



## **Asiakasymmärrystä ja kehitysehdotuksia palvelumuotoilun keinoin Uusi koulutuspolku elintarvikkeiden valmistajaksi**

Antti-Jussi Haapalainen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Palveluliiketoiminnan johtaminen ja kehittäminen

Elämystalous ja palveluiden kehittäminen

Opinnäytetyö

2025

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Antti-Jussi Haapalainen
<b>Tutkinto</b> Restonomi (YAMK)
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Asiakasymmärrystä ja kehitysehdotuksia palvelumuotoilun keinoin. Uusi koulutuspolku elintarvikkeiden valmistajaksi.
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 101 + 3
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Stadin ammatti- ja aikuisopiston opiskelijoiden vähäistä kiinnostusta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua kohtaan. Työn tavoitteena oli tunnistaa syitä tähän ilmiöön ja löytää kehitysehdotuksia koulutuspolun houkuttelevuuden lisäämiseksi sekä selvittää tämänhetkinen asiakaspolku kyseiseen tutkintoon hakeutumisessa. Työ rajattiin koskemaan syksyllä 2024 elintarvikealan koulutuksen aloittaneita opiskelijoita, jotka eivät vielä olleet valinneet erikoistumisuuantaansa. Työ keskittyi palvelumuotoilun asiakasymmärrysvaiheeseen.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys rakentui muun muassa palvelumuotoilun ja asiakaskokemuksen käsitteiden ympärille. Tutkimusprosessia ohjasi Design Councilin Double Diamond -malli, jossa keskityttiin löytö- ja määrittelyvaiheisiin. Ennen tutkimusten aloittamista hahmotettiin elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun nykytilaa opinto-ohjaajan kanssa. Työn empiirinen osa toteutettiin kahdella eri tutkimusmenetelmällä. Käytettyjä menetelmiä olivat kyselytutkimus ja kaksi haastattelua. Kyselyyn osallistui Stadin AO:n elintarvikealan opiskelijoita, joiden mielikuvia elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta kartoitettiin. Kyselyssä selvitettiin myös alalle hakeutumisesta edistäviä ja estäviä tekijöitä sekä opiskelijoiden kehitysehdotuksia. Haastattelut syvensivät ymmärrystä opiskelijoiden kokemuksista ja näkemyksistä koulutuspolun nykytilasta. Aineiston analyysissä hyödynnettiin ristiintaulukointia kvantitatiiviselle aineistolle ja referointia kvalitatiiviselle aineistolle. Khiin neliö -testiä käytettiin myös, mutta merkittäviä tilastollisia arvoja ei saatu.</p> <p>Tutkimuksen tulokset osoittivat, että opiskelijoiden vähäiseen kiinnostukseen vaikuttivat tiedon puute alasta ja sen työmahdollisuuksista, negatiiviset mielikuvat alasta sekä kiinnostus leipurikondiittorin koulutusta kohtaan. Opiskelijat toivoivat koulutukseen enemmän käytännön harjoittelua, selkeämpää alan esittelyä ja yhteistyötä elintarvikealan yritysten kanssa. Kiinnostus alaa kohtaan, usko hyviin työmahdollisuuksiin ja halu oppia uusia taitoja havaittiin motivoiviksi tekijöiksi. Johtopäätöksenä todettiin, että elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen houkuttelevuutta voitaisiin parantaa lisäämällä tietoa alasta, kehittämällä koulutuksen käytännönläheisyyttä ja luomalla yhteistyötä elintarvikealan yritysten kanssa.</p>
<b>Asiasanat:</b> Asiakasymmärrys, Palvelumuotoilu, Koulutuspolku, Elintarvikkeiden valmistaja

## Abstract

<b>Author(s)</b> Antti-Jussi Haapalainen
<b>Examination</b> Master of Hospitality Management (YAMK)
<b>Title of the report/thesis</b> Customer understanding and development proposals through service design. A new educational pathway to become a food manufacturer.
<b>Number of pages and appendices</b> 101 + 3
<p>This thesis examined the low interest of students at Stadin Vocational and Adult Education Institute in the food production training path. The aim of the work was to identify the reasons for this phenomenon and to find development suggestions to increase the attractiveness of the training path, as well as to clarify the current customer journey in applying for this degree. The work was limited to students who started food industry training in the fall of 2024 and had not yet chosen their specialization. The work focused on the customer understanding phase of service design.</p> <p>The theoretical framework of the work was built around concepts such as service design and customer experience. The research process was guided by the Design Council's Double Diamond model, focusing on the discovery and definition phases. Before starting the research, the current state of the food production training path was outlined with a study counsellor. The empirical part of the work was carried out using two different research methods: a survey and two interviews. The survey involved food industry students from Stadin AO, whose perceptions of the food production training path were mapped. The survey also investigated factors that promote and hinder entry into the field, as well as students' development suggestions. The interviews deepened the understanding of students' experiences and views on the current state of the training path. The data analysis utilized cross-tabulation for quantitative data and referencing for qualitative data. The Chi-square test was also used, but no significant statistical values were obtained.</p> <p>The results of the study showed that the low interest of students was influenced by a lack of information about the field and its job opportunities, negative perceptions of the field, and interest in the baker-confectioner training. Students hoped for more practical training, clearer presentation of the field, and cooperation with food industry companies. Interest in the field, belief in good job opportunities, and the desire to learn new skills were found to be motivating factors. The conclusion was that the attractiveness of the food production training could be improved by increasing information about the field, developing the practical aspects of the training, and creating cooperation with food industry companies.</p>
<b>Asiasanat: Customer Understanding, Service Design, Training Path, Food Manufacturer</b>

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Keskeiset käsitteet .....	4
2.1	Palvelumuotoilu .....	4
2.2	Asiakaskokemus .....	4
2.3	Asiakasymmärrys .....	4
2.4	Koulutusvalinta .....	4
2.5	Koulutuspolku .....	5
2.6	Estävät tekijät .....	5
2.7	Edistävät tekijät .....	6
3	Tietoperusta .....	7
3.1	Palvelumuotoilu lähestymistapana .....	7
3.2	Palvelumuotoilun prosessimallit, vertailua .....	10
3.3	Palvelumuotoilumallien vertailua .....	13
3.4	Valinta .....	13
3.5	Asiakasymmärrys kuvaa asiakkaita .....	14
3.6	Asiakaskokemus kuvaa näkemystä .....	15
3.7	Koulutusvalinta .....	16
3.8	Koulutuspolku .....	18
3.9	Aikaisempia tutkimuksia, tiivistelmät .....	20
3.10	Yhteenveto tietoperustan kokonaisuudesta .....	24
3.11	Oman aiheen ankkuroiminen tietoperustaan .....	25
4	Empiirinen osa (Löytö) .....	27
4.1	Elintarviketeollisuus, alan perustutkinto, elintarvikkeidenvalmistaja .....	27
4.2	Opinnäytetyön tavoitteet .....	28
4.3	Tutkimusongelma .....	28
4.4	Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen tarkoitus .....	28
4.5	Menetelmävalinnat .....	30
4.6	Kyselytutkimuksen kysymysten generointi .....	33
4.7	Kyselyn toteutus .....	39
4.8	Haastattelututkimus .....	40
4.9	Valintojen perustelut .....	42
4.10	Aineiston analysointimenetelmät .....	43
4.10.1	Aineiston kvantitatiiviset analysointimenetelmät .....	43
4.10.2	Aineiston kvalitatiiviset analyysimenetelmät .....	45
4.11	Tulosten tarkastelu .....	45

