

SAVONIA

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
LUONNONVARA- JA YMPÄRISTÖALA

MAATILA 2030 -HANKKEEN KOULUTUSTEN PALVELUPOLOT

TEKIJÄ Anu Hakkarainen

Koulutusala Luonnonvara- ja ympäristöala	
Tutkinto-ohjelma Agrologin tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä Anu Hakkarainen	
Työn nimi Maatila 2030 -hankkeen koulutusten palvelupolut	
Päiväys	12.11.2022
Sivumäärä/Liitteet	29/1
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Maatila 2030 -hanke	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Luonnonvara-alalle tarvitaan tulevana vuosina lisää osaamista niin tutkintokoulutusten avulla kuin täydennys- ja erikoistumiskoulutusten avulla. Kouluttautumistarpeen lisääntymiselle on olemassa lukuisia syitä, kuten esimerkiksi tilakokojen kasvaminen, teknologian nopea kehittyminen, työurien pidentyminen sekä erilaiset yhteiskunnan, maataloustuotteiden kuluttajien ja EU:n asettamat vaatimukset. Koulutustarpeeseen pyritään vastaamaan muun muassa erilaisten hankkeiden järjestämien koulutusten avulla.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin Maatila 2030 -hankkeen koulutusten palvelupolkuja sekä hahmoteltiin profiilikuvaukset mahdollisista koulutuksiin osallistujista. Palvelupolun, asiakaskokemuksen sekä segmentoinnin käsitteiden avulla opinnäytetyössä hahmotettiin niitä tekijöitä, jotka edistävät tai estävät eri kohderyhmien osallistumista koulutuksiin. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten mahdollisimman monet löytäisivät itselleen sopivia luonnonvara-alan koulutuksia ja miten koulutusten palvelupolkuja voitaisiin kehittää. Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää tekijöitä, jotka motivoivat osallistujia osallistumaan koulutuksiin.</p> <p>Opinnäytetyössä tarkasteltiin Maatila 2030 -hankkeen järjestämiä koulutuksia sekä vertailutiedon saamiseksi myös kahden muun järjestäjän yksittäisiä koulutuksia. Havainnointi toteutettiin mystery shopping -menetelmällä, eli opinnäytetyön tekijä osallistui keväällä 2022 järjestettyihin koulutuksiin ja havainnoi koulutuksia ennalta valmistellun lomakkeen avulla. Opinnäytetyön aineisto koostui pelkästään etäkoulutuksista. Maatila 2030 -hankkeen osalta aineistossa oli mukana yksi luentosarja, yksi koko päivän pituinen koulutus sekä neljä yksittäistä koulutusta. Opinnäytetyön aineisto analysoitiin luokittelemalla havaintoja kokonaisuuksiksi.</p> <p>Yhtenä tuloksena ja kehittämisideana voidaan todeta, että on tärkeää mahdollistaa etäkoulutuksissa osallistujille vuorovaikutus toisten osallistujien kanssa. Myös muiden järjestäjien koulutuksista saatu vertailutieto antoi uusia näkökulmia koulutusten järjestämiseen, erityisesti koulutusten järjestämisessä hyödynnettävän sovelluksen osalta. Lisäksi osallistujista laaditut profiilikuvaukset antoivat suuntaa niistä tekijöistä, jotka on hyvä huomioida koulutuksia suunniteltaessa, kuten esimerkiksi tuotantosuuntakohtaiset työhuiput. Eettisistä syistä opinnäytetyön tuloksissa koulutuksia käsitellään anonymisti ja tuloksia tarkastellaan kokonaisuuksina. Opinnäytetyön tulokset ovat Maatila 2030 -hankkeelle ja myös muille koulutuksia järjestäville hankkeille tulevaisuudessa hyödyksi. Koulutusten järjestäjät voivat hyödyntää tutkimuksen tuloksia koulutusten palvelupolun eri vaiheiden kehittämisessä ja siten parantaa koulutusten houkuttelevuutta.</p>	
Avainsanat koulutus, motivaatio, asiakaskokemus, haamuasiointi	

Field of Study Natural Resources and the Environment	
Degree Programme Degree Programme in Agriculture and Rural Industries	
Author Anu Hakkarainen	
Title of Thesis Customer journeys in Farm 2030 -project trainings	
Date 12 November 2022	Pages/Appendices 29/1
Client Organisation /Partners Farm 2030 -project	
<p>Abstract</p> <p>In the future, there will be a need for more training in the natural resources sector. The need for training includes further education and specialization as well as degree programs. There are many reasons for this need of training, for example, the growth of the farms, fast development of technology, prolongation of the working careers and the demands of the society, the European Union, and consumers. One solution to the need for training are different kinds of projects which organize training.</p> <p>In this study, the observation focuses on the service paths of training organized by the Farm 2030 -project. There are also some profiles created from the participants of the training to help to recognize the potential participants and their needs. The customer journey, customer experience and the segmentation of the participants helps to recognize the reasons to attend or not to attend the training. The aim of the study was to find out how as many as possible would find training for their needs in the natural resources sector, and how should the service path in the training be developed. Also, the aim of this thesis was to find out the elements which motivates the participants to attend training.</p> <p>This thesis deals mainly with training organized by the Farm 2030 -project but also with some training organized by two other anonymous organizations to collect some reference data. The collection of the data was made by using the mystery shopping method which means that the author of the thesis took part in the training and observed the training with the help of the checklist made for this purpose. The data of this thesis consisted only of web-based training, and it was gathered in the spring of 2022. The data gathered from the training organized by the Farm 2030 -project includes one series of lectures, one all-day lecture and four separate lectures. The data was analyzed by classifying the observations into categories.</p> <p>As for the main results of this thesis, there are some good practices pointed out, but also some things that need to be developed in training organizing. For example, in web-based training it is important to enable interaction between all the participants. The reference data also pointed out some new viewpoints on how to organize training and the profiles of the participants showed some points that need to be noticed when organizing training. For example, the working peaks of each production lines in agriculture must be noticed when organizing training. The results of the study are shown anonymously, and no training of the data is named. The results of this thesis are useful to the Farm 2030 -project and other projects which will organize some training in the future. The results can be used to develop customer experiences of training to make training more interesting.</p>	
<p>Keywords training, motivation, customer experience, mystery shopping</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	ASIAKKAAN KOKEMUS	8
2.1	Palvelupolku ja asiakaskokemus.....	8
2.2	Kuvaus koulutuksen palvelupolusta	9
2.3	Segmentointi	10
3	AIKUISTEN KOULUTTAUTUMISEN LÄHTÖKOHTIA.....	11
3.1	Motivaatio	11
3.2	Aikuiskoulutuksen pedagogiikka	11
4	TYÖN TOTEUTUS	13
4.1	Tutkimuksen tarkoitus	13
4.2	Mystery shopping -menetelmä	13
4.3	Aineistonkeruu ja analysointi	13
4.4	Työn eettisyys ja luotettavuus	15
5	PALVELUPOLKUJEN TARKASTELUA	16
5.1	Markkinointi.....	16
5.2	Ilmoittautuminen	17
5.3	Viestintä.....	18
5.4	Ydinpalvelu.....	19
5.5	Jälkipalvelu.....	20
5.6	Vertailua.....	21
6	OSALLISTUJIIEN PROFIILIKUVAUKSET	22
7	HYVIÄ KÄYTÄNTEITÄ JA KEHITTÄMISIDEOITA	23
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	24
9	POHDINTA.....	26
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	28
	LIITE 1: KOULUTUSTEN HAVAINNOINTILOMAKE	30

KUVALUETTELO

KUVA 1.	Asiakaskokemuksen kolme tasoa (Tuulaniemi 2011, 74).....	9
KUVA 2.	Koulutuksen palvelupolku	10

KUVA 3. Esimerkki luokkien muodostamisesta	15
KUVA 4. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen Instagramista (Maatila 2030a, 2022).....	16
KUVA 5. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen Instagramista (Maatila 2030a, 2022).....	17
KUVA 6. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen verkkosivuilta (Maatila 2030b, 2022).....	17
KUVA 7. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen koulutuksen palautekyselystä (Maatila 2030c, 2022)	20
KUVA 8. Kuvaleike vertailukoulutuksen automaattisesta sähköpostiviestistä (Vertailukoulutus, 2022).....	21
KUVA 9. Kuvitteellisten osallistujien profiilikuvaukset	22

1 JOHDANTO

Luonnonvara-alalla jatkuvan kouluttautumisen tarve on alan nopean kehityksen vuoksi ilmeinen. Kouluttautumisen tarvetta aiheuttavat teknologian, markkinoiden ja EU:n maatalouspolitiikan kehittyminen, muutokset kuluttajien mieltymyksissä, maatalouden globaali kehitys sekä erityisesti viime aikoina esillä ollut biotalouden ja ympäristönäkökulmien huomioiminen maataloudessa. (Kerkelä 2012, 12–22.)

Opetushallituksen raportin mukaan maatalouden koulutustarve on vuoteen 2035 mennessä noin 40 % suurempi kuin tällä hetkellä, sillä koulutettuja työllistävien toimialojen työvoimapoistuma on hyvin suuri. Ammatillisessa peruskoulutuksessa lisästarve on noin 15 %, ja ammattikorkeakoulutuksen tarve on 2,5-kertainen nykytilanteeseen nähden maatalouden osaamistarpeen kasvun vuoksi. Ammattikorkeakoulutettuja tarvitaan jatkamaan maatalouden yritystoimintaa, sillä tilojen koko kasvaa jatkuvasti ja maatalousyrittäjyys vaatii yhä enemmän osaamista. Lopputuloksena voidaan sanoa, että maatalouden alalle olisi saatava lisää tutkintoja tulevina vuosina. (Hanhijoki 2020, 9.)

Maatalousalalle tarvitaan koulutettuja tekijöitä, ja lisäksi tarvitaan myös täydennyskoulusta, erikoistumiskoulutusta ja erilaisia kursseja osaamisen päivittämiseksi. Työurat ovat jatkuvasti pidentyneet eliniän nousun myötä ja kehitys on nopeutunut. Nämä tekijät aiheuttavat sen, että tarvetta osaamisen päivittämiselle ja uuden oppimiselle on jatkuvasti työuran aikana. Nykyisessä työelämässä useiden tutkintojen tarve tulee mahdollisesti vähenemään ja osaamista täydennetään esimerkiksi erikoistumiskoulutusten avulla, jotka ovat uusi lähestymistapa osaamistarpeiden muuttumiseen ja kilpailukyvyn kehittämiseen työelämässä (Kallunki ja Seppälä 2016). Kouluttautumista pidetään tärkeänä valtakunnallisella tasolla, sillä Suomen kansallisessa biotalousstrategiassa esitetään tavoite vahvan osaamisperustan kehittämiseksi maatalousalalle. Tällä pyritään parantamaan Suomen talouskasvua ja työllisyystilannetta. (Biotalous 2014, 3.)

