

Anna Rinnekallio

Opintojaksojen *Markkinointi,*
Palvelukonseptin kehittäminen,
Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit
kehittämistyö: case: SeAMK Liiketoiminta, ravitsemisala

Opinnäytetyö

Syksy 2013

SeAMK Elintarvike ja maatalous, ravitsemisala
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Elintarvike ja maatalous, ravitsemisala

Koulutusohjelma: Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tekijä: Rinnekallio Anna

Työn nimi: Opintojaksojen *Markkinointi, Palvelukonseptin kehittäminen, Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit* kehittämistyö: case: SeAMK Liiketoiminta, ravitsemisala

Ohjaaja: Elina Ojala

Vuosi: 2013

Sivumäärä: 40

Liitteiden lukumäärä:8

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia toimeksiantajien tyytyväisyyttä Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalalla vuonna 2011–2012 toteutettujen *Markkinoinnin, Palvelukonseptin kehittämisen ja Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit* -opintojaksojen tuotoksiin sekä kehittää opintojaksoja kyselystä saatujen tulosten perusteella. Tutkittavilla opintojaksoilla oli sekä aikuis- että nuorisopiskelijoita Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmasta. Tutkimuksessa käytettiin toiminnalliselle ja kvantitatiiviselle tutkimukselle ominaisia menetelmiä.

Kyselyn tarkoituksena oli saada kehitysideoita kyseisten opintojaksojen toteutustapaan, jälkimarkkinoida Seinäjoen ammattikorkeakoulua, kerätä mielipiteitä opintojaksoilla tehtyjen tuotoksien onnistuneisuudesta sekä samalla kerätä listaa jatko-yhteistyötä haluavista organisaatioista. Kysely toteutettiin puhelimitse toukokuussa 2013. Tavoitettuja vastaajia oli 31. Organisaatioiden yhteystiedot saatiin opintojaksojen yhteistyösopimuksista. Tutkimuksen tuloksissa vertailtiin nuorisopiskelijoiden toimeksiantajien vastauksia. Vaikka toimeksiantajien vastauksissa oli eroja, olivat vastaajat pääsääntöisesti tyytyväisiä niin saamaansa tuotokseen kuin yhteistyöhönkin. Lähes kaikki vastaajat olivat myös halukkaita jatko-yhteistyöhön Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalan kanssa ja halusivat ajankoh- taistaa yhteistyötä enemmän toimeksiantajia palveleviksi.

Tulosten perusteella toimeksiantajat kaipasivat jossain määrin yhteydenpidon lisäämistä, halusivat enemmän tietoa opintojaksoista ja olivat kiinnostuneita myös opintojaksoarviointista. Tämän vuoksi kehitettiin opintojaksojen esittely- ja arviointilomakkeet, joiden tarkoitus on palvella opintojaksojen toimeksiantajia paremmin. Lomakkeet kehitettiin syksyllä 2013. Esittelylomakkeiden tarkoituksena on lisätä toimeksiantajien tietoutta opintojaksojen sisällöstä ja laajuudesta. Arviointilomakkeen avulla toimeksiantajan mielipide otetaan huomioon opintojaksoarviointissa sekä tiivistetään vuorovaikutusta entisestään.

Vastaavanlaista tutkimusta ei ole tehty aiemmin Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalalla. Tuloksiksi saatiin opintojaksojen kehitysideoita, toimeksiantajaihoita, lista jatko-yhteistyötä haluavista organisaatioista sekä kehitetyt lomakkeet.

Avainsanat: koulutusohjelman kehittäminen, toimeksiantajien tyytyväisyys, organisaatioiden ja oppilaitoksen yhteistyö, yhteistyön kehittäminen, jälkimarkkinointi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Food and Agriculture

Degree programme: Degree Programme in Hospitality Management

Author: Rinnekallio Anna

Title of thesis: Development work in the study modules *Marketing, Service concept development, Business planning and development projects*: case: Seinäjoki University of Applied Sciences (UAS), Business school, Hospitality management

Supervisor: Elina Ojala

Year: 2013

Number of pages: 40

Number of appendices: 8

The purpose of this study was to study the principals' satisfaction with the courses *Marketing, Service concept development* and *Business planning and development projects* at the Seinäjoki University of Applied Sciences and develop the courses based on the results of the inquiry. The courses were executed in the years 2011-2012. There were both adult and youth students attending the study modules. Functional and quantitative research methods were used in the study.

The purpose of this survey was to get development ideas for the realization of the study modules, to market the Seinäjoki University of Applied Sciences Degree Program in Hospitality Management, to get opinions about projects and to collect opinions on the successfulness of the outputs and at the same time to collect a list of potential cooperative organizations. The inquiry was carried out in May 2013 by phone with 31 interviewees. The contact information of the organizations was got from the cooperation agreements. In the results of the study, the youth student and adult student principals' answers were compared. Even though there were differences in the principals' answers, the interviewees were satisfied with the output and the cooperation. Nearly all the interviewees were also willing to extend their cooperation with the Seinäjoki University of Applied Sciences.

According to the results, the principals wanted to increase interaction, to get more information about the study modules and they were also interested in the study module evaluation. Because of this, introduction and evaluation forms were developed in the autumn 2013. The purpose of the introduction forms is to increase the principals' knowledge of the contents and the range of the study modules. With the help of evaluation form the principal's opinion will be taken into consideration in the study module evaluation and the interaction will be enhanced.

No comparable study has been conducted in the Seinäjoki University of Applied Sciences Degree Program in Hospitality Management before. The study resulted in development ideas for the study modules, a list of potential cooperative organizations, project ideas and developed forms.

Keywords: developing study program, principal's satisfaction, cooperation between school and organizations, development of cooperation, aftermarketing

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
1 JOHDANTO.....	7
1.1 Työn sisältö.....	7
1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet	8
1.3 Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisala ja tutkintosääntö	9
2 AMMATTIKORKEAKOULUPEDAGOGIIKKA JA SEN TOTEUTTAMINEN.....	11
2.1 Pedagogiset toimintamallit ravitsemisalalla	11
2.2 Tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta.....	12
2.3 Käytännönläheinen oppiminen	13
2.3.1 Aiempia kokemuksia käytännönläheisestä oppimisesta.....	13
2.3.2 Toimeksiantajien kokemuksia projekteista	14
2.4 Ohjaamisen tärkeys projektioiskelussa	15
2.5 Käytännönläheisen opiskelun arvioiminen	16
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	17
3.1 Asiakastyytyväisyyden määritelmä.....	17
3.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	17
3.3 Tyytyväisyyden merkitys	18
3.4 Tyytyväisyyden mittaaminen	18
4 TUTKIMUSMENETELMÄT	21
4.1 Tutkimuksen toteutus	21
4.2 Tutkimuksen arvot.....	22
5 TULOKSET	24
5.1 Toimeksiantajien tausta.....	24
5.1.1 Aikaisempi yhteistyö.....	25
5.1.2 Tuotoksen käyttö.....	25

5.1.3	Tuotosten tuoma uusi tieto toimeksiantajille.....	26
5.1.4	Tuotosten laatu	27
5.1.5	Toimeksiantajien tyytyväisyys yhteydenpidon aktiivisuuteen asteikolla 1-5.....	28
5.1.6	Toimeksiantajien mielipide omasta roolista projektin aikana.....	29
5.1.7	Opettajan yhteydenpidon tärkeys projektin aikana.....	30
5.1.8	SeAMK ravitsemisalan ja organisaation välisen yhteistyön onnistuneisuus projektin aikana asteikolla 1-5.....	31
5.1.9	Oppilaitosten ja organisaation välisen yhteistyön tärkeys asteikolla 1- 5 sekä jatkoyhteistyö.....	32
5.1.10	Avoimet kommentit, tulevat toimeksiannot.....	32
5.2	Kehitetyt lomakkeet.....	33
6	YHTEENVETO.....	34
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	36
	LÄHTEET.....	39
	LIITTEET	41
	LIITE 1 Markkinointi- opintojakson kuvaus.....	1
	LIITE 2 Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit- opintojakson kuvaus.....	2
	LIITE 3 Palvelukonseptin kehittäminen- opintojakson kuvaus.....	4
	LIITE 4 Kyselylomake.....	6
	LIITE 5 Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit-kurssin esittelylomakemalli toimeksiantajalle	7
	LIITE 6 Markkinointi- kurssin esittely toimeksiantajalle.....	9
	LIITE 7 Palvelukonseptin kehittäminen- opintojakson esittely toimeksiantajalle.....	11
	LIITE 8 Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit, Markkinointi sekä Palvelukonseptin kehittäminen- opintojaksojen arviointilomake	13

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1: Toimeksiantajien toimialajakauma.	24
Kuvio 2: Toimeksiantajien aiempi yhteistyö SeAMK:n kanssa.	25
Kuvio 3: Tuotoksen käyttö.....	25
Kuvio 4: Tuotosten tuoma uusi tieto toimeksiantajille.....	26
Kuvio 5: Tuotosten laadun keskiarvojakauma.....	27
Kuvio 6: Toimeksiantajien tyytyväisyys opiskelijoiden yhteydenpidon aktiivisuuteen projektin aikana.....	28
Kuvio 7: Toimeksiantajien mielipide omasta roolista projektin aikana.....	29
Kuvio 8: Mielipidejakauma opettajan yhteydenpidon tärkeydestä.....	30
Kuvio 9: Yhteistyön onnistuneisuus projektin aikana.	31

1 JOHDANTO

Ammattikorkeakoulut ja niiden opintosuunnitelmat elävät muutoksen aikaa. Kouluista valmistuu joka vuosi suuri määrä opiskelijoita, joilla ei ole työharjoitteluiden lisäksi juuri muita kontakteja työelämään. Ammattikorkeakoulu pyrkii vastaamaan haasteeseen yhdistämällä opetuksen työelämään, jolloin tuloksena syntyy käytännönläheinen opiskelu.

Käytännönläheisen opiskelumenetelmän toteuttamiseen on useita eri tapoja. Yksi niistä on Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalán käyttämä asiakaslähtöinen malli, jossa opintojaksoilla tuotetaan erilaisia palveluita ja projekteja. Tällöin opiskelijat saavat opintojaksojen puitteissa toteuttaa aivan oikeille yrityksille opintojaksojen sisältöön liittyviä materiaaleja tai palveluita. Useimmiten opiskelijat etsivät nämä toimeksiantajayritykset itse, jolloin tuotosten tekeminen ei ole toimeksiantopohjaista. Näillä opintojaksoilla on kuitenkin tärkeää, että palvelusta hyötyvät sekä opiskelija että toimeksiantaja.

Tässä tutkimuksessa on selvitetty Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalán Markkinoinnin, Palvelukonseptin kehittämisen ja Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit - opintojaksojen projektien toimeksiantajien tyytyväisyyttä opintojaksojen toteuttamistapaan, yhteistyöhön sekä tuotoksiin. Aihe kiinnosti minua erityisesti sen vuoksi, että olen myös itse opiskellut kyseisillä opintojaksoilla, joten halusin tietää, miten toimeksiantajat ovat tällaisen yhteistyön kokeneet. Lisäksi pedagogiikka on aina ollut yksi suurista mielenkiintojeni kohteista.

1.1 Työn sisältö

Tämän opinnäytetyön ensimmäisessä kappaleessa esitellään johdannon ja sisällön jälkeen työn tarkoitus ja tavoitteet sekä Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisala ja siellä käytössä oleva tutkintosääntö. Tutkittavien opintojaksojen kuvaukset löytyvät liitteistä 1-3.

Toinen kappale käsittelee opinnäytetyössä vahvana teoriapohjana toiminutta ammattikorkeakoulupedagogiikkaa ja sen toteuttamista Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalalla. Kappaleesta löytyy myös esimerkkejä aiemmista samankal-

taisista toisissa ammattikorkeakouluissa tehdyistä tutkimuksista sekä esimerkkejä käytännönläheisestä oppimismenetelmästä ammattikorkeakouluissa.

Kolmas kappale käsittelee asiakastyytyväisyyttä, sen merkitystä organisaatiolle sekä asiakastyytyväisyyden mittaamista. Neljännessä kappaleessa kerrotaan tutkimuksen toteuttamisesta sekä käytetyistä tutkimusmenetelmistä. Viidennestä kappaleesta löytyvät työn tulokset taulukoin sekä tekstin avulla avattuna. Kuudes kappale on yhteenveto tutkimuksen tuloksista ja seitsemäs kappale sisältää johtopäätökset tutkimuksesta sekä tulosten perusteella mietittyjä kehitysideoita opintojaksojen kehittämiseen. Liitteet 1-9 sisältävät opintojaksoesittelyt, kyselylomakkeen, kehitysehdotuksena tehtyjä lomakkeita opintojaksojen esittelyyn ja arviointiin sekä toimeksiantajien avoimia vastauksia.

1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön ensisijaisena tarkoituksena oli tutkia ja selvittää Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalalan Markkinoinnin, Palvelukonseptin kehittämisen ja Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit - opintojaksojen toimeksiantajien tyytyväisyyttä opiskelijoiden tekemiin tuotoksiin kyseisillä opintojaksoilla vuosina 2011 ja 2012.

- Markkinoinnin opintojakso on laajuudeltaan neljä opintopistettä, joka käsittää 108 tuntia opiskelijan työtä. Opintojakson aikana opiskelijat tekevät teoriaopintojen lisäksi markkinointisuunnitelman tai mainoksen valitsemalleen organisaatiolle.
- Palvelukonseptin kehittäminen - opintojakso on laajuudeltaan viisi opintopistettä, joka tarkoittaa 135 tuntia opiskelijan työtä. Opintojakson aikana opiskelijat suorittavat teoriaopinnot, sekä tekevät valitsemalleen organisaatiolle palvelukonseptin kehittämissuunnitelman.
- Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit - opintojaksolla tehtävänä on tehdä liiketoimintasuunnitelma valitsemalleen organisaatiolle. Tämän opintojakson laajuus on viisi opintopistettä.

Tarkemmat opintojaksokuvaukset löytyvät liitteistä 1-3. Tyytyväisyyden tutkimisen lisäksi tutkimuksessa oli tarkoitus kerätä kommentteja ja kehitysehdotuksia liittyen opintojaksojen sisältöön, organisaation ja oppilaitoksen yhteistyöhön sekä asiakaslistaa organisaatioista, jotka ovat kiinnostuneita jatkoyhteistyöstä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa.

Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä Markkinoinnin, Palvelukonseptin kehittämisen ja Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit - opintojaksojen opettajille asiakaslistaa, jolle opiskelijat voivat tulevaisuudessa tehdä tuotoksia kyseisillä opintojaksoilla. Kyselyn tekemisen tarkoituksena oli toimia samalla SeAMK ravitsemisalalan jälkimarkkinointina sekä antaa organisaatioille aktiivisen kuvan ravitsemisalasta. Tässä yhteydessä jälkimarkkinoinnilla tarkoitetaan Seinäjoen ammattikorkeakoulun markkinointia, joka tapahtuu itse toimeksiannon toteuttamisen jälkeen. Jälkimarkkinoinnin tarkoituksena oli toimia niin sanottuna muistutuksena Seinäjoen ammattikorkeakoulun olemassaolosta ja kannustimena tehdä yhteistyötä uudelleen eli vahvistaa yhteistyösuhdetta.