5 Tulokset (Määrittely).....	47
5.1 Kyselytutkimuksen tulokset.....	47
5.2 Ristiintaulukointi, nuori ja aikuinen.....	53
5.3 Haastattelututkimuksen tulokset.....	59
6 Pohdinta.....	68
6.1 Tulosten pohdinta kyselytutkimuksesta.....	68
6.2 Tulosten pohdinta ristiintaulukoinnista.....	71
6.3 Tulosten pohdinta haastattelututkimuksesta.....	72
6.4 Pohdintaa palvelumuotoilu prosessina ja kehittämismenetelmänä tutkimuksessa.....	76
6.5 Tutkimuksen luotettavuus.....	77
6.6 Eettisyyden arviointi.....	82
7 Johtopäätökset sekä kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset.....	84
7.1 Johtopäätökset.....	84
7.2 Kehittämis ehdotus.....	85
8 Jatkokehittämis ehdostus palvelumuotoilun keinoin (Kehitys-Toimitus).....	86
8.1 Kehitys.....	87
8.2 Toimitus.....	92
8.3 Perusteet.....	96
9 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	97
Lähteet.....	98
Liitteet.....	102
Liite 1. Nykyinen koulutuspolku. Opinto-ohjaajan näkemys.....	102
Liite 2. Haastattelulomake.....	103
Liite 3. Khiin neliö-testin tulos.....	104

# 1 Johdanto

Stadin ammatti- ja aikuisopisto järjestää suomenkielistä ammatillista perustutkinto-, ammattitutkinto- ja erikoisammattitutkintokoulutusta. Lisäksi järjestetään myös oppisopimuskoulutusta - työvoimakoulutusta - ammatillista osaamista syventävää ja täydentävää koulutusta - urheilijoiden ammatillista koulutusta - kaupunkiraideliikenteen kuljettajakoulutusta. Stadin ammatti- ja aikuisopistossa toteutetaan myös kaupungin työllisyydenhoidon koulutuksia, Osaamiskeskuksen palveluita, tutkintokoulutukseen valmentavaa koulutusta, nuorten työpajatoimintaa, avoimia opintoja sekä opiskelija- ja hakupalveluita. Lisäksi palvelukokonaisuudessa huolehditaan osaltaan oppivelvollisuuden suorittamisen ohjauksesta ja valvonnasta, josta vastaa palvelukokonaisuuden johtaja. Stadin ammatti- ja aikuisopiston yksiköt toimivat viidellä kampuksella, joissa on yhteensä 15 toimipaikkaa. (Helsingin kaupunki 2022.) Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii, Kampus 3, prinsessatienyksikkö, elintarvikealanosasto, joka kouluttaa leipuri-kondiittoreja ja elintarviketeknologian osaamisalan, elintarvikevalmistajia. Opinnäytetyön ohjaajina toimivat elintarvikealan opettaja Erja Jalo ja Koulutuspäällikkö Jaana Kivipelto-Karjalainen. (Stadin AO 2024, Helsingin kaupunki 2022, Helsingin kaupunki 2024.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa tietoa tunnistamalla opiskelijoiden syyt vähäiseen kiinnostukseen elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua kohtaan. Tämä saavutetaan tutkimalla opiskelijoiden elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaa estäviä ja edistäviä tekijöitä. Lisäksi pyritään löytämään kehitysehdotuksia estävien tekijöiden ennaltaehkäisemiseksi ja edistävien tekijöiden lisäämiseksi palvelumuotoilun keinoin. Tavoitteena on että, tutkimuksen jälkeen opiskelijat saavat selkeämmän kuvan elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun tarjoamista mahdollisuuksista ja esteistä. Tämä voi auttaa heitä tekemään tietoisempia päätöksiä uravalinnoistaan ja sitoutumaan paremmin opintoihin.

Opinnäytetyön tulokset voivat auttaa toimeksiantajaa ymmärtämään paremmin opiskelijoiden tarpeita ja motiiveja. Opinnäytetyöstä saatu tieto mahdollistaa koulutusohjelmien ja markkinointistrategioiden kehittämisen siten, että ne houkuttelevat enemmän opiskelijoita ja vastaavat paremmin työelämän tarpeisiin. Opettajat voivat hyödyntää tutkimuksen tuloksia opetuksen suunnittelussa ja toteutuksessa. Ymmärtämällä paremmin opiskelijoiden kiinnostusta estäviä ja edistäviä tekijöitä, opettajat voivat muokata opetustaan niin, että se motivoi opiskelijoita paremmin ja tukee heidän oppimistaan. Tavoitteena on tuottaa konkreettisia toimenpide-ehdotuksia, jotka voivat parantaa opiskelijoiden kiinnostusta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkuun ja lisätä koulutukseen haikutumista tulevaisuudessa.

Tässä työssä kysytään sitä, miksi opiskelijat eivät ole kiinnostuneita elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta ja miten polun vetovoimaa voidaan lisätä? Tutkimusongelman ratkaiseminen on

erittäin tärkeää, sillä elintarvikeala on keskeinen osa yhteiskuntaa, ja sen ammattilaisia tarvitaan jatkuvasti varmistamaan terveellisten ja turvallisten elintarvikkeiden tuotanto ja jakelu. Kysymys opiskelijoiden vähäisestä kiinnostuksesta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkuun, voi johtaa moniin merkittäviin yhteiskunnallisiin ja käytännöllisiin havaintoihin.

Vipunen.fi mukaan vuonna 2023 Stadin ammatti- ja aikuisopistossa oli elintarvikealan perustutkintoa suorittavia opiskelijoita 300. Koulutuksen aloittaneita uusia opiskelijoita oli 90 ja opiskelijoita valmistui samana vuonna 45. (Vipunen 2024). Vuonna 2023 oppilaitoksen, omien tilastojen mukaan, Stadin ammatti- ja aikuisopistosta, Prinsessatiellä elintarvikevalmistajaksi opiskelevia oli 21. Saman vuoden aikana opinnot aloitti 8 uutta elintarvikkeiden valmistaja opiskelijaa ja vuonna 2023 heitä valmistui 13, elintarvikkeiden valmistajiksi. (Putta, I. 30.09.2024.)

Elintarvikkeiden valmistajat muodostivat 7 % kaikista elintarvikealan opiskelijoista vuonna 2023. Noin 8,9 % kaikista uusista opiskelijoista aloitti opiskelun elintarvikkeiden valmistajiksi. Noin 28,9 % kaikista valmistuneista opiskelijoista valmistui elintarvikkeiden valmistajiksi vuonna 2023. Vaikka elintarvikkeiden valmistajat muodostivat melkein kolmanneksen valmistuneista vuonna 2023, on elintarvikkeiden valmistajien määrä kaikista opiskelevista pieni, verrattuna leipuri-kondiittoriksi opiskelevia. Tämä osoittaa, että kyseinen tutkinto ei ole yhtä suosittu kuin leipomoalan osaamisalan leipuri-kondiittorin tutkinto. Elintarvikkeiden valmistajan tutkintonimikkeen luvut ovat huolestuttavan alhaiset. (Putta, I. 30.09.2024.)