Tavanomaisesti aikuiset käyttävät formaaleja eli muodollisia koulutuspalveluita, mutta myös epämuodollinen, arkipäiväisissä ympäristöissä tapahtuva oppiminen tunnustetaan nykyään. Elinikäisen oppimisen vaatimus näyttää nousevan yhtäältä yhteiskunnan kilpailukyvyn varmistamisesta, mutta toisaalta myös yksilöiden jatkuvasta itsensä kehittämisen tarpeesta. Euroopassa ja erityisesti Suomessa aikuiset opiskelevat paljon. (Collin ja Paloniemi 2007, 9.)

Tutkimusta maatalousalan kouluttautumisen tarpeesta ja koulutusmuodoista on tehnyt muun muassa Satu Alahallila (2020), joka on opinnäytetyössään tutkinut maatalousyrittäjien suhtautumista ja koulutukseen liittyviä toiveita teemahaastatteluiden avulla. Hankesektorilta erilaisten maatalouden koulutushankkeiden loppuraporteista on löydettävissä hankkeen koulutukseen osallistuneiden lukumääriä, ja useista raporteista käy ilmi, että juuri palautteen saaminen osallistujilta on haastavaa (esim. MTT 2013).

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Maatila 2030 -hanke. Maatila 2030 -hankeen tavoitteena on tuoda yhteen Pohjois-Savon luonnonvara-alan yhteistyökumppanit, joiden johdolla kehitetään jatkuvan kouluttautumisen mallia ja luodaan verkko-oppimisympäristö kouluttautumisen edistämiseksi. Hankkeen toteuttajina toimivat Savonia-ammattikorkeakoulu, Ylä-Savon

koulutuskuntayhtymä, Savon koulutuskuntayhtymä ja Luonnonvarakeskus. Hankkeen rahoittaa Euroopan sosiaalirahasto. (Maatila 2030 s.a.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten mahdollisimman moni luonnonvara-alalla työskentelevä tai alasta kiinnostunut löytäisi itselleen sopivia koulutuksia. Lisäksi opinnäytetyössä on tarkoitus selvittää koulutusten palvelupolkuja tarkastelemalla, kuinka koulutusten kohderyhmiä voidaan palvella mahdollisimman hyvin. Opinnäytetyön tavoitteena on löytää tekijöitä, jotka motivoivat alalla olevia henkilöitä osallistumaan koulutuksiin. Opinnäytetyö tuottaa siis ajankohtaista ja hyödyllistä tietoa siitä, miten koulutusten palvelupolkuja voisi kehittää ja millä tekijöillä osallistujia voisi motivoida koulutuksiin. Opinnäytetyön aihe on peräisin Savonia ammattikorkeakoulun opinnäytetyöaiheiden seminaarista syksyiltä 2020.

2 ASIAKKAAN KOKEMUS

2.1 Palvelupolku ja asiakaskokemus

Palvelupolku on palvelukokonaisuuden kuvaus, jossa tarkastellaan asiakkaan kulkemista ja kokemista palvelun aika-akselilla. Palvelupolku voidaan jakaa eri pituisiin osiin palvelutuokioiksi ja palvelun kontaktipisteiksi. Palvelun kuvaaminen osissa mahdollistaa jokaisen yksittäisen vaiheen analysoimisen ja kehittämisen. Palvelumuotoilun avulla palvelun osia voidaan kehittää vastaamaan entistä paremmin asiakkaiden tarpeisiin. (Tuulaniemi 2011, 78.)

Palvelupolku voidaan jakaa osiin myös asiakkaalle muodostuvan arvon näkökulmasta. Näitä osia ovat esipalvelu, ydinpalvelu ja jälkipalvelu. Esipalvelun vaiheessa on valmisteltu arvon muodostumista, eli asiakas on esimerkiksi ollut yhteydessä yritykseen ja varannut ajan palveluun. Ydinpalvelun vaiheessa asiakas saa varsinaisen arvon. Jälkipalvelun vaiheella tarkoitetaan asiakkaan kontaktia palveluntuottajaan varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen. Tällaisia jälkipalvelun kontakteja voivat olla esimerkiksi asiakaspalautteet. (Tuulaniemi 2011, 79.)

Palvelun palvelutuokiot koostuvat lukemattomista kontaktipisteistä, joiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan. Kontaktipisteitä voivat olla niin ihmiset, ympäristöt, esineet kuin toimintatavat. Näin ollen palveluntarjoaja voi pyrkiä vaikuttamaan asiakkaaseensa palvelun eri kontaktipisteillä kaikilla mahdollisilla aistiärsykkeillä. Palvelun kontaktipisteillä pyritään puhuttelemaan asiakasta, mutta joskus ne voivat myös välittää väärää sanomaa, jolloin jokin kontaktipiste muodostuu palvelun heikoksi kohdaksi. (Tuulaniemi 2011, 79–81.)

Palvelupolkuun liittyy oleellisesti myös käsite asiakaskokemus. Asiakaskokemus voidaan määritellä niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summaksi, jotka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa (Löytänä & Korteso 2011, 11). Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkitykseen, jossa toiminnan tasolla tarkoitetaan palvelun kykyä vastata asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen (kuva 1). Toiminnan tasolla voidaan tarkoittaa myös prosessien sujuvuutta, palvelun hahmotettavuutta, saavutettavuutta, käytettävyyttä, tehokkuutta ja monipuolisuutta. Tunnetaso puolestaan tarkoittaa asiakkaan tuntemuksia ja kokemuksia, kuten kokemuksen miellyttävyyttä, helppoutta, innostavuutta, tyyliä ja kiinnostavuutta. Merkitystaso, joka on ylin asiakaskokemuksen taso, tarkoittaa esimerkiksi kokemukseen liittyviä mielikuva- ja merkitysulottuvuuksia, unelmia, tarinoita, lupauksia, oivalluksia ja kokemuksen henkilökohtaisuutta. (Tuulaniemi 2011, 74.)

Toiminta	Tunteet	Merkitys
<ul style="list-style-type: none"> - funktionaalisen tarpeen tyydyttäminen - prosessin sujuvuus - palvelun hahmotettavuus - palvelun saavutettavuus - palvelun käytettävyys - palvelun tehokkuus - palvelun monipuolisuus 	<ul style="list-style-type: none"> - kokemuksen miellyttävyys - kokemuksen helppous - innostavuus - tyyli - kiinnostavuus 	<ul style="list-style-type: none"> - mielikuvat ja merkitykset - unelmat ja tarinat - lupaukset - oivallukset - kokemuksen henkilökohtaisuus

KUVA 1. Asiakaskokemuksen kolme tasoa (Tuulaniemi 2011, 74)

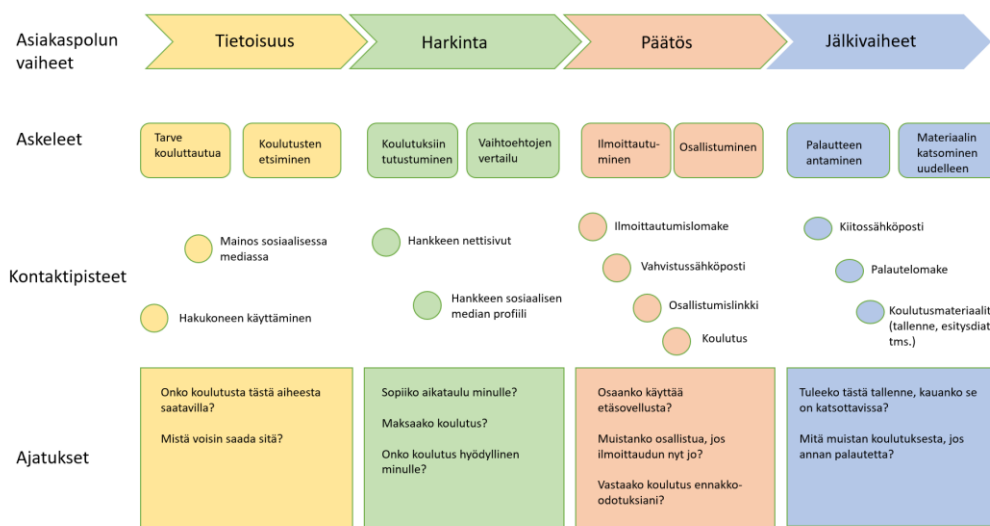
Asiakkaan palvelukokemus voidaan jakaa myös tekniseen ja toiminnalliseen osaan siten, että teknistä laatua palvelussa edustavat koneiden, laitteiden ja muun tekniikan toiminen, hyvin suunniteltu toimintaympäristö, sekä työntekijöiden tiedot, taidot, asiantuntemus ja osaaminen. Toiminnallista laatua puolestaan kuvaavat työntekijöiden asiakaspalvelutaidot ja ammattitilpeys, innostuneisuus, käyttäytyminen, vuorovaikutus sekä aktiivisuus. Myös muut asiakkaat ja heidän toimintansa ovat asiakkaan palvelukokemuksessa toiminnallista laatua. (Hämäläinen, Kiiras, Korkeamäki & Pakkanen 2016, 50.)

2.2 Kuvaus koulutuksen palvelupolusta

Tässä opinnäytetyössä keskitytään tarkastelemaan Maatila 2030 -hankkeen tarjoamia koulutuksia. Kuvassa 2 on esitelty karkea kuvaus koulutuksen palvelupolusta, joka alkaa siitä, kun asiakas löytää tiedon kiinnostavasta koulutuksesta. Kuluttajan kokemukseen vaikuttaa se, kuinka helppoa tai vaikeaa tiedon löytyminen koulutuksesta hänelle oli ja mistä hän sai tiedon koulutuksesta. Päätökseen siitä, ilmoittautuuko kuluttaja koulutukseen vaikuttaa se, saako koulutuksen info vakuutettua kuluttajan siitä, että koulutus vastaa juuri hänen tarpeisiinsa.