Tutkimuksen avulla oli tarkoitus saada kuva siitä, miten organisaatiot ovat kokeineet käytännönläheisen oppimistavan toteutuksen Seinäjoen ammattikorkeakoulussa sekä miten opintojaksoja voisi kehittää palvelemaan organisaatioita vieläkin paremmin. Näitä erittäin tärkeitä tietoja opintojaksojen opettajat voivat hyödyntää tulevaisuudessa kurssien kehittämiseen.

1.3 Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisala ja tutkintosääntö

Seinäjoen ammattikorkeakoulun (myöhemmin lyhennetty SeAMK) ravitsemisala on ainoa ravitsemisalalan ammattikorkeakoulutasoinen koulutus Etelä-Pohjanmaalla (Ravitsemisala, [viitattu 20.3.2013]). Koulutusohjelman virallinen nimi on Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Koulutusohjelma on kuulunut syksystä 2013 alkaen SeAMK Elintarvike ja maatalous yksikköön, johon kuuluvat lisäksi maaseutuelinkeinojen- ja metsätalouden koulutusohjelmat sekä bio- ja elintarviketekniikan koulutusohjelma. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelman laajuus on 210 opintopistettä - kestoaltaan se on 3,5 vuotta.

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma tarjoaa ammattikorkeakouluopetusta sekä nuorille että aikuisille. Niin sanotut nuoriso-opiskelijat ovat joko ammattikoulun tai lukion suorittaneita, iältään noin 18–28-vuotiaita, jotka haluavat oppia ravitsemisalaa korkeakoulutasoisesti. Restonomien yleisimpiä ammatinimikkeitä voivat olla esimerkiksi ravintolapäällikkö, ravitsemustyöntekijä, vuoropäällikkö tai elintarvikkeiden tuotekehittäjä.

Aikuisopiskelijat opiskelevat useimmiten oman työnsä ohessa julkisen tai yksityisen sektorin ravitsemisalalan organisaatiossa joko esimiesasemassa tai ovat pyrkimässä siihen. Aikuisopiskelijoiden kriteerinä onkin, että työkokemusta ravitsemisalalta tulee olla kertynyt yli 18-vuotiaana vähintään kaksi vuotta (Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma, aikuiskoulutus, [viitattu 2.9.2013]).

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma on toiminut kevääseen 2013 saakka Kauhajoella, josta se siirtyi Seinäjoelle uusiin tiloihin syksyllä 2013. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmassa opinnot suoritetaan prosessi- ja projektioppimisen kautta (Opinto-opas 2012–2013, [viitattu 2.9.2013]). Seinäjoen ammattikorkeakoulun tehtävänä on toteuttaa käytännönläheistä opetusmenetelmää, joka varmistaa opiskelijan mahdollisuuden osata toimia valmistuttuaan erilaisissa tehtävissä esimerkiksi ravitsemis- tai talousalalla sekä tukea työelämän- ja aluekehityksen tutkimus- ja kehittämistyötä (Tutkintosääntö, [viitattu 20.3.2013]). Restonomiopiskelijoiden projektit koostuvat niin vuosittain toistuvista alan projekteista kuin myös kertaluontoisista organisaatioiden toimeksiantoina tulevista kehittämistehtävistä. Käytännönläheisiä projekteja tukee teoriaopinnojen kokonaisuus, jolloin opiskelija saa hyödyntää ja syventää teoriassa oppimaansa käytäntöön. Lisää tietoa ravitsemisalalan pedagogisesta mallista on kappaleessa 2.1.

2 AMMATTIKORKEAKOULUPEDAGOGIIKKA JA SEN TOTEUTTAMINEN

Ammattikorkeakoulun perusedellytys on olla työelämälähtöinen kehittäjä. Se on luonteva jatko-opiskelupaikka ammattikoulun käyneiden lisäksi myös lukiolaisille sekä työelämässä jo olleille aikuisopiskelijoille. Opetuksessa hyödynnetään tiivistä yhteistyötä työelämään. Ammattikorkeakoulun opiskelijat oppivat ammattiosaamiseen vaadittavan tietomäärän ohjatusti käytännön työelämässä. Tietotaidon oppimisen lisäksi opiskelija oppii työelämän sosiaaliset käytännöt. (Kotila 2003, 18–20.)

Ammattikorkeakoulun tutkimusten tarkoituksena on ennakoida työelämässä tapahtuvia muutoksia. Työelämä haastaa ammattikorkeakoulupedagogiikan - artikkelin mukaan tutkimustulokset osoittavat työelämän kaipaavan tulevaisuuden työntekijöiltä niin perus ammattiosaamista kuin myös erityisosaamista (Vanhanen-Nuutinen, Laitinen-Väänänen ja Väänänen teoksessa Kotila ja Mäki (Toim.) 2012, 259–270). Näiden muutosten vuoksi on tärkeää tutkia työelämää ja etenkin työelämän edustajien mielipiteitä nykykoulutuksesta ja saada myös selkeitä toivomuksia yhteistyön kehittämiseen.

2.1 Pedagogiset toimintamallit ravitsemisalalla

Seinäjoen ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat opiskelevat kolmea eri kokonaisuutta; elämyksellisyyttä, ravitsemusta sekä liiketoimintaa. Opiskelijat opiskelevat eri osa-alueiden oppeja teoriassa, jonka jälkeen teoriatietoja voidaan painottaa käytännön asiakaslähtöisiin projekteihin. Opintojen aikana opiskelija voi syventää osaamistaan haluamallaan osa-alueella esimerkiksi valinnaisten aineiden, harjoittelujen, opinnäytetyön tai projektien avulla.

Ensimmäinen vuosi on restonomiopiskelijoilla tuottamisen vuosi, jolloin opinnot koostuvat palvelun tuottamiseen liittyvistä opinnoista. Tällöin opiskelijat opiskelevat esimerkiksi elämyksellisten ruokapalveluiden tuottamista käytännössä opetus-

keittiössä. Teemoina ensimmäisen vuoden opinnoissa toimivat ruokapalvelujen turvallisuus, terveellisyys, elämyksellisyys ja taloudellisuus.

Toisena vuotena opiskellaan johtamista niin teoriassa kuin myös käytännössä. Käytännössä opiskelijat ohjaavat ensimmäisen vuoden opiskelijoita käytännön töissä, teoriassa opiskellaan muun muassa henkilöstöjohtamista, taloushallintoa, laatuketjun johtamista ja markkinointia.

Kolmas ja neljäs vuosi koostuvat palvelujen ja tuotteiden kehittämiseen liittyviin käytännön projekteihin. Eri aihealueita käsitteleviä projekteja opiskelijat voivat valita oman mielenkiinnon mukaan. (Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma, opinto-opas 2012–2013, [viitattu 22.9.2013].)

2.2 Tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta

TKI-toiminta (tutkimus- kehittämis- ja innovaatiotoiminta) on osa kaikkien ammattikorkeakoulujen perustoimintaa (Söderqvist teoksessa Kotila ja Mutanen (toim.), 77). Kaikki korkeakoulut tarjoavat TKI-toiminnallaan yrityksille mahdollisuuden kehittää yritystään eri tavalla. Seinäjoen ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämispalveluiden verkkosivuilla [viitattu 14.4.2013] kerrotaan ammattikorkeakoulun tarjoavan koulutusta ja muita TKI-palveluita kaikilla toimialoilla. Toiminnan tarkoituksena on tuottaa lisäarvoa yrityksille ja yhteisöille nykyaikaisin menetelmin vahvasti opintoihin kytkettynä.

Ammattikorkeakoulujen harjoittama TKI-toiminta tarjoaa niin opettajien antamaa koulutusta kuin myös opiskelijoiden tekemiä tutkivia ja kehittäviä projekteja. On tärkeää, että TKI-toimintaa on harjoittamassa ammattilaisia kaikilta aloilta, ja että opiskelijoiden kehittämistyön tukena on osaavia ohjaajia. Siten opiskelijoiden tekemien projektien toimeksiantajat ovat vastaanottavaisia ja luottavaisia antaessaan opiskelijoiden tutkia yrityksen tietoja.

2.3 Käytännönläheinen oppiminen

Korkeakoulutettuja nuoria yritetään saada jo koulutusvaiheessa kiinni työelämään käyttämällä yhä enemmän työkeskeistä järjestelmää, johon kuuluu niin käytännönläheinen opetustapa kuin myös käytännönjaksot ulkoisilla työpaikoilla (Ahola teoksessa Tynjälä, Välimaa ja Murtonen (Toim.) 2004, 15–27). Yhteistyö yritysten kanssa toimii ammattikorkeakouluissa eri tavalla. Joissain ammattikorkeakouluissa on erilaisia yhteistyöohjelmia, jolloin tehdään usein pidempiaikainen yhteistyösopimus tavoitteineen. Usein kuitenkin yhteistyökuviot sovitaan pienemmissä projekteissa projektikohtaisesti. Esimerkiksi Diakonia-ammattikorkeakoulussa yhteistyökutsuja tapahtuu sekä yritysten että ammattikorkeakoulun puolelta. Tämän lisäksi on kuitenkin tärkeää, että myös ammattikorkeakoulu seuraa esimerkiksi maakunnan toimintaa ja on aktiivisesti mukana kehittäjänä ja toimijana myös tilanteen mukaan. Kortelaisen mukaan ympärillä tapahtuvan toiminnan seurannassa on korkeakouluilla vielä kehitettävää. (Kortelainen 2006, 88–89.)

2.3.1 Aiempia kokemuksia käytännönläheisestä oppimisesta

Kokemuksia käytännönläheisestä opiskelusta on ehditty kirjata ja tutkia muutamissa suomalaisissa ammattikorkeakouluissa. Esimerkiksi Kymenlaakson ammattikorkeakoulu on kehittänyt aivan oman systeemin, jossa opitaan tekemällä työtä; LCCE-mallin. LCCE tarkoittaa käännöksen (Learning and Competence Ecosystem) mukaisesti osaamisen ja oppimisen ekosysteemiä. Menetelmä on käytössä kansainvälisen liiketoiminnan ja kulttuurin koulutusohjelmissa. Tulkin mukaan LCCE-mallia toteutetaan KyAMK:ssa kytkeväällä opintojaksoihin enemmän käytännön jaksoja sekä yritysten ja ammattikorkeakoulun yhteistyökuviolla, joka syventää yhteistyötä entisestään. Näin ollen yhteistyö yritysten kanssa on jatkuvaa, ja yhdistää opiskelijat ja opettajat paremmin yritysten toimintaan sekä helpottaa toimeksiantojen sijoittamisen opetusohjelmaan sekä opiskelijoita että yrityksiä mahdollisimman hyvin palveleviksi. (Tulkki teoksessa Ruohonen (toim.) ja Mäkelä-Marttinen (toim.) 2009, 34,36–37.)

Sen sijaan Laurea ammattikorkeakoulussa on otettu vuonna 2005 käyttöön LbD (Learning by developing) menetelmä kaikissa koulutusohjelmissa. LbD:ssä on eri

opetusmalleja, joiden sisältö liittyy esimerkiksi projektijohtamiseen, yrittäjyyteen tai liiketoiminnan kehittämiseen tiiviissä yhteistyössä työelämän kanssa. Kaikkiin malleihin ei linkity teoriaopintoja, vaan ne ovat täysin käytäntöpohjaisia. LbD - arvioijien mukaan opetusmenetelmä lisää opiskelijoiden työelämävalmiuksia, oppimismahdollisuuksia, vastuuntuntoa sekä itsenäisyyttä. (Taatila ja Raij teoksessa Kotila ja Mutanen(toim.)2012, 107–108.)

Myös Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa opitaan käytännönläheisesti usealla eri alalla: liiketalous, hotelli- ja ravintola-ala ja monet muut alat saavat opiskella käytännön taitoja erilaisten yhteistyökumppanien ohjauksessa. Haaga-Heliassa yhteistyö käsittää erilaisia tapoja työharjoitteluista ja hankkeista aina kaupallista merkitystä sisältäviin innovaatiokeksintöihin saakka. Kyseinen korkeakoulu tekee yhteistyötä esimerkiksi Suomen Matkatoimiston kanssa. Tämä yhteistyö on siitä ainutlaatuinen, että sen kokonaiskesto on koko koulutusohjelman pituinen; 3,5 vuotta. Tällöin opiskelijoiden opinnot suunnitellaan vuosittain toimeksiannon pohjalta. Yhteistyön aikana opiskelijat saavat opetella niin yhteydenpitoa, sitoutumista kuin myös oman osaamisen tunnistamista. Kyseisen hankkeen aikana Haaga-Heliassa on alettu myös pohtia, tulisiko työelämälähtöisen opetustavan toteutua muualla kuin kouluympäristössä. (Juustila, Mäkelä ja Vehkaperä teoksessa Laitinen-Väänänen, Vanhanen Nuutinen ja Hyvönen (toim.) 2011, 88 – 101.)

2.3.2 Toimeksiantajien kokemuksia projekteista

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun yhteistyökumppaneita löytyy useilta eri aloilta aina energiayhtiöstä veneitä valmistavaan yritykseen. KyAMK:n opiskelijat tuottivat eri yrityksille mm. suunnitelmia, 3D-mallinnuksia ja kyselyitä niin projekteina kuin myös opinnäytteinä. Yhdistävä tekijä kaikkien yhteistyökumppaniyritysten mietteisissä on tyytyväisyys pitkäkestoiseen yhteistyöhön. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun yhteistyökumppanit kokevat, että sekä yritys että opiskelijat saavat parhaan hyödyn pitkäkestoisista ja tavoitteellisista projekteista, joihin voi liittää työharjoittelua, kesätöitä ja opinnäytetöitä. (Ruohonen (toim.) ym. 2009, 70–79.)

Jaana Anglé (2002, 9-13) tutki tutkimuksessaan Rovaniemen ammattikorkeakoulun sidosryhmien yhteistyötä. Hänen tutkimuksestaan ilmenee, että ennakoasen-

teet opiskelijoiden hyödyntämiseen osana yrityksen toimintaa ovat negatiivisia. Negatiiviset asenteet liittyvät opiskelijoiden töiden hyödyllisyyteen, opiskelijoiden puutteellisiin asiakaspalvelutaitoihin sekä yritysten epätietoisuuteen siitä, mitä opiskelijoita koko oppilaitoksesta valmistuu ja mitä osaamista oppilaitoksesta olisi tarjolla. Lisäksi jo muutamat negatiiviset kokemukset aiheuttivat sen, etteivät kyseiset yritykset halunneet olla enää tulevaisuudessakaan tekemisissä opiskelijoiden kanssa edes harjoittelujen muodossa. Sen sijaan positiiviset kokemukset kertovat opiskelijoiden olevan motivoituneempia ja innokkaampia työntekijöitä kuin oman yrityksen työntekijät. Yrityksen näkevät opiskelijat myös hyvänä lisätyövoimana yritykselle.