Tutkimalla opiskelijoiden elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaan liittyviä estäviä –ja edistäviä tekijöitä, voidaan löytää ratkaisuja, jotka lisäävät koulutuksen vetovoimaa. Näihin tekijöihin voi kuulua esimerkiksi tiedon puute alasta ja sen mahdollisuuksista, koulutuksen saavutettavuudesta tai jopa alan maineen puutteesta. Myös opiskelijoiden vähyys elintarvikealan koulutuksessa voi heijastaa laajempaa yhteiskunnallista ilmiötä, kuten muuttuvia työmarkkinatrendejä tai koulutusjärjestelmän haasteita. Tämä tieto voi auttaa kehittämään parempia koulutuspoliittisia ratkaisuja ja -ohjelmia, vastaamaan nykyisiä ja tulevia työvoimatarpeita. Koulutettavien elintarvikkeiden valmistajien puute saattaa vaikuttaa negatiivisesti paikalliseen ja kansalliseen elintarviketeollisuuteen. Ilman riittävää määrää päteviä ammattilaisia, saattaa alan tuotanto hidastua tai laatu heikentyä.

Tutkimuksen tulokset voivat tarjota arvokasta tietoa oppilaitoksille ja muille sidosryhmille, kuten elintarvikealan yrityksille, koulutusviranomaisille ja päätöksentekijöille. Näiden tulosten perusteella voidaan suunnitella ja toteuttaa tehokkaita toimenpiteitä, kuten tiedotuskampanjoita, uudistettuja opetussuunnitelmia tai yhteistyömahdollisuuksia alan yritysten kanssa. Toimenpiteet voivat lisätä

kiinnostusta ja houkutella enemmän opiskelijoita elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolulle. Lisäksi tutkimustulokset voivat tuottaa uutta tietoa siitä, miten koulutusjärjestelmää ja työvoimapolitiikkaa voidaan kehittää vastaamaan paremmin yhteiskunnan tarpeita ja haasteita.

Tässä työssä asiakasymmärrys rajataan syksyllä 2025 elintarvikealan koulutuksen aloittaneisiin opiskelijoihin, jotka eivät vielä ole valinneet koulutusalaansa, eli elintarvikkeiden valmistajan tai leipuri-kondiittorin linjaa. Kun keskitytään tiettyyn, suppeaan kohderyhmään, voidaan syventää ymmärrystä heidän tarpeistaan, motiiveistaan ja haasteistaan. Mitä paremmin kohderyhmä tunnetaan, sitä paremmin voidaan vastata heidän tarpeisiinsa.

Toisena rajauksena, tutkitaan nykyistä elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua, palvelumuotoilun näkökulmasta. Lisäksi tehdään kyselytutkimus aloittaneille opiskelijoille, tavoitteena selvittää, mitkä tekijät estävät ja edistävät koulutuspolun valintaa, sekä saada opiskelijoiden ideoita kehitysehdotuksista.

Kolmantena rajauksena tehtävässä on käyttää palvelumuotoilun menetelmää. Opinnäytetyö rajataan asiakasymmärrykseen, Double Diamond prosessin löytö- ja määrittelyvaiheisiin (Design Council 2015, 6–8.) Koska tutkimusluvan myöntämiseen on sovellettu seuraavia ehtoja: "Kasvatuksen ja koulutuksen toimiala ei osallistu tutkimuksen toteuttamiseen, eikä tutkimuksesta saa koitua kustannuksia kasvatuksen ja koulutuksen toimialalle", osallistava yhteiskehittäminen koulun kontekstissa vaatii merkittäviä resursseja, joita minulla ei ole käytettävissä.

Näin ollen kehitys- ja toimitusvaiheet (Design Council 2015, 6–8.) siirtyvät tulevaisuuteen, jolloin tarvittavat koulun resurssit ovat käytettävissä. Jotta palvelumuotoilu näkyy opinnäytetyössäni, sisällytän kappaleeseen, 8. Jatkotutkimusehdotus palvelumuotoilunkeinoin, suunnitelman palvelumuotoiluprosessin loppuun saattamisesta.

## **2 Keskeiset käsitteet**

### **2.1 Palvelumuotoilu**

Tässä opinnäytetyössä palvelumuotoilu tarkoittaa koulutuksen innovointia, kehittämistä sekä suunnittelua palvelumuotoilun eri menetelmiä sekä työkaluja apuna käyttäen. Palvelumuotoilulla voidaan myös kehittää oppilaitostoimintaa ja se on ennakoivaa ja tulevaisuuteen tähtäävää. ”Palvelumuotoilu on systemaattinen tapa lähestyä palveluiden kehittämistä ja innovointia yhtä aikaa sekä analyttisesti että intuitiivisesti” (Tuulaniemi 2011, 10.) Palvelumuotoilu antaa yhteiset reunaehdot, yhteisen kielen, työkalut sekä menetelmät palvelujen ja liiketoiminnan kehittämiseen (Tuulaniemi 2011, 34.)

### **2.2 Asiakaskokemus**

Korkiakosken (2019, 19) mukaan asiakaskokemus on asiakkaan yrityksestä muodostama käsitys, joka on syntynyt kohtaamisissa eri kosketuspisteissä, yrityksen herättämien tunteiden sekä asiakkaan uusien ja vanhojen mielikuvien perusteella. Korkiakoski (2023, 10–11.) täydentää, että asiakaskokemus on ennen kaikkea asiakkaan laaja-alaista kuuntelua, muistijälkien rakentamista ja asiakkaan odotusten ylittämistä. Se on samalla koko organisaation asia ja tie taloudelliseen menestykseen. Kilpailun voittamiseksi, liiketoiminnassa liiketoimintamallin ei tulisi vain tyydyttää asiakkaiden perustarpeita vaan myös ylittää ne ja auttaa ylläpitämään pitkäaikaisia suhteita asiakkaisiin, tavaran toimittajiin ja kumppaneihin. (Sinansari & ym. 2023, 149.)

### **2.3 Asiakasymmärrys**

Tässä opinnäytetyössä asiakasymmärrys viittaa syvälliseen tietoon ja käsitykseen opiskelijoista. Se on prosessi, jossa tutkija pyrkii ymmärtämään opiskelijoiden tarpeita, toiveita, käyttäytymistä ja odotuksia. Tämä ymmärrys auttaa oppilaitosta luomaan parempia tuotteita ja palveluita, parantamaan opiskelijakokemusta ja rakentamaan pitkäaikaista asiakassuhdetta. Opiskelijayymmärrys voi perustua esimerkiksi asiakaskyselyihin, haastatteluihin, käyttäjätutkimuksiin ja datan analysointiin. Tavoitteena on saada selville, mitä opiskelijat todella tarvitsevat ja miten oppilaitos voi parhaiten palvella heitä. (Arantola & Simonen 2009, 2–4.)

