (184)	100 % (30)	100 % (17)	100 % (87)	100 % (218)	100 % (118)	100 % (28)	100 % (713)

Koulutusalojen väliset hakijoiden ylioppilastodistuskeskiarvojen erot ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä (Chi2 = 80,05, df = 35, 1-p = >99,99 %) vuoden 2016 hakijoiden välillä. Eroja ei ole testattu eri vuosien välillä. Erot ilmenevät sote-alan hakijoiden muita aloja korkeampina keskiarvoina (49 %:lla vähintään keskiarvo 8,00) ja toisaalta telin ja ict-alan hakijoiden muita alempana ylioppilastodistuksen keskiarvoina. Sosiaali- ja terveysalan hakijoiden keskiarvot ovat muita korkeampia ja tekniikan puolen hakijoiden muita alhaisempia. Tämä tarkoittaa myös sitä, että joillekin aloille on muita aloja vaikeampi päästä opiskelijaksi. Suurin osa hakijoista (56 %) sijoittuu ylioppilastodistuksen osalta luokkaan 7,0–8,0.

Tilastollisen testin mukaan erot ovat erittäin merkitseviä (Chi2 = 80,05, df = 35, 1-p = >99,99%, Warning: 20 (41.7%) Chi2 = 74,12, df = 5, 1-p = >99,99 %).

3 SPONTAANIT MIELIKUVAT JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUSTA

SPONTAANIT MIELIKUVAT JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUSTA

Vastaajien mielikuvia Jyväskylän ammattikorkeakoulusta kysyttiin avoimella kysymyksellä. Vastaukset paljastavat sen, mitä vastaajille tulee kohteesta spontaanisti mieleen. Kysymys: ”Mitä tulee mieleen Jyväskylän ammattikorkeakoulusta? Kirjoita yksi adjektiivi, joka tulee mieleen ensimmäisenä.”

Jyväskylän ammattikorkeakoulu on (suluissa vuoden 2015 vastaavat tulokset):

- laadukas (14 %) (2015: 14 %)
- monipuolinen (9 %) (2015: 9 %)
- kansainvälinen (5 %) (2015: 4 %)
- suuri (5 %) (2015: 4 %)
- nykyaikainen (5 %) (2015: 3 %).

Jyväskylän ammattikorkeakoulu nähdään laadukkaana, monipuolisena, kansainvälisenä, suurena ja nykyaikaisena korkeakouluna. Spontaanit mielikuvat eivät ole juurikaan muuttuneet vastaavista vuoden 2015 mielikuvista.

TAULUKKO 9. Spontaanit mielikuvat Jyväskylän ammattikorkeakoulusta (vuosi 2016)		
Laadukas	117	14 %
Monipuolinen	72	9 %
Kansainvälinen	40	5 %
Nykyaikainen	40	5 %
Suuri	40	5 %
Mielenkiintoinen	27	3 %
Suosittu	27	3 %

TAULUKKO 9 jatkuu		
Dynaaminen	26	3 %
Innovatiivinen	24	3 %
Mukava	24	3 %
Nuorekas	16	2 %
Ammattitaitoinen	14	2 %
Arvostettu	14	2 %
Kiinnostava	12	1 %
Lähellä	12	1 %
Viihtyisä	11	1 %
Pätevä	10	1 %
Innostava	9	1 %
Osaava	8	1 %
Joustava	7	1 %
Hieno	6	1 %
Kaukainen	6	1 %
Luotettava	6	1 %
Rento	6	1 %
Vieras	6	1 %
Haastava	5	1 %
Paras	5	1 %
Asiallinen	4	1 %
Aurinkoinen	4	1 %
Toimiva	4	1 %
Vaikea	4	1 %
Vetovoimainen	4	1 %
Kaunis	3	<1 %
Keltainen	3	<1 %
Menestyvä	3	<1 %
Opettava	3	<1 %
Opiskelijaystävällinen	3	<1 %
Pieni	3	<1 %
Tulevaisuus	3	<1 %
Tuntematon	3	<1 %
Tuttu	3	<1 %
Yhteisöllinen	3	<1 %
Yhteistyöhaluinen	3	<1 %
Avoin	2	<1 %
Edistynyt	2	<1 %
Inspiroiva	2	<1 %
Jämäkkä	2	<1 %
Jännittävä	2	<1 %
Järkevä	2	<1 %

TAULUKKO 9 jatkuu		
Kattava	2	<1 %
Käytännöllinen	2	<1 %
Keskeinen	2	<1 %
Keskisuomalainen	2	<1 %
Kotoisa	2	<1 %
Lähin	2	<1 %
Lämminhenkinen	2	<1 %
Liikunnallinen	2	<1 %
Määrätietoinen	2	<1 %
Opettavainen	2	<1 %
Positiivinen	2	<1 %
Raikas	2	<1 %
Siisti	2	<1 %
Sijainti	2	<1 %
Sosiaalinen	2	<1 %
Tavallinen	2	<1 %
Tunnettu	2	<1 %
Vaativa	2	<1 %
Vilkas	2	<1 %
Ahkeruus	1	<1 %
Älykäs	1	<1 %
Auttava	1	<1 %
Avara	1	<1 %
Avarakatseinen	1	<1 %
Cyber	1	<1 %
Edelläkävijä	1	<1 %
Elämyksellinen	1	<1 %
Eläväinen	1	<1 %
Energisyys	1	<1 %
Ensimmäisiä	1	<1 %
Erilainen	1	<1 %
Etäinen	1	<1 %
Etätehtäväinen	1	<1 %
Freesi (Fresh)	1	<1 %
Haasteellinen	1	<1 %
Harvard	1	<1 %
Hauskuus	1	<1 %
Helppo	1	<1 %
Hienot nettisivut	1	<1 %
Huippu	1	<1 %
Huolellinen	1	<1 %
Hyödyllinen	1	<1 %

TAULUKKO 9 jatkuu		
Iloinen	1	<1 %
Inhimillisuus	1	<1 %
Jämerä	1	<1 %
Jännä	1	<1 %
Järjestelmällisyys	1	<1 %
JYP	1	<1 %
Jyväskyläläinen	1	<1 %
Jyväskylä	1	<1 %
Kakkosvaihtoehto	1	<1 %
Kallis	1	<1 %
Kannattava	1	<1 %
Kannustavuus	1	<1 %
Kaukaisuus	1	<1 %
Kaupallinen	1	<1 %
Käyttäjystävällinen	1	<1 %
Keltainen talo	1	<1 %
Keskeinen sijainti	1	<1 %
Keskusteleva	1	<1 %
Kiehtova	1	<1 %
Kliininen	1	<1 %
Konkreettinen	1	<1 %
Korkeakouluyhteistyö	1	<1 %
Korkeakoulu	1	<1 %
Koulukeskus	1	<1 %
Koulutus	1	<1 %
Kova	1	<1 %
Kunnianhimoinen	1	<1 %
Kunnollinen	1	<1 %
Kuoriutuva	1	<1 %
Kyllön mäki	1	<1 %
Lapsekas	1	<1 %
Lepposa	1	<1 %
Lisäkoulutus	1	<1 %
Lol	1	<1 %
Luonnonläheinen	1	<1 %
Luonteva	1	<1 %
Lutakon kampuksen aula ja lyhyet kulkumatkat.	1	<1 %
Maakunnallinen	1	<1 %
Maalainen	1	<1 %
Maanläheinen	1	<1 %
Mahdollistaja	1	<1 %
Mahtipontinen	1	<1 %

TAULUKKO 9 jatkuu		
Mainio	1	<1 %
Mediaseksikäs	1	<1 %
Miellyttävä	1	<1 %
Mieluinen	1	<1 %
Moniammatillinen	1	<1 %
Monipuolinen	1	<1 %
Motivoiva	1	<1 %
Neutraali	1	<1 %
Nuorekkuus	1	<1 %
Nuori	1	<1 %
Ok	1	<1 %
Omanlainen	1	<1 %
Opiskelija kaupunki	1	<1 %
Opiskelijahenkinen	1	<1 %
Opiskelijalähtöinen	1	<1 %
Opiskelu	1	<1 %
Oppilasläheinen	1	<1 %
Oppiminen	1	<1 %
Paras	1	<1 %
Pätevä	1	<1 %
Pätevänlöinen	1	<1 %
Patsaat	1	<1 %
Pelisuunnittelu	1	<1 %
Persoonallinen	1	<1 %
Pirteä	1	<1 %
Pitkä	1	<1 %
Pro	1	<1 %
Projektityöskentely	1	<1 %
Rajakadun kampus	1	<1 %
Rallikaupunki	1	<1 %
Rauhaisa	1	<1 %
Reilu	1	<1 %
Reipas	1	<1 %
Remontit	1	<1 %
Rikas	1	<1 %
Saatavilla	1	<1 %
Sekava	1	<1 %
Sisäilmaongelmainen	1	<1 %
Sivistävä	1	<1 %
Sivistys	1	<1 %
Sokkelo	1	<1 %
Sopivankokoinen	1	<1 %

TAULUKKO 9 jatkuu		
Sosiaalinen	1	<1 %
Suomipop-Festarit	1	<1 %
Tarkka	1	<1 %
Tavoitteellinen	1	<1 %
Täydellinen	1	<1 %
Tehokas	1	<1 %
Teknologia osaamista	1	<1 %
Tiedollinen	1	<1 %
Tiedottava	1	<1 %
Tietorikas	1	<1 %
Tiukka	1	<1 %
Toiminnallinen	1	<1 %
Trenditietoinen	1	<1 %
Tunnettu	1	<1 %
Tuttavallinen	1	<1 %
Tuttu	1	<1 %
Työelämälähtöinen	1	<1 %
Työorientoitunut	1	<1 %
Tyylikäs	1	<1 %
Vaikea päästä	1	<1 %
Välittävä	1	<1 %
Valoisa	1	<1 %
Valovoimainen	1	<1 %
Vanha	1	<1 %
Varakas	1	<1 %
Vastuullinen	1	<1 %
Verkostoituminen	1	<1 %
Vihreä	1	<1 %
Viileä	1	<1 %
Viisaus	1	<1 %
Yhteisöllisyys	1	<1 %
Yleishyödyllinen	1	<1 %
Yllättävä	1	<1 %
Ylpeä	1	<1 %
Yrittäjyys	1	<1 %
Yritteliäs	1	<1 %

TAULUKKO 10. Spontaanit mielikuvat Jyväskylän ammattikorkeakoulusta (vuosi 2016) hakukohteittain

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Laadukas	0	21	12	2	13	12	15	15	18	14
Monipuolinen	0	3	10	10	6	11	11	2	3	9
Kansainvälinen	0	0	8	0	13	6	4	3	0	5
Nykyaikainen	0	3	3	10	6	5	6	5	3	5
Suuri	0	6	3	12	19	4	2	7	8	5
Mielenkiintoinen	0	0	4	0	0	5	2	5	8	3
Suosittu	0	3	2	0	0	4	6	2	0	3
Dynaaminen	0	3	4	0	0	4	4	2	0	3
Innovatiivinen	0	0	4	0	0	5	3	2	3	3
Mukava	0	0	3	5	6	3	2	4	3	3
Nuorekas	0	0	2	5	0	0	2	2	0	2
Ammattitaitoinen	0	0	2	0	0	2	1	2	5	2
Arvostettu	0	0	1	0	0	1	3	2	0	2
Kiinnostava	0	0	2	2	0	0	1	2	0	1
Lähellä	0	0	2	2	0	0	2	0	5	1
Pätevä	0	0	1	2	0	1	2	2	3	1
Viihtyisä	0	6	1	0	0	3	<1	2	0	1