Korkeakouluhenkilöstön työelämäkumppanuus ja työelämäyhteistyöosaamisen kehittäminen (KOHO)-projektissa on myös tehty kysely toimeksiantajien näkemyksistä korkeakoulujen ja työelämän yhteistyöstä vuonna 2009. Vastauksista kävi ilmi, että laajimpia yhteistyön muotoja olivat työharjoittelut ja opinnäytetyöt. Avomista vastauksista kävi ilmi, että opiskelijat ovat myös työllistyneet yhteistyön kautta, jolloin organisaation ei ole tarvinnut turvautua muihin rekrytointikeinoihin. Kyselystä kävi ilmi myös, että lähes 80 prosenttia vastaajista piti yhteistyötä hyödyllisenä ja merkittävänä. (Laitinen-Väänänen, Vanhanen-Nuutinen ja Vanha-Aho teoksessa Laitinen-Väänänen ym. 2011, 24–33.)

2.4 Ohjaamisen tärkeys projektiopiskelussa

Ohjaaminen on tärkeää opiskelijan oppimisprosessin tukemiseksi ja opintojen etenemisen kannustamiseksi (Isokorpi teoksessa Kotila (Toim.) ja Mutanen (Toim.) 2004 111, 115–116). Useimmiten opiskelijan ohjaajana toimii opintojakson opettaja. Ohjauksen tavoitteena on, että opiskelija sisäistää oppimansa, luo tavoitteet esimerkiksi oman koulutustaustansa perusteella ja tekee realistiset oppimistavoitteet.

Työympäristön muutos luo tarvetta opiskelijan ohjaukselle (Koli teoksessa Kotila (Toim.) 2003, 154). Käytännönläheisillä opintojaksoilla opiskelijoiden työ muuttuu ohjatusta teoriatyöskentelystä itsenäiseksi työskentelyksi nopealla tempolla, jolloin opiskelijoiden on oltava itse aktiivisia työn ja oppimisprosessin suhteen. Tämä ei

kuitenkaan ole kaikille luontevaa, jolloin ohjaus on tarpeen. Mikäli ohjausta ei ole riittävästi saatavilla, se näkyy myös työn tuloksessa negatiivisesti.

2.5 Käytännönläheisen opiskelun arvioiminen

Käytännönläheisen opiskelun arvioiminen on haastavaa sen moniulotteisuuden vuoksi. Yhteistyöhön liittyy yleensä toimeksiantajan tilaama tehtävä, mutta toisaalta myös pedagoginen oppimistavoite, jossa tarkoituksena on oppia projektityökentelyä sekä teoriaopintojen soveltamista. Samalla on tarkoitus, että opiskelijat oppisivat työelämän käytäntöjä ja uskaltaisivat luoda uusia innovaatioita. Arvioimisessa on tärkeää niin opettajan kuin työelämän edustajankin panostus ja ohjaus. Mikäli projektille ei ole aikaa, ei myöskään tuotoksen arvioiminen ole kovin realistista. Olisikin tärkeää, että oppilaitoksen edustaja ottaisi selkeästi pedagogisen roolin arvioinnissa ja jättäisi ammatillisen roolin työelämäedustajalle, jolloin opiskelija saisi kattavan ja koko oppimistavoitteen sisältävän arvioinnin. (Helle ym. teoksessa Tynjälä ym. 2004, 263–264.)

Laurea ammattikorkeakoulussa käytössä olevaa LbD-mallia on arvioitu useaan otteeseen verraten kansainvälisiin toimintamalleihin. Tutkimuksista selvisi, että käytännönläheinen oppiminen lisää opiskelijan henkilökohtaista vastuuta tuloksista, itseensä luottamista ja siinä kehittymistä sekä velvollisuuksia kollegoita kohtaan. Tuloksista selvisi myös, että kyseinen malli on lisännyt opiskelijoiden työelämävalmiuksia merkittävästi. LbD-mallissa opiskelijan osaamista arvioidaan kunkin hankkeen osaamisen vaatimuksiin pohdiskellen yhteistyössä opiskelijoiden, mentoreiden ja työelämän edustajien kesken. Sen sijaan Laureassa myös käytössä olevassa LBV- mallissa opiskelijat vastaavat arvioinnista tuloksen esittelyssä sekä itse laatimiensa oppimistavoitteiden ja tulosten perusteella. (Tautila ym. teoksessa Kotila ja Mutanen (Toim.) 2012, 107–108.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

3.1 Asiakastyytyväisyyden määritelmä

Asiakastyytyväisyys tarkoittaa lyhykäisyydessään asiakkaan tyytyväisyyttä tuotettuun palveluun ja sen laatuun sekä odotusten ja kokemusten vastaavuutta. Tyytyväisyyden tunteen edellytyksenä ovat henkilön odotukset ja niiden jälkeen syntyneet kokemukset. Odotukset asettavat vertailukohtaan kokemuksille - joko negatiiviseen tai positiiviseen suuntaan. Esimerkiksi jos asiakkaalla on korkeat odotukset tuotteen laadusta eikä hinta-laatu suhde olekaan se mitä odotti, tulee asiakkaalle pettymyksen tunne. Pienemmillä odotuksilla olisi tuote kuitenkin saattanut yllättää käyttäjänsä positiivisesti. Odotusten taso vaihtelee henkilökohtaisesti, tilannekohtaisesti, toimialakohtaisesti sekä yritysکوhtaisesti.

Asiakastyytyväisyys edellyttää aina jonkinasteista kokemusta tuotetusta palvelusta. Vaikka asiakas olisi tyytyväinen itse palvelun laatuun, voi tyytyväisyyttä alentaa muut palvelukokonaisuuteen vaikuttavat tekijät. Tyytyväisyyttä voidaan arvioida esimerkiksi seuraavilla asteilla: syvä pettymys, lievä pettymys, odotusten mukainen, lievä positiivinen yllätys sekä vahva positiivinen yllätys. (Ylikoski 1999, 149 sekä Rope ja Pöllänen 1998, 14, 29–30,36.)

3.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Ropen ja Pöllänen (1998, 28–29) mukaan asiakastyytyväisyys syntyy siitä, miten asiakkaan kontaktit yrityksessä ovat sujuneet. Kontaktit tarkoittavat henkilöstön kanssa luotuja kontakteja, tuotekokemuksia, tukijärjestelmää (esimerkiksi tilaus- ja asiakaspalvelujärjestelmät) sekä kokemuksia yrityksen miljööstä (siisteys, sisustus, sijainti). Kaikki kontaktit luovat kokemuksen kautta tulevia odotuksia muille tuleville kontakteille. Nämä odotukset muuttuvat joko negatiivisemmiksi tai positiivisemmiksi kokemuksiksi.

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat palvelukokonaisuuden lisäksi palvelun hyöty sekä palvelun käytön seuraukset. Asiakastyytyväisyys muodostuu siis näistä kai-

kista osa-alueista yhdessä, joten vaikka yhteen osaan olisikin ollut tyytyväinen, saattaa joku muu osa-alue laskea kokonaistyytyväisyyden mitättömiin. Lisäksi tyytyväisyyteen vaikuttaa se, miten paljon asiakas itse on joutunut olemaan mukana palvelun saamisessa verrattuna hyötyyn, eli asiakkaan saama arvo. (Ylikoski 1999, 151.)

3.3 Tyytyväisyyden merkitys

Asiakastyytyväisyys on tärkeää yrityksen maineen ja jälkimarkkinoinnin kehityksen vuoksi. Tyytyväiset asiakkaat toimivat ilmaisena markkinointikanavana, sillä he mainostavat palveluita omassa tuttavapiirissään (sanakirja taloustermeille [viitattu 2.9.2013]). Lisäksi tyytyväiset asiakkaat palaavat asiakkaiksi mielellään uudelleen. Erittäin tyytyväisten asiakkaiden odotukset pysyvät korkealla, jolloin asiakas toivoo aina saavansa yhtä hyvää palvelua. Näitä odotuksia on vaikea ylittää. (Rope ja Pöllänen 1998, 44.)

3.4 Tyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyskyselyn tekeminen on sen suorittavan organisaation keino olla asiakaskeskeinen palvelun tuottaja (Löytänä ja Korteso 2011, 105). Asiakastyytyväisyysmittauksen avulla pystytään selvittämään yrityksen vahvuudet ja heikkoudet. Näillä tiedoilla pystytään vaikuttamaan yrityksen toimintaan positiivisella tavalla, ja jopa saamaan asiakkaita vaihtamaan kilpailijan leiristä omaan leiriin. (Ylikoski 1999, 149.) Mittauksien avulla selvitetään myös menestymismahdollisuuksia (Rope ja Pöllänen 1998, 58 - 59). Käsitys yrityksen asiakastyytyväisyydestä yrityksen näkökulmasta saattaa olla hyvinkin erilainen, mitä se todellisuudessa on.

Ylikosken (1999, 156) mukaan tyytyväisyyden mittaamisella on neljä päätavoitetta: Tyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen, tämän hetkisen tyytyväisyyden tason mittaaminen, toimenpide-ehdotusten tuottaminen sekä tyytyväisyyden kehittämisen seuranta. Näiden tavoitteiden täytyttyä on kysely riittävän laaja, jotta saadaan käsitys kaikkien asiakkaiden tyytyväisyyden tilasta, ja lisäksi

yhdistämällä siihen jo aiemmin tullut palaute on kokonaiskuva tyytyväisyydestä laajempi.

Löytänän ja Kortesuon (2011, 105) mukaan kyselyn tekemisessä on kuitenkin useita haasteita, joihin useat kyselyn tekijät törmäävät. Nämä haasteet saattavat jopa kyseenalaistaa asiakastyytyväisyyden mittaamisen tärkeyden. Kyselyiden laajuudet ovat usein liian suuria, jolloin kyselyistä tulee liian pitkiä. Tämä johtaa siihen, ettei kyselyyn vastaaja jaksa keskittyä loppuun saakka, jolloin hajonnat viimeisissä vastauksissa voivat olla valtavia johtuen pelkästään siitä, etteivät vastaukset välttämättä kerro mitä mieltä vastaaja oikeasti on. Lisäksi Löytänä ja Kortesus listaavat, että kyselyt on usein tehty liian yrityslähtöisesti, ja että kyselyt suoritetaan liian harvoin. Näistä syistä vastaajan saattaa olla hankala vastata kysymyksiin, ja saadut tulokset saattavat olla jo vanhentuneita. Lisäksi on vaikea tietää, onko vastaaja todella rehellinen mitä vastauksessaan kertoo, vai onko hän kenties kaunistellut asioita, jolloin tuloksista tulee virheellisiä.

Asiakastyytyväisyystutkimuksessa on tärkeää selvittää, miten asiakas kokee yrityksen tarjoaman tuotteen sekä yrityksen toiminnan. Koska vastaukset perustuvat vain senhetkiseen tilanteeseen, tulee kysely toistaa säännöllisin väliajoin tilanteen seuraamiseksi. Kyselyn voi suorittaa joko sähköisellä - tai paperilomakkeella, puhelimitse tai henkilökohtaisella haastattelulla riippuen esimerkiksi otantakoosta, selvitettävistä asioista tai asiakaskunnasta. (Rope ja Pöllänen 1998, 59–60.) Lisäksi kommentteja on mahdollisuus kerätä esimerkiksi sosiaalista mediaa seuraamalla, palautelaatikon avulla, reklamaatioita analysoimalla, puheluiden ja sähköpostien avulla tai jatkuvalla palautekyselyllä (Löytänä ja Kortesus 2011, 102).

Asiakkaan kannalta on hyvin tärkeää muistaa, että he odottavat mittaamisen tuottavan heidän toivomaansa kehitystä toimintaan. Sen vuoksi onkin tärkeää suunnitella ennen mittaamista mihin ja miten tuloksia hyödynnetään. Tuloksien perusteella on siis tärkeää ryhtyä toimenpiteisiin, jotta yritystä pystytään kehittämään toivottuun suuntaan, eikä suinkaan kysyä samoja kysymyksiä vuoden kuluttua uudelleen. (Rope ja Pöllänen 1998, 59 – 60, 64 sekä Löytänä ja Kortesus 2011, 106.) Lisäksi suoraa, etenkin negatiivista tai korjaavaa palautetta antava asiakas odottaa, että palautteeseen vastataan, mikäli yhteystiedot on jätetty. Tällä tavoin asia-

kas kokee, että juuri hänen mielipiteensä on tärkeä ja asialle ollaan tekemässä jotain. (Löytänä ja Korteso 2011, 103.)

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Tutkimuksen toteutus

Kyseessä on kokonaistutkimus, jolloin koko toimeksiantajien joukko on tutkittu. Tutkimusosuus on suoritettu kvantitatiivisen eli määrällisen ja kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen välimuotona. Tutkimus on myös toiminnallinen tutkimus, koska tutkimuksen suorittaja on itse aktiivisesti mukana kyselyn suorittamisessa ja tutkimuksen tulosten perusteella kehitettiin opintojaksoarviointi- ja esittelylomakkeet (5.2. Lomakkeet). Kvalitatiiviset ja kvantitatiiviset piirteet ilmenevät tutkimuksen seuraavista piirteistä (Heikkilä 2008, 13–16.):

Kvalitatiivinen

- Suhteellisen pieni otos
- Kokonaisotanta
- Kyselyssä on hyödynnetty ammattikorkeakoulupedagogiikkaa
- Kohderyhmältä tärkeä saada tietää odotukset ja asenteet, jotta kursseja voidaan kehittää
- Kysely on pilotti, joten voidaan hyödyntää jatkotutkimuksissa
- Avoimet kysymykset kvalitatiiviselle tyypillisiä ja tälle tutkimukselle välttämättömiä

Kvantitatiivinen

- Tutkimuksen tuloksena saatiin suurimmaksi osaksi tilastoitavaa, numeraalista materiaalia, jota on helppo ilmoittaa halutessa eteenpäin taulukoin ja kuviain.
- Suurimmassa osassa kysymyksistä valmiit vastausvaihtoehdot, jotka helpottavat puhelinhaastattelun tekoa

Tiedonkeruumenetelmäksi valittiin puhelinhaastattelu. Puhelimitse tavoitettavuus ja vastausprosentti koettiin varmimmaksi ja myös kustannukset pysyisivät kohtuullisina. Puhelinhaastattelulla tiedonkeruuseen ei myöskään kulunut liikaa aikaa ja vastauksista saatiin tarkkoja. Puhelinhaastattelu toteutettiin 3. ja 6.5.2013. Yhdelle puheluhaastattelulle oli varattu aikaa 10 minuuttia; käytännössä aikaa kului noin

seitsemän minuuttia haastattelua kohden. Haastattelun aikana vastaukset kirjattiin tietokoneella olevaan haastattelulomakkeeseen (Liite 4).

Haastateltavien yhteystiedot saatiin tutkittavien kurssien toimeksiantosopimuksista, joihin oli suurimmaksi osaksi merkitty selvästi kuka kyseisen projektin yhteyshenkilönä toimi. Sopimuksista saatu otoskoko oli aluksi 42 haastateltavaa. Osassa organisaatioista oli kuitenkin ollut muun muassa organisaatiomuutoksia, joten haastateltavien oli mahdoton vastata haastattelukysymyksiin. Osassa tapauksista tekijä oli oma toimeksiantajansa, yhteyshenkilöä ei tavoitettu tai samaan organisaatioon oli tehty useita tuotoksia, jonka vuoksi otoskoko pieneni. Lopullinen otoskoko oli 31.