### **2.4 Koulutusvalinta**

Tässä opinnäytetyössä koulutusvalinta viittaa päätöksentekoprosessiin, jossa yksilö valitsee, mitä koulutusta hän haluaa hankkia. Tämä valinta voi olla osa ammatinvalintaprosessia ja siihen vaikuttavat usein yksilön uratavoitteet, kiinnostuksen kohteet, nykyiset taidot ja suoritukset. Myös koulutuksen saavutettavuus, laatu ja maine voivat vaikuttaa päätökseen. (Kosola 2008, 84.)

Koulutusvalinta voidaan määritellä prosessiksi, jossa yksilö päättää, mihin koulutuspolkuun tai koulutusohjelmaan hän sitoutuu. Tämä valinta voi perustua useisiin tekijöihin, kuten henkilökohtaisiin kiinnostuksen kohteisiin, ammatillisiin tavoitteisiin, taloudellisiin resursseihin ja sosiaalisiin vaikutteisiin. (Scott, & Marshall 2009, 200.)

Tässä opinnäytetyössä koulutusvalinta tarkoittaa koulutusvalintaa opiskelijoiden näkökulmasta. Antikaisen ja Huotelin (1996) määritelmä korostaa prosessin ominaisuutta. Sen mukaan koulutusvalinnat edellyttävät opiskelijoiden kykyä ja halua eritellä omia tarpeitaan ja tehdä valintoja eli reflektointikykyä ja autonomisuutta. Tietoa on saatavilla, mutta pitää olla halua ja aktiivisuutta selvittää ja prosessoida asioita. Koulutusvalinta ei ole yksittäinen päätös, vaan se on moniulotteinen prosessi, joka saattaa jatkua pitkälle aikuisikään saakka. (Antikainen & Huotelin 1996, 91.)

## **2.5 Koulutuspolku**

Tässä opinnäytetyössä koulutuspolku (palvelumuotoilussa asiakas- tai palvelupolku) käsitteenä kertoo, miten opiskelija hakeutuu koulutukseen ja etenee opinnoissaan. Koulutuspolku on suunniteltu, toteutunut ja koettu prosessi, jossa opintojen eteneminen ja oppimiskokemukset muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden. (Karjalainen, Lapinlampi, Jaakkola, & Alha 2003, 30–32.) Tässä opinnäytetyössä koulutuspolku tarkoittaa elintarvikealan perustutkintoon kuuluvaa elintarvikkeiden valmistajan tutkintonimikkeeseen johtavaa koulutuspolkua.

Elintarvikealan perustutkinnon koulutuspolku alkaa ensin vuoden mittaisilla elintarviketuotannossa toimimisen perusopinnoilla (35 osp). Perusopinnot antavat yleiskuvan elintarviketeknologian ja leipomoalan osaamisaloista. Tämän jälkeen vasta opiskelija erikoistuu elintarvikkeiden valmistukseen, opiskelemalla muun muassa erilaisia raaka-aineita, valmistusmenetelmiä, laitteistoja ja työmenetelmiä. Koulutuksen aikana painotetaan muun muassa, hygieniaa, laatua ja turvallisuutta. Tavoitteena on, että valmistuva opiskelija pystyy itsenäisesti suorittamaan erilaisia elintarvikkeiden valmistukseen liittyviä tehtäviä elintarviketeollisuudessa. (ePerusteet 2022 & Stadin AO 2022.)

## **2.6 Estävät tekijät**

Tässä opinnäytetyössä estävät tekijät ovat kaikki ne tekijät, jotka vaikeuttavat tai hidastavat opiskelijoiden päätöstä valita elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolku. Nämä voivat olla esimerkiksi puutteellinen tieto, ennakkoluulot, taloudelliset esteet tai muut henkilökohtaiset tekijät. (Kosola 2008, 16–20.)

## **2.7 Edistävät tekijät**

Tässä opinnäytetyössä edistävät tekijät ovat kaikki ne tekijät, jotka kannustavat ja tukevat opiskelijoita valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun. Tällaisia tekijöitä voivat olla esimerkiksi hyvät uranäkymät, kiinnostus alaa kohtaan, taloudelliset kannustimet tai sosiaaliset paineet. (Kosola 2008, 16–20.)

## 3 Tietoperusta

### 3.1 Palvelumuotoilu lähestymistapana

Palvelumuotoilu on asiakaslähtöinen lähestymistapa palveluiden kehittämiseen, jossa pyritään parantamaan asiakkaan kokemusta ja luomaan arvoa sekä käyttäjille että palveluntarjoajille. Se yhdistää muotoilun periaatteita ja menetelmiä liiketoimintaan ja teknologiaan. Palvelumuotoilun tavoitteena on luoda kokonaisvaltaisia ja toimivia palveluratkaisuja. Tässä työssä käsitellään kolmea käytettyä palvelumuotoilumallia, ensimmäisenä Tuulaniemen malli 2011 ja toiseksi Design Councilin 2005 kehittämä suunnitteluprosessin malli ja lopuksi ns. Moritzin malli.

Tuulaniemen mukaan, palvelumuotoilu on palveluiden innovointia, kehittämistä ja suunnittelua eri menetelmien ja työkalujen avulla. Se antaa yhteiset reunaehdot, kielen, työkalut ja menetelmät palvelujen ja liiketoiminnan kehittämiseen. Palvelumuotoilu auttaa organisaatioita havaitsemaan strategiset mahdollisuudet, innovoimaan uusia palveluita ja kehittämään olemassa olevia. Se yhdistää käyttäjien tarpeet, odotukset ja liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. Palvelumuotoilu on osallistavaa ja keskittyy asiakasymmärrykseen sekä palveluprosessin kehittämiseen. Palvelun käyttäjän maailman ymmärtäminen on avainasemassa, ja palveluita tulee kehittää jatkuvasti muuttuvien tarpeiden mukaisesti. Lopputuloksena on palvelukonsepti, joka vastaa tai jopa ylittää asiakkaan odotukset. (Tuulaniemi 2011, 58–69.)

Tärkeimmät menetelmät asiakasymmärryksen tiedonkeruumenetelmissä ovat esimerkiksi, kyselyt, haastattelut, varjostus ja luotaimet. Asiakasymmärryksen jäsentämisessä suunnittelutiedon pohjana ovat esimerkiksi asiakasprofiilit tai Design Drivers. Liiketoimintamallin kehittämisessä käytetään muun muassa Business Model Canvasia. Liiketoimintamallin suunnittelussa käytetään ideointia tai konseptointia. Palvelujen prototypioinnissa voidaan soveltaa blue-printmallia. Pilotoinnissa tehdään palvelumalli. Arviointi voidaan suorittaa Net Promoter Score eli NPS työkalun avulla. (Tuulaniemi, 2011.)

Palvelumuotoilu auttaa organisaatioita havaitsemaan palveluidensa strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, innovoimaan uusia palveluita ja kehittämään jo olemassa olevia. Palvelumuotoilu on tapa yhdistää vanhoja asioita uudella tavalla ja se elää jatkuvassa kehittämisen tilassa. Palvelumuotoilu yhdistää käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. Palvelumuotoilu on luonteeltaan osallistavaa. (Tuulaniemi 2011, 24–30.)