4 MIELIKUVAT JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUSTA

VASTAAJIEN MIELIKUVAT STRUKTUROIDUILLA VAIHTOEHDOLLA VALITTUJEN TEKIJÖIDEN OSALTA

TAULUKKO 11. Kuinka hyvin tekijät kuvaavat Jyväskylän amkia? Suluissa vuoden 2015 jakaumat. Dependence is highly significant. Chi2 = 711,39, df = 40, 1-p = >99,99 %.						
	Ei lainkaan %	Melko huonosti %	Melko hyvin %	Erittäin hyvin %	Ei osaa sanoa %	TOTAL %
Kansainvälinen	0 (0)	3 (3)	41 (42)	43 (45)	13 (11)	100
Nykyaikainen	0 (0)	2 (1)	37 (35)	52 (59)	9 (5)	100
Työelämälähtöinen	0 (0)	2 (4)	36 (39)	44 (43)	17 (15)	100
Suomen paras ammattikorkeakoulu	2 (1)	8 (7)	38 (40)	20 (21)	33 (32)	100
Yrittäjyyteen kannustava	0 (0)	4 (3)	37 (36)	29 (35)	29 (26)	100
Käytännönläheinen	0 (0)	4 (3)	42 (44)	36 (38)	18 (15)	100
Asiantunteva	0 (0)	2 (1)	37 (36)	47 (52)	14 (11)	100
Joustava	1 (1)	4 (4)	37 (39)	34 (33)	24 (23)	100
Erinomainen kouluttaja	0 (0)	3 (2)	39 (36)	37 (41)	21 (21)	100
Innovatiivinen	0	3	36	44	16	100
Työelämän kehittäjä	1 (0)	3 (3)	40 (38)	33 (36)	23 (22)	100
Total	0	3	38	41	18	100

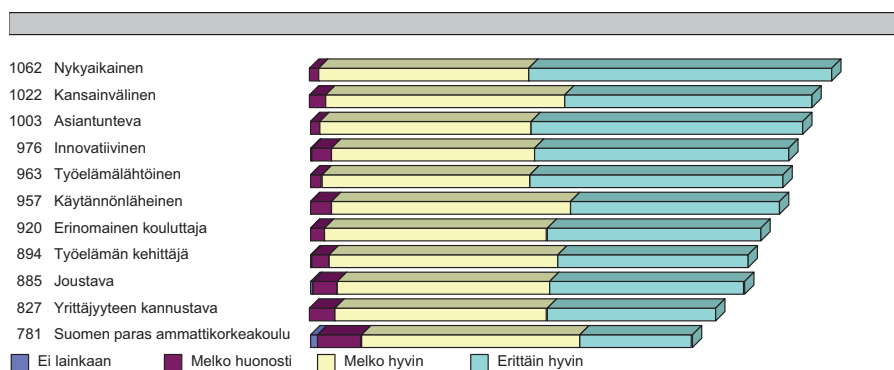
* nuorekas korvattu innovatiivisella vuonna 2016

Oheisesta taulukosta ilmenevät vastaajien mielikuvat Jyväskylän ammattikorkeakoulusta strukturoidulla asteikolla mitattuina. Osa muuttujista saa muita muuttujia korkeammat lataukset sen osalta, onko hakijoilla näkemystä asiasta ("ei osaa sanoa"). Kolmasosa (33 %) ei osaa ottaa kantaa siihen, onko Jyväskylän ammattikorkeakoulu "Suomen paras ammattikorkeakoulu". Vuonna 2015 "ei osaa sanoa" -osuus oli samaa luokkaa (32 %). Lähes kolmasosa (29 %) ei osaa myöskään sanoa, onko Jamk yrittäjyyteen kannustava. Vuonna

2015 vastaava osuus oli hieman pienempi (26 %). Sama koskee joustavuutta (24 %, 2015: 23 %) ja työelämän kehittävyttä (18 %, 2015: 22 %). Selvimpiä kannat ovat ”nykyaikaisuuden” (59 %: 2015: 44 %) ja ”asiantuntevuuden” (47 %: 2015: 52 %) suhteen.

Parhaat arviot Jyväskylän ammattikorkeakoulu saa nykyaikaisuuden (ka = 3,6, 2015: 3,6), asiantuntevuuden (ka = 3,5, 2015: 3,6) ja innovatiivisuuden (ka = 3,5) sekä kansainvälisyyden (ka = 3,5, 2015: 3,5) osalta.

Profiilissa ei ole tapahtunut muutoksia kahden viime vuoden aikana, sillä arvot ovat pysyneet samoina vuodesta toiseen (vuodet 2015 ja 2016). Tulokset ilmenevät taulukosta 9.



Kuvio 1. Kuinka hyvin tekijät kuvaavat Jyväskylän amkia?

Parameters are established by the notation: Ei lainkaan (1), Melko huonosti (2), Melko hyvin (3), Erittäin hyvin (4), En osaa sanoa (-).
 Dependence is highly significant. Chi2 = 366,67, df = 30, 1-p = >99,99 %.

KUINKA HYVIN TEKIJÄT KUVAAVAT JYVÄSKYLÄN AMKIA?
VERTAILU 2013, 2014, 2015 JA 2016.

TAULUKKO 12. Kuinka hyvin tekijät kuvaavat Jyväskylän amkia? Vertailu 2013, 2014, 2015 ja 2016.						
Mean value	2013	2014	2015	2016	Muutos 2016–15	Trendi
Kansainvälinen	3,5	3,5	3,5	3,5	0,00	=
Nykyaikainen	3,6	3,6	3,6	3,6	0,00	=
Työelämälähtöinen	3,5	3,5	3,5	3,5	0,00	=
Suomen paras amk	3,2	3,2	3,2	3,1	- 0,10	↓
Yrittäjyyteen kannustava	3,3	3,4	3,4	3,4	0,00	=
Käytännönläheinen	3,4	3,4	3,4	3,4	0,00	=
Asiantunteva	3,5	3,6	3,6	3,5	- 0,10	↓
Joustava	3,3	3,3	3,4	3,4	0,00	=
Erinomainen kouluttaja	3,4	3,5	3,5	3,4	- 0,10	↓
Innovatiivinen				3,5		=
Työelämän kehittäjä	3,4	3,4	3,4	3,4	0,00	=
Total	3,4	3,5	3,45	3,43	- 0,02	↓

Parameters are established by the notation: Ei lainkaan (1), Melko huonosti (2), Melko hyvin (3), Erittäin hyvin (4), En osaa sanoa (-).

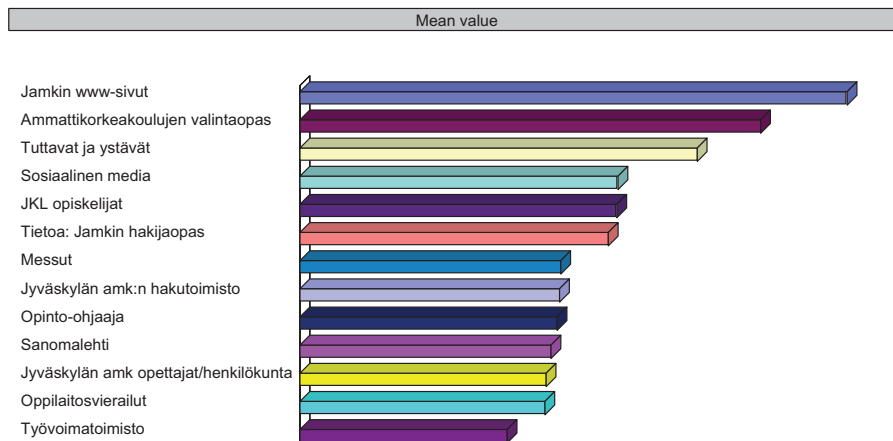
5 ERI TIETOLÄHTEIDEN MERKITYS HAETTAESSA JAMKIIN

ERI TIETOLÄHTEIDEN ROOLI HAETTAESSA JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUUN

TAULUKKO 13. Eri tietolähteiden merkitys hakutilanteessa (2016). Suluissa vuoden 2015 jakaumat. Dependence is highly significant. Chi2 = 5353,12, df = 36, 1-p = >99,99 %.					
	Ei lainkaan %	Melko vähän %	Melko paljon %	Hyvin paljon %	TOTAL %
Jamkin hakijaopas	46	28	22	5	100
Ammattikorkeakoulujen valintaopas	10	25	42	23	100
Tuttavat ja ystävät	24	28	31	17	100
Messut	59	26	12	3	100
Jamkin www-sivut	5	9	36	50	100
Sanomalehti	60	30	9	2	100
Opinto-ohjaaja	63	21	13	3	100
Työvoimatoimisto	82	13	5	1	100
Sosiaalinen media	40	33	22	6	100
Oppilaitosvierailut	70	15	12	4	100
Jyväskylän amkin opettajat/ henkilökunta	69	16	11	4	100
Jyväskylän amk:n hakutoimisto	62	21	15	3	100
Jamkin opiskelijat	49	19	22	10	100
Total	49	22	19	10	100

Hakijoiden mielestä tärkein tietolähde haettaessa Jyväskylän ammattikorkeakouluun ovat www-sivut, sillä puolet (50 %) hakijoista pitää verkkosivuja hyvin tärkeänä tietolähteenä. Edellisenä vuonna 2015 muuttujan arvo oli 49 %. Toiseksi tärkeimmäksi tietolähteeksi nousee ammattikorkeakoulujen valintaopas, jota lähes joka neljäs (23 %) hakija pitää hyvin tärkeänä tietolähteenä. Kolmanneksi tärkeimmäksi tietolähteeksi nousevat Jamkin opiskelijat, joita pitää hyvin tärkeänä joka kymmenes (10 %) hakija.

Kanavien merkityksessä ei ole tapahtunut kovin suuria muutoksia. Tosin käytettävissä olevat kanavat ovat hieman muuttuneet. Sosiaalisen median rooli näyttäisi olevan hieman kasvussa, sillä merkitys on noussut tasolle 1,93 vuoden 2013 arvosta, joka oli 1,7.



Kuvio 2. Eri tietolähteiden merkitys haussa (tärkeysjärjestys vuosi 2016)

Values are based on a scale of 1 (ei lainkaan) to 4 (hyvin paljon).