Tutkimuksessa on 11 kysymystä (Liite 4), jotka käsittelevät toimeksiantajien tyytyväisyyttä tuotoksiin, yhteistyöhön sekä halukkuutta jatkoyhteistyöhön. Kysymyksistä yhdeksän on strukturoituja kysymyksiä. Kuudessa kysymyksessä vastausvaihtoehtoina on kyllä ja ei, neljässä on käytetty Osgoodin asteikkoa (numeerinen arvio 1-5) ja lisäksi kysymyksissä on tarkentavia avoimia kysymyksiä sekä kysymys vapaille kommenteille (Heikkilä 2008, 54). Avoimien kysymysten avulla haluttiin saada suoria kehitysideoita kursseille sekä tarkentaa annettua vastausta. Taustatietoina on ainoastaan yrityksen nimi, yhteystiedot sekä toimiala. Tutkimuksen kysymykset perustuvat aiheeseen liittyvään teoriaan sekä toimeksiantajan toivomuksiin.

4.2 Tutkimuksen arvot

Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tulokset vastaavat sitä, mitä tutkimuksessa oli määrä selvittää. Jotta tämä toteutuu, on tutkimussuunnitelma laadittava tarkasti samoin kuin kysymyslomake. Kysymyslomakkeen testaaminen onkin tärkeää, etteivät kysymykset ole harhaanjohtavia tai muutoin epäselviä, jolloin vastauksetkaan eivät vastaa siihen mitä olisi pitänyt selvittää. Tutkimuksen validiteettiin vaikuttaa myös tutkimusjoukko ja sen vastausprosentti sekä aineistonkeruumenetelmä.

Reliabiliteetti tarkoittaa luotettavuutta, eli tässä tapauksessa tulosten tarkkuutta. Tarkkuudella tarkoitetaan sitä, että ilmoitetut tulokset pitävät paikkaansa juuri sellaisenaan kuin ne on kirjattu. Tämän vuoksi jo kyselylomakkeessa tulee huomioida, että kaikki ymmärtävät kysymykset samalla tavalla. Puhelinhaastattelussa on tärkeää osata kirjata vastaukset juuri niin kuin haastateltava ne ilmoittaa. Analysoinnissa tulee olla tarkkana, ettei siinäkään vaiheessa pääse tapahtumaan esimerkiksi kirjaamisvirhettä.

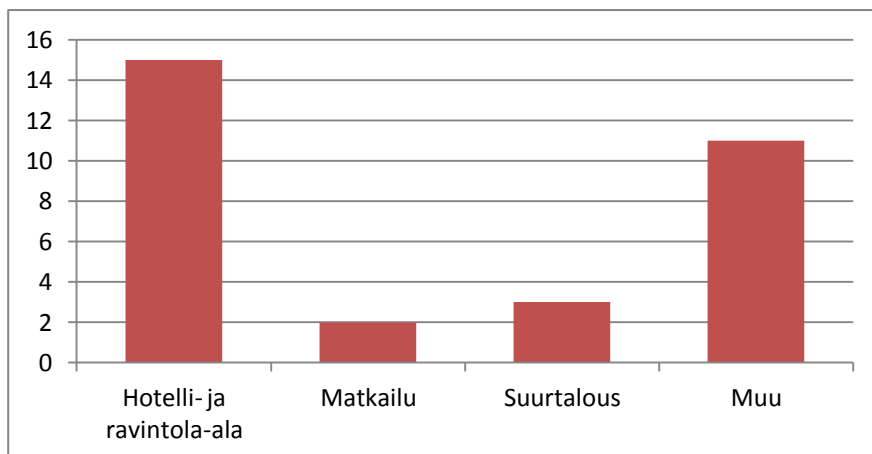
Tässä tutkimuksessa haastateltavana on omien opiskelijatovereiden sekä tutkimuksen kirjoittajan tekemien projektien toimeksiantajia. Tarkasteluun tulee myös siis tutkimuksen objektiivisuus: on tärkeää, että haastattelut tapahtuvat kaikille samalla tavalla ja kysymysmuodot pysyvät samoina. Mikäli haastateltava huomaisi henkilön olevan tuttu, voisi myös hänellä olla vaikeuksia sanoa rehellinen mielipide tehdystä työstä. (Heikkilä 2008, 29–32.)

Tämän tutkimuksen tulosten julkaisussa ei mainita toimeksiantajien eikä opiskelijoiden nimiä. Vastaaajakohtainen lista nimineen luovutetaan ainoastaan opinnäytetyön toimeksiantajalle, sillä jo projektin aloitusvaiheessa on tehty lupaus tietosuojasta.

5 TULOKSET

Tutkimustulokset ovat samassa järjestyksessä, missä kysymyslomakkeen kysymyksetkin ovat. Osassa tutkimustuloksia on vertailtu aikuis- ja nuorisopuolen opiskelijoiden tuloksia, jotta selviää, onko esimerkiksi työuran pituudella, työpaikalla, opiskelijan iällä tai muulla kokemuksella vaikutusta tuloksiin. Tulosten esittelyyn on käytetty taulukointia, vapaasti kirjoitettuja sanallisia vastauksia sekä prosentuaalisia ja numeraalisia ilmaisuja kysymyksestä riippuen. Vastauksissa toimeksiantajalla tarkoitetaan projektin toimeksiantajaorganisaatiota. Vastaajien vaihteleva määrä vastauksissa johtuu siitä, etteivät kaikki toimeksiantajat pystyneet vastaamaan kaikkiin kysymyksiin johtuen esimerkiksi organisaatiomuutoksista.

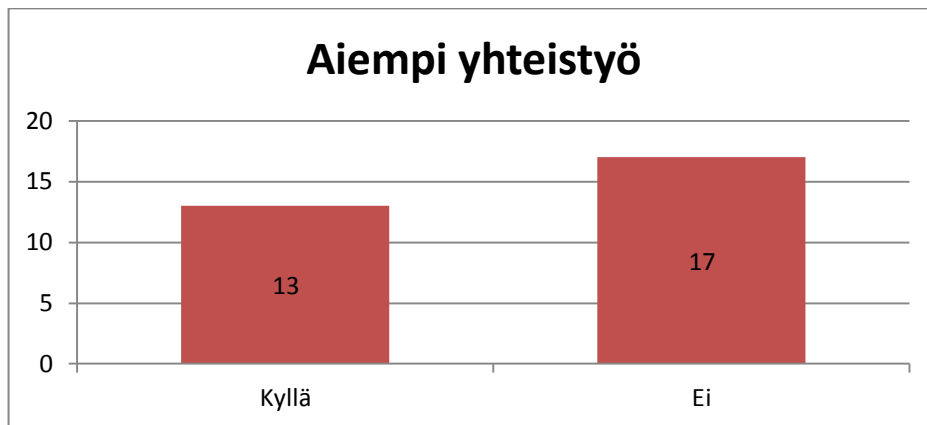
5.1 Toimeksiantajien tausta



Kuvio 1: Toimeksiantajien toimialajakauma.

Opiskelijoille on suullisesti oppitunnilla ohjeistettu, että toimeksiantajaorganisaation toimialan tulisi mieluummin olla joko matkailu- tai ravitsemisalalta tai vastaavasti esimerkiksi elintarvikealalta. 15 vastaajan toimiala on hotelli- ja ravintola-ala pitäen sisällään kahvilat, anniskeluravintolat ja a la carte ravintolat. Kaksi vastaajaa on matkailualan organisaatioita ja kolme vastaajaa suurtalouskeittiöitä, joihin kuuluvat esimerkiksi koulujen keittiöt. 11 vastaajista ei ole toimialaltaan mitään näistä, vaan ne ovat esimerkiksi elintarvike- ja liikunta-alan organisaatioita.

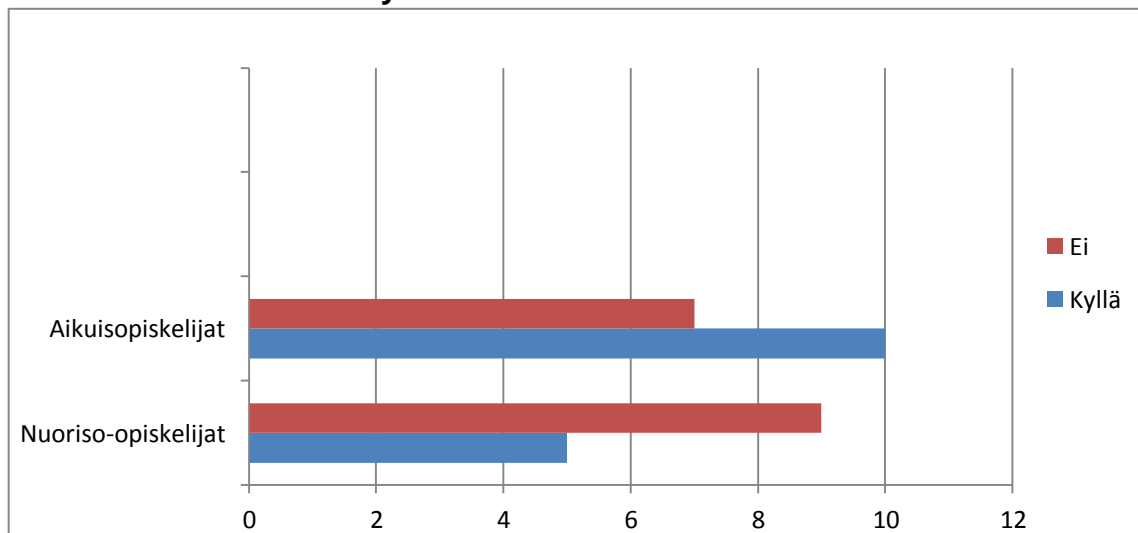
5.1.1 Aikaisempi yhteistyö



Kuvio 2: Toimeksiantajien aiempi yhteistyö SeAMK:n kanssa.

Kuvion kaksi kysymykseen vastaajia oli 30. Näistä 30 vastaajasta 13 oli ollut aiemmin yhteistyössä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa ja 17:llä ei ollut minäkäänlaisia aiempia yhteistyökokemuksia. Aikaisemmat yhteistyökokemukset liittyivät useimmiten työharjoitteluihin sekä erilaisiin projekti- ja kehittämistehtäviin.

5.1.2 Tuotoksen käyttö

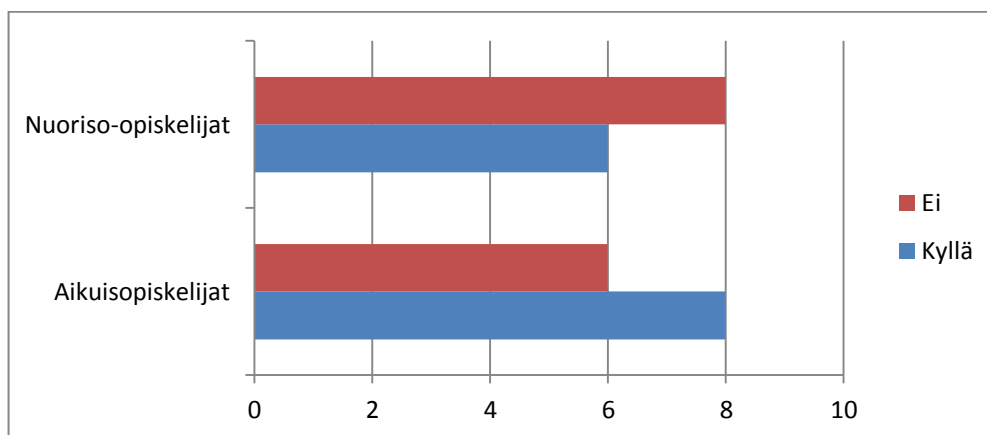


Kuvio 3: Tuotoksen käyttö.

Kuvion kolme kysymyksessä kysyttiin, onko toimeksiantajalle tehty tuotos ollut käytössä. Aikuisopiskelijoiden toimeksiantajista 17 vastasi tähän kysymykseen. Näistä kymmenen tuotosta oli käytössä ja ainoastaan 7 ei ollut käytössä.

Nuoriso-opiskelijoiden toimeksiantajista 14 vastasi tähän kysymykseen. Näistä tuotoksista ainoastaan viisi oli käytössä ainakin osittain ja yhdeksän ei ollut käytössä ollenkaan.

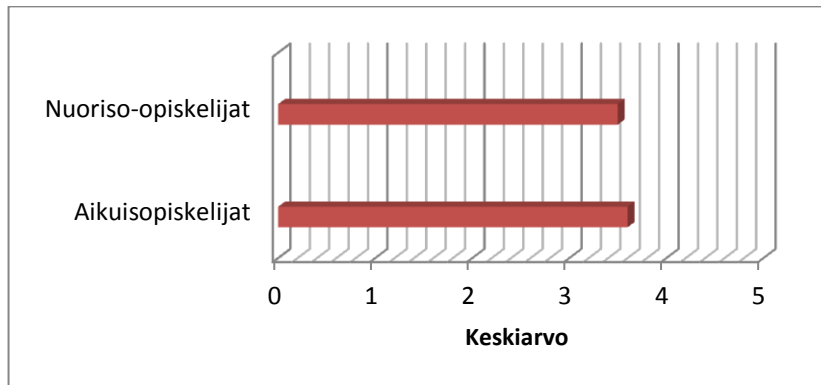
5.1.3 Tuotosten tuoma uusi tieto toimeksiantajille



Kuvio 4: Tuotosten tuoma uusi tieto toimeksiantajille.

Kuvion neljä kysymyksessä kartoitettiin, tuliko opiskelijoiden tekemistä tuotoksista uutta tietoa toimeksiantajille. Aikuisopiskelijoiden toimeksiantajista tähän kysymykseen vastasi yhteensä 14 toimeksiantajaa. Vastajista kuusi ei saanut uutta tietoa, mutta kahdeksan toimeksiantajaa sai. Nuoriso-opiskelijoiden toimeksiantajista vastaajia oli sama määrä, mutta näistä kahdeksan ei saanut uutta tietoa, joten ainoastaan kuusi sai.

5.1.4 Tuotosten laatu



Kuvio 5: Tuotosten laadun keskiarvojakauma.

Kuvion viisi kysymyksessä haluttiin pyytää numeraalista arviota tuotoksien laadusta. Numero tuli antaa välillä 1-5 (5=kiitettävä, 4=hyvä, 3=kohtalainen, 2=tyydyttävä, 1=huono). Aikuisopiskelijoiden toimeksiantajista 11 vastasi tähän kysymykseen, jolloin keskiarvoksi tuli 3,6. Alla toimeksiantajien antamia perusteita numeroille:

Liian täysinäinen mainos lehteen.

Mainoksessa asiaa ei saatu tuotua esille.

Osia kokonaisuudesta hyödynnetään.