Tavoitteena on osallistaa prosessiin kaikki palvelussa olevat osapuolet sitouttamalla heidät yhteistoimintaan jo palvelun suunnitteluvaiheessa ja pitää heidät mukana suunnitteluprosessin kaikissa

vaiheissa. Palvelun aineettomat osat saadaan näkyviksi visualisoinnilla sekä hahmomalleilla (Tuulaniemi 2011, 14–15.) Palvelumuotoilun avulla palvelun kehittäjä pääsee syventämään omaa osaamistaan ja pystyy rakentamaan toimintaympäristölle paremmin sopivia työmenetelmiä ja -välineitä (Tuulaniemi 2011, 31.)

Palvelumuotoilua voidaan käyttää uusien palvelukonseptien kehittämisessä, olemassa olevien palveluiden sekä asiakaskokemusten parantamisessa, palvelustrategian määrittelyssä sekä asiakasymmärryksen hankkimisessa. Palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan asiakkaan palvelukokemuksesta ja asiakas muodostaa kokemuksensa palvelusta joka kerta palvelutapahtumassa henkilökohtaisesti uudestaan. Palvelumuotoilussa keskeistä on asiakasymmärrys ja palveluprosessin asiakaskeskeinen kehittäminen. (Tuulaniemi 2011, 192.)

Asiakkaat kokevat palvelun yksilöllisesti ja asiakaskokemus syntyy aikaisempien kokemusten pohjalta. (Tuulaniemi 2011, 32.) Palvelumuotoilijan tulee katsoa kehitettävää palvelua objektiivisesti ja pystyttävä ymmärtämään sitä palvelun käyttäjien näkökulmasta. Uudet palvelukonseptit ja –ideat nousevat usein asiakkaiden piilevistä tarpeista, jotka saadaan esille tutkimalla heidän toimintaansa heidän luonnollisessa ympäristössään. On tärkeää ymmärtää palvelun käyttäjän maailmaa, hänen arvojaan sekä elämää voidakseen kehittää käyttäjälle sopivia palveluita. (Tuulaniemi 2011, 32.)

Kaikkien palveluiden keskiössä on ymmärrys palvelujen käyttäjistä. Palveluiden käyttäjä sekä asiakaspalvelijat yhdessä, muodostavat palvelukokemuksen. Palvelun käyttäjän ja asiakaspalvelijan vuorovaikutus on keskeistä palvelukokemuksen rakentumisessa. Olennaista on ymmärtää heidän molempien tarpeita, odotuksia, motivaatiotekijöitä sekä arvoja. Palvelun tarjoajalla tulee olla asiakasymmärrystä eli heidän pitää tietää, mistä elementeistä arvo muodostuu palvelussa asiakkaille. Palvelun tarjoajan tulee ymmärtää, miten heidän asiakkaansa elävät ja toimivat, mitkä ovat asiakkaiden motiivit, mihin asiakkaiden valinnat perustuvat ja mitä tarpeita sekä odotuksia heillä on. (Tuulaniemi 2011, 35–36.)

Palvelumuotoilussa keskiössä on se, että palveluita suunnitellaan ihmisille, jotka tulevat niitä käyttämään. Palvelumuotoilussa asiakaskokemus pyritään suunnittelemaan saumattomaksi kokemukseksi, käytti asiakas palvelua, miten, milloin ja missä tahansa. Tällöin minimoidaan palvelun epäonnistuminen, koska suunnittelu perustuu todellisiin tarpeisiin (Tuulaniemi 2011, 35–36.)

On myös muistettava, että palvelun käyttäjien tarpeet, elämäntilanteet sekä maailma hänen ympärillään muuttuvat jatkuvasti, joten palveluita tulee kehittää niiden mukana. Kerran hyväksi todettu palvelu ei välttämättä toimikkaan enää muutaman vuoden päästä. Jos palveluntuottaja ei pysy pal-

veluiden kehittämisessä mukana, käyttäjät siirtyvät herkästi toisen palveluntuottajan luokse. Palvelumuotoilun lopputulos on palvelukonsepti, joka vastaa tai jopa ylittää asiakkaan odotukset. Palvelumuotoiluprosessi lähtee aina liikkeelle asiakkaan tarpeista. (Tuulaniemi 2011, 35–36.)

Palvelumuotoilija luo muotoiluprosessin kautta, uusia palvelukonsepteja, vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Palvelumuotoilijan sekä palveluntuottajan nopea reagointi sekä jatkuva arviointi asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin, luo edellytykset palvelukonseptien jatkuvuudelle. Erilaisia menetelmiä ja työkaluja käyttämällä saadaan lisättyä asiakasymmärrystä ja siten vaikuttaa asiakaskokemukseen. (Tuulaniemi 2011.)

Tupla timantti on Design Councilin vuonna 2005 kehittämä suunnitteluprosessin malli, joka jakaa suunnittelun neljään vaiheeseen: Löytöön, määrittelyyn, kehitykseen ja toimitukseen. Mallin nimi tulee sen visuaalisesta muodosta, joka muistuttaa kahta peräkkäistä timanttia. Tämä malli auttaa organisaatioita systematisoimaan ja tehostamaan suunnitteluprosessejaan, keskittyen sekä laajentamaan että kaventamaan ajatteluun eri vaiheissa. Ensimmäinen vaihe, löytö (Discover), on divergoiva, jossa kerätään laajasti tietoa ja ideoita. Tavoitteena on ymmärtää ongelma tai mahdollisuus mahdollisimman laajasti. (Design Council 2015, 5–9.)

Toinen vaihe on määrittely (Define). Tämä vaihe on konvergoiva, kerätty tieto analysoidaan ja rajataan tarkemmin määriteltäviin ongelmiin tai tarpeisiin, jotka voidaan ratkaista suunnittelulla. Kolmas vaihe on kehitys (Develop). Tämä on jälleen divergoiva ja siinä kehitetään sekä testataan erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja valittuun ongelmaan tai tarpeeseen. Neljäs ja viimeinen vaihe, toimitus (Deliver), on konvergoiva, jossa valittu ratkaisu viimeistellään ja toteutetaan käytännössä. Tähän sisältyy myös ratkaisun markkinoille tuonti ja käyttäjäpalautteen kerääminen. (Design Council 2015, 6–8.)

Palvelumuotoilu Moritzin mukaan, palvelumuotoilua ei määritellä yhdellä selkeällä lauseella. Sen sijaan Moritz kuvaa palvelumuotoilua monialaisena osaamisalustana, joka on syntynyt muotoiluajattelusta ja yhdistää eri osaamisaloja. Palvelumuotoilun ytimessä on pyrkimys vastata kukoistavan palvelutalouden suunnitteluhaasteisiin. Moritz korostaa palvelumuotoilun luonnetta ja ominaisuuksia seuraavasti. Palvelumuotoilu ei ole uusi erikoissuunnitteluala. Se on uusi monialainen osaamisalusta. (Moritz 2005.)