Kiinnostavan koulutuksen löydyttyä ja koulutuksen infon vakuutettua kuluttajan siitä, että hänen kannattaa osallistua koulutukseen, kuluttaja ilmoittautuu koulutukseen. Ilmoittautumisen osalta kuluttajan kokemuksen kannalta on tärkeää, kuinka sujuvaa ilmoittautuminen on. Nykyään koulutuksiin voi pääsääntöisesti ilmoittautua sähköisesti ajasta ja paikasta riippumattomasti, mikä tekee ilmoittautumisesta asiakasnäkökulmasta katsottuna vaivatonta. (Ks. kuva 2.)

Ilmoittautumisen jälkeen kuluttaja osallistuu koulutukseen, mikä on koulutuksen palvelupolun kontaktipiste. Koulutuksessa kontaktipisteitä voi olla useampia, jos kyseessä on koulutuskokonaisuus ja koulutuksen järjestäjä on yhteydessä kuluttajaan myös koulutusten väleissä. Kuluttajan arvioidessa saamaansa palvelua kontaktipisteiden merkitys korostuu, sillä kontaktipiste on palvelupolun pääkohta. Jälkipalveluna kuluttaja voi antaa palautetta koulutuksesta. Palautteen antamiseen on lukemattomia erilaisia tapoja, mutta silti koulutusten järjestäjät usein tuovat esille jäävänsä ilman palautetta. (Ks. kuva 2.)



KUVA 2. Koulutuksen palvelupolku

2.3 Segmentointi

Asiakkaan tunteminen ja ymmärtäminen ovat tärkeässä roolissa asiakaslähtöisessä markkinoinnissa ja asiakaspalvelussa. Asiakkaita voidaan jakaa erilaisiin asiakasryhmiin, eli segmentoida erilaisten taustatekijöiden perusteella. (Hämäläinen ym. 2016, 91–92.) Segmentoinnin avulla pyritään löytämään jokaista asiakasryhmää parhaiten palvelevia toimintatapoja (Löytänä & Kortesus 2011, 84).

Segmentoinnissa on oleellista ymmärtää, että on olemassa erilaisia asiakkaita, joilla on erilaisia elämäntilanteita, erilaisia motiiveja ja erilaisia tarpeita erilaisille kokemuksille. Segmentoinnissa asiakkaat ryhmitellään keskenään samankaltaisiin mutta toisistaan selvästi erottuviin ryhmiin. Tämä on oleellista sen vuoksi, että voidaan löytää keinot erilaistettujen asiakaskokemusten luomiseen. Tällä hetkellä vallalla on asiakkuuden arvoon ja potentiaalisuuteen liittyvät segmentointimallit, joiden tarkoituksena on parantaa yrityksen tulosta maksimoimalla yrityksen asiakkaalle tuottama arvo. Segmentoinnin jälkeen seuraava askel on luoda prosessit, joissa asiakkaan segmentti tunnistetaan palvelun kontaktipisteissä, jolloin asiakaskokemus voidaan luoda jokaisen segmentin tavoitteiden mukaiseksi. Käytännössä eri toimintoihin tulee keksiä erilaiset toimintatavat siten, että ne palvelevat jokaisen segmentin tavoitteita. (Löytänä & Kortesus 2011, 128–132.)

3 AIKUISTEN KOULUTTAUTUMISEN LÄHTÖKOHTIA

3.1 Motivaatio

Motivaatiota selittäviä teorioita on olemassa useita. Eri tutkimuksissa on kuitenkin löydetty melko samanlaisia motiiveja aikuisten opiskeluun ja kouluttautumiseen. Tällaisia motiiveja ovat muun muassa työ, jolloin koulutusta on usein suositellut työnantaja, joka on myös mahdollisesti maksanut koulutuksen, uudenlainen työ johtuen urakehityksestä tai uuden työpaikan löytymisestä. Opiskelumotivaation taustalla voi olla halu irrottautua päivittäisistä rutiineista, vapaa-ajan nautinto, halu lisätä omia tietoja ja taitoja tai mielenkiinto uuden oppimiseen. Myös erilaiset elämänmuutokset voivat olla taustalla opiskelemaan motivoitumiselle. Opiskelumotivaatio koostuu usein useammasta kuin yhdestä asiasta, jotka yleensä vahvistavat toisiaan. (Jarvis 2004, 73–75.)

Yhdysvalloissa tehtyjen tutkimusten perustella naiset osallistuvat miehiä useammin koulutuksiin. Koulutuksiin osallistumisen motivaationa aikuisilla olivat usein käytännölliset syyt, eli hankittu tieto tulee käyttöön heti. Lisäksi he arvostivat taitojen oppimista enemmän kuin akateemisen tiedon hankkimista. Muina motivaatiotekijöinä tutkimuksessa havaittiin myös halu kehittää itseään, mahdollisuus sosiaaliseen kanssakäymiseen, työhön liittyvät tekijät, kuten oman uran edistäminen sekä ylipäättään halu saada itselleen ajanvietettä. Motivaatiotekijät ovat kuitenkin kompleksisia ja muuttuvia. (Ross-Gordon, Rose, Kasworm & Jossey-Bass 2017, 38–39.)

Yhdysvaltalaisten tutkimusten mukaan, jos henkilö ei osallistunut hänelle mahdolliseen koulutukseen, syitä osallistumattomuudelle olivat henkilön motivaatio, tavoitteet tai elämänolosuhteet. Muita syitä osallistumattomuudelle olivat, että koulutuksen paikka, ohjelma tai oppimismuoto eivät tukeneet henkilön osallistumista. Syyt osallistumattomuudelle olivat siis joko sisäisiä eli henkilöön itseensä liittyviä tai ulkoisia, eli koulutustarjontaan liittyviä. (Ross-Gordon ym. 2017, 35.)

3.2 Aikuiskoulutuksen pedagogiikka

Maatila 2030 -hankkeen koulutuksiin osallistuu henkilöitä hyvin erilaisista lähtökohdista, sillä osalla ei välttämättä ole juurikaan kokemusta luonnonvara-alasta, kun taas osa osallistujista on luonnonvara-alan asiantuntijoita. Tällainen lähtötilanne asettaa koulutukselle erilaisia pedagogisia haasteita, kuin esimerkiksi opetettaessa nuoria, joilla ei vielä ole pitkää työkokemusta. Yleisesti aikuiskoulutuksen haasteena pidetään juuri iän sekä kokemus- ja koulutustaustan suuria vaihteluita aikuisryhmissä (Valleala 2007, 73).

Aikuisten opiskeluun ei liity samanlaista ulkopuolista pakkoa kuin lasten ja nuorten opiskeluun, vaan aikuisten opiskelu perustuu usein aikuisen omaan haluun ja motivaatioon opiskella. Aikuisten opiskelumotivaatioon vaikuttaa oleellisesti oppimisesta saatava palaute. Jotta palautteen avulla voidaan ohjata toivottavaa käyttäytymistä, on tärkeää tietää, mitä oppimisessa tavoitellaan. Aikuiskoulutuksessa pidetäänkin tärkeänä sitä, että tavoitteet on etukäteen tarkkaan määriteltä ja toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi on huolellisesti suunniteltu. Tavoitteiden määrittely etukäteen on todettu tärkeäksi myös erityisesti verkkopohjaisissa oppimisympäristöissä. (Valleala 2007, 63–64.)

Myös ryhmällä on keskeinen rooli oppimisessa, sillä aikuisilla osallistujilla voi olla työkokemusta ja tietotaitoa hyvin monista asioista. Koulutuksen vetäjän yksi rooli voikin olla se, että hän yrittää saada mahdollisimman monen henkilön osaamisen mukaan oppimisprosessiin (Putkuri 2009, 22). Ryhmän tehtävä on myös edistää oppimista, sillä jotta oppimista voi tapahtua, tulee yksilön suhteuttaa omia havaintojaan ja pohdintojaan johonkin ulkopuolella olevaan, kuten toisten ihmisten havaintoihin, pohdintoihin tai arvioihin. (Isokorpi 2003, 30.)

Usein aikuiset odottavat koulutuksilta mahdollisuutta uusien kontaktien löytymiseen ja verkostoitumiseen muiden oman alansa osaajien kanssa. Koulutuksissa verkostoitumista voidaan edistää erilaisten ryhmätöiden ja harjoitustehtävien avulla. Koulutuksen vetäjän tarkoituksena voi olla saada koulututtajat vaihtamaan tietoja keskenään, mikä syventää verkostoitumista. Tämä näkökulma puolestaan linkittyy vahvasti kahteen pedagogiseen seikkaan: koulututtajien omien tietojen hyödyntämiseen sekä pystyvyysuskomusten vahvistamiseen. (Cumini, Jääskeläinen & Lahtinen 2012, 17.)

Viime vuosina myös aikuisopiskelussa on kehitetty erilaisia verkkopohjaisia oppimisympäristöjä. Tämän kehittämistyön tavoitteena on ollut koulutusten saatavuuden ja joustavuuden parantaminen, sekä oppijan aktiivisuuden lisääminen. On kuitenkin havaittu, että oppijat eivät itseohjautuvasti pysty käyttämään tarjolla olevaa joustavuutta ja yksilöllisyyttä hyväkseen, vaan niiden hyödyntämiseksi tarvitaan myös laadukasta ohjausta. Tietoverkot ovatkin vain yksi oppimisympäristön osatekijä, ja ratkaisevaksi oppimisen kannalta muodostuu se, millaisen kokonaisuuden verkko, ohjaus ja vuorovaikutus yhdessä muodostavat. (Valleala 2007, 86–87.)

4 TYÖN TOTEUTUS

4.1 Tutkimuksen tarkoitus

Opinnäytetyössä tarkastellaan Maatila 2030 -hankkeen koulutusten palvelupolkuja ja muotoillaan erilaisia asiakasprofileja kuvitteellisista koulutuksiin osallistujista. Näiden profiloitien ja palvelupolkukuvausten avulla päästään käsiksi asiakasnäkökulmaan ja siten kehittämään koulutusten palvelupolkuja sellaiseen suuntaan, että ne motivoisivat yhä paremmin erilaisia kohderyhmiä osallistumaan koulutuksiin. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten pystytään palvelemaan parhaiten koko luonnonvara-alan elinkeinoa ja koulutusten kohderyhmiä niin, että mahdollisimman moni alalla työskentelevä löytäisi itselleen sopivia koulutuksia. Opinnäytetyön tavoitteena on löytää tekijöitä, jotka motivoivat alalla olevia henkilöitä osallistumaan koulutuksiin

Opinnäytetyön kohteena ovat yleisesti kaikki Maatila 2030 -hankkeen koulutukset. Lisäksi opinnäytetyössä tarkastellaan kahta vertailukoulutusta, jotka ovat muiden organisaatioiden kuin Maatila 2030 -hankkeen järjestämiä. Palvelupolkujen tarkastelemiseksi vaadittava aineisto on kerätty mystery shopping -menetelmällä, jossa tiedon kerääjä käy itse läpi koulutuksen palvelupolon.