Muutamia hyviä juttuja, mutta ei vastannut kuitenkaan täysin sitä mitä odotti. Hyvää työtä tekivät silti.

Hyviä ajatuksia, mutta ei voi suoranaisesti ottaa käyttöön. Hyvin mietitty, mutta ei ollut käyty läpi kustannuksia.

Opiskelijoiden keskinäisiä ongelmia, jolloin piti myös itse kysellä onko tehtävään tulossa mitään edistystä.

Osa oli epärealistisia eikä millään tavalla käyttökelpoisia ideoita. Osa oli hyviä.

Nuorisopuolen opiskelijoiden keskiarvo oli 3,5 vastaajia ollessa 14. Perusteita numerolle:

Osia käytössä, paljon hyvä pointteja joista osaa on jo siirretty ns. tehtävälistalle.

Näkee että tehty huolella eikä hutaistu.

Vieraasta yrityksestä kun opiskelija tekee, ei priimaa odottanutkaan.

Laaja pohdinta annetun tiedon pohjalta. Yrityksellä kuitenkin käytössä omat raportit, joissa tiukat kriteerit.

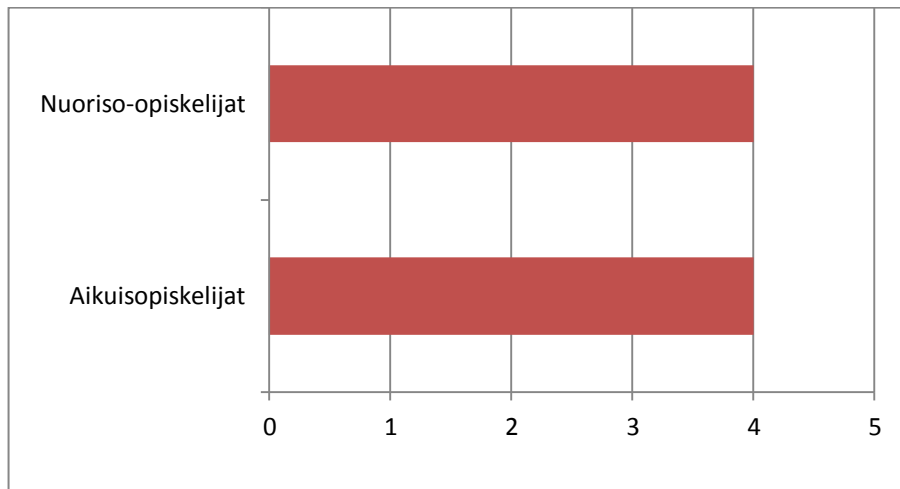
Olisi pitänyt olla syvällisempiä tuotoksia.

Ei mitään tajunnan räjäyttävää, mutta tulipa yrityksen asiat "pengastettua".

Hyvin tehty, monipuolinen.

Kyseessä oli nykyaikaistaminen eikä tullut uutta tietoa.

5.1.5 Toimeksiantajien tyytyväisyys yhteydenpidon aktiivisuuteen asteikolla 1-5

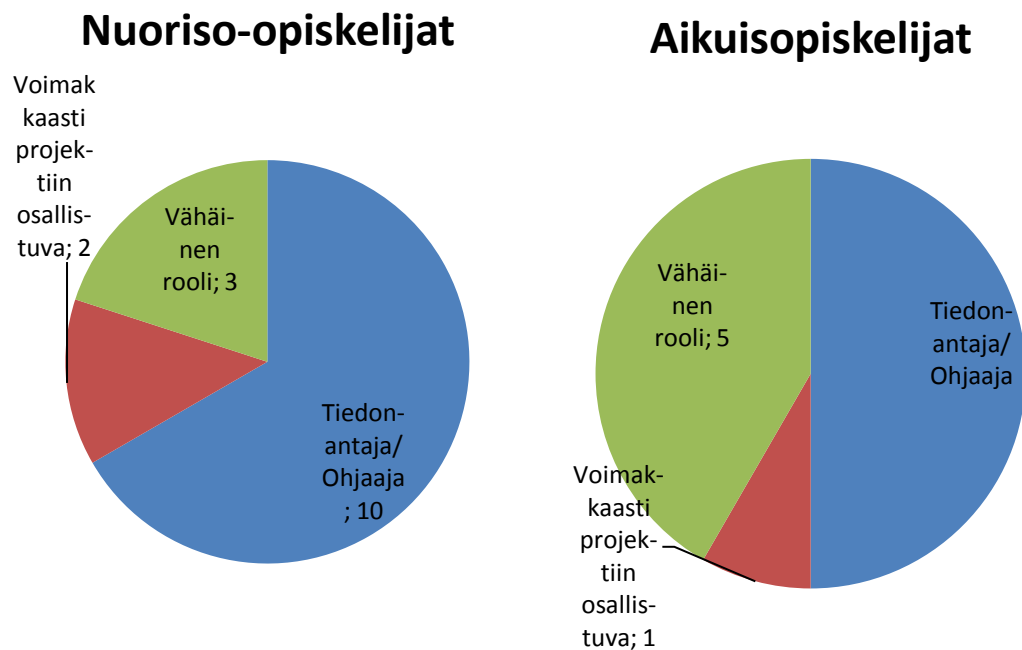


Kuvio 6: Toimeksiantajien tyytyväisyys opiskelijoiden yhteydenpidon aktiivisuuteen projektin aikana.

Kuvion kuusi kysymyksessä sekä aikuis- että nuorisopuolen opiskelijat saivat saman arvosanan 4 (hyvä) kysyttäessä miten aktiivisesti opiskelijat olivat yhteydessä toimeksiantajaan projektin kuluessa, esimerkiksi projektin kulusta, tuloksista tai toimeksiantajan omista toivomuksista.

Aikuisopiskelijoiden toimeksiantajista vastasi 12, kun taas nuorisopuolella vastaajia oli 16. Muutamat aikuisopiskelijat olivat tehneet työtä itsenäisesti, jolloin organisaation puolelta ei ollut varsinaista ohjaajaa. Tämän vuoksi näiltä toimeksiantajilta ei voitu saada puolueetonta vastausta.

5.1.6 Toimeksiantajien mielipide omasta roolista projektin aikana



Kuvio 7: Toimeksiantajien mielipide omasta roolista projektin aikana.

Kuvion seitsemän kysymyksessä puhelinkeskusteluista selvisi, että ainakin osa aikuisopiskelijoista teki tuotoksen omalle työpaikalleen, jolloin ohjaamisen tarve oli pienempää. Nuorisopuolella taas tehtiin tuotoksia vieraisiin yrityksiin, jolloin yrityksen antama tuki oli tärkeämpää.

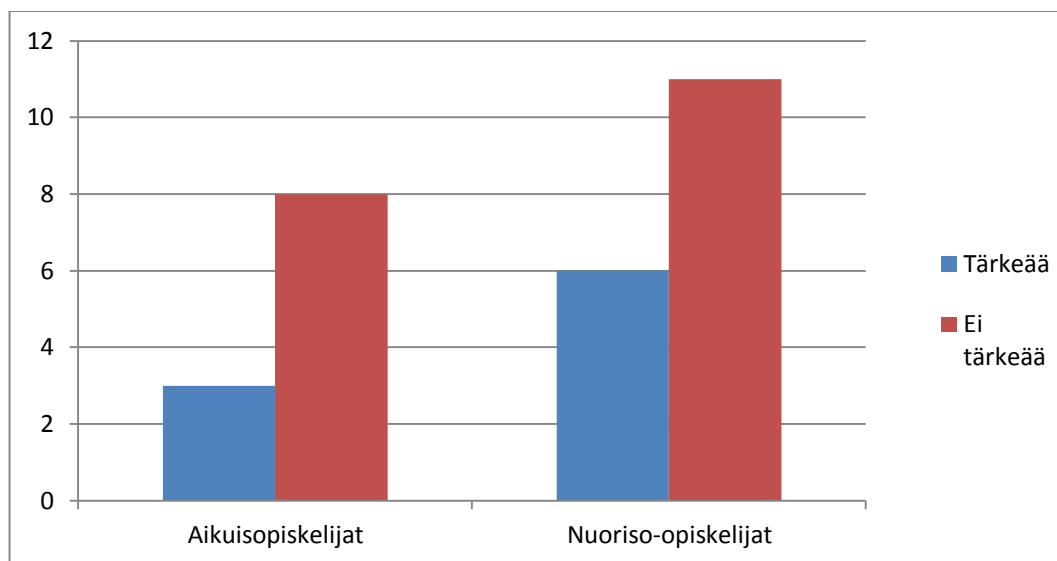
Nuoriso-opiskelijoiden toimeksiantajista 67 % (10 vastaajaa) koki, että oma rooli projektissa oli tiedonantaja ja työn ohjaaja oikeaan suuntaan. 13 % (kaksi vastaajaa) oli sitä mieltä, että rooli oli voimakkaasti projektiin osallistuva, jolloin rooliin kuului vahva työn ohjaus oikeaan suuntaan, jatkuva tiedonanto sekä jopa mukana työskentely. 20 % (kolme vastaajaa) kuitenkin koki, että rooli oli vähäinen, jolloin koko työn teko jätettiin opiskelijoille eikä toimeksiantajan tukea tarvittu.

Aikuisopiskelijoiden toimeksiantajista 50 % (kuusi vastaajaa) koki roolikseen ohjaaja/tiedonantaja. Voimakkaasti projektiin osallistuvia toimeksiantajia oli vähemmän kuin nuorisopuolella, ainoastaan 8 % (yksi vastaaja). Sen sijaan 42 % (viisi vastaajaa) vastaajista näki, että rooli on vähäinen, jolloin työn teko oli pääosin it-

seohjautuvaa. Tähän kysymykseen vastasi aikuispuolen toimeksiantajista 12 ja nuorisopuolelta 15.

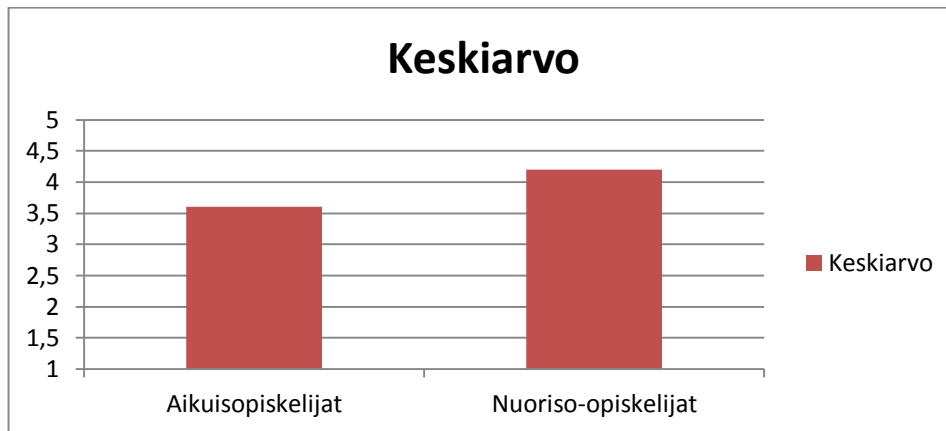
5.1.7 Opettajan yhteydenpidon tärkeys projektin aikana

Kuvion kahdeksan kysymyksessä eroja vastauksissa nuoriso- ja aikuispuolen opiskelijoiden toimeksiantajien välillä ei juuri syntynyt. Nuorisopuolen opiskelijoiden toimeksiantajista suurempi osa olisi kaivannut opettajan yhteydenottoa kuin aikuisopiskelijoiden, mutta silti valtaosa toimeksiantajista ei yhteydenottoa kaivannut. Yhteydenottoa kaipaavat olisivat kaivanneet jopa opettajan arviota opiskelijoiden tekemistä kehitysehdotuksista, mutta myös näkeminen ja vähintään puhelu olisivat olleet mieluisia yhteydenottotapoja. Osa toimeksiantajista ei nähnyt kontaktia millään lailla tarpeellisena, mutta uskoi yhteydenpidon järjestyvän, mikäli olisi ollut tarvetta. Aikuispuolella vastaajia oli 11 ja nuorisopuolella 17. Mielenpitemien jakautuminen taulukossa:



Kuvio 8: Mielenpitemien jakauma opettajan yhteydenpidon tärkeydestä

5.1.8 SeAMK ravitsemisalan ja organisaation välisen yhteistyön onnistuneisuus projektin aikana asteikolla 1-5



Kuvio 9: Yhteistyön onnistuneisuus projektin aikana.

Kuviossa yhdeksän näkyy, että arvosanat olivat todella positiivisia, kun kysyttiin organisaation ja SeAMK ravitsemisalan välisen yhteistyön onnistuneisuutta. Nuorisopuolen toimeksiantajista kysymykseen vastasi 17 ja aikuispuolelta 12. Nuorisopuolen toimeksiantajien arvosanaksi tuli 4,1 ja aikuispuolelta 3,6. Kysyttäessä olisivatko toimeksiantajat toivoneet jotain muuta yhteistyöltä, tuli seuraavanlaisia vastauksia:

*Liian iso ryhmä - nyt liikaa yhteydenpitoa ja työllisti liikaa.
Projektin loppukeskustelu uupui.
Opiskelijoilta sitoutumista.
Tuotos puuttui!
Opettajan yhteydenpitoa, opettajalta vankka ravintola-alan tausta.
Opettajan yhteydenotto, riittävästi varattava aikaa toteuttamiseen (yrittäjien haasteellista varata aikaa).
Opettaja olisi mukava nähdä.
Opiskelijoilta enemmän sitoutumista ja myös ideoiden toteuttamista.
Opettajan yhteydenottoa, opettajan taholta seuranta ja ylipäättään ohjausta.*

Keskusteluista ilmeni etenkin tyytymättömyys siihen, että projektissa tuotetaan pelkkiä ideoita, eikä suunnitelmia toteuta kukaan. Myös projektin työllistävyys toimeksiantajalle sekä yhteistyön uupuminen opettajan kanssa koettiin arvosanaa laskevinä tekijöinä.

5.1.9 Oppilaitosten ja organisaation välisen yhteistyön tärkeys asteikolla 1-5 sekä jatkoyhteistyö

Tässä kysymyksessä haluttiin kartoittaa sitä, miten tärkeänä toimeksiantajat näkevät oppilaitosten ja organisaation välisen yhteistyön esimerkiksi projektien muodossa. Asteikoilla 1-5 yrittäjien antamien numeroiden keskiarvoksi tulikin 4,5 (vastaajia 29) joten jo se puhunee puolestaan. Toimeksiantajat näkivät yhteistyön tärkeänä organisaatioiden kehittämisen, uusien ideoiden luomisen ja opiskelijoiden ammatillisen oppimisen ja työllistymisen vuoksi.

Ikään kuin jatkokysymyksenä (kysymys numero 10) kysyttiin, moniko organisaatioista on kiinnostunut jatkoyhteistyöhön SeAMK ravitsemisalan kanssa. Vastanneista 31 yrityksestä ainoastaan yksi ei ollut kiinnostunut jatkoyhteistyöstä.