ERI TIETOLÄHTEIDEN MERKITYS VUOSINA 2013, 2014 JA 2014

TAULUKKO 14. Eri tietolähteiden merkitys hakuvaiheessa. Vertailu 2013, 2014, 2015 ja 2016.					
Mean value	2013	2014	2015	2016	trendi
Jamkin hakijaopas (*)	2,56	2,3	1,99	1,87	↓
Opintopolku.fi Ammattikorkeakoulujen valintaopas	2,10	1,8 (**)	2,65	2,79	↑
Tuttavat ja ystävät	2,43	2,5	2,4	2,41	=
Messut	1,61	1,6	1,6	1,59	=
Jamkin www-sivut	3,36	3,4	3,35	3,31	=
Sanomalehti	1,64	1,6	1,6	1,52	↓
Opinto-ohjaaja	1,62	1,6	1,5	1,56	=
Työvoimatoimisto	1,28	1,3	1,29	1,26	=
Sosiaalinen media	1,73	1,8	1,9	1,93	=
Oppilaitosvierailut	1,44	1,5	1,45	1,49	=
Jyväskylän amk opettajat/henkilökunta	1,46	1,5	1,5	1,5	=
Jyväskylän amkin hakutoimisto	1,55	1,6	1,7	1,58	↓
Jamkin opiskelijat	1,95	2,0	2,0	1,93	↓
Total	1,91	1,9	1,9	1,91	=

Values are based on a scale of 1 (ei lainkaan) to 4 (hyvin paljon).

(*) Jamkin esitteet/Hakijan opas 2013

(**) Opintopolku.fi

TAULUKKO 15. Eri alojen tärkeimmät tietolähteet hakuvaiheessa				
Hakukohde	Tärkein lähde	Ka	Toiseksi tärkein	Ka
Kulttuuriala (musiikki)	Jamkin www-sivut	3,14	Tuttavat/ystävät	2,69
Liiketalouden ala (tradenomi)	Jamkin www-sivut	3,38	Valintaopas	2,74
Tietojenkäsittely (tradenomi)	Jamkin www-sivut	3,06	Valintaopas	2,93
Luonnonvara-ala (agrologi)	Jamkin www-sivut	3,38	Valintaopas	2,59
Matkailu- ja ravitsemisala	Jamkin www-sivut	3,29	Valintaopas	2,88
Sosiaali- ja terveysala	Jamkin www-sivut	3,43	Valintaopas	2,88
Tekniikan ala (insinööri)	Jamkin www-sivut	3,20	Valintaopas	2,74
ICT-ala (insinööri)	Jamkin www-sivut	3,08	Tuttavat/ystävät	2,61
TOTAL	Jamkin www-sivut	3,31		

Liitteenä 2 on eri tietolähteiden tärkeys hakukohteittain (koulutusaloittain). Koulutusalojen välillä löytyy hieman eroja, sillä kulttuuri- (2,69) ja ICT-alan hakijat (2,61) pitävät ”tuttavia ja ystäviä” toiseksi tärkeimpänä tietolähteenä, kun se muilla aloilla on ”valintaopas”.

6 SOSIAALISEN MEDIAN MERKITYS TIETOLÄHTEENÄ

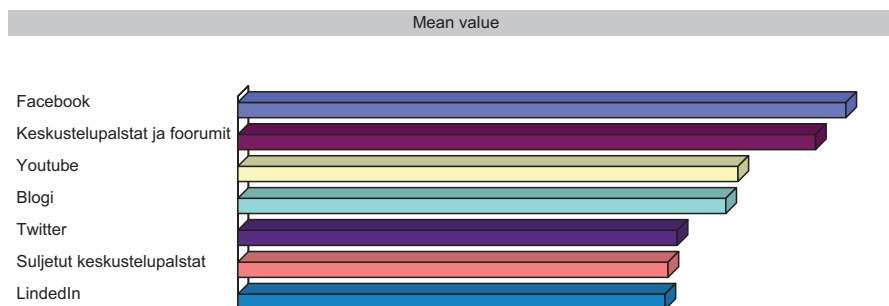
SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ TIEDONHAUSSA JAMKIN OSALTA

TAULUKKO 16. Sosiaalisen median käyttö tiedonhaussa Jamkin osalta, suluissa vuoden 2015 arvot					
	Ei lainkaan %	Jonkin verran %	Melko paljon %	Erittäin paljon %	TOTAL %
Blogit	82 (84)	14 (13)	3 (3)	1 (1)	100
Avoimet keskustelupalstat ja foorumit	66 (64)	25 (25)	7 (9)	2 (2)	100
Facebook	62 (61)	26 (27)	10 (10)	2 (3)	100
Twitter	93 (93)	5 (5)	1 (2)	1 (0)	100
YouTube	81 (84)	15 (12)	4 (3)	1 (1)	100
LinkedIn	94 (95)	4 (4)	1 (1)	0 (0)	100
Suljetut keskustelupalstat ja foorumit (extranet, suljetut asiakasyhteisöt)	84 (95)	5 (4)	1 (1)	9 (0)	100
Total	82 (82)	14 (13)	4 (4)	1 (1)	100

Sosiaalisen median kanavilla ei vielä ole kovinkaan suurta merkitystä tietolähteenä, sillä ne saavat perinteisiin kanaviin verrattuna kaikkien muuttujien osalta pienemmät lataukset (katso edellinen luku). Perinteisten kanavien merkitys on tasolla 1,9 (jonkin verran), kun taas sosiaalisen median kanavat jäävät tasolle 1,2 (ei lainkaan).

Tärkeimpiä sosiaalisen median kanavia ovat Facebook (ka = 1,52) ja keskustelupalstat (ka = 1,45). Jakaumat eivät ole juurikaan muuttuneet vuoden 2015 arvoista.

SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ TIEDONHAUSSA JAMKIN OSALTA



Kuvio 3. Sosiaalisen median käyttö tiedonhaussa Jamkin osalta (mediat tärkeysjärjestyksessä)

Values are based on a scale of 1 (Ei lainkaan) to 4 (Erittäin paljon).

SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ TIEDONHAUSSA JAMKIN OSALTA. VERTAILU 2013, 2014, 2015 JA 2016

TAULUKKO 17. Sosiaalisen median käyttö tiedonhaussa Jamkin osalta. Vertailu 2013, 2014, 2015 ja 2016					
Mean value	2013	2014	2015	2016	trendi
Blogi	1,16	1,2	1,21	1,22	=
Keskustelupalstat ja foorumit	1,39	1,5	1,49	1,45	=
Facebook	1,46	1,5	1,55	1,52	=
Twitter	1,06	1,1	1,09	1,10	=
YouTube	1,17	1,2	1,21	1,25	=
LinkedIn	1,04	1,1	1,06	1,07	=
Suljetut keskustelupalstat	1,06	1,1	1,07	1,08	=
Total	1,19	1,2	1,24	1,24	

Values are based on a scale of 1 (Ei lainkaan) to 4 (Erittäin paljon).

Liitteestä 3 ilmenevät koulutusalaakohtaiset jakaumat.

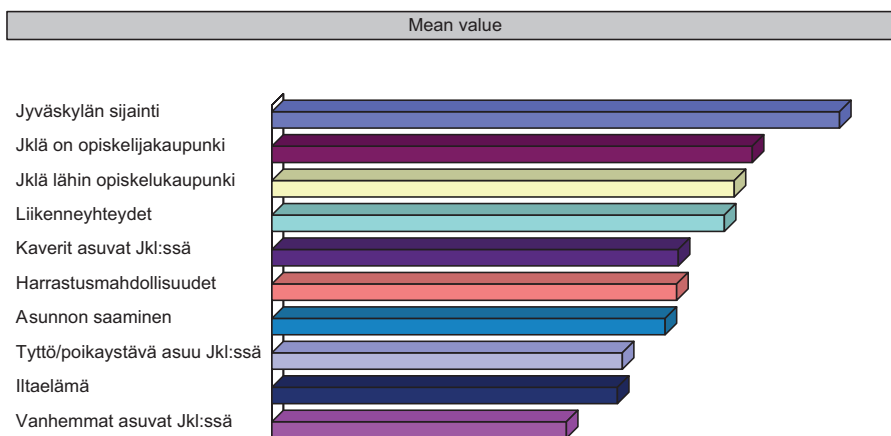
7 JYVÄSKYLÄN KAUPUNGIN VAIKUTUS VETOVOIMATEKIJÄNÄ

JYVÄSKYLÄN VAIKUTUS PAIKKAKUNTANA: VETOVOIMATEKIJÄT

TAULUKKO 18. ”Jyväskylä paikkana” -vaikutus Jyväskylään hakuun, suluissa vuoden 2015 arvot. Jakauma 2016: Chi2 = 1689,81, df = 27, 1-p = >99,99 %. Dependence is highly significant. Chi2 = 1689,81, df = 27, 1-p = >99,99 %.					
	ei lainkaan %	melko vähän %	melko paljon %	hyvin paljon %	TOTAL %
Tyttö/poikaystävä asuu Jkl:ssä.	73 (74)	4 (4)	7 (7)	16 (15)	100
Kaverit asuvat Jkl:ssä.	52 (53)	17 (18)	18 (16)	14 (13)	100
Vanhemmat asuvat Jkl:ssä.	81 (78)	6 (6)	6 (8)	8 (9)	100
Jkl on opiskelijakaupunki.	35 (38)	18 (19)	30 (28)	17 (15)	100
Jyväskylän sijainti	24 (18)	14 (15)	32 (34)	31 (32)	100
Jkl lähin opiskelukaupunki	48 (40)	10 (12)	17 (16)	26 (33)	100
Harrastusmahdollisuudet	51 (48)	18 (21)	19 (18)	13 (12)	100
Iltaelämä	59 (60)	22 (22)	13 (14)	5 (5)	100
Asunnon saaminen	53 (52)	19 (19)	17 (18)	12 (11)	100
Liikenneyhteydet	39 (39)	21 (20)	26 (27)	14 (14)	100
Total	51 (50)	15 (16)	19 (19)	16 (16)	100

Jyväskylän sijainnilla on oleellisen tärkeä vaikutus hakijoiden mielikuviin, sillä joka kolmas (31 %, 2015: 32 %) hakija pitää hyvin paljon vaikuttavana tekijänä Jyväskylän sijaintia, kuten myös sitä, että Jyväskylä on lähin opiskelukaupunki (26 %, 2015: 33 %). Suurimmat muutokset jakaumissa ovat tapahtuneet sijainnin tärkeydessä, sillä muuttujan saama arvo on laskenut 33 %:sta (2015) 26 %:iin (2016).

Muutoksia tekijöiden arvostuksissa ei juurikaan ole tapahtunut vuosina 2013, 2014 ja 2015. Muuttujien saamat lataukset ovat pysyneet muilta osin samalla tasolla lukuun ottamatta ”sijaintia”.



Kuvio 4. Jyväskylän kaupungin vaikutus Jyväskylään hakuun

Values are based on a scale of 1 (Ei lainkaan) to 4 (Hyvin paljon).