Palvelumuotoilu yhdistää eri alojen asiantuntemusta. Eri alojen osaamisen kohtaaminen mahdollistaa kokonaisvaltaisten konseptien kehittämisen. Palvelumuotoilu on interaktiivista kehittämistä. Asiakas on osa palvelun toimittamista, joten hän voi olla myös osa palvelun suunnittelua. Palvelumuotoilu on jatkuva prosessi, joka etenee. Markkinoiden muuttuessa jatkuva suunnittelu tukee organisaatioiden menestystä tulevaisuudessa. Lisäksi Moritz nostaa esiin palvelumuotoilun hyötyjä

organisaatioille. Palvelumuotoilu auttaa organisaatioita tarjoamaan parempia palveluita kuin kilpailijat. Palvelumuotoilu auttaa hallitsemaan palvelun laatua ja varmistamaan asiakastyytyvyyden. Palvelumuotoilu pyrkii parantamaan kannattavuutta ja auttaa kehittämään uusia menestyviä palveluita. Palvelumuotoilu auttaa varmistamaan, että resurssit ovat käytössä tehokkaasti. Moritzin mukaan palvelumuotoilu on siis laaja ja monimutkainen ala, joka vaatii monialaista osaamista ja keskittyy asiakaskeskeiseen ajatteluun. Sen tavoitteena on luoda parempia ja tehokkaampia palveluita, jotka vastaavat kukoistavan palvelutalouden haasteisiin. (Moritz 2005, 39–57.)

### 3.2 Palvelumuotoilun prosessimallit, vertailua

Määrittely >	Tutkimus >	Suunnittelu >	Tuotanto >	Arviointi >
--------------	------------	---------------	------------	-------------

Kuva 1. Juha Tuulaniemi, palvelumuotoilun prosessimalli. (Tuulaniemi, 2011.)

Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessimalli muodostuu viidestä eri vaiheesta. Ensimmäinen vaihe on Määrittelyvaihe, jonka tavoitteena on luoda ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta ja sen tavoitteista. Seuraavana on Tutkimusvaihe, missä haastatteluilla, keskusteluilla ja asiakastutkimuksilla rakennetaan yhteinen ymmärrys kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Siinä tarkennetaan myös palvelun tuottajan strategiset tavoitteet. Tämän jälkeen tulee Suunnitteluvaihe, missä ideoidaan ja konseptoidaan vaihtoehtoisia ratkaisuja sekä testataan niitä nopeasti asiakkaiden kanssa. Tuotantovaihe, Palvelukonsepti, viedään markkinoille asiakkaiden testattavaksi ja kehitettäväksi ja suunnitellaan palvelun tuottaminen. Arviointivaiheessa Kehitysprosessin onnistumista arvioidaan. Palvelun toteuttamista markkinoilla mitataan ja palvelua hienosäädetään saatujen kokemusten mukaan. (Tuulaniemi 2011, 55–56.)

Löytö >	Määrittely >	Kehitys >	Toimitus >
---------	--------------	-----------	------------

Kuva 2. Double Diamond on British Design Council vuonna 2005 popularisoima suunnitteluprosessimalli. (Design Council 2015.)

Tupla timantin eri vaiheissa käytetään erityyppisiä menetelmiä, jotka tukevat kunkin vaiheen tavoitteita. Löytö, (divergoiva)-vaiheessa kerätään laajasti tietoa ja inspiraatiota ongelman tai mahdollisuuden ymmärtämiseksi. Käytettyjä menetelmiä ovat käyttäjätutkimus, kuten haastattelut, kyselyt, havainnointi ja fokusryhmät. Nämä auttavat ymmärtämään käyttäjien tarpeita ja toiveita sekä käyttäytymistä. Benchmarkingin tarkoittaa vertailua muiden yritysten tai tuotteiden kanssa parhaiden käytäntöjen tunnistamiseksi ja mahdollisuuksien erottautumiseksi. Markkinatutkimuksella kerätään

tietoja markkinatrendeistä, kilpailijoista ja asiakkaiden preferensseistä, kun taas sidosryhmä -analyysissä tunnistetaan keskeiset sidosryhmät ja ymmärretään heidän näkökulmiaan. (Design Council 2015, 3–4.)

Määrittely, (konvergoiva)-vaiheessa kerätty tieto analysoidaan ja rajataan tarkemmin määriteltyihin ongelmiin tai tarpeisiin. Data-analyysi auttaa kerätyn tiedon analysoinnissa ja tulkinnessa päätelmien tekemiseksi. Asiakasprofiilit ja -persoonat ovat tavoiteasiakkaiden kuvauksia, jotka auttavat ymmärtämään heidän tarpeitaan ja tavoitteitaan. Ongelmanmäärittelyssä määritellään tarkoituksenmukaiset ongelmat tai haasteet selkeästi, ja insights-luokittelussa järjestellään ja priorisoidaan kerätyt havainnot. (Design Council 2015, 11–22.)

Kehitys, (divergoiva)-vaiheessa kehitetään ja testataan erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja valittuun ongelmaan tai tarpeeseen. Ideoinnilla tuotetaan uusia ideoita luovien menetelmien, kuten brainstorming, avulla. Prototyypin luomisella rakennetaan alustavia malleja tai versioita ratkaisun testaamiseksi, ja käytettävyydestä testauksessa prototyyppiä testataan todellisten käyttäjien kanssa, palautteen keräämiseksi. Iteratiivisessa kehityksessä ratkaisua parannetaan jatkuvasti toistuvien suunnittelun ja testauksen syklien kautta. (Design Council 2015, 11–22.)

Toimitus, (konvergoiva)-vaiheessa valittu ratkaisu viimeistellään ja toteutetaan käytännössä. Projektinhallinnalla hallitaan prosessia ja resursseja projektin loppuunsaattamiseksi. Markkinointisuunnittelussa laaditaan suunnitelma tuotteen tai palvelun markkinoille tuomiseksi ja lanseerauksessa tuote tai palvelu julkaistaan markkinoille. Palautteenkeruulla kerätään käyttäjäpalautetta ratkaisun parantamiseksi ja jatkokehittämiseksi. Näiden menetelmien avulla tupla timantti -malli ohjaa suunnittelutiimiä systemaattisesti läpi koko prosessin, varmistaen kattavan ja tehokkaan lopputuloksen. (Design Council 2015, 11–22.)

Tupla timantti on tehokas työkalu, joka auttaa organisaatioita systematisoimaan suunnitteluprosessiaan. Se korostaa sekä laajentavaa että kaventavaa ajattelua eri vaiheissa, mikä mahdollistaa kattavan ongelmanratkaisun ja tehokkaan toteutuksen. Tämä malli on käytössä monissa globaalisti johtavissa yrityksissä, ja se tukee organisaatioita parantamaan brändiä ja tuote- sekä palvelutarjontaa. (Design Council 2015, 11–22.)

Asiakasymmärrys		Konseptisuunnittelu		Toteutus	
Ymmärtäminen >	Suodatus >	Ajattelu >	Luominen >	Toteuttaminen >	Selittäminen>

Kuva 3. Moritz, S. Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi. (Moritz 2005.)

Palvelumuotoilun prosessimallissa Moritz ei kuvaa tarkasti yhtä tiettyä palvelumuotoiluprosessia. Sen sijaan hän korostaa iteratiivista ja joustavaa lähestymistapaa. Palvelumuotoiluprosessin voi ymmärtää, palvelun suunnitteluprosessin avulla (kuva 3). Tämä kuvaa iteratiivisen prosessin, jossa eri vaiheet voivat tapahtua samanaikaisesti joustavassa järjestyksessä. Moritzin prosessimalli muodostuu kolmesta pääelementistä: Asiakasymmärrys-, konseptisuunnittelu- ja toteutusvaihe. (Moritz 2005, 155–163.)