5.1.10 Avoimet kommentit, tulevat toimeksiannot

Viimeisenä kysymyksenä toimeksiantajalle annettiin tilaisuus kertoa vapaita kommentteja aiheeseen liittyen sekä kertoa mahdollisista tulevista tarpeista, joita voisi opiskelijatoina teettää. Tämän kysymyksen yhteydessä kerrottiin myös Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalan tarjoamasta TKI-toiminnasta.

Avoimista kommentteista selvisi, että toimeksiantajaorganisaatiot kaipaavat enemmän tietoa SeAMK ravitsemisalan tarjoamista mahdollisuuksista pitäen sisälleen harjoittelut, meneillään olevat opintojaksot ja niiden tarjoamat projektit. Lisäksi avoimissa kommentteissa tuli selviä toimeksiantoja, jotka olivat lähinnä markkinointiin, harjoitteluihin ja organisaatioiden ajankohtaisiin tarpeisiin liittyviä projekteja.

Kommenteista selvisi myös, että osa toimeksiantajista koki, että etenkin pienet organisaatiot jätetään syrjään. Nämä pienet organisaatiot kokivat myös, ettei nykyisten kaltaisista projekteista ole hyötyä lainkaan, vaan projektit tulisi saattaa loppuun. Toimeksiantajien mukaan tällä tavoin ei vietäisi heidänkään resursseja liiaksi. Osa vastaajista häiritsi myös se, että opiskelijoilla on liikaa projekteja päällekkäin. Tällöin opiskelijoille päätarkoituksena on saada työ valmiiksi, eikä huolehtia toimeksiantajan tyytyväisyydestä. Muissa kommentteissa toivottiin kiinnittämään

enemmän huomiota arviointiin sekä ohjaukseen. Toimeksiantajat kokivat, että kiinnittämällä näihin asioihin enemmän huomioita saadaan luotettavampia tuloksia.

5.2 Kehitetyt lomakkeet

Kyselyn tulosten perusteella kehitettiin opintojaksojen esittely- ja arviointilomakkeet palvelemaan opintojaksojen toimeksiantajia paremmin. Lomakkeiden tarkoituksena on lisätä toimeksiantajien tietoa opintojaksojen sisällöstä sekä tavoitteista sekä ottaa toimeksiantajat mukaan arvioimaan opiskelijoiden tekemiä tuotoksia. Lomakkeet myös lisäävät viestintää opintojaksojen opettajan ja toimeksiantajan välillä. Esittely- ja arviointilomakkeet löytyvät liitteistä 5-8.

Esittelylomakkeissa esitellään lyhyesti opintojaksojen aikataulu, opintojaksosisältö, tavoitteet, tehtävänanto sekä opintopistemäärä. Opintojaksosisällön ja opintopistemäärän tarkoituksena on muistuttaa toimeksiantajaa, että toimeksiantajalle tehty työ ei ole ainut opintojakson aikana tehty työ. Aikataulu ja opintopistemäärä rajaavat myös työn laajuutta, eli tarkoituksena on auttaa toimeksiantajaa ymmärtämään, ettei kyseinen projekti suinkaan ole ainut opintojaksolla opiskeltu asia eikä opiskelijoilla ole resursseja toteuttaa suunnitelmiaan käytännön tasolle. Lomakkeessa kerrotaan myös alustavasti miten arviointi tulee tapahtumaan. Esittelylomakkeesta löytyvät myös opintojakson opettajan yhteystiedot, mihin toimeksiantaja voi halutessaan ottaa yhteyttä.

Arviointilomakkeen perimmäisenä tarkoituksena on osallistaa toimeksiantajat mukaan arviointiin, jolloin myös toimeksiantajan mielipide huomioidaan arvossansa. Arviointilomakkeessa arvioidaan ryhmäkohtaisesti muun muassa opiskelijoiden työtä, opintojakson toteutustapaa, tuotoksen laatua ja hyödyllisyyttä sekä kartoitetaan myös jatkoyhteistyömahdollisuuksia. Koska arviointilomake vaikuttaa opiskelijan arvossanaan saadaan sen avulla myös tietää opiskelijoiden panos työhön ja ennen kaikkea varmistettua se, että kaikki toimeksiantajat saavat tuotoksen itselleen. Lisäksi arviointilomakkeesta saaduista kommentteista selviävät opintojakson laatu ja ajantasaisuus (tarvitseeko menetelmää muuttaa) sekä mahdolliset jatkoprojektitavoitteet. Lomakkeiden tuloksia voidaan hyödyntää myös TKI-toimintaan liittyvissä tuloseurannoissa.

6 YHTEENVETO

Yhteistyö. Tutkimustulosten perusteella toimeksiantajat olivat pääosin erittäin tyytyväisiä yhteistyöhön Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa ja ennen kaikkea valmiita jatkamaan sitä. Yritysten edustajat ymmärsivät, että opiskelijat ovat tärkeitä uuden tiedon tuojia yrityksille ja myös tulevia alan työntekijöitä. Puhelinkeskustelujen perusteella he näkivät myös erittäin tärkeänä sen, että opiskelijat tekevät projekteja mahdollisimman lähelle työelämää.

Tyytyväisyys projektiin. Kyselyyn vastaajista muutama oli negatiivisin mielin projektin kulusta ja sisällöstä. Syitä olivat, etteivät he joko olleet saaneet koko tuotosta ollenkaan, tai tuotos ei vastannut lainkaan sitä mitä piti. Vastaamattomuuteen syynä oli lähinnä liian nopea aikataulu, jolloin koko projekti oli pelkkää ideointia.

Suurin osa organisaatioista olikin sitä mieltä, että projekteihin varataan liian vähän aikaa. Varsinkin pienten organisaatioiden on erittäin haasteellista varata aikaa työn ohjaamiseen. Lisäksi pienet yritykset kaipasivat myös hyvien ideoiden toteuttamista esimerkiksi työharjoitteluina tai opinnäytteinä.

Eniten eroavia mielipiteitä herätti kuitenkin yhteydenpidon määrä. Osa toimeksiantajista koki, että paras tulos saavutetaan, jos toimeksiantaja, opiskelija ja opettaja ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään. Näille toimeksiantajille oli tärkeää tietää työn etenemisvaihe sekä saada opettajalta tietoon opiskelijoiden antaman tiedon oikeellisuus sekä kurssien tavoitteet. Osa toimeksiantajista kuitenkin koki, ettei enempää yhteydenpitoa kaivattu, mutta uskoivat kuitenkin sitä olevan saatavilla mikäli kysyttävää tai keskusteltavaa tulisi. Vähäistä yhteydenpitoa kaipaavat toimeksiantajat olivat pääsääntöisesti sitä mieltä, että liika yhteydenpito myös työllistäisi toimeksiantajaa liikaa.

Tuotoksen hyöty. Kuten johdannossa tulikin ilmi, opiskelijat valitsevat pääsääntöisesti toimeksiantajayrityksen projekteihin. Osaan toimeksiantajayrityksistä oli kuitenkin tehty jo todella useita samankaltaisia tuotoksia, jolloin uuden tiedon anto yritykselle on erittäin hankalaa ja todennäköisyys, että yritys tulisi tuotoksesta hyötymään, on erittäin pieni. Nämä yritykset olivat pääosin Kauhajoella koulua lähellä sijaitsevia tuttuja yrityksiä.

Muutamien yritysten kohdalla oli kuitenkin harmi huomata, että opiskelijoiden tekemät työt olivat täysin unohtuneet. Osassa näistä yrityksistä tekijät muistettiin, mutta tuotoksen sisällöstä tai olinpaikasta ei ollut mitään muistikuvaa. Osittain näissä tapauksissa vaikutti myös yrityksen henkilökunnan vaihtuvuus.

Eroavaisuudet aikuis- ja nuoriso-opiskelijoissa. Aikuis- ja nuoriso-opiskelijoiden vertailu osoitti muutamia eroavaisuuksia. Esimerkiksi aikuisopiskelijoiden tekemät tuotokset tulivat selkeästi useammin käyttöön kuin nuoriso-opiskelijoiden. Tämä johtuu siitä, että aikuisopiskelijat tekivät tuotokset usein omille työpaikoilleen. On kuitenkin hyvä, että aikuisopiskelijoiden työpaikat hyötyvät selvästi työntekijöidensä opinnoista.

Sama perustelu pätee myös siihen, että osa toimeksiantajista koki nuoriso-opiskelijoiden tekemien tuotosten olevan lähinnä yleisellä tasolla tehtyjä. Koska aikuisopiskelijat tekivät tuotokset omalle työpaikalleen, on organisaation toiminta jo tuttua. Nuoriso-opiskelijat taas tekivät vieraille yrityksille, jolloin usein kävi niin, ettei opiskelijoilla ollut riittävästi tietoa yrityksistä. Liian vähäisellä tiedolla tehtyjen tuotosten uuden luonti ja kehitysideoiden anto jäivät vähäiselle tasolle, jolloin toimeksiantajat eivät juuri hyötäneet tuotoksista.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Ammattikorkeakoulun tärkeimpiä tehtäviä on olla työelämälähtöinen kehittäjä. Ravitsemisalalan organisaatioiden ja asiakaskunnan nopeasti muuttuvat tarpeet asettavat haasteen ammattikorkeakoululle – miten hallita tätä nopeasti liikkuvaa laivaa ja olla mieluiten jopa askeleen edellä? Ammattikorkeakoulu ei millään pysty tähän yksin, vaan mukaan tarvitaan työelämän organisaatioiden tiivis halu olla mukana ammattikorkeakoulun toiminnassa sekä ammattikorkeakoulun jatkuva kannustus työelämää kohtaan.

Pienten ja kiireistenkin organisaatioiden mukaan kehitystehtävään saamiseksi on välillä tärkeää pysähtyä kysymään mitä työelämän edustajat todella haluavat ja odottavat. Yhteistyössä mukana olleiden toimeksiantajien vinkit ja kokemukset – niin hyvät kuin huonotkin - ovat ainutlaatuisen tärkeitä tietoja, jotta opintojaksojen toimintaa pystytään kehittämään.

Tämä opinnäytetyö on ensimmäinen projektien toimeksiantajien tyytyväisyyttä tutkinut työ Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalalla. Jo tästä työstä on saatu paljon uutta tietoa ja ideoita opintojaksojen ohjaajille toiminnan kehittämiseen. Kyselyä tehdessä tuli kuitenkin ilmi, että varsinkin vanhimmat, 2010 tehdyt tuotokset, olivat liian vanhoja tutkittavaksi. Töiden sisältö ja yhteistyö olivat ehtineet hämärtyä muistista organisaatioiden kiireisessä arjessa. Vastaavanlainen, tai tämän tapainen, kysely tulisikin toteuttaa useammin – noin kerran vuodessa. Optimaalisin tilanne tietenkin olisi, jos palaute saataisiin joka toimeksiannon jälkeen.

Kyselyn suunnitteluvaiheessa oli vaikea tietää mitä odottaa. Otoskoon reilun las-kun sekä ”nolla-vastauksien” (unohtuneet tuotokset, organisaatiomuutokset) jäl-keen oli yhä tärkeämpää saada jäljellä olevilta toimeksiantajilta kaikki tieto, mitä heillä yhteistyöhön liittyen oli tarjolla. Puhelimitse tehty kysely oli oiva valinta kyse-lyn suorittamiseen. Oletan, että esimerkiksi postikyselyssä vastausprosentti olisi jäänyt vieläkin pienemmäksi. Myös kysymyslomake toimi hyvin – se ei ollut liian paljon vastaajan aikaa vievä, mutta antoi kuitenkin mahdollisuuden laajempaankin kertomiseen vastaajan näin halutessa. Mikäli käytössä olisi ollut osaamista tehdä kysely sähköisesti jollain nykyaikaisemmalla kyselyohjelmalla, olisi kirjaaminen ollut vieläkin helpompaa.

Kehitysideoita. Yhteistyö maakunnan yritysten kanssa on todella ensiarvoisen tärkeää niin Seinäjoen ammattikorkeakoululle kuin maakunnan yrityksille. Olisi kuitenkin tärkeää kartoittaa ympäröiviltä yrityksiltä niiden tarpeet eli millaisista tuotoksista heille olisi hyötyä. Tällä tavoin projekteista tulisi molemminpuolinen hyöty, ja projektia voisi mahdollisesti jakaa myös muille ryhmille, jolloin aikataulukkaan ei jäisi liian lyhyeksi. Yhteistyötarvetta voisi kartoittaa esimerkiksi Markkinoinnin kurssilla. Ensimmäinen vaihe olisi selvittää maakunnassa sijaitsevat ravitsemis- ja matkailualan organisaatiot (myös jo tässä kyselyssä olevat). Ne voisivat olla sekä julkisen että yksityisen sektorin organisaatioita. Toisessa vaiheessa näille organisaatioille tulisi laatia ja jakaa sähköinen ja/tai paperinen esite siitä, mitä Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalalla olisi tarjota organisaatiolle ja millä aikataululla. Vaihtoehtoisesti toimeksiantajille voisi laittaa aina ennen opintojakson alkua vihjeen, että esimerkiksi Markkinoinnin kurssi on alkamassa ja opintojakson aikana organisaation olisi mahdollista saada markkinointisuunnitelma opiskelijatyönä. Kolmannessa vaiheessa organisaatiolistan tarpeet voisi kartoittaa esimerkiksi puhelinkyselynä. Nämä eri toimenpiteet voisi tehdä esimerkiksi pienryhmissä eri kursseilla. Mahdollisista toimeksiannoista voisi tulla aihioita aina opintojaksoprojekteista opinnäytetöihin saakka.

Markkinointi- ja kartoitustoimenpiteet ovat erittäin tärkeitä etenkin nyt, kun resurssit ovat muuttaneet Seinäjoelle. Kun toimeksiantajilta saadaan selkeitä toimeksiantoja, ovat projektiaiheet yhä enemmän toimeksiantopohjaisia, ja tuotoksista hyötyvät sekä opiskelija, oppilaitos että toimeksiantaja.

Opintojaksojen aikana olisi erittäin tärkeää painottaa opiskelijalle, että kyseessä on palvelutehtävä. Näillä opintojaksoilla palvelu tarkoittaa huolellista tutustumista organisaatioon etukäteen, toimeksiantajan ”perehdyttämistä” opintojakson sisältöön, toimeksiantajan toiveiden huomioonottamista, toimeksiantajan ajan tasalla pitämistä sekä lopulta työn palauttamista aikataulussa. Tärkeää olisi, että tuotos palvelisi mahdollisimman hyvin organisaation tarpeita.

Vaikka kyselyssä jopa valtaosa organisaatioista oli sitä mieltä, etteivät kaipa opettajan yhteydenottoa, on se minusta silti tarpeen. Nämä yritykset, jotka yhteydenottoa kaipasivat, olivat erittäin näreissään siitä, etteivät he tienneet mitään esimerkiksi kurssin tavoitteista tai projektissa tuotettujen tulosten oikeellisuudesta.

Yrityselämän edustajan ja opettajan yhteistyö saattaisi myös helpottaa opiskelijasta tehtävää arviota.