JYVÄSKYLÄN VETOVOIMATEKIJÄT VUOSINA 2013, 2014, 2015 JA 2016

TAULUKKO 19. Jyväskylä paikkana, vaikutus Jyväskylään hakuun						
Mean value	2013	2014	2015	2016		Trendi
Tyttö/poikaystävä asuu Jkl:ssä.	1,74	1,7	1,63	1,67	0,04	↑
Kaverit asuvat Jkl:ssä.	2,04	2,0	1,90	1,93	0,03	↑
Vanhemmat asuvat Jkl:ssä.	1,45	1,5	1,47	1,41	- 0,06	↓
Jkl on opiskelijakaupunki.	2,40	2,4	2,20	2,29	0,09	↑
Jyväskylän sijainti	2,85	2,8	2,81	2,70	- 0,11	↓
Jkl lähin opiskelukaupunki	2,37	2,3	2,42	2,20	- 0,24	↓
Harrastusmahdollisuudet	2,08	2,1	1,95	1,93	- 0,02	↓
Iltaelämä	1,77	1,8	1,64	1,65	- 0,01	↓
Asunnon saaminen	1,93	1,9	1,87	1,87	0,00	=
Liikenneyhteydet	2,21	2,2	2,16	2,15	- 0,01	↓
Total	2,08	2,1	2,01	1,98	- 0,03	↓

Values are based on a scale of 1 (Ei lainkaan) to 4 (Hyvin paljon).

Liitteenä 4 ovat koulutuslakohtaiset jakaumat.

8 TUTKINTO-OHJELMAN VAIKUTUS HAKUUN

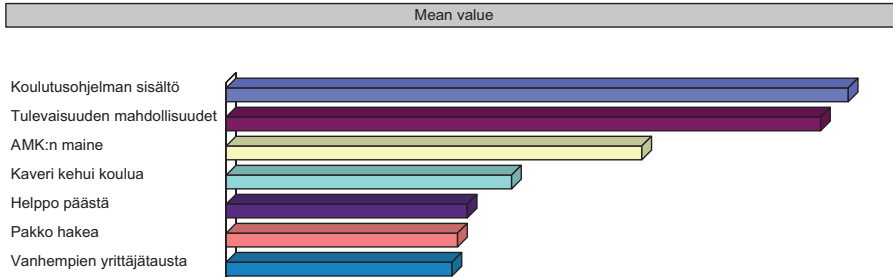
TUTKINTO-OHJELMAN VAIKUTUS HAKUUN

TAULUKKO 20. Tutkinto-ohjelman vaikutus hakuun Chi2 = 4999,93, df = 18, 1-p = >99,99 %. Dependence is highly significant. Chi2 = 4999,93, df = 18, 1-p = >99,99 %.					
	Ei lainkaan %	Melko vähän %	Melko paljon %	Hyvin paljon %	TOTAL %
Koulutusohjelman sisältö	4 (4)	7 (6)	34 (34)	55 (56)	100
Kaveri kehui koulua.	64 (62)	19 (22)	12 (13)	4 (4)	100
AMK:n maine	29 (26)	26 (27)	33 (35)	12 (12)	100
Tulevaisuuden mahdollisuudet	7 (6)	9 (7)	37 (35)	48 (52)	100
Pakko hakea	82 (81)	11 (13)	5 (4)	2 (2)	100
Helppo päästä	74 (75)	20 (20)	5 (5)	1 (1)	100
Vanhempien yrittäjätausta	85 (83)	8 (9)	5 (6)	2 (3)	100
Total	49 (48)	14 (15)	19 (19)	18 (19)	100

Koulutusohjelman (=tutkinto-ohjelma) valintaan vaikuttaa eniten koulutusohjelman sisältö, sillä puolet (55 %, 2015: 56 %) vastanneista pitää sisältöä hyvin tärkeänä (ka = 3,40, 2015: 3,42). Tulevaisuuden mahdollisuuksilla on myös suuri merkitys (48 % pitää erittäin tärkeänä, ka = 3,25, 2015: ka = 3,32). Myös Jyväskylän ammattikorkeakoulun maine on tärkeä tekijä (12 %, 2015: 12 %, ka = 2,28, 2015: ka = 2,33).

Aikaisempien vuosien tutkimustuloksiin verrattuna muutoksia ei ole juurikaan tapahtunut hakijoiden arvioinneissa koulutusohjelman valintaan vaikuttavissa tekijöissä.

ARVIO HAUSTA TUTKINTO-OHJELMAAN



Kuvio 5. Arvio hausta koulutusohjelmaan

Values are based on a scale of 1 (ei lainkaan) to 4 (hyvin paljon).

GROUP n°2

TUTKINTO-OHJELMAN VETOVOIMATEKIJÄT VUOSINA 2013, 2014 JA 2015.

TAULUKKO 21. Tutkinto-ohjelman vetovoimatekijät vuosina 2013, 2014, 2015 ja 2016						
Mean value	2013	2014	2015	2016		Trendi
Koulutusohjelman sisältö	3,43	3,5	3,42	3,40	- 0,02	↓
Kaveri kehui koulua	1,66	1,7	1,59	1,57	- 0,02	↓
AMK:n maine	2,28	2,4	2,33	2,28	- 0,05	↓
Tulevaisuuden mahdollisuudet	3,23	3,2	3,32	3,25	- 0,07	↓
Pakko hakea	1,34	1,3	1,28	1,27	- 0,01	↓
Helppo päästä	1,34	1,4	1,32	1,32	0,00	
Vanhempien yrittäjätausta	1,25	1,3	1,28	1,24	- 0,04	↓
Total	2,08	2,1	2,08	2,05	- 0,03	↓

Values are based on a scale of 1 (Ei lainkaan) to 4 (Hyvin paljon).

TAULUKKO 22. Vetovoimatekijät koulutusaloittain							
Hakukohde	Koulutusohjelman sisältö	Kaveri kehui koulua	AMK:n maine	Tulevaisuuden mahdoll.	Pakko hakea	Helppo päästä	Vhempien yrittäjätausta
Kulttuuri (musiikki)	3,46	1,97	2,57	3,22	1,30	1,43	1,16
Liiketalous (tradenomi)	3,36	1,60	2,33	3,17	1,28	1,33	1,35
Tkäsittely (tradenomi)	3,33	1,75	2,29	3,16	1,37	1,49	1,26
Lvara (agrologi)	3,20	1,50	1,85	2,91	1,45	1,75	1,85
Marata (restonomi)	3,39	1,43	2,30	3,10	1,30	1,31	1,15
Sosiaali- ja terveys	3,52	1,48	2,18	3,40	1,18	1,18	1,08
Tekniikka (insinööri)	3,33	1,62	2,33	3,31	1,29	1,42	1,38
ICT (insinööri)	3,34	1,65	2,23	3,19	1,32	1,37	1,10
TOTAL	3,40	1,57	2,28	3,25	1,27	1,33	1,24

Fisher's test results:

Valinta: Koulutusohjelman sisältö : $V_{inter} = 1,11$, $V_{intra} = 0,62$, $F = 1,79$,
 $1-p = 91,50\%$

Kaveri kehui koulua : $V_{inter} = 2,04$, $V_{intra} = 0,74$, $F = 2,77$, $1-p = 99,25\%$

AMK:n maine : $V_{inter} = 1,61$, $V_{intra} = 1,02$, $F = 1,59$, $1-p = 86,62\%$

Valinta:Tulevaisuuden mahdoll- : $V_{inter} = 2,25$, $V_{intra} = 0,77$, $F = 2,93$,
 $1-p = 99,51\%$

Pakko hakea : $V_{inter} = 0,56$, $V_{intra} = 0,42$, $F = 1,34$, $1-p = 77,32\%$

Helppo päästä : $V_{inter} = 2,08$, $V_{intra} = 0,36$, $F = 5,87$, $1-p = >99,99\%$

Vanhempien yrittäjätausta : $V_{inter} = 3,67$, $V_{intra} = 0,38$, $F = 9,65$,
 $1-p = >99,99\%$.

Values are based on a scale of 1 (ei lainkaan) to 4 (hyvin paljon).

9 JYVÄSKYLÄN AMKIN VAHVUUDET JA HEIKKOUEDET (MIELIKUVAT)

JYVÄSKYLÄN AMK: VAHVUUS VAI HEIKKOUS

TAULUKKO 23. Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuudet ja heikkoudet. Chi2 = 54,62, df = 5, 1-p = >99,99 %. Dependence is highly significant.			
	Vahvuus %	Heikkous %	TOTAL %
Käytännönläheisyys	96 (95)	4 (5)	100
Monipuolinen opintotarjonta	95 (93)	5 (7)	100
Yrittäjäopinnot	90 (92)	10 (8)	100
Kansainvälisyys	92 (92)	8 (8)	100
Hyvät työllisyysmahdollisuudet	90 (88)	10 (12)	100
Ammattitaitoinen opetushenkilökunta	96 (95)	4 (5)	100
Total	93 (93)	7 (8)	100

Hakijoiden mielestä Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuuksia ovat ammattitaitoinen henkilökunta (96 % 2015: 95 %), käytännönläheisyys (96 %, 2015: 95 %) ja monipuolinen opintotarjonta (95 %, 2015: 93 %). Mahdollisina heikkouksina nähdään työllistymismahdollisuudet (10 %, 2015: 12 %), yrittäjäopinnot (10 %, 2015: 5 %) ja kansainvälisyys (8 %, 2015: 8 %).

Hakijoiden näkemyksissä ei ole tapahtunut suuriakaan muutoksia, sillä lataukset ovat lähes samat vuosina 2013, 2014, 2015 ja 2016. Suurin muutos vahvuustekijöissä on yrittäjyysopintojen lievä lasku (95 → 90) vuonna 2016.

VAHVUUDET JA HEIKKOUEDET VUOSINA 2013, 2014 JA 2015

TAULUKKO 24. Vahvuudet ja vai heikkoudet vuosina 2013, 201, 2015 ja 2016											
	2013		2014		2015		2016				
	Vahvuus	Heikkous	Vahvuus	Heikkous	Vahvuus	Heikkous	Vahvuus	Heikkous		Muutos	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%	%			%
Yrittäjäopinnot	91	9	92	8	95	5	90	10	- 5	↓	100
Käytännön- läheisyys	94	6	94	6	93	7	94	6	+1	↑	100
Monipuolinen opintotarjonta	94	6	92	8	92	8	95	5	+3	↑	100
Kansainvälisyys	93	8	92	9	92	8	92	0	0		100
Hyvät työllisyys- mahdollisuudet	89	11	89	11	88	12	90	10	+2	↑	100
Ammattitaitoinen opetushenkilöstö	96	5	96	5	95	5	96	4	+1	↑	100
Total	93	7	92	8	93	8	93	7	0		100

10 MITÄ INFORMAATIOTA ETSITÄÄN JA MITÄ LISÄINFORMAATIOTA KAIVATAAN?

10.1 MITÄ TIETOA HAKIJAT TARVITSEVAT?

HAETTAVA INFORMAATIO

Avoimella kysymyksellä haluttiin selvittää, mitä tietoa hakijat etsivät tai minkä tiedon kokevat tarpeelliseksi. Tärkeimmäksi nousi ”koulutuksen sisältö”, jota etsi joka kolmas (34 %) kysymykseen vastanneista. Ryhmään ”kaikenlaista” luettiin kuuluvan monenlaisien asioiden. Taulukon vastaukset eivät ole vastaajien suoria vastauksia, sillä avoimet vastaukset on ryhmitelty sisältönsä mukaisesti omiin kategorioihinsa.