Asiakasymmärrys vaiheet ovat Ymmärrys (SD Ymmärtäminen) ja Suodatus (SD Suodatus). Ymmärrysvaiheessa keskitytään asiakkaiden tarpeiden ja käyttäytymisen ymmärtämiseen. Tähän vaiheeseen liittyviä työkaluja ovat mm. haastattelut, havainnointi ja asiakaskyselyt. Suodatus (SD Suodatus) vaiheessa valitaan parhaat ideat ja ratkaisut ja varmistetaan, että palvelukomponentit arvioidaan ja parannetaan. Työkaluja ovat mm. priorisointimatriisit ja toteutettavuustarkistukset. (Moritz 2005, 155–163.)

Konseptisuunnittelun vaihteita ovat Ajattelu (SD Ajattelu) ja Luominen (SD Luominen). Ajatteluvaiheessa luodaan uusia ideoita ja konsepteja. Tähän vaiheeseen liittyviä työkaluja ovat mm. aivoriihi ja luonnostelu. Luomisvaiheessa ideat ja konseptit konkretisoidaan ja testataan prototyypin avulla. Työkaluja ovat mm. roolipeli ja palvelukonseptien visualisointi. (Moritz 2005, 155–163.)

Toteutus pitää sisällään Toteuttamisen ja Selittämisen vaiheet. Toteuttamisen (SD Toteuttaminen) vaiheessa palvelu toteutetaan ja otetaan käyttöön. Tähän vaiheeseen liittyviä työkaluja ovat mm. liiketoimintasuunnitelma ja palvelun määrittelydokumentti. Selittämisen (SD Selittäminen) vaiheessa palvelua selitetään ja markkinoidaan asiakkaille. Työkaluja ovat mm. markkinointimateriaalit ja viestintäsuunnitelmat. (Moritz 2005, 155–163.)

Mallin lisäksi Moritz korostaa seuraavia palvelumuotoiluprosessin ominaisuuksia. Palvelumuotoilu on jatkuva prosessi, jossa palveluita kehitetään ja parannetaan jatkuvasti asiakaspalautteen ja uusien oivallusten perusteella. Palvelumuotoilu vaatii eri alojen asiantuntijoiden yhteistyötä. Palvelumuotoilussa asiakas on keskiössä, ja kaikki päätökset tehdään asiakkaan tarpeet ja kokemukset huomioiden. Moritzin malli on yleisluontoinen eikä tarjoa yksityiskohtaisia ohjeita tietyn palvelumuotoiluprosessin toteuttamiseen. Palvelumuotoiluprosessi on aina räätälöitävä organisaation ja palvelun erityistarpeisiin. (Moritz 2005, 155–163.)

### 3.3 Palvelumuotoilumallien vertailua

Kaikki kolme mallia, Tuulaniemen, Tuplatimantin ja Moritzin mallit pyrkivät kehittämään parempia palveluita asiakaskeskeisellä lähestymistavalla. Ne eroavat kuitenkin toisistaan rakenteeltaan ja painotuksiltaan. Tuulaniemen malli on lineaarinen ja jakautuu viiteen vaiheeseen: määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto ja arviointi. Mallissa korostuu palvelun tuottajan strategisten tavoitteiden ymmärtäminen ja asiakasymmärryksen merkitys koko prosessissa. Asiakasymmärrystä kerätään esimerkiksi haastatteluilla ja asiakastutkimuksilla. (Tuulaniemi 2011.)

Tuplatimantti puolestaan on syklinen ja jakautuu neljään vaiheeseen. Löytö, määrittely, kehitys ja toimitus. Malli painottaa sekä laajentavaa että kaventavaa ajattelua. Löytövaiheessa kerätään laajasti tietoa ja inspiraatiota, kun taas määrittelyvaiheessa rajautuu tarkemmin ongelmiin ja tarpeisiin. Kehitysvaiheessa etsitään ratkaisuja ja toimitusvaiheessa viimeistellään ja toteutetaan valittu ratkaisu. Jokaisessa vaiheessa hyödynnetään useita menetelmiä, kuten käyttäjätutkimusta, benchmarkingia, data-analyysiä ja prototyyppien luomista. (Design Council 2015.)

Moritzin malli ei esitä yhtä tiettyä prosessia, vaan korostaa iteratiivista ja joustavaa lähestymistapaa. Mallissa korostuu eri alojen asiantuntijoiden yhteistyö ja asiakkaan keskeinen rooli. Moritzin malli koostuu kuudesta vaiheesta: ymmärrys, suodatus, ajattelu, luominen, toteuttaminen ja selittäminen. Nämä vaiheet eivät kuitenkaan välttämättä tapahdu lineaarisesti, vaan voivat tapahtua samanaikaisesti ja joustavassa järjestyksessä. (Moritz 2005.)

Yhteenvetona todetaan, että Tuulaniemen malli sopii erityisesti lineaarisen prosessin ystäville, jotka haluavat selkeän etenemissuunnitelman. Tuplatimantti sopii niille, jotka haluavat hyödyntää monipuolisia menetelmiä ja painottaa sekä laajentavaa että kaventavaa ajattelua. Moritzin malli puolestaan sopii organisaatioille, jotka arvostavat joustavuutta ja haluavat ottaa asiakkaat tiiviisti mukaan suunnitteluprosessiin. Kaikki mallit kuitenkin jakavat saman päämäärän: parempien ja asiakaskeskeisempien palveluiden luomisen.

### 3.4 Valinta

Tähän opinnäytetyöhön palvelumuotoilun malliksi valittiin Double Diamond -malli. Double Diamond -malli tarjoaa selkeän ja jäsenneilyn nelivaiheisen prosessin (Discover, Define, Develop, Deliver/Löytö, Määrittely, Kehitys, Toimitus), joka auttaa systematisoimaan työtä ja parantaa projektin hallintaa. Tämä rakenne vähentää epäselvyyksiä ja tekee prosessista helposti seurattavan. Malli yhdistää divergoivan ja konvergoivan ajattelun eri vaiheissa, mikä varmistaa, että kaikki mahdollisuudet ja ideat huomioidaan, ennen ratkaisun tarkentamista ja toteuttamista. Double Diamond hyödyntää myös monipuolisia menetelmiä ja työkaluja, kuten käyttäjätutkimuksia, haastatteluja, data-analyysiä, prototyyppien luomista ja käytettävyydestä, jotka tukevat kunkin vaiheen tavoitteita.

Käyttäjälähtöinen lähestymistapa auttaa kehittämään palveluita, jotka todella vastaavat käyttäjien tarpeisiin ja parantavat asiakastyytyvää ja käyttäjäkokemusta. Mallin iteratiivinen luonne mahdollistaa jatkuvan kehityksen ja parantamisen, mikä johtaa entistä parempiin ja käyttäjäystävällisempiin palveluihin. Double Diamond on laajasti käytössä monissa globaalisti johtavissa yrityksissä ja se on tunnustettu tehokkaana suunnittelumenetelmänä. Mallin selkeä rakenne ja vaiheistus helpottavat yhteistyötä ja viestintää suunnittelutiimin ja sidosryhmien välillä. Malli on erinomainen valinta palvelumuotoiluprosessiin sen tarjoaman systemaattisuuden, käyttäjälähtöisyyden ja joustavuuden ansiosta. (Design Council 2015.)