4.2 Mystery shopping -menetelmä

Mystery shopping -menetelmä on havainnointiin perustuva tutkimusmenetelmä. Mystery shopping- eli haamuasiakas menetelmässä koulutetut tutkija-asiakkaat asioivat tutkimuksen kohteena olevassa organisaatiossa ja havainnoivat saamaansa palvelua. Mystery shopping -tutkimus antaa tietoa palvelun laadusta, palvelusta asiakkaalle välittyvästä kokemuksesta sekä mahdollisista kehittämistarpeista. Mystery shoppingissa voidaan keskittyä johonkin tiettyyn palvelupisteeseen tai koko palvelupolkuun. (Marckwort s.a; Turku amk s.a.)

Mystery shopping -menetelmässä keskeistä on, että tutkija-asiakkaat eli ns. haamuasiakkaat ovat anonyymeja ja käyttäytyvät tavallisen asiakkaan tavoin, jotta he saavat samanlaista palvelua kuin kuka tahansa muukin asiakas. Tarkkailtavan yrityksen henkilökunnalle ei anneta ennakkovaroitusta haamuasiakkaan saapumisesta, jotta asiakaskokemus ei vääristyisi. (Turner, 333–340.)

Haamuasiakkaat ovat koulutettuja tehtävänsä varten, ja heidän tulee olla objektiivisia ja kriittisiä (Turner 2007, 333–340). Haamuasiakkailla on käytössään etukäteen huolella valmisteltu muistilista tarkkailtavista asioista, ja lisäksi heidät on perehdytetty yrityksen toimintatapoihin ja tavoitteisiin (Löytänä & Korteso 2011, 197–198). Asioituaan liikkeessä tai palvelussa tutkija-asiakas kirjoittaa tarkastuslistansa asioista raportin, joka toimii palautteena kohdeyritykselle. Mystery shopping -menetelmän avulla voidaan kehittää oman yrityksen toimintaa, mutta sen avulla voidaan myös tarkastella kilpailevien yritysten palvelun laatua suhteessa omaan palveluun. Menetelmän avulla voidaan myös vertailla kilpailijoita keskenään. (Turner 2007, 333–340.)

4.3 Aineistonkeruu ja analysointi

Aineiston keruun suoritin keväällä 2022 helmikuu-toukokuu välisenä aikana. Maatila 2030 -hankkeen osalta osallistuin etäyhteyksien välityksellä yhdelle luentosarjalle, joka koostui yhteensä neljästä luennosta, yhteen koko päivän kestävään koulutukseen sekä neljään yksittäiseen koulutukseen. Kaikki koulutukset järjestettiin siten, että niihin oli mahdollista osallistua etäyhteyksien välityksellä.

Aineistonkeruun ajankohdan aikana osa koulutuksista siirtyi myöhäisempään ajankohtaan tai peruuntui kokonaan, minkä vuoksi joitain koulutuksia jäi aineistonkeruun ulkopuolelle alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen. Koulutuksista osa oli maksullisia, mutta opinnäytetyön tekijänä pääsin osallistumaan koulutuksiin maksuttomasti. Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös käydä havainnoimassa muita kuin Maatila 2030 -hankkeen järjestämiä koulutuksia, joten aineistonkeruuvaiheessa osallistuin kahden muun tahon järjestämään etäkoulutukseen. Nämä vertailukoulutukset valikoituivat mukaan opinnäytetyöhöni niiden sopivan ajankohdan ja maksuttomuuden vuoksi sekä osittain myös sattuman kautta, sillä löysin tiedon koulutuksista sosiaalisesta mediasta. Vertailukoulutuksia tarkkailtiin ja analysoitiin opinnäytetyössä samalla tavoin kuin Maatila 2030 -hankkeen koulutuksia.

Koulutuksia tarkasteltiin etukäteen valmistellun lomakkeen avulla (liite 1), jotta muistiinpanojen tekeminen koulutusten ohessa olisi mahdollisimman helppoa ja jokaisen koulutuksen kohdalla huomiota kiinnitettäisiin samoihin asioihin. Myös analysointi ja johtopäätösten tekeminen on helpompaa, kun kaikkien koulutusten arvioinnissa on käytetty samaa lomaketta. Lomakkeessa (liite 1) on jaoteltuna eri riveille esipalvelu, ydinpalvelu sekä jälkipalvelu. Esipalvelu on jaettu kohtiin "Tiedotus/mainonta" ja "Ilmoittautuminen", ja jälkipalvelu on jaettu kohdiksi "Palautteen antaminen" sekä "Muu". Lomakkeen sarakkeissa on puolestaan kohdat havainnoille, plussille (+), miinuksille (-) sekä kehitysideoille.

Aineistoa kerätessä osoittautui kuitenkin helpoimmaksi kirjoittaa koulutusten aikana muistiinpanoja vapaasti tyhjälle paperille, ja koulutuksen jälkeen siirtää tehdyt muistiinpanot valmiille lomakkeelle (liite 1) oikeisiin ruutuihin. Aineiston analysointivaiheessa tämä osoittautui hyväksi toimintatavaksi, sillä huolella muotoillut havainnot lomakkeessa helpottivat analysointia. Aineisto oli myös valmiiksi hyvin tuttu, kun havainnot oli kirjoittanut kahteen kertaan ja jälkimmäisellä kerralla muotoiltu ajatuksella tiiviiseen muotoon.

Varsinainen analysointi tapahtui kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisellä tavalla luokittelemalla aineistolähtöisesti tehtyjä havaintoja. Havainnoista koostetut pelkistetyt ilmaisut yhdisteltiin samaan luokkaan kuuluvaksi niiden samankaltaisuuden tai erilaisuuden mukaan, jolloin syntyi alaluokkia. Alaluokat yhdisteltiin edelleen yläluokiksi, jotka yhdisteltiin edelleen pääluokiksi. Luokittelussa siirryttiin koko ajan yksityisestä kohti yleisempää, ja näin aineisto tiivistyi, kun yksittäiset tekijät sisällytettiin yleisempiin käsitteisiin (kuva 3).

Havainnot	Alaluokat	Yläluokat	Pääluokat
Ilmoittautuminen helppoa	Prosessin sujuvuus	Koulutukseen liittyvät tekijät	Motivaatiotekijät
Mahdollisuus osallistua etänä			
Kiinnostava otsikointi	Markkinointi		
Mielenkiintoinen kuva			
Aihe kiinnostaa itseä	Sisäiset tekijät	Henkilökohtaiset tekijät	
Tarve uudelle tiedolle			
Ajankohta sopiva	Ulkoiset tekijät		
Välineet mahdollistavat etäosallistumisen			

KUVA 3. Esimerkki luokkien muodostamisesta

4.4 Työn eettisyys ja luotettavuus

Opinnäytetyössä eettisyyttä ajatellen on oleellista, että työssä tarkasteltavia koulutuksia tai niiden järjestäjiä ei tuoda esille nimeltä. Yksittäisiä koulutuksia tai kouluttajia ei nosteta esille, vaan tehtyjä havaintoja ja tuloksia käsitellään yhteisesti yleisellä tasolla. Lisäksi opinnäytetyössä käytetyt havainnollistavat esimerkit ovat valikoituneet sattumanvaraisesti.

Opinnäytetyössä on pyritty objektiiviseen tarkasteluun siten, että tekijän ennakkokäsitykset tai oletukset eivät vaikuta opinnäytetyön tuloksiin. Opinnäytetyössä tarkasteltavat koulutukset ovat valikoituneet joissain määrin opinnäytetyön tekijän oman mielenkiinnon mukaan tarkastelun kohteiksi, mutta myös aineistonkeruun ajankohta vaikutti siihen, mitkä koulutukset muodostivat aineiston. Opinnäytetyön valmistuttua työn tekijä on yhteydessä vertailukoulutusten järjestäjiin ja kertoo tekemistään havainnoista, sillä mystery shopping -menetelmään kuuluu se, että kohdeorganisaatio saa kuulla havainnoinnin tuloksista (Marckwort s.a).

5 PALVELUPOLKUJEN TARKASTELUA

5.1 Markkinointi

Maatila 2030 -hankkeen koulutuksia markkinoitiin hankkeen verkkosivujen lisäksi sosiaalisen median palveluissa Instagramissa ja Facebookissa. Instagramissa koulutuksia markkinoitiin sekä pysyvissä julkaisuissa että sovelluksen tarinaominaisuudessa. Facebookissa koulutuksia markkinoitiin tekemällä julkaisuja hankkeen Facebook-sivulla ja lisäksi joistain koulutuksista oli tehty tapahtumasivu.

Eri koulutusten markkinoinnissa oli suuria eroja. Esimerkiksi Facebookissa hankkeen julkaisut tavoittavat hankkeesta tykänneet henkilöt ja jonkin verran heidän kavereinaan olevia henkilöitä. Tapahtumat puolestaan leviävät hyvinkin tehokkaasti, koska jokainen, joka klikkaa osallistuvansa tai olevansa kiinnostunut tapahtumasta, levittää tapahtuman automaattisesti koko omalle Facebook-verkostolleen. Näin ollen tapahtumat saavuttavat mahdollisesti laajemman kohdeyleisön kuin pelkästään hankkeen sivuille tehty julkaisu.

Myös Instagramissa joistain koulutuksista tehtiin useampia julkaisuja pidemmällä aikavälillä, kun joistain koulutuksista tehtiin vain yksittäinen julkaisu. Instagramin julkaisuissa tämä korostuu yhdellä vilkaisulla, sillä saman koulutuksen markkinoinnissa on käytetty jokaisessa julkaisussa samaa kuvaa, joten kuva toistuu hankkeen profiilissa useita kertoja kiinnittäen huomiota. Maatila 2030 -hankkeen eri sosiaalisen median kanavissa koulutuksia markkinoitiin epätasaisesti siten, että yksittäistä koulutusta markkinoitiin toisessa kanavassa, mutta toisessa ei. Eli mikäli joku Maatila 2030 -hankkeen koulutuksista kiinnostuneista seurasi vain toista sosiaalisen median kanavaa, saattoi hän jäädä pimettiin joidenkin koulutusten osalta.