TAULUKKO 25. Haetun informaation sisältö		
Koulutuksen sisällöstä	254	34 %
Kaikenlaista	181	24 %
Pääsykokeista	50	7 %
Hakuprosessista	41	6 %
Monimuoto-opetuksesta	23	3 %
YAMK -opiskelusta	20	3 %
Hakukriteereistä	18	2 %
Valintakokeesta	12	2 %
Eri aloista	11	2 %
Valintakriteereistä	11	2 %
Hakuajoista	10	1 %
Ammateista	9	1 %
Pääsykokeesta	8	1 %
Millaista on opiskella?	7	1 %
Pääsyvaatimuksista	7	1 %
Sijainnista	6	1 %
Yleistietoa	6	1 %
Työllistymisestä	5	1 %
Avoimesta ammattikorkeakoulusta	4	1 %
Hakijatilastoista	4	1 %
Opinnoista yleensä	4	1 %
Opiskelusta yleisesti	4	1 %
Kansainvälisyydestä	3	<1 %
Koulutuksen kestosta	3	<1 %
Hakuohjeista	2	<1 %
Koulutusajankohdista	2	<1 %
Monimuoto-opinnoista	2	<1 %
Opiskeluvaihtoehdoista	4	<1 %
YAMK-koulutuksesta	2	<1 %
Yms.	33	<1 %

10.2 MITÄ TIETOA PUUTTUI?

LISÄINFORMAATION TARVE

TAULUKKO 26. Informaation lisätarve koulutusaloittain. Dependence is not significant. Chi2 = 10,01, df = 7, 1-p = 81,17 %.									
	Kulttuuri	Liike- talous	Tkäsit. (traden)	Luonnon- vara	Marata	Sote	Teli	Teli (ICT- ala)	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
En	94	89	91	76	90	90	94	92	91
Kyllä	6	11	9	24	10	10	6	8	9
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Hakijoista noin joka kymmenes (9 %) jäi kaipaamaan hakuvaiheessa lisätietoa. Prosentuaalisesti lisätiedon tarve oli suurinta luonnonvara-alan hakijoilla, joista joka neljäs (24 %) ilmaisi lisäinformaation tarpeen. Tilastollisesti koulutusalojen välillä ei ole eroja (Chi2 = 10,01, df = 7) ko. muuttujan suhteen jakaumien välillä.

TAULUKKO 27. Informaation lisätarve opiskelumuodoittain. Dependence is not significant. Chi2 = 0,05, df = 2, 1-p = 2,20%.				
	Amk-tutkinto, päiväopetus	Amk-tutkinto, monimuoto- opetus	Ylempi amk- tutkinto	TOTAL
	%	%	%	%
En	91	90	91	91
Kyllä	9	10	9	9
TOTAL	100	100	100	100

Opiskelumuodoittain tarkasteltuna lisäinformaation tarpeessa ei ole eroja. Tilastollisesti erot eivät ole merkitseviä (Chi2 = 0,05, df = 2). Avoimella kysymyksellä haluttiin selvittää tarkemmin toivotun lisäinformaation sisältöä. Saadut tulokset ilmenevät tiivistetyssä muodossa seuraavasta taulukosta ja vastaavasta liitetiedostosta.

LISÄINFORMAATION SISÄLTÖ

Hakijat toivovat lisäinformaatiota lähinnä opintojen sisällöstä (14 %) ja hakutilastoista (11 %). Muut toiveet liittyvät pääsykokeiden sisältöihin ja niiden tarkempaan kuvaukseen sekä opintojen järjestelyihin (monimuoto, ajankohdat, työllistyminen).

TAULUKKO 28. Lisäinformaation tarve: ”Mitä halutaan lisää?”		
Opintojen sisältö	14	14 %
Hakutilastot	11	11 %
Monimuotototeutuksen järjestelyt	6	6 %
Pääsykokeiden sisältö	4	4 %
Hakuprosessi	3	3 %
Aloituspäivät	2	2 %
Ammattikuvat	2	2 %
Enemmän tietoa monimuoto toteutuksista	2	2 %
Kokeiden toteutus (verkko vai mikä)	2	2 %
Kontaktipäivät	2	2 %
Opiskelijatarinoita	2	2 %
Pääsykoemateriaali	2	2 %
Pääsykokeiden ajankohta	2	2 %
Työllistymismahdollisuudet	2	2 %
Aikuisopiskelun toteutus käytännössä	1	1 %
Avoimen amk tiedot	1	1 %
Enemmän tietoa siitä, millaista verkko-opiskelu on. Esim. opiskelijoiden henkilökohtaisia kokemuksia.	1	1 %
Ennakkomateriaalit	1	1 %
Eroja ICT linjoissa ja tavoissa yliopistoon verrattavissa	1	1 %
Etukäteismateriaali	1	1 %
Hakuajat	1	1 %
Hakuprosessin kuvaus	1	1 %
Jatkokoulutusmahdollisuudet	1	1 %
Kielitaitovaatimukset	1	1 %
Kontaktiajoitukset	1	1 %
Kontaktipäivien määrä	1	1 %
Korvattavuudet	1	1 %
Koulun alkamisajankohta	1	1 %
Liikaa tietoa	1	1 %
Mahdollisuuksista muovata opintokokonaisuuksia sopimaan jo hankittuun koulutukseen.	1	1 %
Mallivastuksia	1	1 %

TAULUKKO 28 jatkuu		
Millaista opiskeleminen on käytännössä ja kuinka rankkaa on opiskella jääkiekon ohella	1	1 %
Opintojen valinnanvapaus	1	1 %
Opintojen valintamahdollisuudet	1	1 %
Opiskelijakokemuksia	1	1 %
Opiskelijatarinat	1	1 %
Opiskelujen aloituspäivät	1	1 %
Opiskeluympäristö	1	1 %
Selkeämmin tiedot hakemusten käsittelystä	1	1 %
Pääsykokeiden sisältö	1	1 %
Pääsykoeajankohta	1	1 %
Pääsykokeiden paikka	1	1 %
Pääsykokeista	1	1 %
Päivämääristä	1	1 %
Paljonko käytäntötyötä	1	1 %
Pisterajat	1	1 %
Siirtomahdollisuudet	1	1 %
Sijainti	1	1 %
Tenttiminen (Jyväskylä vai etä)	1	1 %
Tieto aineiston englanninkielisyydestä	1	1 %
Tilastoja edellisiltä vuosilta	1	1 %
Toteutusaikataulut (monimuoto)	1	1 %
Työkuvat	1	1 %
Valintakoepäivät	1	1 %
Valintakokeen sisältö	1	1 %
Vanhat valintakokeet	1	1 %
Varapaikka sijoitus	1	1 %
Voiko aloitusta siirtää	1	1 %
Voiko JAMKn Tampereella asuva monimuoto-opiskelija hyödyntää TAMKn kirjastoa/kursseja (sote-puoli)	1	1 %

11 YHTEENVETO TUTKIMUKSESTA

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Jyväskylän ammattikorkeakouluun hakeneiden mielikuvia ja näkemyksiä Jyväskylän ammattikorkeakoulusta, Jyväskylästä opiskelupaikkana, koulutusohjelmista ja tiedonhankintakanavista. Tutkimus on pitkäikäistutkimus, sillä vastaava tutkimus on toteutettu myös vuosina 2013, 2014 ja 2015. Pitkäikäistutkimuksen avulla voidaan ennakoida mahdollisia muutoksia ja heikkoja signaaleja.

Tutkimus tarjoaa hyvät mahdollisuudet verrata tutkimustuloksia esimerkiksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun ulkoiseen viestintään eli siihen, miten viestintä on mennyt perille potentiaalisessa hakijakunnassa ja millaiseksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun toiminta koetaan ko. asiakassegmentissä. Tutkimus on vastaus siihen, millaisena Jyväskylän ammattikorkeakoulun toiminta näkyy potentiaalisten asiakkaiden silmissä.

Tutkimus toteutettiin verkkokyselynä toukokuussa 2016. Opintotoimisto lähetti kaikille Jamkiin hakeneille sähköpostikutsun tutkimukseen. Vastausprosentiksi saatiin 20 % (1167/5955), jota voidaan pitää hyvänä verkkokyselyn vastausprosenttina. Aikaisempien vuosien vastausprosentit ovat olleet samalla tasolla (vuosi 2015, 19 %).

Vastaajien spontaania mielikuvaa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta kysyttiin avoimella kysymyksellä. Vastaukset paljastavat sen, mitä vastaajille tulee tutkimuskohteesta ensimmäisenä mieleen.

Vastaajien mielestä Jyväskylän ammattikorkeakoulu on:

- laadukas (14 %)
- monipuolinen (9 %)
- kansainvälinen (4 %)
- suuri (5 %)
- nykyaikainen (5 %).

Spontaanin, avoimen kysymyksen lisäksi vastaajien mielikuvia Jyväskylän ammattikorkeakoulusta mitattiin strukturoidulla asteikolla valittujen ominaisuuksien osalta, joita olivat ”kansainvälinen, nykyaikainen, työelämälähtöinen,

Suomen paras ammattikorkeakoulu, yrittäjyyteen kannustava, käytännönläheinen, asiantunteva, joustava, erinomainen kouluttaja, innovatiivinen (2015: nuorekas) ja työelämän kehittäjä.”

Parhaat arvioit Jyväskylän ammattikorkeakoulu saa nykyaikaisuuden (ka = 3,6), asiantuntevuuden (ka = 3,5), työelämälähtöisyyden (ka = 3,5), innovatiivisuuden (ka = 3,5) ja kansainvälisyyden (ka = 3,5) osalta.

Profiileissa ei ole tapahtunut muutoksia kolmen viime vuoden aikana, sillä arvot ovat pysyneet samoina vuodesta toiseen (vuodet 2013, 2014, 2015 ja 2016). Osa muuttujista saa muita muuttujia korkeammat lataukset sen osalta, onko hakijoilla näkemystä asiasta (”ei osaa sanoa”). Kolmasosa (33 %) ei osaa ottaa kantaa siihen, onko Jyväskylän ammattikorkeakoulu ”Suomen paras ammattikorkeakoulu”. Lähes kolmasosa (29 %) ei osaa myöskään sanoa, onko Jamk ”yrittäjyyteen kannustava”. Sama koskee ”joustavuutta” (24 %) ja ”työelämän kehittävyttä” (23 %). Selvimpiä kannat ovat ”nykyaikaisuuden” (9 %), ”asiantuntevuuden” (14 %) ja ”kansainvälisyyden” (13 %) suhteen, joiden osalta vastaajat osaavat ottaa kantaa.

Korkeakoulun markkinoinnin ja viestinnän kannalta on tärkeää tuntee ne mediat, joiden kautta potentiaaliset hakijat etsivät ja saavat tietoa korkeakoulusta. Hakijoihin vaikutetaan tiettyjen kanavien kautta, jotka eivät ole samoja kuin julkiset viestintäkanavat, jotka muokkaavat korkeakoulun yleistä julkisuuskuvaa. Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin seuraavien kanavien merkitystä hakuvaiheessa: ”Jamkin hakijaopas; amk-valintaopas; tuttavat, ystävät, sukulaiset; messut; Jamkin www-sivut; sanomalehdet/radio/tv; opinto-ohjaaja; työvoimatoimisto; sosiaalinen media; oppilaitosvierailut; Jyväskylän ammattikorkeakoulun opettajat/henkilökunta; Jyväskylän amk -hakijapalvelut (hakutoimisto); Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijat.”