Myös tuotoksen arviointia olisi kehitettävä. Ei ole yrityksen eikä opiskelijan edun mukaista kysyä mielipidettä tuotoksista vasta paljon tapahtuman jälkeen, vaan se tulisi suorittaa ennen kuin opiskelijalle on annettu kurssiarvosana. Arvioinnissa voisi lisäksi huomioida myös opiskelijan palveluasenteen, eli miten hän on pitänyt toimeksiantajaansa ajan tasalla ja ottanut huomioon sen toiveet. Etenkin ravitsemisalalla palveluosaaminen on muutenkin erittäin tärkeää.

Olen kehittänyt mallilomakkeet kurssiesittelyyn, joka jaettaisiin ennen kurssin alkua ja myös arviointiin, joka jaettaisiin opintojaksoarviota tehtäessä. Lomakkeilla pyritään tiivistämään yhteistyötä sekä lisäämään yhteydenpitoa opintojaksojen aikana. Esittelylomakkeissa (Liitteet 5-7) kerrotaan kurssin sisällöstä, kurssin tavoitteista, arvioinnista ja aikataulusta. Lomakkeesta löytyy myös kurssin ohjaajan yhteystiedot. Arviointilomake (Liite 8) on kaikilla kolmella kurssilla samanlainen. Lomake täytetään opintojakson päätyttyä ja palautetaan opintojakson ohjaajalle. Lomakkeessa arvioidaan tuotoksen laatua ja käytettävyyttä, yhteistyön sujuvuutta, opiskelijan palvelukäytöstä sekä opintojakson toteutustapaa. Lisäksi toimeksiantajalla on mahdollisuus kertoa avoimesti kommentteja sekä toivomuksia jatkoyhteistyöhön liittyen.

LÄHTEET

- Anglé, J. 2002. Työelämä ja yhteistyö & ammatti ja yrittäjyys. Selvitys Rovaniemen ammattikorkeakoulun sidosryhmien yhteistyöstä ja toimintatavoista. Rovaniemi: Rovaniemen ammattikorkeakoulu.
- Kotila, H. & Mutanen, A. (Toim.) 2012. Käytäntöä tutkimassa. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2008. Tilastolliset menetelmät. Helsinki: WSOY.
- Kortelainen, H. 2006. Tiedettä, tutkimusta vai kehittämistä? Ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystoiminta valtion, työelämän ja akateemisen imun ristipaineissa. Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu
- Kotila, H. & Mutanen, A.(Toim.) 2012. Käytäntöä tutkimassa. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.
- Kotila, H. & Mäki, K. (Toim.) 2012. Ammattikorkeakoulupedagogiikka 2. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kotila, H. (Toim.) & Mutanen, A. (Toim.) 2004. Tutkiva ja kehittävä ammattikorkeakoulu. Helsinki: Edita Prima Oy
- Kotila, H.(Toim.) 2003. Ammattikorkeakoulupedagogiikka. Helsinki: Edita Prima Oy
- Laitinen-Väänänen, S., Vanhanen-Nuutinen, L., Hyvönen, U. (Toim.) 2011. Askelmerkkejä työelämäkumppanuuteen. Osaamisen kehittäminen ammattikorkeakouluissa. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu
- Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus - Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum
- Opetussuunnitelma 2011–2012. [Verkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 20.3.2013]. Saatavana: <http://opsweb.seamk.fi/?code=PALVELUJ-2011>
- Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma, opinto-opas 2012–2013. [Verkkosivu] Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 2.9.2013 sekä 22.9.2013]. Saatavana: <http://ops.seamk.fi/fi/2012-2013/index.php?page=PALVELUJ>

- Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma, aikuiskoulutus. [Verkkosivu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 2.9.2013]. Saatavana: <http://www.seamk.fi/Suomeksi/Koulutus/Koulutusalat/Ravitsemis--ja-talousala/Palvelujen-tuottamisen-ja-johtamisen-koulutusohjelma,-aikuiskoulutus>
- Ravitsemisala. [Verkkosivu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 20.3.2013]. Saatavana: <http://www.seamk.fi/?deptid=2396>
- Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Julkaisija: WSOY
- Ruohonen, S. & Mäkelä-Marttinen, L. (Toim.) 2006. Luovuuden lumo – kokemuksia projektioppimisesta. Porvoo: WS Bookwell.
- Ruohonen, S.(Toim.) & Mäkelä- Marttinen, L. (Toim.) 2009. Kohti oppimisen ja osaamisen ekosysteemiä. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- Tutkimus- ja kehittämispalvelut. [Verkkosivu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 14.4.2013]. Saatavana: <http://www.seamk.fi/Suomeksi/Tutkimus-ja-kehittaminen>
- Tutkimus- ja kehittämistoiminta. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 14.3.2013]. Saatavana: http://www.seamk.fi/Suomeksi/Tutkimus_ ja_ kehittaminen/TKI-henkiloston_yhteystiedot.iw3
- Tutkintosääntö. [Verkkojulkaisu] Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 20.3.2013]. Saatavana: <http://intra.epedu.fi/loader.aspx?id=1f4c57b0-a20c-4472-b8e7-6e2fd252fb07>
- Tynjälä, P., Välimaa, J., Murtonen, M. (Toim.) 2004. Korkeakoulutus, oppiminen ja työelämä. Jyväskylä: PS-Kustannus
- Vilka, H & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi
- Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? 2.painos. Keuruu: KY-Palvelu Oy
- Sanakirja taloustermeille. [Verkkosivu]. E-Conomic. [Viitattu 2.9.2013]. Saatavana: <http://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastyytyvaisuus>

LIITTEET

LIITE 1 Markkinointi- opintojakson kuvaus

Opintojakson tyyppi: Pakollinen

Opintojakson taso: Ammattiopinnot

Opiskeluvuosi: 2

Opetuskieli: Suomi

Opettajat

Elina Ojala KTM

Osaamistavoitteet

Opiskelija perehtyy markkinoinnin ja asiakaspalvelun merkitykseen sekä markkinoinnin suunnitelmallisuuteen palveluyrityksessä. Hän oppii markkinoinnin peruskäsitteet ja niiden merkitykset organisaatiolle. Lisäksi hän oppii markkinointisuunnitelmallisuuden perusteet ja saa tuntumaa elintarviketuotekonsulentin toimenkuvaan harjoitusprojektin kautta.

Sisältö

- markkinoinnin merkitys palvelualalla
- markkinoinnin peruskäsitteet
- suunnitelmallisuuden merkitys ja markkinointisuunnitelman laadinta
- kuluttajalähtöiseen verkostoprojektiin osallistuminen, jossa opiskelija harjoittaa menekinedistämistaitojaan

Kirjallisuus / opiskelumateriaali

- Bergström, S. ja Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki. Edita.
- Muu opettajan osoittama materiaali

Oppimismenetelmät

- Luennot, markkinointisuunnitelma, verkko-opiskelu, tentti ja harjoitusprojekti
- Arviointimenetelmät ja -perusteet
- Aktiivinen osallistuminen, markkinointisuunnitelma, tentti ja harjoitusprojekti

Lisätietoja

- Virtuaaliopintojen osuus 2 op
- T&K:n osuus 2 op

LIITE 2 Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektio- pintojakson kuvaus

Rakennetyyppi: Opintojakso

Koodi: KI15CPROJ02

Tyyppi: Valinnainen

Taso: AMK

Laajuus: 5.0 op

Vastuuopettaja: Nuotio, Liisa

Opettajatiimi: Kyllönen, Hanne; Ojala, Elina

Opetuskieli: Suomi

1 Opinnon toteutukset, suunniteltu opiskeluvuosi ja lukukausi

Opetussuunnitelma	Lukukausi	Laajuus	Kauden alkupvm.	Kauden loppupvm.
PALVELUJ-2011	4-S	5.0	2014-09-01	2014-12-31
PALVELUJ-2012	4-S	5.0		

Osaamistavoitteet

- Opiskelija tietää matkailu- ja ravitsemisalalan liiketoiminnan osa-alueet ja osaa suunnitella, kehittää, toteuttaa ja raportoida niistä sekä laatia liiketoimintasuunnitelman.
- Hän osaa soveltaa liiketoiminnan käsitteistöä ja erilaisia kehittämismenetelmiä toteutettavana olevassa projektissaan.
- Hän osaa laatia talousarvion suunnitellulle / toteutettavalle hankkeelle.

Opiskelijan työmäärä

- Luennot 50h, itsenäistä ja ryhmätyöskentelyä 85h.

Edeltävät opinnot / Suositellut valinnaiset opinnot

- Palvelukonseptin kehittäminen
- Taloushallinto
- Henkilöstöhallinto
- Markkinointi palvelualalla

Sisältö

- Liiketoiminnan kehittämismenetelmiä
- Liiketoimintasuunnitelman laatiminen
- Taloussuunnittelu ja rahoitus käytännössä

Opiskelumateriaali

- Ilmoitetaan opintojakson alkaessa

Opetusmuoto / Opetusmenetelmät

- Liiketoiminnan kehittämissuunnitelmien suunnittelu ja toteuttaminen

Arviointikriteerit

Opiskelija osaa suunnitella, kehittää ja raportoida matkailu- ja ravitsemisalalan liiketoimintaa.

Hän osaa soveltaa liiketoiminnan käsitteistöä ja erilaisia kehittämismenetelmiä toteutettavana olevassa projektissaan.

Hän osaa laatia liiketoimintastrategian mukaisen ja perustellun talousarvion suunnitellulle / toteutettavalle hankkeelle.

Opiskelija osaa suunnitella ja raportoida matkailu- ja ravitsemisalalan liiketoimintaa. Hän osaa käyttää liiketoiminnan käsitteistöä ja erilaisia kehittämismenetelmiä toteutettavana olevassa projektissaan.

Hän osaa laatia ja perustella talousarvion suunnitellulle / toteutettavalle hankkeelle.

Opiskelija tunnistaa matkailu- ja ravitsemisalalan liiketoimintasuunnitelman merkityksen ja sen osa-alueita.

Hän tuntee liiketoiminnan käsitteistöä ja osaa käyttää jotakin kehittämismenetelmiä toteutettavana olevassa projektissaan.

Hän osaa laatia suunniteltavan / toteutettavan hankkeen talousarvion osa-alueita.

Arviointimenetelmät

- Projektin itsearviointi ja ohjaajien arviointi.

Lisätietoja

- Verkko-opintoja 2 op
- T&K 5 op

LIITE 3 Palvelukonseptin kehittäminen- opintojakson kuvaus

Rakennetyyppi: Opintojakso

Koodi: KI15CRPK002

Tyyppi: Pakollinen

Taso: AMK

Laajuus: 5.0 op

Vastuunopettaja: Nuotio, Liisa

Opettajatiimi: Kyllönen, Hanne; Ojala, Elina

Opetuskieli: Suomi

Opinnon toteutukset, suunniteltu opiskeluvuosi ja lukukausi

Opetussuunnitelma	Lukukausi	Laajuus	Kauden alkupvm.	Kauden loppupvm.
PALVELUJ-2011	3-K	5.0	2014-01-02	2014-07-31
PALVELUJ-2012	3-K	5.0	2015-01-02	2015-07-31

Osaamistavoitteet

Opiskelija tuntee strategisen suunnittelun ja johtamisen perusteet. Opiskelija osaa selittää ennakkoinnin, innovatiivisuuden ja luovuuden merkityksen palvelukonseptien kehittämisessä. Opiskelija osaa tilojen toiminnallisen suunnittelun ja osaa kehittää palvelukonseptia myös prosessilähtöisesti.

– Opiskelija osaa laatia palvelukonseptin budjetin ja suunnitella sen rahoituksen.

Opiskelijan työmäärä

– luennot 35h, ohjatut harjoitukset 15h, itsenäinen opiskelu 85h

Edeltävät opinnot / Suositellut valinnaiset opinnot

– Taloushallinto, Henkilöstöhallinto, Marketing in hospitality business

Sisältö

- strateginen suunnittelu ja johtaminen
- innovatiivisuus ja luovuus liiketoiminnassa
- ennakointimenetelmät
- tilojen toiminnallinen suunnittelu osana konseptia
- palvelukonseptin taloudellinen suunnittelu

Opiskelumateriaali

Ilmoitetaan opintojakson alkaessa

Opetusmuoto / Opetusmenetelmät

- Luennot, oppimistehtävät, ryhmätyöt, verkko-opiskelu

Arviointikriteerit

Opiskelija osaa soveltaa ja arvioida strategisen suunnittelun ja johtamisen merkitystä osana palvelukonseptin suunnittelua. Opiskelija tunnistaa yhteyksiä ennakkoinnin, innovatiivisuuden ja luovuuden merkityksen palvelukonseptien kehittämisessä. Opiskelija osaa suhteuttaa tilojen toiminnallisen suunnittelun osaksi palvelukonseptin kehittämistä ja osaa suunnitella palvelukonsepteja myös prosessilähtöisesti. Opiskelija osaa laatia perustellun palvelukonseptin budjetin ja suunnitella rahoituksen.

Opiskelija selittää strategisen suunnittelun ja johtamisen merkitystä. Opiskelija osaa perustella ennakkoinnin, innovatiivisuuden ja luovuuden merkitystä palvelukonseptien kehittämisessä. Opiskelija osaa suunnitella toiminnallisia tiloja ja kehittää palvelukonsepteja myös prosessilähtöisesti. Opiskelija osaa laatia palvelukonseptin budjetin ja suunnitella sen rahoituksen. Opiskelija osaa luetella strategisen suunnittelun ja johtamisen perusteita. Opiskelija tunnistaa ennakkoinnin, innovatiivisuuden ja luovuuden merkityksen palvelukonseptien kehittämisessä. Opiskelija tunnistaa tilojen toiminnallisen suunnittelun ja palvelukonseptin prosessilähtöisen kehittämisen periaatteita. Opiskelija osaa tulkita palvelukonseptin budjettia ja rahoitusta ja luetella siihen kuuluvat osa-alueet.

Arviointimenetelmät

- Aktiivinen osallistuminen, oppimistehtävät, palveluliiketoiminnan konsepti 60 %, talouslaskelmat 40 %.

Lisätietoja

T&K&I osuus 3op

LIITE 4 Kyselylomake

Toimeksiantajan nimi ja yhteystiedot:

Yrityksen toimiala:

– Hotelli- ja ravintola-ala:

– Matkailu:

– Suurtalous:

– Muu:

Toimeksiantajalle tehdyn tuotoksen tyyppi:

1. Oletko ollut aiemmin yhteistyössä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa?
Jos, niin millaisessa?
2. Onko tuotoksesta ollut hyötyä/onko tuotos käytössä: kyllä/ei
3. Saitko uutta tietoa tuotoksesta? Kyllä/Ei
4. Tuotoksen laatu asteikolla 1-5:
Perusteet numerolle:
5. Mielipide opiskelijoiden yhteydenpidon aktiivisuudesta projektin aikana asteikolla 1-5:
6. Toimeksiantajan mielipide omasta roolista projektissa:
7. Olisitko kaivannut opettajan kanssa käytävää keskustelua tai tiedotetta esimerkiksi kurssin tavoitteista tai muusta projektiin liittyvästä? Kyllä/Ei
8. Miten hyvin yhteistyö Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalan kanssa onnistui kokonaisuudessaan projektin aikana asteikolla 1-5?
Olisitko toivonut yhteistyöltä jotain muuta, mitä?
9. Kuinka tärkeää oppilaitoksen ja työelämän yritysten yhteistyö on mielestäsi asteikolla 1-5?
10. Oletko kiinnostunut jatkoyhteistyöstä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa? Kyllä/Ei
11. Vapaat kommentit (Onko jotain tietyn tyyppistä toimeksiantotarvetta, esim. opinnäytetyöaiheita, koulutustarvetta tms.):

LIITE 5 Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektikurssin esittelylomakemalli toimeksiantajalle

Hyvä toimeksiantaja!