Sosiaalisen median puolella markkinoinnissa kuvan laadulla ja kuvan antamalla mielikuvalla on suuri merkitys siihen, kiinnittykö katselijan huomio kuvaan ja kiinnostuuko henkilö kuvan myötä aiheesta niin paljon, että pysähtyy lukemaan myös siihen liittyvän tekstin. Vaikka sanotaan, että kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, on osallistujan kannalta helpointa, jos julkaisusta selviää yhdellä vilkaisulla mahdollisimman paljon (vrt. kuva 4 ja kuva 5). Kuvat 4 ja 5 ovat esimerkkikuvat Maatila 2030 -hankkeen sosiaalisesta mediasta, mutta kyseisten kuvien käyttö tässä yhteydessä esimerkkinä ei tarkoita sitä, että kyseiset koulutukset olisivat olleet mukana tarkasteltavissa koulutuksissa.



maatila2030

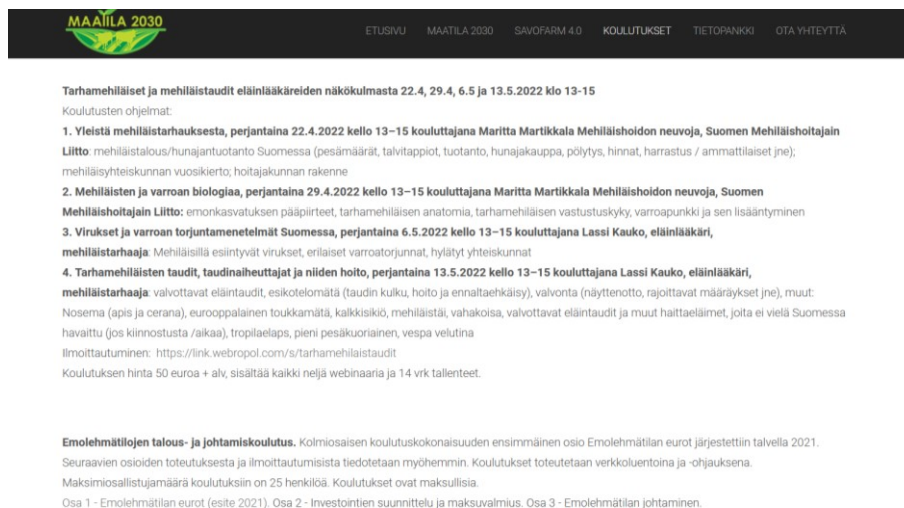


KUVA 4. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen Instagramista (Maatila 2030a, 2022)



KUVA 5. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen Instagramista (Maatila 2030a, 2022)

Hankkeen verkkosivuilla tulevat koulutukset ovat listattuna yksinkertaisesti tekstimuodossa ilman kuvia. Hankkeen verkkosivuilta koulutuksia etsivän pitää mennä tietoisesti etsimään informaatiota, sillä hankkeen verkkosivuille ei voi löytää sattumalta samalla tavalla kuin sosiaalisessa mediassa. Visuaalisesti hankkeen verkkosivut eivät ole kovin houkuttelevat, ja koulutuksien listauksesta on vaikea silmäillä itselle sopivia koulutuksia, kun koulutukset eivät mitenkään erotu tekstistä. Opinnäytetyön aineistoa varten koulutuksia etsittäessä tuli myös ilmi, että verkkosivuilla oleva informaatio ei ollut jatkuvasti ajan tasalla, sillä ymmärrettävästi verkkosivuja ei päivitetä jatkuvasti.



KUVA 6. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen verkkosivuilta (Maatila 2030b, 2022)

5.2 Ilmoittautuminen

Markkinoinnin ja ilmoittautumisen välimaastoon sijoittuu ilmoittautumislinkin saatavuus. Maatila 2030 -hankkeen Instagram-julkaisuissa ilmoittautumislinkki oli joissain tapauksissa kirjoitettu julkaistuihin kuviin, mutta Instagramissa julkaisun kuvaan ei ole mahdollista saada hyperlinkkiä,

mikä on osallistujan kannalta hankalaa. Julkaisun kuvatekstiin linkin voi kirjoittaa, mutta hyperlinkkinä sitä ei ole mahdollista laittaa.

Instagramissa julkaisun kuvatekstiin tavallinen käyttäjä ei voi laittaa klikattavaa hyperlinkkiä. Osallistujan kannalta julkaisun kuvatekstiin kirjoitettu linkki vaatii linkin kirjoittamisen erikseen verkkoselaimeen, mikä voi olla melko työlästä, mikäli linkki on pitkä. Linkin lyhentämiseen on kuitenkin olemassa useita erilaisia palveluita, mikäli sellaisia haluaa käyttää. Sen sijaan Instagramin tarinoinhin on mahdollista laittaa hyperlinkki, ja tätä ominaisuutta Maatila 2030 -hankkeen koulutusten markkinoinnissa jonkin verran oli käytössä. Facebookissa linkkien käyttöä ei ole rajattu samalla tavalla, joten Facebook-julkaisun kautta osallistujan on helppo klikata ilmoittautumiseen hyperlinkistä.

Koulutuksiin ilmoittautuminen tapahtui poikkeuksetta Webropol-kyselytyökalulla. Ilmoittautuminen oli kaikissa tapauksissa sujuvaa ja nopeaa, ja vaadittavien henkilötietojen määrä oli kohtuullista. Pääsääntöisesti maksuttomiin koulutuksiin ilmoittautumisessa vaadittiin vähemmän henkilötietoja kuin maksullisiin koulutuksiin ilmoittautuessa. Ilmoittautumisen tallennuttua verkkosivu ohjautui uudelle sivulle, jossa kiitettiin ilmoittautumisesta.

Ilmoittautumislinkit olivat käytettävissä vaihtelevan aikaa, sillä joihinkin koulutuksiin oli mahdollista ilmoittautua vielä saman päivän aamuna, kun joissain tapauksissa ilmoittautumislinkki sulkeutui useita päiviä ennen koulutusta. Osallistujan näkökulmasta on hyvä, jos päätöksen koulutukseen ilmoittautumisesta voi tehdä vielä pari tuntia ennen koulutuksen alkamista. Vaikka viime hetkillä tehty ilmoittautuminen voi olla järjestäjän kannalta haasteellista, osallistujan näkökulmasta se on joustavuutta, ja hyvin todennäköisesti viime hetkillä koulutukseen ilmoittautunut henkilö myös osallistuu koulutukseen, sillä siinä vaiheessa aikataulut ovat todennäköisesti jo kyseisen päivän osalta varmistuneet.

5.3 Viestintä

Poikkeuksetta heti ilmoittautumisen jälkeen saapui sähköposti, jossa kiitettiin ilmoittautumisesta ja annettiin lisäinformaatiota tulevasta, kuten milloin osallistumislinkki tapahtumaan lähetetään osallistujille. Tämä ilmoittautumisen jälkeinen sähköposti varmistaa kuluttajalle sen tiedon, että ilmoittautuminen on onnistunut ja osallistumislinkki on tulossa lähempänä tapahtumaa.

Sähköposti, jossa oli osallistumislinkki ja liittymisohjeet koulutukseen, saapui hyvin erilaisilla ajoituksilla eri koulutuksista. Osassa koulutuksista osallistumislinkki tuli edellisenä päivänä tai samana päivänä kuin koulutus järjestettiin, kun taas joissain tapauksissa linkki saattoi tulla useita päiviä ennen koulutusta. Osallistujan näkökulmasta kummassakin ratkaisussa on puolensa. Jos linkki lähetetään useita päiviä ennen koulutusta, voi olla vaarana, että sähköposti hukkuu muiden sähköpostien joukkoon, mutta toisaalta ajoissa lähetetyt ohjeet mahdollistavat osallistujalle liittymisohjeisiin perehtymisen.

Koulutuksen järjestäjä on yleensä yhteydessä osallistujiin myös koulutuksen jälkeen. Tavallisesti koulutuksen jälkeen osallistujia kiitetään heidän osallistumisestaan sekä pyydetään antamaan palautetta. Koulutuksen jälkeisestä viestinnästä kerrotaan lisää luvussa 4.5 Jälkipalvelu.

5.4 Ydinpalvelu

Itse ydinpalvelu alkoi etäkoulutuksissa koulutukseen liittymisestä. Maatila 2030 -hankkeessa koulutuksia järjestettiin sekä Zoomin että Teamsin välityksellä. Osallistuminen kumpaankin sovellukseen sekä puhelimella että tietokoneella oli helppoa ja toimivaa. Sähköposteissa, joissa osallistumislinkki lähetettiin, oli ohjeet käytettävän sovelluksen osalta koulutukseen liittymisestä. Ohjeiden taso kuitenkin vaihteli, sillä parhaimmillaan sähköpostiviestissä oli kuvalliset ohjeet liittymisestä ja mahdollisuus testata liittymistä linjoille tiettyinä ajankohtina ennen koulutusta. Osallistujan näkökulmasta linkin testausmahdollisuus on käytännöllistä, varsinkin jos ei ole tottunut käyttämään sähköisiä kokoustyökaluja. Myös kuvalliset ohjeet helpottavat linjoille liittymistä tottumattoman kohdalla.

Koulutusten alkaessa hankkeen työntekijä avasi koulutuksen ja kertoi lyhyesti päivän aikataulusta. Pidemmässä, koko päivän ja puolen päivän pituisissa koulutuksissa on hyvä, että joku juontaa koulutusta eteenpäin ja pitää kiinni sovituista aikatauluista, jotta koulutus etenee jouhevasti eteenpäin. Osallistujan näkökulmasta koulutuksen alussa päivän aikataulun läpi käyminen on hyödyllistä, jotta voi aikatauluttaa mahdollisesti muita päivän aikana tehtäviä asioita koulutuksen tauoille.

Koulutukseen ilmoittautuessa osallistuja pohtii ja tekee jo valintaa sen suhteen, mihin koulutukseen on hyödyllistä osallistua ja mitkä aiheet juuri itseä kiinnostavat. Esimerkiksi koko päivän kestävä koulutuksen osalta osallistuja saattaa priorisoida joitakin aiheita toisten ohi. Tähän priorisointiin voi vaikuttaa sekä aiheen kiinnostavuus, että luennoitsijan tapa esiintyä. Osallistujan näkökulmasta luennoitsijan persoonallisuus ja tottuneisuus esiintymiseen voivat vaikuttaa huomattavan paljon siihen, kokeeko osallistuja koulutukseen osallistumisen mielekkäänä. Myös aiheen otsikointi päivän ohjelmassa vaikuttaa siihen, kokeeko osallistuja aiheen niin kiinnostavaksi, että haluaa osallistua kyseiseen osioon. Esimerkiksi koulutuksen otsikkona Biokaasua maataloilta liikenteeseen on hyvin kiinnostava ja innostava, ja saa harkitsemaan aiheesta kiinnostunutta ilmoittautumaan koulutukseen (kuva 4).