Hakijoiden mielestä tärkein tietolähde haettaessa Jyväskylän ammattikorkeakouluun ovat www-sivut, sillä puolet (50 %) hakijoista pitää verkkosivuja ”hyvin tärkeinä”. Ammattikorkeakoulun valintaopas on noin joka neljännen (23 %) mielestä ”hyvin tärkeä” tietolähde. Tuttavat, ystävät ja sukulaiset ovat myös merkittävä tietolähde, sillä lähes joka viides (17 %) pitää heitä erittäin tärkeänä tietolähteenä. Myös ammattikorkeakoulun opiskelijoilla on merkitystä (10 %) tietolähteenä. Kanavien merkityksessä ei ole tapahtunut kovinkaan suuria muutoksia viime vuosien aikana.

Sosiaalisen median (some) roolista nykyaikaisen viestinnän välineenä puhutaan paljon. Tutkimuksessa pyydettiin vastaajia arvioimaan seuraavien somen medioiden merkitystä tietolähteenä: ”blogit; avoimet keskustelupalstat ja foorumit; Facebook; Twitter; YouTube; LinkedIn; suljetut keskustelupalstat ja foorumit (extranet, suljetut asiakasyhteisöt)”.

Tämän tutkimuksen valossa sosiaalisen median kanavilla ei vielä ole kovinkaan suurta merkitystä tietolähteenä, sillä ne saavat perinteisiin kanaviin verrattuna kaikkien muuttujien osalta pienemmät lataukset. Perinteisten kanavien merkitys on tasolla 1,9 (jonkin verran), kun taas sosiaalisen median kanavat jäävät tasolle 1,2 (ei lainkaan). Tärkeimpiä sosiaalisen median kanavia ovat Facebook (ka = 1,52) ja keskustelupalstat (ka = 1,45). Some-kanavien merkitys näyttäisi pysyvän samalla tasolla tarkastelujakson aikana vuosina 2013–2016.

Tutkimuksessa selvitettiin myös haetun informaation sisältöä. Tärkeimmäksi informaatioksi koettiin koulutuksen sisältöä kuvaavat tiedot, joita piti tärkeinä joka kolmas (34 %). Joka neljäs (24 %) haki myös pääsykokeisiin liittyvää tietoa. Muita tärkeitä sisältöjä olivat hakuprosessi (6 %) ja monimuoto-opetus (verkko-opinnot) (3 %).

Joka kymmenes (9 %) ilmoitti lisäinformaation tarpeesta. Lisäinformaatiota tarvittaisiin opintojen sisällöstä (14 %), hakutilastoista (11 %) ja monimuoto-opetuksen toteuttamisesta (6 %).

Tutkimuksessa haluttiin arvioida myös Jyväskylää opiskelupaikkakuntana. Vastaajia pyydettiin arvioimaan seuraavien tekijöiden tärkeyttä/merkitystä: ”tyttö/poikaystävä asuu Jkl:ssä; kaverit asuvat Jkl:ssä; vanhemmat asuvat Jkl:ssä; Jkl on opiskelijakaupunki; Jyväskylän sijainti; Jkl lähin opiskelukaupunki; harrastusmahdollisuudet; iltaelämä; asunnon saaminen ja liikenne-yhteydet”.

Jyväskylän sijainnilla on oleellisen tärkeä vaikutus hakijoiden mielikuviin, sillä joka kolmas (31 %) hakija pitää ”hyvin paljon” vaikuttavana tekijänä Jyväskylän sijaintia, kuten myös sitä, että Jyväskylä on ”lähin” opiskelukaupunki (26 %). Muutoksia tekijöiden painotuksissa ei juurikaan ole tapahtunut vuosina 2013, 2014, 2015 ja 2016. Muuttujien saamat lataukset ovat pysyneet viime vuosina samalla tasolla. Suurin muutos on tapahtunut muuttujan ”lähin opiskelukaupunki” (2015: 33 %, 2016: 26 %) saamassa arvossa. Tämä johtunee monimuotototeutuksista, joissa opiskelu voi tapahtua paikasta riippumatta.

Lisäksi vastaajia pyydettiin arvioimaan ammattikorkeakoulun koulutusohjelmien merkitystä seuraavien tekijöiden suhteen: ”koulutusohjelman sisältö; kaveri kehui koulua; AMK:n maine; tulevaisuuden mahdollisuudet; pakko hakea; helppo päästä ja vanhempien yrittäjätausta.”

Koulutusohjelman valintaan vaikuttaa eniten koulutusohjelman sisältö, sillä puolet (55 %) vastanneista pitää sisältöä hyvin tärkeänä (ka = 3,40). Tulevaisuuden mahdollisuuksilla on myös suuri merkitys (48 % pitää erittäin tärkeänä, ka = 3,25). Jyväskylän ammattikorkeakoulun maine on myös tärkeä tekijä (12 %, ka = 2,28).

Aikaisempien vuosien tutkimustuloksiin verrattuna muutoksia ei ole juurikaan tapahtunut hakijoiden arvioinneissa koulutusohjelman valintaan vaikuttavista tekijöistä. Tosin profiilit ovat ehkä hieman laskeneet kaikkien mitattujen muuttujien (-0,03) osalta. Suurimmat muutokset ovat tapahtuneet ”tulevaisuuden mahdollisuuksien (-0,07) ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun maineen (-0,05) osalta.

Viimeisenä kysymyksenä vastaajia pyydettiin arvioimaan Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuuksia ja heikkouksia. Muuttujina käytettiin: ”käytännönläheisyys; monipuolinen opintotarjonta; yrittäjäopinnot; kansainvälisyys; hyvät työllisyysmahdollisuudet ja ammattitaitoinen opetushenkilökunta.”

Hakijoiden mielestä Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuuksia ovat ammattitaitoinen henkilökunta (96 %), käytännönläheisyys (96 %) ja monipuolinen opintotarjonta (95 %). Mahdollisina heikkouksina nähdään työllistymismahdollisuudet (10 %), kansainvälisyys (8 %) ja yrittäjäopinnot (10 %).

Hakijoiden näkemyksissä ei ole tapahtunut suuriakaan muutoksia, sillä lataukset ovat lähes samoja vuosina 2013, 2014, 2015 ja 2016. Vuoden 2015 tutkimuksessa oli havaittavissa hienoista kasvua yrittäjyysopinnoissa, mutta vuoden 2016 arvioituissa vahvuuksissa yrittäjäopintojen vahvuusmerkitys olikin laskenut (92 %--> 90 %). Tämä oli havaittavissa myös tutkimuksen muissa kysymyksissä.

Tuloksissa ei ole juurikaan tapahtunut muutoksia kolmen viime vuoden aikana, mikä viestii vakiintunutta mielikuvaa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta hakijoiden silmissä. Pysyvät tutkimustulokset viestivät myös tutkimuksen luotettavuutta.

LIITTEET

LIITE 1. SPONTAANIT MIELIPITEET HAKUKOHTEITTAIN

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
Laadukas	0	7	29	1	2	13	38	20	7	117
Monipuolinen	0	1	24	4	1	11	28	3	1	73
Kansainvälinen	0	0	19	0	2	6	9	4	0	40
Nykyaikainen	0	1	7	4	1	5	14	7	1	40
Suuri	0	2	8	5	3	4	6	9	3	40
Mielenkiintoinen	0	0	9	0	0	5	4	6	3	27
Suosittu	0	1	4	0	0	4	15	3	0	27
Dynaaminen	0	1	9	0	0	4	9	3	0	26
Innovatiivinen	0	0	9	0	0	5	7	2	1	24
Mukava	0	0	7	2	1	3	5	5	1	24
Nuorekas	0	0	5	2	0	0	6	3	0	16
Ammattitaitoinen	0	0	5	0	0	2	3	2	2	14
Arvostettu	0	0	3	0	0	1	7	3	0	14
Kiinnostava	0	0	5	1	0	0	3	3	0	12
Lähellä	0	0	5	1	0	0	4	0	2	12
Pätevä	0	0	2	1	0	1	4	2	1	11
Viihtyisä	0	2	3	0	0	3	1	2	0	11
Innostava	0	0	6	0	0	2	1	0	0	9
Osaava	0	0	4	0	0	1	2	1	0	8
Joustava	0	0	5	0	0	0	2	0	0	7
Hieno	0	0	1	0	0	0	0	5	0	6
Kaukainen	0	1	0	0	0	0	3	1	1	6
Luotettava	0	0	2	0	0	1	2	1	0	6
Paras	0	0	1	0	1	0	1	1	2	6
Rento	0	1	1	2	0	0	0	1	1	6
Vieras	0	1	1	0	0	0	4	0	0	6
Haastava	0	0	0	0	0	0	1	3	1	5
Vaikea	0	0	0	0	0	1	3	1	0	5
Asiallinen	0	0	2	0	0	0	2	0	0	4
Aurinkoinen	0	0	1	0	1	1	1	0	0	4