Kiitos yhteistyöstänne Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalan opiskelijoiden kanssa Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektikurssilla. Opiskelu yhteistyössä aitojen organisaatioiden parissa on ensiarvoisen tärkeää. Alta löydätte lisätietoa kurssin aikataulusta, sisällöstä sekä aikataulusta. Toivomme, että olette tyytyväisiä opiskelijoiden tuotoksiin ja saatte uusia näkökulmia. Toivomme myös, että olette kiinnostuneita yhteistyöstä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa myös jatkossa!

Kurssin tavoite: - Opiskelija tietää matkailu- ja ravitsemisalan liiketoiminnan osa-alueet ja osaa suunnitella, kehittää, toteuttaa ja raportoida niistä sekä laatia liiketoimintasuunnitelman.

- Hän osaa soveltaa liiketoiminnan käsitteistöä ja erilaisia kehittämismenetelmiä toteutettavana olevassa projektissaan.
- Hän osaa laatia talousarvion suunnitellulle / toteutettavalle hankkeelle.

Kurssin sisältö: Kurssin laajuus on viisi opintopistettä, joka tarkoittaa 135 tuntia opiskelijan työtä. Kurssi sisältää liiketoimintasuunnitelman lisäksi teoriaopintoja, joten tuotos on osa kurssin kokonaisuutta. Kurssilla käsitellään seuraavia aihepiirejä:

- Liiketoiminnan kehittämismenetelmiä
- Liiketoimintasuunnitelman laatiminen
- Taloussuunnittelu ja rahoitus käytännössä.

Tehtävä: Opiskelijan tulee tehdä toimeksiantajalle liiketoimintasuunnitelma alan kirjallisuutta ja aiempia opintoja hyödyntäen. Työtä tehdessään opiskelijan tulee perehtyä toimeksiantajan toimintaan mahdollisimman tarkasti saadakseen tehtyä mahdollisimman realistisen liiketoimintasuunnitelman. Lisäksi opiskelijan tulee pitää toimeksiantajaansa ajan tasalla työn etenemisestä sekä ottaa toimeksiantajan

toiveet huomioon. Suunnitelman tekeminen ei sitouta opiskelijaa suunnitelmassa mainittavien toimenpiteiden toteuttamiseen.

Aikataulu: Kurssi suoritetaan viikoilla xx-xx. Toimeksiantosopimuksen tulee olla tehtynä xx.xx.2013 mennessä. Lopullisen tuotoksen opiskelija palauttaa arviointilomakkeen kera toimeksiantajalle xx.xx.2013 mennessä.

Arviointi: Kurssin lopussa opiskelijan palauttaessa tuotoksensa palauttaa hän samalla myös arviointilomakkeen, jonka toivomme Teidän täyttävän. Lomakkeessa arvioidaan kehitysideoiden laatua ja realistisuutta sekä opiskelijoiden toimintaa kurssin aikana. Toivomme Teidän ottavan arvioinnissa huomioon, että kyseessä on opiskelijoiden ensimmäistä kertaa tekemä liiketoimintasuunnitelma. Arviointilomake vaikuttaa opiskelijan kurssiarvosanaan. Mikäli tuotosta on ollut tekemässä useampi kuin yksi opiskelija, arvioidaan lomakkeessa ryhmää kokonaisuutena. Lomake tulee palauttaa Elina Ojalalle (**ei suoraan opiskelijalle**) arviointilomakkeessa mainittujen ohjeiden mukaan xx.xx.2013 mennessä.

Yhteystiedot: Mikäli Teille tulee jotain kysyttävää tai kommentoitavaa kurssiin liittyen, voitte ottaa yhteyttä kurssin ohjaaja Elina Ojalaan joko puhelimitse tai sähköpostitse: 020 124 5642 / elina.ojala@seamk.fi.

LIITE 6 Markkinointi- kurssin esittely toimeksiantajalle

Hyvä toimeksiantaja!

Kiitos yhteistyöstänne Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalan opiskelijoiden kanssa Markkinoinnin kurssilla. Opiskelu yhteistyössä aitojen organisaatioiden parissa on ensiarvoisen tärkeää. Alta löydätte lisätietoa kurssin aikataulusta, sisällöstä sekä aikataulusta. Toivomme, että olette tyytyväisiä opiskelijoiden tuotoksiin ja saatte uusia näkökulmia. Lisäksi toivomme, että olette kiinnostuneita yhteistyöstä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa myös jatkossa!

Kurssin tavoite: Opiskelija perehtyy markkinoinnin ja asiakaspalvelun merkitykseen sekä markkinoinnin suunnitelmallisuuteen palveluyrityksessä. Hän oppii markkinoinnin peruskäsitteet ja niiden merkitykset organisaatiolle. Lisäksi hän oppii markkinointisuunnitelman tekemisen sekä suunnitelman tärkeyden organisaatiolle. Opiskelijat opiskelevat englannin kielellä.

Kurssin sisältö: Kurssi on laajuudeltaan neljä opintopistettä, mikä tarkoittaa 108 tuntia opiskelijan työtä. Markkinointisuunnitelman tekemisen lisäksi kurssi sisältää myös teoriaopintoja, joten tehtävä on osa kurssin kokonaisuutta. Kurssi käsittelee seuraavia aihealueita: -Markkinoinnin merkitys palvelualalla

- markkinoinnin peruskäsitteet
- suunnitelmallisuuden merkitys
- markkinointisuunnitelman laadinta.

Tehtävä: Opiskelijan tulee tehdä toimeksiantajalle markkinointisuunnitelma valmista pohjaa käyttäen ja alan kirjallisuutta hyödyntäen. Työtä tehdessään opiskelijan tulee perehtyä toimeksiantajan toimintaan mahdollisimman tarkasti saadakseen tehtyä mahdollisimman realistisen suunnitelman. Lisäksi opiskelijan tulee pitää toimeksiantajaansa ajan tasalla työn etenemisestä sekä ottaa toimeksiantajan toiveet huomioon. Suunnitelman tekeminen ei sitouta opiskelijaa suunnitelmassa mainittavien toimenpiteiden toteuttamiseen.

Aikataulu: Kurssi suoritetaan viikoilla xx-xx. Toimeksiantosopimuksen tulee olla tehtynä xx.xx.2013 mennessä. Lopullisen tuotoksen opiskelija palauttaa arviointilomakkeen kera toimeksiantajalle xx.xx.2013 mennessä.

Arviointi: Kurssin lopussa opiskelijan palauttaessa suunnitelmansa palauttaa hän samalla myös arviointilomakkeen, jonka toivomme Teidän täyttävän. Lomakkeessa arvioidaan suunnitelman laatua ja realistisuutta sekä opiskelijan toimintaa kurssin aikana. Arviointilomake vaikuttaa opiskelijan kurssiarvosanaan. Toivomme teidän huomioivan, että kyseessä on opiskelijoiden ensimmäinen markkinointisuunnitelma. Mikäli suunnitelmaa on ollut työstämässä useampi kuin yksi henkilö, tulee ryhmää arvioida kokonaisuutena. Lomake tulee palauttaa Elina Ojalalle (**ei suoraan opiskelijalle**) arviointilomakkeessa mainittujen ohjeiden mukaan xx.xx.2013 mennessä.

Yhteystiedot: Mikäli Teille tulee jotain kysyttävää tai kommentoitavaa kurssiin liittyen, voitte ottaa yhteyttä kurssin ohjaaja Elina Ojalaan joko puhelimitse tai sähköpostitse: **020 124 5642 / elina.ojala@seamk.fi**.

LIITE 7 Palvelukonseptin kehittäminen- opintojakson esittely toimeksiantajalle

Hyvä toimeksiantaja!

Kiitos yhteistyöstänne Seinäjoen ammattikorkeakoulun ravitsemisalan opiskelijoiden kanssa Palvelukonseptin kehittämisen kurssilla. Opiskelu yhteistyössä aitojen organisaatioiden parissa on ensiarvoisen tärkeää. Alta löydätte lisätietoa kurssin aikataulusta, sisällöstä sekä aikataulusta. Toivomme, että olette tyytyväisiä opiskelijoiden tuotoksiin ja saatte uusia näkökulmia. Lisäksi toivomme, että olette kiinnostuneita yhteistyöstä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa myös jatkossa!

Kurssin tavoite: Opiskelija tuntee strategisen suunnittelun ja johtamisen perusteet. Opiskelija osaa selittää ennakkoinnin, innovatiivisuuden ja luovuuden merkityksen palvelukonseptien kehittämisessä. Opiskelija osaa tilojen toiminnallisen suunnittelun ja osaa kehittää palvelukonseptia myös prosessilähtöisesti. Opiskelija osaa laatia palvelukonseptin budjetin ja suunnitella sen rahoituksen.

Kurssin sisältö: Kurssin laajuus on viisi opintopistettä, joka tarkoittaa 135 tuntia opiskelijan työtä. Tehtävän lisäksi kurssi sisältää teoriaopintoja, joten kehittämissuunnitelman tekeminen on vain osa kurssin kokonaisuutta. Kurssilla käsitellään seuraavia asioita:

- strateginen suunnittelu ja johtaminen
- innovatiivisuus ja luovuus liiketoiminnassa
- ennakkointimenetelmät
- tilojen toiminnallinen suunnittelu osana konseptia
- palvelukonseptin taloudellinen suunnittelu.

Tehtävä: Opiskelijan tulee tehdä toimeksiantajalle palvelukonseptin kehittämissuunnitelma alan kirjallisuutta hyödyntäen. Työtä tehdessään opiskelijan tulee perehtyä toimeksiantajan toimintaan mahdollisimman tarkasti saadakseen tehtyä mahdollisimman realistisen suunnitelman toiminnan kehittämiseen. Lisäksi opiskelijan tulee pitää toimeksiantajaansa ajan tasalla työn etenemisestä sekä ottaa toi-

meksiantajan toiveet huomioon. Suunnitelman tekeminen ei sitouta opiskelijaa suunnitelmassa mainittavien toimenpiteiden toteuttamiseen.

Aikataulu: Kurssi suoritetaan viikoilla xx-xx. Toimeksiantosopimuksen tulee olla tehtynä xx.xx.2013 mennessä. Lopullisen tuotoksen opiskelija palauttaa arviointilomakkeen kera toimeksiantajalle xx.xx.2013 mennessä.

Arviointi: Kurssin lopussa opiskelijan palauttaessa tuotoksensa palauttaa hän samalla myös arviointilomakkeen, jonka toivomme Teidän täyttävän. Lomakkeessa arvioidaan kehitysideoiden laatua ja realistisuutta sekä opiskelijan toimintaa kurssin aikana. Arviointilomake vaikuttaa opiskelijan kurssiarvosanaan. Toivomme Teidän huomioivan, että tuotos on opiskelijalle ensimmäinen palvelukonseptin kehittämissuunnitelma. Mikäli kehitysideoita on ollut työstämässä useampi kuin yksi henkilö, tulee ryhmää arvioida kokonaisuutena. Lomake tulee palauttaa Elina Ojalalle **(ei suoraan opiskelijalle)** arviointilomakkeessa mainittujen ohjeiden mukaan xx.xx.2013 mennessä.

Yhteystiedot: Mikäli Teille tulee jotain kysyttävää tai kommentoitavaa kurssiin liittyen, voitte ottaa yhteyttä kurssin ohjaaja Elina Ojalaan joko puhelimitse tai sähköpostitse: **020 124 5642 / elina.ojala@seamk.fi.**

**LIITE 8 Liiketoiminnan suunnittelun ja kehittämisen projektit,
Markkinointi sekä Palvelukonseptin kehittäminen- opintojaksojen
arviointilomake**

Hyvä toimeksiantaja!

Kiitos yhteistyöstänne Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa. Pyydämme Teitä täyttämään alla olevan arviointilomakkeen ja palauttamaan sen Elina Ojalalle XX.XX.2013 mennessä sähköpostitse osoitteeseen elina.ojala@seamk.fi tai postitse osoitteeseen SeAMK/Elintarvike- ja maatalous, ravitsemisala, Elina Ojala, Kampusranta 11, PL 412, 60101 Seinäjoki.

Mikäli suunnitelmaa on ollut tekemässä useampi kuin yksi opiskelija, arvioidaan ryhmää kokonaisuutena. (Yksi arviointilomake/tuotos) Toivomme, että otatte arvioinnissa huomioon, että kyseessä on opiskelijan harjoitustyö.

Toimeksiantajayrityksen nimi	Yhteyshenkilön nimi
Puhelinnumero ja/tai sähköposti	Projektin nimi
Opiskelijan/Opiskelijoiden nimi/nimet	

KYSYMYKSET

1. Arvioi numerolla 1-5 opiskelijan/opiskelijaryhmän tekemän tuotoksen laatu.

5 Kiitettävä 4 Hyvä 3 Kohtalainen 2 Tyydyttävä 1 Huono

Peruste-

lu: _____

2. Oliko tuotos realistinen ja käyttökelpoinen?

a) Kyllä b) Ei

Perustelu:

3. Oliko opiskelija/opiskelijaryhmä tutustunut riittävän hyvin organisaation tietoihin?

a) Kyllä b) Ei

Perustelu:

4. Pitikö opiskelija/opiskelijaryhmä Teidät ajan tasalla tuotoksen etenemisestä?

a) Kyllä b) Ei

Perustelu:

5. Oliko opiskelijan/opiskelijaryhmän palvelukäytös projektin aikana..

5 Kiitettävää 4 Hyvää 3 Kohtalaista 2 Tyydyttävää 1 Huonoa

6. Otettiin Teidän toiveenne/neuvonne huomioon projektin aikana?

a) Kyllä b) Ei

Perustelu:

7. Saitteko uutta tietoa tai ideoita tuotoksesta?

a) Kyllä b) Ei

Perustelu:

8. Oliko oma roolinne projektin aikana...a) Tiedonantaja/Ohjaaja b) Vahvasti projektiin osallistuva
c) Vähäinen rooli d) Muu, Mikä?

Perustelu:

9. Palveleeko kurssin toteutustapa mielestänne sekä opiskelijaa että organisaatiota?

a) Kyllä

b) Ei

Perustelu:

10. Oletteko kiinnostuneita jatkoyhteistyöstä Seinäjoen ammattikorkeakoulun kanssa?

a) Kyllä

b) Ei

Perustelu:

11. Vapaat kommentit (arvioita, kehitysideoita, jatkoyhteistyötoiveita...)

KIITOS VASTAUKSISTANNE!