Aikuisten osallistuessa koulutuksiin on usein toiveena verkostoituminen ja muiden alan ihmisten omien kokemusten kuuleminen. Etäkoulutuksissa puheenvuoron ottaminen voi olla melko suuren kynnyksen takana, sillä osallistujia voi isoissa koulutuksissa olla useampia satoja. Etäyhteydellä osallistuttaessa voi myös olla helpompi jäädä passiiviseksi kuuntelijaksi, eikä puheenvuoroja ja keskustelua välttämättä synny samalla tavalla kuin live-koulutuksissa. Juuri tähän tarpeeseen on onneksi olemassa myös sähköisiä työkaluja. Yhdessä osallistumassani koulutuksessa käytettiin Mentimeter –sovellusta osallistujien näkemysten selvittämiseen. Mentimeterillä vastaajien tulokset tulevat heti näkyviin, joten osallistujana oli mielenkiintoista nähdä muiden osallistujien vastauksia ja päästä kiinni heidän kokemuksiinsa. Pienemmissä koulutuksissa, joissa oli vain 10–20 osallistujaa, keskustelua syntyi helpommin yhteisen aiheen ympäriltä, kun kaikki osallistujat jakoivat saman mielenkiinnon kohteen ja olivat osittain jo entuudestaan tuttuja toisilleen. Myös useammasta yksittäisestä luennosta koostuvien koulutussarjojen osallistujajoukko oli kerrasta toiseen suunnilleen sama, joten tutuiksi tultua osallistujien oli helpompi lähteä keskusteluihin mukaan.

5.5 Jälkipalvelu

Koulutusten jälkeistä yhteydenpitoa kutsutaan jälkipalveluksi. Jälkipalveluna kaikista Maatila 2030 -hankkeen koulutuksista oltiin yhteydessä sähköpostitse jollain tavalla. Osasta koulutuksista tuli tallenne, joten linkki tallenteeseen lähetettiin sähköpostitse. Osasta koulutuksista oli saatavilla pysyvä tallenne verkossa, osasta tuli tallenne nähtäväksi kahden viikon ajaksi. Osallistujan näkökulmasta tallenne, joka on nähtävillä kahden viikon ajan, voi mennä nopeasti ohi. Myös siinä oli koulutusten osalta vaihtelevuutta, kuinka nopeasti koulutuksen jälkeen tallenne oli saatavilla, sillä joidenkin koulutusten tallenne oli saatavilla heti koulutuksen jälkeen, ja joidenkin osalta tallenteen saamiseen kului useampi päivä. Osallistujan näkökulmasta tallenteen katsomisen aikatauluttaminen voi olla hankalaa, jos ei ole varmuutta, missä vaiheessa tallenne tulee katsottavaksi.

Tallennelinkin lisäksi sähköpostitse tuli kiitosviesti sekä linkki palautteen antamiseen. Palautteen antaminen oli helppoa Webropolilla luotuun kyselyyn, joka koostui sekä avoimista kysymyksistä, että arvoasteikkokysymyksistä (kuva 6).

1. **Välitse mielestäsi sopivin vaihtoehto. 5 = erittäin hyvä, 4 = hyvä, 3 = kohtalainen, 2 = melko huono, 1 = huono**

	1	2	3	4	5
Ilmoittautumisen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luentojen sisältö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luennoitsijoiden asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koulutustilaisuuden ajankohta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koulutuksen kokonaisarvosana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. **Mitä viet tästä koulutuksesta käytäntöön?**

3. **Mistä sait tiedon tästä koulutuksesta?**

Facebookista

Hankkeen nettisivuilta

Kollegalta, työkaverilta tai esimieheltä

Koulutustilaisuudessa

Minulle tullee sähköpostilla

Ystäväiltä

Muualta, mistä?

Instagramista

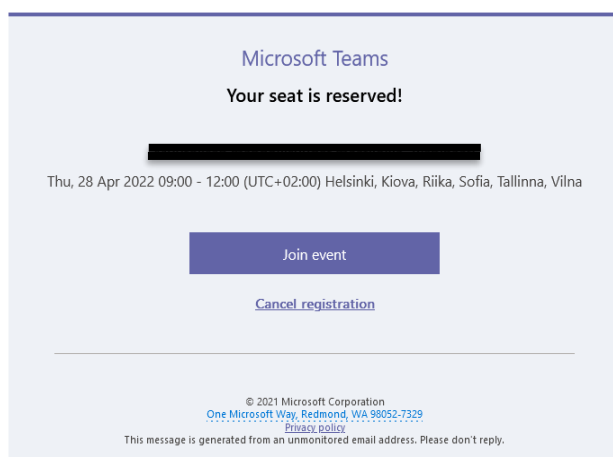
KUVA 7. Kuvaleike Maatila 2030 -hankkeen koulutuksen palautekyselystä (Maatila 2030c, 2022)

Jälkipalveluna osasta koulutuksista lähetettiin postitse Euroopan sosiaalirahaston lomakkeet palautuskuorineen, sillä koulutusten ollessa hankkeiden järjestämiä hankkeiden rahoittaja kerää tietoa koulutuksiin osallistuneista. Osallistujan näkökulmasta lomakkeiden täyttö voi tuntua turhauttavalta, sillä kaikki kysymykset eivät suoranaisesti välttämättä kosketa itseä. Kokonaisuudessaan lomakkeiden täyttöön ei kuitenkaan mene muutamaa minuuttia pidempään, mutta jos osallistuu useampiin koulutuksiin, samojen lomakkeiden täyttäminen moneen kertaan voi tuntua turhauttavalta.

5.6 Vertailua

Maatila 2030 -hankkeen koulutusten lisäksi osallistuin opinnäytetyön aineistonkeruuvaiheessa myös kahteen koulutukseen, jotka olivat kahden eri organisaation järjestämiä. Tarkoituksena oli hankkia vertailutietoa ja mahdollisia hyviä käytänteitä muilta koulutusten järjestäjiltä.

Ilmoittautuminen toiseen vertailukoulutukseen tapahtui Maatila 2030 -hankkeen koulutuksiin verrattuna hieman eri tavalla, sillä ilmoittautuminen tapahtui Teamsin webinaariominaisuutta käyttäen. Käytännössä ilmoittautumislomake näyttää osallistujalle hyvin samanlaiselta kuin Webropolissa, joten ilmoittautumisessa ei käytettävyyden osalta ollut juurikaan eroa. Käytännössä toimintatavan ero tuli selville vasta ilmoittautumisen jälkeen, sillä tästä vertailukoulutuksesta tuli ilmoittautumisen jälkeen automaattinen sähköpostiviesti, jossa oli Teams-linkki tapahtumaan sekä mahdollisuus tehdä tapahtumasta kalenterimerkintä Outlookin kalenteriin hyväksymällä tapahtuma.



KUVA 8. Kuvaleike vertailukoulutuksen automaattisesta sähköpostiviestistä (Vertailukoulutus, 2022)

Vertailuaineiston koulutuksesta tuli edellisenä päivänä ennen varsinaista tapahtumaa sähköpostiviesti, jossa kerrottiin, että linkki tapahtumaan on ilmoittautumisen jälkeen tullessa sähköpostiviestissä. Maatila 2030 -hankkeen koulutuksiin verrattuna toimintatapa oli tässä koulutuksessa päinvastainen, sillä Maatila 2030 -hankkeen koulutuksista tuli ilmoittautumisen jälkeen automaattinen sähköpostiviesti, jossa kiitettiin ilmoittautumisesta ja annettiin lisätietoa siitä, milloin linkki itse tapahtumaan tulee. Linkki itse tapahtumaan tuli vasta lähempänä koulutuspäivää Maatila 2030 -hankkeen koulutuksissa.

Maatila 2030 -hankkeen koulutusten tavoin vertailtavat koulutukset järjestettiin Teams-sovelluksen avulla, tosin toinen vertailukoulutuksista pidettiin Teamsin webinaaritoiminnon avulla. Osallistujan kannalta webinaariominaisuus ei eroa juurikaan tavallisesta Teams-kokouksesta. Myös koulutusten sisällöt vastasivat otsikoita, tosin toisen vertailukoulutuksen kohdalla osa koulutuksen aiheista oli hyvin teoreettisia eikä niillä ollut juurikaan kosketuspintaa käytännön maatalouteen, joten koulutus ei tuntunut kovin hyödylliseltä. Myös jälkipalvelun osalta on todettava, että vertailukoulutuksista ei kerätty palautetta osallistujilta yhtä järjestelmällisesti kuin Maatila 2030 -hankkeen koulutuksista, sillä koulutuksista ei oltu koulutusten jälkeen ollenkaan yhteydessä osallistujan palautteen keräämiseksi.

6 OSALLISTUJIIEN PROFIILIKUVAUKSET

Asiakkaan tunteminen ja ymmärtäminen ovat tärkeässä roolissa asiakaslähtöisessä markkinoinnissa ja asiakaspalvelussa. Asiakkaita voidaan jakaa erilaisiin asiakasryhmiin, eli segmentoida erilaisten taustatekijöiden perusteella. (Hämäläinen ym. 2016, 91–92.) Segmentoinnin avulla pyritään löytämään jokaista asiakasryhmää parhaiten palvelevia toimintatapoja (Löytänä & Korteso 2011, 84). Maatila 2030 -hankeen koulutuksiin osallistuvat henkilöt voidaan segmentoida oletettujen taustatietojen perusteella seuraavasti.