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
Keltainen	0	0	2	1	0	1	0	0	0	4
Toimiva	0	1	1	0	0	1	0	1	0	4
Tuttu	0	0	0	0	0	0	3	1	0	4
Vetovoimainen	0	0	1	0	0	0	3	0	0	4
Kaunis	0	0	1	1	0	0	0	0	1	3
Keskeinen	0	0	1	0	0	2	0	0	0	3
Menestyvä	0	0	1	0	0	0	1	1	0	3
Opettava	0	0	1	0	0	0	0	1	1	3
Opiskelijaystävällinen	0	0	1	0	0	2	0	0	0	3
Pieni	0	1	1	0	0	0	1	0	0	3
Sijainti	0	0	0	0	0	2	1	0	0	3
Tulevaisuus	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
Tunnettu	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3
Tuntematon	0	0	0	0	0	1	1	1	0	3
Yhteisöllinen	0	0	1	1	0	1	0	0	0	3
Yhteistyöhaluinen	0	0	0	1	1	0	1	0	0	3
Avoin	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
Edistynyt	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Fresh	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Inspiroiva	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2
Jämäkkä	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
Jännittävä	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
Järkevä	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
Kattava	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Käytännöllinen	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Keskisuomalainen	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Kotoisa	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Lähin	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
Lämminhenkinen	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Liikunnallinen	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
Määrätietoinen	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
Opettavainen	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2
Positiivinen	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
Raikas	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Siisti	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
Sosiaalinen	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
Tavallinen	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2
Vaativa	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2
Vilkas	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
Ahkeruus	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Älykäs	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Aula	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Auttava	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Avara	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Avarakatseinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Cyber	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Edelläkävijä	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Elämyksellinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Eläväinen	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Energisyys	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Ensimmäisiä	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Erlainen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Etäinen	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Etätehtäväinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Festarit	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Freesi	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Haasteellinen	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Harvard	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Hauskuus	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Helppo	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hienot	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Huippu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Huolellinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Hyödyllinen	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Iloinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Inhimillisuus	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Jamera	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Jännä	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Järjestelmällisyys	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
JYP	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Jyväskyläläinen	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Jyväskylä	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Kakkosvaihtoehto	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Kallis	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Kampuksen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Kampus	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Kannattava	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Kannustavuus	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
Kaukaisuus	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Kaupallinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Kaupunki	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Käyttäjästävällinen	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Keskusteleva	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Kiehtova	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Kliininen	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Konkreettinen	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Korkeakouluysteistyö	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Korkeakoulu	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Koulukeskus	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Koulutus	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Kova	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Kulkumatkat	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Kunnianhimoinen	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Kunnollinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Kuoriutuva	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Kyllön	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Lapsekas	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Leppoisa	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Lisäkoulutus	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Lol	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Luonnonläheinen	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Luonteva	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Lutakon	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Lyhyet	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Maakunnallinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Maalainen	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Maanläheinen	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Mahdollistaisi	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Mahtipontinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Mainio	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Mäki	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Mediaseksikäs	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Miellyttävä	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Mieluinen	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Moniammatillinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Motivoiva	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Nettisivut	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
Neutraali	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Nuorekkuus	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Nuori	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Ok	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Omanlainen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Opiskelija	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Opiskelijahenkkinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Opiskelijalähtöinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Opiskelu	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Oppilasläheinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Oppiminen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Osaamista	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Päästä	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Pätevänoloinen	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Patsaat	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Pelisuunnittelu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Persoonallinen	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Pirteä	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Pitkä	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Pro	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Projektityöskentely	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Rajakadun	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Rallikaupunki	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Rauhaisa	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Reilu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Reipas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Remontit	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Rikas	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Saatavilla	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Sekava	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Sisäilmaongelmainen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Sivistävä	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Sivistys	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Sokkelo	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Sopivankokoinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Sosiaalinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Suomipop	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Talo	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Tarkka	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1

		Kulttuuri	Liiketalous	Tietojenkäs.	Luonnonvara	Matkailu	Sote	Tekniikka	ICT	Kaikki
Tavoitteellinen	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Täydellinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Tehokas	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Teknologia	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Tiedollinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Tiedottava	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Tietorikas	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Tiukka	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Toiminnallinen	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Trenditietoinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Tuttavallinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Työelämälähtöinen	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Työorientoitunut	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Tyylikäs	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Välittävä	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Valoisa	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Valovoimainen	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Vanha	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Varakas	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Vastuullinen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Verkostoituminen	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Vihreä	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Viileä	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Viisaus	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Yhteisöllisyys	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Yleishyödyllinen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Yllättävä	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Ylpeä	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Yrittäjyys	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Yritteliäs	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1

Number of different values: 218, 'Laadukas' is the most cited : 117 observations.
There are 337 non-responses.

LIITE 2. ERI TIETOLÄHTEIDEN TÄRKEYS KOULUTUSALOITTAIN HAKUVAIHEESSA

Hakukohde	Jamkin hakijaoppas	Valintaoppas	Tuttavat ja ystävät	Messut	Jamkin www-sivut	Sanomalehti	Opinto-ohjaaja	Työvoimatoimisto	Sosiaalinen media	Oppilaitosvierailut	Jyväskylän amk:n hakutoimisto	Jyväskylän amk opettajat/henkilökunta	JKL opiskelijat
Kulttuuriala	1,87	2,60	2,69	1,35	3,14	1,24	1,65	1,14	1,95	1,46	1,73	1,81	2,16
Liiketalouden ala	1,87	2,74	2,32	1,61	3,38	1,55	1,56	1,28	2,02	1,55	1,51	1,61	1,77
Tietojenkäsittely (tradenomi)	2,09	2,93	2,62	1,64	3,06	1,60	1,84	1,46	2,04	1,57	1,53	1,64	1,87
Luonnonvara-ala	2,29	2,59	2,20	1,90	3,38	1,60	1,79	1,10	1,85	1,65	1,65	1,60	1,80
Matkailu- ja ravitsemisala	1,77	2,88	2,36	1,60	3,29	1,44	1,45	1,22	1,99	1,46	1,42	1,51	1,90
Sosiaali- ja terveysala	1,81	2,88	2,33	1,49	3,43	1,47	1,39	1,19	1,86	1,38	1,44	1,54	1,92
Tekniikan ala (insinööri)	1,96	2,74	2,54	1,68	3,20	1,66	1,72	1,31	1,93	1,52	1,57	1,60	2,14
ICT-ala (insinööri)	1,73	2,55	2,61	1,52	3,08	1,36	1,79	1,24	1,62	1,58	1,39	1,46	1,93
TOTAL	1,87	2,79	2,41	1,58	3,31	1,52	1,57	1,25	1,93	1,49	1,50	1,58	1,93

LIITE 3. SOSIAALISEN MEDIAN KANAVIEN MERKITYS TIETOLÄHTEINÄ KOULUTUSALOITTAIN

Hakukohde	Blogi	Keskustelu- palstat ja foorumit	Face- book	Twitter	You- Tube	LinkedIn	Suljetut keskustelu- palstat
Kulttuuriala	1,14	1,32	1,76	1,03	1,30	1,03	1,03
Liiketalouden ala	1,26	1,47	1,62	1,13	1,33	1,11	1,08
Tietojenkäsittely (tradenomi)	1,27	1,31	1,56	1,20	1,18	1,06	1,04
Luonnonvara-ala	1,15	1,40	1,75	1,05	1,62	1,05	1,00
Matkailu- ja ravitsemisala	1,26	1,46	1,53	1,04	1,21	1,03	1,04
Sosiaali- ja terveysala	1,22	1,48	1,42	1,06	1,13	1,04	1,07
Tekniikan ala (insinööri)	1,19	1,40	1,49	1,15	1,31	1,09	1,11
ICT-ala (insinööri)	1,08	1,47	1,38	1,08	1,27	1,08	1,16
TOTAL	1,22	1,45	1,52	1,10	1,25	1,07	1,08

Fisher's test results:

Blogikäyttöasiakkaat : $V_{inter} = 0,40$, $V_{intra} = 0,27$, $F = 1,48$, $1-p = 83,09\%$

Keskustelupalstat ja foorumitkäyttö as : $V_{inter} = 0,41$, $V_{intra} = 0,50$, $F = 0,82$,
 $1-p = 42,70\%$

Facebookkäyttöasiakas : $V_{inter} = 1,58$, $V_{intra} = 0,57$, $F = 2,77$, $1-p = 99,24\%$

Twitterkäyttöasiakkaat : $V_{inter} = 0,40$, $V_{intra} = 0,16$, $F = 2,59$, $1-p = 98,81\%$

Youtubekäyttöasiakkaat : $V_{inter} = 1,58$, $V_{intra} = 0,32$, $F = 4,99$, $1-p = >99,99\%$

LinkedInkäyttö asiakkaat : $V_{inter} = 0,18$, $V_{intra} = 0,10$, $F = 1,77$, $1-p = 91,03\%$

Suljetut keskustelupalstat : $V_{inter} = 0,17$, $V_{intra} = 0,11$, $F = 1,58$, $1-p = 86,47\%$

Values are based on a scale of 1 (Ei lainkaan) to 4 (Erittäin paljon).

LIITE 4. ERI VETOVOIMATEKIJÖIDEN MERKITYS KOULUTUSALOITTAIN

Hakukohde	Tyttö/poikaystävä asuu Jlässä	Kaverit asuvat Jlässä	Vanhemmat asuvat Jlässä	Jklä on opiskelijakaupunki	Jyväskylän sijainti	Jkl lähin opiskelukaupunki	Harrastusmahdollisuudet	Iltaelämä	Asumnon saaminen	Liikenneyhteudet
Kulttuuriala	1,54	2,11	1,16	2,62	2,54	1,73	2,06	1,68	1,87	2,19
Liiketalouden ala	1,64	1,87	1,41	2,33	2,63	2,18	1,92	1,68	1,88	2,17
Tietojenkäsittely (tradenomi)	1,83	2,18	1,53	2,67	3,04	2,69	2,06	1,95	2,29	2,31
Luonnonvara-ala	1,70	1,65	1,15	2,27	2,91	1,95	2,10	1,30	1,65	1,85
Matkailu- ja ravitsemisala	1,42	1,70	1,31	2,21	2,52	1,90	1,77	1,60	1,72	2,23
Sosiaali- ja terveysala	1,74	1,86	1,35	2,01	2,76	2,24	1,86	1,41	1,70	2,16
Tekniikan ala (insinööri)	1,80	2,12	1,54	2,44	2,76	2,31	2,04	1,88	2,03	2,09
ICT-ala (insinööri)	1,41	2,23	1,64	2,59	2,56	2,29	1,97	1,78	2,08	2,11
TOTAL	1,67	1,94	1,41	2,29	2,70	2,20	1,93	1,65	1,87	2,16

Highlighted numbers indicate significantly different category means (t-test) from the rest of the sample (to a confidence (1-p) of 95%).

Fisher's test results:

Tyttö/poikaystävä asuu Jlässä : $V_inter = 2,90$, $V_intra = 1,32$, $F = 2,19$, $1-p = 96,74\%$

Kaverit asuvat Jlässä : $V_inter = 4,25$, $V_intra = 1,22$, $F = 3,49$, $1-p = 99,89\%$

Vanhemmat asuvat Jlässä : $V_inter = 2,04$, $V_intra = 0,82$, $F = 2,50$, $1-p = 98,48\%$

Jklä on opiskelijakaupunki : $V_inter = 6,84$, $V_intra = 1,21$, $F = 5,67$, $1-p = >99,99\%$

Jyväskylän sijainti : $V_inter = 2,46$, $V_intra = 1,28$, $F = 1,92$, $1-p = 93,68\%$

Jklä lähin opiskelukaupunki : $V_inter = 5,58$, $V_intra = 1,59$, $F = 3,50$, $1-p = 99,89\%$

Harrastusmahdollisuudet : $V_inter = 1,34$, $V_intra = 1,19$, $F = 1,13$, $1-p = 65,81\%$

Iltaelämä : $V_inter = 5,54$, $V_intra = 0,79$, $F = 7,05$, $1-p = >99,99\%$

Asumnon saaminen : $V_inter = 4,44$, $V_intra = 1,12$, $F = 3,97$, $1-p = 99,97\%$

Liikenneyhteudet : $V_inter = 0,74$, $V_intra = 1,19$, $F = 0,62$, $1-p = 25,81\%$

Values are based on a scale of 1 (ei lainkaan) to 4 (hyvin paljon).

LIITE 5. MITÄ JÄI KAIPAAMAAN?