MAATALOUSYRITTÄJÄ

- on kiinnostunut omaa tuotantosuuntaa koskevista koulutuksista
- hakee alan uusinta tietoa, yritykselle hyödyllistä tietoa käytäntöön
- verkostoitumista, ajatusten vaihtoa samanhenkisten kanssa
- huomioitava tuotantosuunnittain työhuiput koulutusten ajankohdissa

MAATALOUSALAN OPISKELIJA

- koulutuksiin osallistuminen voi kuulua opintoihin
- voi ohjautua koulutuksiin oman kiinnostuksen pohjalta
- voi hakea koulutuksista tietoa laajasti, tuotantosuunnasta riippumatta
- osallistuvat ympäri vuoden, pl. kesä

**MAATALOUSALASTA
KIINNOTUNUT, EI ALALLA
TYÖSKENTELEVÄ**

- valitsee koulutukset oman kiinnostuksensa pohjalta
- ei välttämättä ole aikaisempaa kokemusta maatalousalasta
- hakee ideoita, tietoa kiinnostuksenkohteistaan

ALALLA TYÖSKENTELEVÄ

- hakee tietoa oman työnsä tueksi, todennäköisesti itselleen tutusta tuotantosuunnasta
- voi osallistua työnantajan suosittelemana
- hakee tietoa käytäntöä varten

ASIAANTUNTIJA

- osallistuu omaa alaa koskeviin koulutuksiin
- on kiinnostunut aktiivisesti uudesta tiedosta
- voi osallistua työnantajan suosituksesta

KUVA 9. Kuvitteellisten osallistujien profiilikuvaukset

7 HYVIÄ KÄYTÄNTEITÄ JA KEHITTÄMISIDEOITA

Yksittäisessä koulutuksessa käytössä ollut mahdollisuus testata liittymislinkkiä ennalta annettuina ajankohtina oli osallistujan kannalta hyvä käytäntö, ja myös joidenkin koulutusten kohdalla sähköpostissa oli maininta, että linjoille voi liittyä jo viisitoista minuuttia ennen koulutuksen alkamista. Nämä mahdollisuudet voivat olla joillekin osallistujille tärkeitä ja laskea kynnystä osallistua koulutuksiin, kun tekniikan toimimista koko etäyleisön edessä ei tarvitse jännittää.

Koulutukseen osallistuvien osallisuuden, verkostoitumisen ja kokemusten jakamisen näkökulmasta olisi tärkeää, että osallistujien välistä vuorovaikutusta syntyisi myös etäkoulutuksissa mahdollisimman paljon. Työkaluja etäyhteydellä osallistuvien osallistamiseksi on olemassa lukuisia erilaisia eri tarkoituksiin kuten Mentimeter, Padlet tai Kahoot. Myös chat-keskustelussa käytävä vuorovaikutus on koulutuksissa hedelmällistä, kun järjestäjä lukee kommentit koko yleisölle ääneen ja joku vastaa esitettyihin kysymyksiin, jotta kysymykset eivät jää huomiotta.

Koulutusten tallenteiden osalta olisi osallistujan näkökulmasta hyvä, mitä pidempään tallenteet olisivat nähtävillä. Myös se ennakkotieto, milloin tallenne tulee nähtävälle, on hyvä osallistujalle, jotta voi suunnitella tallenteeseen palaamista eikä esimerkiksi kaksi viikkoa nähtävissä olevan tallenteen katsomisaika ehdi kulua loppuun.

Hankkeet ja muut koulutusten järjestäjät toivovat koulutuksistaan palautetta, mutta syystä tai toisesta palautetta ei saada siinä määrin kuin olisi toivottavaa. Palautteen antaminen Webropol-kyselyn avulla on sujuvaa, mutta osallistujan näkökulmasta palautteen antaminen saattaa jäädä tekemättä, jos mahdollisuutta palautteen antamiseen ei ole heti koulutuksen jälkeen. Välittömästi koulutuksen päätyttyä osallistujalla olisi hyvin muistissa koulutuksen sisältö, joten palautteen antaminen olisi helppoa. Myös motivaatio palautteen antamiseen voisi olla suurempi heti koulutuksen jälkeen kuin päivien päästä, ja palautteen antaminen voisi mennä sujuvasti ikään kuin koulutuksen jatkona. Koulutusten osalta oli vaihtelevia käytäntöjä sen suhteen, missä vaiheessa koulutuksen jälkeen palautelinkki tuli sähköpostiin. Tässä asiassa voisi pohtia vaihtoehtoa, että palautelinkki olisi osallistujien saatavilla heti koulutuksen päätyttyä esim. diaesityksen viimeisessä diassa QR-koodina, josta osallistajat voisivat lukea matkapuhelimillaan koodin. Lisäksi linkki voisi olla diassa myös perinteisessä muodossa.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Koulutusten palvelupolkuja on selvästi mietitty hyvin pitkälle Maatila 2030 -hankkeessa, sillä palvelupoluista ei ollut havaittavissa suuria puutteita tai epäloogisuuksia osallistujan kannalta. Koulutusten palvelupolku oli kaikilta osin toimiva, mutta kehitettäviä asioita löytyy aina. Keskeisimmät koulutusten palvelupoluissa kehitettävät asiat ovat tulosten mukaan ilmoittautumisajankohdan pidentäminen siten, että koulutukseen on mahdollista ilmoittautua vielä koulutuspäivän aamuna. Palautteen antamisen osalta puolestaan olisi hyvä, jos osallistuja voisi antaa palautetta osana koulutusta ikään kuin viimeisenä ohjelmanumerona sen sijaan, että linkki palautteen antamiseen tulee vasta koulutuksen päättymisen jälkeen. Myös tallenteiden käytettävissä olevan ajan pohtiminen sekä tallenteen ilmestymisen ajankohdasta tiedottaminen ovat asioita, joihin on hyvä kiinnittää huomiota, jotta koulutuksen tallenne on koulutukseen osallistujan kannalta mahdollisimman helposti saatavilla.

Palvelupolun ydinpalvelun vaiheen osalta täytyy nostaa esille vertailukoulutuksesta saatu tieto Teamsin webinaariominaisuudesta, joka on muokattu vastaamaan paremmin juuri webinaarien järjestämisestä nousseisiin tarpeisiin. Koulutusten järjestäjänä ominaisuuteen kannattaa perehtyä sillä ajatuksella, voisiko se toimia koulutusten järjestämisessä tavallista kokousominaisuutta paremmin.

Tutkimuksen kannalta suurimmaksi haasteeksi muodostui aineiston keruuvaiheessa koulutusten löytyminen, joten sen pohtiminen, miten mahdollisimman moni löytäisi itselleen sopivaa koulutusta, on hyvin relevantti. Maatila 2030 -hankkeen verkkosivuilla koulutukset ovat listattuna, mutta verkkosivut vaativat jatkuvaa päivittämistä menneiden, tulevien ja mahdollisesti peruuntuneiden koulutusten osalta, joten aina koulutukset eivät olleet ajan tasalla verkkosivuilla. Johtopäätöksenä tästä voidaankin todeta, että Maatila 2030 -hankkeen tuotoksena valmistuvalle Laari.info -verkkoportaalille on tarvetta, jotta jatkossa kaikki koulutukset ovat löydettävissä yhdestä paikasta ja koulutusten päivittäminen on entistä helpompaa.

Maatila 2030 -hankkeen koulutusten markkinoinnin osalta pitää huomioida, että markkinoinnissa ratkaisee käytettävissä olevat resurssit, tässä tapauksessa erityisesti hankkeessa työskentelevien aikaresurssi. Markkinoinnin kannalta kehitettävää on siinä, että eri sosiaalisen median kanavissa markkinoidaan kaikkia koulutuksia, jotta tieto koulutuksista saavuttaisi mahdollisimman laajan kohderyhmän. Myös tapahtumien luominen Facebookissa koulutuksille on suotavaa, sillä osallistujan näkökulmasta koulutuksen sisältöön ja ajankohtaan on helpompi palata, jos kyseessä on tapahtuma, ja käyttäjä voi klikata itsensä osallistujaksi tapahtumaan. Näin ollen Facebook myös muistuttaa käyttäjää lähestyvistä tapahtumista ja tapahtuma on Facebookista helposti löydettävissä hakutoiminnon avulla.

Osana tutkimuksen tuloksia on kuvattu kuvitteellisten koulutuksiin osallistujien profiilikuvaukset. Profiilikuvausten osalta täytyy todeta, että kaikki tekijät täysin huomioivaa segmentointia kuvitteellisista osallistujista ei ole mahdollista tehdä, sillä yksi henkilö voi kuulua yhtä aikaa myös useampaan segmenttiin. Henkilö voi esimerkiksi olla yhtä aikaa maatalousyrittäjä ja toimia myös asiantuntijatehtävissä tai työskennellä maatalousalalla ja olla samanaikaisesti alan opiskelija. Tässä

opinnäytetyössä on kuvattu yksi mahdollinen tapa segmentoida kuvitteellisia osallistujia, eikä sen tarkoituksena ole kattaa kaikkia mahdollisia variaatioita. On myös huomioitava, että jokaisen segmentin alla voi olla monia eri alaluokkia, sillä esimerkiksi käsite maatalousyrittäjä voi pitää sisällään useita eri tuotantosuuntia ja saman segmentin sisällä olevilla henkilöillä voi olla suuria vaihteluita osaamisen tasossa. Profiilikuvauksen avulla on kuitenkin mahdollista huomioida joissain määrin kohderyhmän tarpeita ja erityispiirteitä koulutuksia suunniteltaessa. Näiden tarpeiden ja erityispiirteiden huomioiminen ovat niitä tekijöitä, jotka motivoivat henkilöitä osallistumaan koulutuksiin. Esimerkiksi maatalousyrittäjien kohdalla on oleellista, että koulutus koskee sitä tuotantosuuntaa, mitä yrittäjä harjoittaa, koulutuksen ajankohdassa on huomioitu kyseisen tuotantosuunnan työhuiput ja koulutuksen tarjoama tieto on vietävissä yrityksessä käytäntöön, sen sijaan, että tieto olisi pelkästään teoreettista.

9 POHDINTA

Koronapandemian myötä yleistynyt etäkokousten järjestäminen on mahdollistanut etäkoulutuksiin osallistumisen sijainnista riippumatta ja siten lisännyt mahdollisuuksia osallistua erilaisiin koulutuksiin. Tämä on hyvin myönteinen kehityssuunta, sillä yksiselitteistä on, että täydennyskouluttautumista tarvitaan jatkossa maatalouden parissa enenevissä määrin.

Koulutuksista vastaa usein erilaiset hankkeet, jotka toimivat tietyllä alueella jonkin oppilaitoksen kanssa yhteistyössä. Esimerkiksi Maatila 2030 -hanke toimii yhteistyössä Savonia ammattikorkeakoulun, Ylä-Savon ammattiopiston YSAO:n, Luonnonvarakeskus Luken ja Savon ammattiopiston SAKKYn kanssa, joten hankkeen pääpaino on Pohjois-Savossa. Maatila 2030 -hankkeen koulutukset ovat kuitenkin olleet kaikille avoimia. Verkostoitumisen ja koulutustarjonnan monipuolisuuden kannalta on hyvä, että koulutukset eivät ole maantieteellisiin alueisiin sidottuja, vaan kaikilla halukkailla on mahdollisuus osallistua koulutuksiin.