- 10 : Edellisten vuosien pääsykokeiden mallivastauksia. En ainakaan löytänyt, kun etsin.
- 29 : Tradenomipuolelta ei löytynyt vanhoja valintakokeita
- 30 : Milloin on pääsy kokeet, ennakkotiedot
- 62 : Edellisvuosien hakujen tilastoja
- 72 : Voisi kuvata opiskelu ympäristöä paremmin. Esim. oppilaitosesittely videon muodossa. (Kävely opiskelupaikan ympäri)
- 98 : Hakuprosessin selkeä kuvaus
- 99 : Eroja ICT linjoissa ja tavoissa yliopistoon verrattavissa
- 123 : Koulun alkamisajankohtaa
- 152 : Vähän paremmin jos olisi saanut tietoa pääsykokeista ja mitä pitää osata pääsykokeissa
- 159 : Enemmän tietoa monimuoto toteutuksista
- 164 : Monimuotokoulutuksen toteutumisesta
- 165 : voiko aloittaa opinnot syksyllä, mutta mennä talvella puoleksi vuodeksi armeijaan
- 207 : Oppilaitten omia kokemuksia enemmän ja hakija määriä
- 239 : laajempi kuvaus alojen sisällöstä
- 240 : Jäin kaipaamaan selkeitä tulevaisuuden työllisyysennusteita
- 275 : Pääsykokeiden ennakkomateriaalin metsästäminen oli työn takana. Sen voisi kyllä laittaa yksinkertaisemminkin esiin eikä usean eri linkin taakse ja mahdollisimman alas sivuille.
- 278 : Enemmän selkeää tietoa opinnoista, hakemisesta, pääsykokeista, alasuuntauksista...
- 287 : Ei tule mieleen
- 299 : linkkiä esimateriaalia varten joka pitää lukea ennen pääsykoetta
- 314 : tarkempaa selostusta kontaktipäivien määrästä ja ajankohdista
- 319 : Ehkä vähän tarkemmin olisi kiva saada tietoa missä voi valmistuttuaan työskennellä.
- 321 : Sivustoilla on usein todella suuri määrä tietoa ja tiedonhaku on hidasta
- 329 : Opiskelujen alkamisaikaa oli aika vaikea löytää
- 330 : Tarkempaa tietoa siitä, mitä valintakokeet pitävät sisällään ja erityisesti millainen matikkaosio tulee olemaan.
- 353 : mihin ammatteihin työllistyy
- 360 : Kuinka paljon on käytännön työtä ammattikorkeassa on?
- 370 : Etukäteen Tietoa siitä että ennakkoaineisto oli täysin englanninkielinen
- 372 : Milloin sisäpääsykokeet pidetään. Tarkka päivämäärä.

375 : Pisterajojen näkyvyys
377 : Pääsykokeiden sisältö, käytännön toteutus
379 : pääsykokeen aikataulut pitäisi ilmoittaa aiemmin
381 : Olisin halunnut enemmän tietoa it-tradenomista ja toimintaterapiasta. Esim., mille aloille it-tradenomit päätyvät töihin?
400 : Lyhyttä tarkempaa kuvausta opiskelusta ja kurssin sisällöstä
426 : opintojen toteutuksesta tarkempaa tietoa
456 : Lähiopetusjaksojen aikataulua monimuotototeutuksessa
470 : Enemmän yksityiskohtaista tietoa opiskelusta.
478 : koulutuksen tarkempaa sisältöä
479 : pääsykoesisältöä
489 : Opiskelijatarinoita tietojenkäsittelyn koulutuksesta
515 : Ennakkomateriaalit, voisivat olla enemmän näkyvillä!
539 : enemmän tietoa siitä mitä kurseja muoti- ja vähittäiskaupan kärkiopinnoissa on
550 : Mikä on lähtötaso vaatimus haettaessa kouluun. Pärjääkö ilman kieli- taitoa?
554 : parempi näkyvyys muuttuneista siirtomahdollisuuksista (restonomi- tradenomi)
559 : enemmän tietoa koulutusohjelmista
565 : Enemmän opiskelijoiden omia kokemuksia opinnoista
572 : Pakolliset luennot tallennetaanko vai pitääkö olla reaaliajassa liittynyt luennoille?
585 : Voiko liiketalouden opiskelija käydä/ottaa myös matkailun puolelta kursseja.
594 : suoritetaanko kokeet verkon kautta vai pitääkö olla fyysisesti läsnä?
599 : hakuajasta
604 : Voinko tehdä hakukokeen muualla kuin Jyväskylässä
616 : parempia hakijatilastoja edellisiltä vuosilta erityisesti 2015
632 : Tarkemmin oppisisältöä
646 : Miten korvattavuus käytännössä selvitetään
654 : En täysin ymmärtänyt kummalla todistuksella haen kouluun. Yo-pape- reilla vai sen jälkeen suoritettulla ammattitutkinnolla
660 : Tarkemmin valintakoepäivän
681 : Kuinka vapaasti omaa suuntautumista voi valita
711 : käytännön neuvoja aikuisopiskeluun ja opiskeluun työn ohessa
717 : En mitään
719 : Se ihan Oikea työllistymisprosentti koulutusta vastaaviin hommiin. Jam- kin sivuilla on vähän ympäröyöreitä vastauksia...

730 : Yleistietoja, opiskelusta, käytännöistä, periaatteista... Kuinka hakea ja mitä tehdä, jotta pääsee sisään. Myös eri aloista olisi ollut mukava tietää enemmän.

733 : Kuinka paljon kontaktipäiviä tutkinto vaatii

739 : Etukäteismateriaalin julkaisupäivä jäi epäselväksi.

745 : kunnollista tietoa mitä opinnot sisältävät

770 : Vielä enemmän opintojen sisällöstä.

772 : tarkempaa tarinaa, mutta selviäähän ne

807 : Enemmän tietoa pääsykokeista.

818 : Esimerkiksi selkeä opintojen alkamispäivä

824 : Enemmän mitä koulutus pitää sisällään ja aiemmin sitä mitä pääsyko-
keessa on

832 : avoimen amk:n tiedot selkeämmin

852 : Opiskeluhaku on muuttunut ja siitä on vaikea löytää selkokielistä käy-
tännötietoa

864 : Varapaikka sijoitus, mikä on lopullinen sijoitus.

868 : Voiko JAMK:n Tampereella asuva monimuoto-opiskelija hyödyntää
TAMK:n kirjastoa/kursseja (sote-puoli)

881 : hakija ja hyväksyntä tilastot voisi olla selkeämmin esillä

892 : Olisin halunnut nähdä tilastoja edellisvuosien hakijamääristä ja sisään-
pääsyprosentista, esim. Tamk:n nettisivuilta löytyi tällainen tilasto

897 : Jatkokoulutuksista/erikoistumisista esimerkiksi sairaanhoitajan koulu-
tuksen jälkeisistä mahdollisuuksista.

914 : Opintojen aloituspäivä, jos tulee valituksi. Mitä aiemmin opiskeltua voi
lukea hyväksi tutkinnon suorittamisessa.

923 : Aikaisempien vuosien hakijamääriä. Valmistuneiden kokemuksia.

933 : Selkeämmin miten edellisten vuosien haut on onnistunut ja kuinka moni
on tullut valituksi

936 : Päivämäärää, milloin valintakoekutsut lähetetään.

940 : kuinka käytännössä opiskelu aikuisena työn ohessa onnistuu

943 : miten opiskelujen toteuttaminen tapahtuu käytännössä.

1021 : Lisää tietoa hakutilastoista

1024 : Tietoa itse opiskelusta ja minkälaista kampeksella on?

1025 : Suoritetaanko tutkinnon kokeet paikan päällä Jyväskylässä vai onko
kokeetkin järjestetty etänä?

1029 : Yksikön sijaintia

1038 : Enemmän voisi vielä olla ”opiskelijatarinoita” eli opiskelijat itse kertovat
esim. opinnoistaan ym.

1057 : Pisterajoista, millä on päästy opiskelemaan

- 1058 : monipuolisesti opiskelijatarinoita koulutuksen jälkeen
- 1097 : Mahdollisuuksista muovata opintokokonaisuuksia sopimaan jo hankittuun koulutukseen.
- 1100 : miten monimuotokoulutus käytännössä toteutuu
- 1109 : milloin on yamkin kontaktipäivät
- 1114 : jotenkin selkeämmin tiedot hakemusten käsittelystä esim
- 1119 : Missä toimipisteessä monimuoto-opintojen lähiopetus pääsääntöisesti toteutetaan.
- 1122 : onko mahdollista tehdä etänä/monimuotona
- 1138 : Tarkempaa tietoa esivalintakokeen jälkeisistä pääsykoe järjestyksestä (esim. paljonko tarvittiin pisteitä varsinaisiin pääsykokeisiin, monesko olin jne.)
- 1141 : Enemmän tietoa siitä, millaista verkko-opiskelu on. Esim. opiskelijoiden henkilökohtaisia kokemuksia.
- 1147 : hakijatilastoja
- 1151 : Tarkempaa tietoa opintovuoden aikataulusta monimuoto-opiskelussa
- 1153 : millaista opiskeleminen on käytännössä ja kuinka rankkaa on opiskella jääkiekon ohella
- 1159 : jos hakee moneen amkiin tietojenkäsittelyä, voiko pääsykokeen tehdä esim. Oulussa
- 1162 : 2015 alimmat pisterajat koulutuksiin
- 1165 : enemmän tietoa pääsykokeen vaatimuksista
- 1174 : Enemmän tietoa pääsykokeeseen valmistautumisesta

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUN Julkaisuja



MYynti JA JAKELU
Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto
PL 207, 40101 Jyväskylä
Rajakatu 35, 40200 Jyväskylä
040 865 0801
julkaisut@jamk.fi
www.jamk.fi/julkaisut

VERKKOKAUPPA
www.tahtijulkaisut.net

jamk.fi

jamk.fi

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU

PL 207, 40101 Jyväskylä

Rajakatu 35, 40200 Jyväskylä

Puh. 020 743 8100

Faksi (014) 449 9700

www.jamk.fi

AMMATILLINEN OPETTAJAKORKEAKOULU

HYVINVOINTIYKSIKKÖ

LIIKETOIMINTAYKSIKKÖ

TEKNOLOGIAYKSIKKÖ



Tässä tutkimuksessa selvitetään vuonna 2016 Jyväskylän ammattikorkeakouluun (Jamk) hakeneiden opiskelijoiden mielikuvia korkeakoulusta. Vastaava tutkimus on toteutettu myös vuosina 2013, 2014 ja 2015, mikä mahdollistaa tulosten vertailun aikaisempiin vuosiin ja mahdollisten muutostrendien arvioinnin.

Tutkimuksessa selvitettiin spontaaneja mielikuvia Jamkista avoimilla ja strukturoiduilla kysymyksillä, Jyväskylän kaupungin vaikutusta hakijoiden mielikuviin sekä koulutusohjelmien roolia ja mielikuvaa hakijajoukossa. Tarkasteltiin myös eri tiedonhankintakanavien roolia sekä Jyväskylän ammattikorkeakoulun vahvuuksia ja heikkouksia.

Pitkittäistutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että mielikuvissa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ei ole tapahtunut juurikaan muutoksia kolmen tutkimusvuoden aikana.

Vuonna 2016 tutkimukseen vastasi 1167 hakijaa, mikä tarkoittaa 20 %:n vastausprosenttia (5955).

ISBN 978-951-830-446-6



9 789518 304466 >