Koulutusten järjestämisessä tulee ottaa huomioon monia asioita, eikä järjestäminen ole täysin mutkatonta, vaikka koulutus olisi suunnattu jollekin tietylle segmentille. Haasteita koulutuksen järjestämiselle aiheuttaa muun muassa osallistujien erilaiset taustat ja osaamistasot, sillä koulutuksen sisältöä on vaikea sovittaa niin, että koulutus olisi kaikkien osallistujien kannalta hyödyllinen ja informatiivinen olematta kuitenkaan liian haasteellinen. Myös esimerkiksi maatalousyrittäjille kohdennettu koulutus pitää useimmiten järjestää tuotantosuunta huomioiden, sillä jokaisella tuotantosuunnalla on omat erityispiirteensä.

Teknologian kehittyminen on mahdollistanut erilaisten verkkoalustojen käyttämisen koulutusten järjestämisessä, tiedostojen jakamisessa ja yhteyden pitämisessä. Tällä hetkellä monet koulutusten järjestäjät hyödyntävät näitä mahdollisuuksia, ja odotettavissa on, että tulevaisuudessa koulutukset siirtyvät yhä enemmän verkkovälitteisiksi. Kuitenkin tästä huolimatta edelleen koulutusten takana suunnittelemassa, johtamassa ja ohjaamassa on ammattitaitoista henkilökuntaa, joiden roolia ei sovi unohtaa. Teknologia on hyvä apuväline, mutta sen tueksi tarvitaan ihmistä, ja myös oppimisen tueksi tarvitaan toisia ihmisiä. Teknologian hyödyntämisessä kannattaa olla ajan hermolla, sillä etäkokoussovelluksia kehitetään jatkuvasti ja myös täysin uusia sovelluksia syntyy. Kiusaus pysytellä tutussa ja turvallisessa tavassa järjestää koulutuksia voi olla suuri, ja usein myös osallistujat haluaisivat pysytellä sovelluksessa, jota he ovat tottuneet käyttämään. Sovellusten kehittämistyön taustalla on kuitenkin usein oikea tarve kehittää sovellusta paremmaksi, joten uusiin tapoihin järjestää koulutuksia kannattaa tutustua ennakkoluulottomasti.

Työn toteutuksen osalta on huomion arvoista, että mystery shopping -menetelmän käyttäjät ovat koulutettuja menetelmän käyttöön, mutta tässä opinnäytetyössä työn tekijä on opiskellut itse menetelmän käyttöä ennen aineiston keräämistä. Tämän opinnäytetyön osalta ei siis voida sanoa, että työn tekijä olisi ollut menetelmään varsinaisesti koulutettu, vaan menetelmää itseopiskellut. Myös aineistonkeruun osalta on huomioitava, että aineisto edustaa vain hyvin lyhyen aikavälin osalta toteutuneita koulutuksia, ja aineistonkeruuta on ohjannut joissain määrin opinnäytetyöntekijän oma mielenkiinto tiettyjä aiheita kohtaan. Tutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa on muistettava, että opiskelijana opinnäytetyön tekijä on harjaantunut käyttämään etäkokoussovelluksia tavallista

enemmän, joten tutkimustulos sovellusten käytettävyydestä ei välttämättä ole täysin objektiivinen. Etäkokousovellusten käyttäminen on kuitenkin lisääntynyt viime vuosina ja kuvallisten ohjeiden avulla koulutukseen liittyminen onnistuu varmasti, vaikka ICT-taidot eivät olisikaan kovin harjaantuneet.

Tutkimuksen tulokset ovat konkreettisia ja palvelevat Maatila 2030 -hankkeen lisäksi myös muita tulevaisuudessa koulutuksia järjestäviä hankkeita. Jatkotutkimusaiheena voisi olla hyvä selvittää luonnonvara-alan eri kohderyhmiltä, millaisista aiheista koulutusta koetaan tarvittavan jatkossa. Toisena jatkotutkimusaiheena olisi myös mielenkiintoista selvittää, miten Maatila 2030 -hankkeen myötä valmistuva Laari.info -verkkoportaali toimii kuluttajan näkökulmasta, ja mitä kehitettävää sen käytettävyydessä mahdollisesti olisi.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- ALAHALLILA, Satu 2020. Maatalousyrittäjien suhtautuminen koulutukseen ja digitalisaatioon. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Luonnonvara-alan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2021-10-31.] Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/341495/Alahallila_Satu.pdf?sequence=2
- BIOTALOUS 2014. Suomen biotalousstrategia. Kestävää kasvua biotaloudesta [verkkodokumentti]. Biotalous. [Viitattu 2021-10-08.] Saatavissa: https://www.biotalous.fi/wp-content/uploads/2015/01/Suomen_biotalousstrategia_2014.pdf
- COLLIN, Kaija & PALONIEMI, Susanna 2007. Aikuiskasvatus tieteenä ja toimintakenttänä. Jyväskylä: PS-kustannus.
- CUMINI, Anne, JÄÄSKELÄINEN, Kersti & LAHTINEN, Kimmo 2012. Aikuisten kouluttamisen pedagogiset haasteet. Tampereen ammattikorkeakoulu. Ammatillinen opettajakorkeakoulu. Kehittämishanke. [Viitattu 2022-01-09.] Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51136/Cumini_Anne_Lahtinen_Kimmo_Jaaskelainen_Kersti.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- HANHIJOKI, Ilpo 2020. Koulutus ja työvoiman kysyntä 2035. Osaamisen ennakkointifoorumin ennakkointituloksia tulevaisuuden koulutustarpeista. Raportit ja selvitykset 2020:6 [verkkodokumentti]. Opetushallitus. [Viitattu 2021-10-31.] Saatavissa: https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/koulutus_ja_tyovoiman_kysynta_2035.pdf
- HÄMÄLÄINEN, Marjo, KIIRAS, Hanna, KORKEAMÄKI, Anne & PAKKANEN, Riitta 2016. Palvelun taitajaksi. 9. painos. Helsinki: Sanoma Pro.
- ISOKORPI, Tia 2003. Tunneälytaitojen ja yhteisöllisyyden oppiminen reflektoinnin ja ryhmäprosessin avulla. Hämeenlinna: Tampereen yliopisto, kasvatustieteiden laitos. Väitöskirja.
- JARVIS, Peter 2004. Adult education & lifelong learning. Theory and practice [verkkokirja]. London: Routledge Falmer. [Viitattu 2021-10-15.] Saatavissa: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203561560/adult-education-lifelong-learning-peter-jarvis>
- KALLUNKI, Jarmo & SEPPÄLÄ, Hannele. 2016. Korkeakoulujen erikoistumiskoulutukset - Käsikirja koulutusten kehittäjille [verkkodokumentti]. Arene ja Unifi. [Viitattu 2021-14-10.] Saatavissa: https://www.unifi.fi/wp-content/uploads/2019/06/korkeakoulujen_erikoistumiskoulutukset_kasikirja.pdf.
- KERKELÄ, Leena 2012. Maatalous- ja ympäristöalan muutosvoimat ja osaamistarpeet. Työpapereita 136 [verkkodokumentti]. Pellervon taloustutkimus PTT. [Viitattu 2021-09-05.] Saatavissa: <http://www.ptt.fi/media/liitteet/tp136.pdf>
- LÖYTÄNÄ, Janne & KORTESUO, Katleena 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.
- MAATILA 2030a. 2022. Maatila 2030 -hankkeen Instagram. Viitattu 1.6.2022
- MAATILA 2030b. 2022. <https://maatila2030.savonia.fi/koulutukset>. Viitattu 18.6.2022
- MAATILA 2030c. 2022. Koulutuksen palautekysely. Viitattu 1.8.2022.
- MAATILA 2030 s.a. Maatila 2030 [verkkojulkaisu]. Maatila 2030. [Viitattu 2021-10-08.] Saatavilla: <https://maatila2030.savonia.fi/>

MARCKWORT s.a. Mystery shopping [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2022-01-09.] Saatavissa:
<https://www.marckwort.fi/asiakaspalvelu-ja-kehittaminen/mystery-shopping/>

MTT 2013. InnoNauta Koulutus-hanke. Loppuraportti [verkkodokumentti]. MTT. [Viitattu 2021-10-05.] Saatavissa:
https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/mtt/esittely/toimipaikat/ruukki/Tietopankki/raportit/hankkeidenloppuraportit/Loppuraportti_inkoulutus16042013.pdf

PUTKURI, Päivi 2009. Aikuisena opiskelemaan. Julkaisussa: LÄTTI Mervi ja PUTKURI Päivi (toim.) Löytöretki aikuisohjauksen maailmaan – kokemuksia ja käytänteitä ammattikorkeakouluista [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2022-08-28.] Saatavissa:
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/127021/B18_Loytoretki_verkkoversio.pdf?sequence=1

ROSS-GORDON, Jovita M., ROSE, Amy D. & KASWORM, Carol E. 2017. Foundations of adult and continuing education [verkkokirja]. San Francisco: Jossey-Bass. [Viitattu 2021-10-06.] Saatavissa:
<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/reader.action?docID=4748396>

TURKU AMK s.a. Mystery shopping [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2022-01-09.] Saatavissa:
<https://www.turkuamk.fi/fi/tyoelamapalvelut/palvelut/mystery-shopping/>

TURNER, Helen 2007. Mystery shopping. Julkaisussa: HAMERSVELD, Mario van ja BONT, Cees de (toim.) Market research handbook. 5. painos. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons.

TUULANIEMI, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

VALLEALA, Ulla Maija 2007. Oppiiko vanha koira uusia temppuja? Näkökulmia aikuisten opiskeluun ja oppimiseen. Julkaisussa: COLLIN, Kaija ja PELTONIEMI, Susanna (toim.) Aikuiskasvatus tieteenä ja toimintakenttänä. Jyväskylä: PS-kustannus.

VERTAILUKOULUTUS. 2022. Automaattinen sähköpostiviesti. Viitattu 1.6.2022.

LIITE 1: KOULUTUSTEN HAVAINNOINTILOMAKE

Koulutus: _____

Pvm: _____

Esipalvelu	Havainnot	+	-	Kehitettävää
Tiedotus/mainonta:				
Ilmoittautuminen: -sujuvuus				
Ydinpalvelu				
Koulutukseen osallistuminen: -merkitys -tunne -toiminta				
Jälkipalvelu				
Palautteen antaminen:				
Muu?:				