### 3.5 Asiakasymmärrys kuvaa asiakkaita

Mitä asiakkaat haluavat ja tarvitsevat? Asiakasymmärrys syntyy asiakastiedon jalostamisesta ja sitä voidaan hyödyntää liiketoiminnassa päätöksenteon tukena. (Arantola & Simonen 2009, 35). Asiakastiedolla tarkoitetaan raakatietoa, joka kuvaa asiakkaita ja joka täytyy jalostaa ennen kuin sitä voidaan hyödyntää liiketoimintapäätösten tukena. Asiakasymmärrys syntyy, kun tätä jalostettua tietoa käytetään liiketoiminnassa. (Arantola & Simonen 2009, 21.)

Asiakasymmärrys on syvällistä tietoa siitä, miten asiakkaat todellisuudessa toimivat ja elävät. Se vaatii yrityksiltä kykyä tunnistaa asiakkaiden motiivit, arvot ja päätöksentekoprosessin perusteet sekä ymmärrystä heidän tarpeistaan ja odotuksistaan. Todellinen asiakasymmärrys on kyky havaita ne tekijät, jotka muodostavat arvon asiakkaalle. Asiakasymmärryksen tarkoituksena on saada mahdollisimman kattava käsitys asiakkaista, mutta tämä saavutetaan harvoin suorilla kysymyksillä, vaan pikemminkin ihmisten toiminnan perinpohjaisella tutkimisella. (Tuulaniemi 2011, 71.)

Kun pyritään kehittämään uutta palvelua ja tarjoamaan asiakkaille jotain uutta, on keskeistä asettaa palvelukonseptin ytimeen ihminen. Tällöin huomio kohdistuu niihin ihmisiin, jolle palvelu on suunnattu, ja samalla vähennetään epäonnistumisen riskiä, koska suunnittelu perustuu todellisiin tarpeisiin. (Tuulaniemi 2011, 72.)

Asiakasymmärrys on olennainen osa palvelumuotoilua, sillä se kattaa kohderyhmän odotukset, tarpeet ja tavoitteet. Tämä vaihe keskittyy keräämään ja analysoimaan asiakastietoa, joka ohjaa suunnittelua. Palvelut suunnitellaan vastaamaan käyttäjien tarpeita ja toiveita, joten on tärkeää ymmärtää loppukäyttäjien todelliset tarpeet ja motiivit. Asiakasymmärrystä rakennetaan loppukäyttäjän motiiveista ja arkielämän tarpeista. (Tuulaniemi 2011, 142.)

Asiakastutkimukset palvelumuotoilussa tarkoittavat tiedonhankintaa, jota voidaan suoraan hyödyntää suunnittelun ohjaamisessa ja inspiroimisessa. Tutkimushaasteiden ja -menetelmien valinta riippuu suunnittelun haasteista ja siitä, miten asiakastutkimuksen tuottamaa tietoa voidaan hyödyntää

ratkaisujen luomisessa. Sekä määrällinen että laadullinen asiakastieto ovat tärkeitä, mutta laadullinen ymmärrys on usein ratkaisevaa suunnittelutyön kannalta. (Tuulaniemi 2011, 145.)

Hyvin analysoitu asiakaskäyttäytymisen ja arvoa tuottavien asioiden tieto, mahdollistaa palvelukonseptien kehittämisen, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita ja joista he ovat valmiita maksamaan. Laadullinen ja määrällinen tutkimus tarjoavat erilaisia lähestymistapoja asiakasymmärryksen syventämiseen. (Tuulaniemi 2011, 143.)

Asiakasymmärryksen kasvattaminen alkaa tausta-aineiston analyysistä, jossa yritys tutkii olemassa olevaa tietoa asiakkaistaan. Empatia kohderyhmää kohtaan on olennainen osa palvelumuotoilua. Asiakastutkimuksissa käytetään erilaisia menetelmiä, kuten kyselyitä ja olemassa olevan tausta-aineiston hyödyntämistä. (Tuulaniemi 2011, 153.)

Tutkimustulokset tarjoavat laajaa tietoa, jonka perusteella asiakasymmärrys rakentuu. Tiedon analysointi ja tulkinta ovat keskeisiä, samoin kuin tiedon hyödyntäminen palvelun kehittämisessä. Tiedon tulkinnassa ja hyödyntämisessä on otettava huomioon ihmisten liikuttaminen, jotta siitä olisi todellista hyötyä palvelun kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011, 162.)

### **3.6 Asiakaskokemus kuvaa näkemystä**

Miten asiakkaat kokevat yrityksen? Asiakaskokemus on asiakaan näkemys yrityksestä kosketuspisteiden, mielikuvien ja tunteiden perusteella. Asiakaskokemus on asiakaan muodostama käsitys yrityksestä, joka perustuu kokemuksiin eri kosketuspisteissä, yrityksen herättämiin tunteisiin ja asiakaan omiin mielikuviin. Se on siis paljon muutakin kuin pelkkä kohtaaminen. (Korkiakoski 2019, 41–42.)

Asiakaskokemuksen merkitys korostuu digitalisaation myötä, koska kosketuspisteitä on entistä enemmän, eivätkä ne ole aina yrityksen hallittavissa. Yrityksen on tärkeää ymmärtää asiakaskokemuksen merkitys ja johtaa sitä systemaattisesti, sekä mitata asiakaskokemusta. Asiakaskokemus on yrityksen menestyksen kannalta tärkeä tekijä, sillä se vaikuttaa mm. asiakasuskollisuuteen, suositteluun ja yrityksen kannattavuuteen. Kun yritys on vakavarainen ja asiakaskokemus erinomainen, sen asema markkinoilla on vahva. (Korkiakoski 2019, 41–42.)

Asiakaskokemuksen kehittäminen on jatkuva prosessi, joka vaatii yritykseltä sitoutumista ja resursseja. Asiakaskokemuksen kehittämisessä on tärkeää ymmärtää asiakaskokemus, jolloin johdon on tärkeää ymmärtää, mitä asiakaskokemus tarkoittaa ja miten se heijastuu yrityksen toimintaan. Asiakaskokemuksen keskeiset elementit ovat tehokkuus, helppous ja tunne. (Korkiakoski 2019, 100–107.)

Yrityksen täytyy mitata asiakaskokemusta, jolloin se saa tietoa asiakkaiden kokemuksista ja voi kehittää toimintaansa. Yrityksen on johdettava asiakaskokemusta systemaattisesti ja reagoitava palautteeseen nopeasti. Myös henkilöstökokemus on tärkeä osa asiakaskokemusta. Henkilöstökokemus vaikuttaa suoraan asiakaskokemukseen, joten on tärkeää panostaa myös henkilöstön hyvinvointiin ja motivaatioon. (Korkiakoski 2019, 100–107.)

Asiakaskokemuksen laajempi käsite muodostuu kaikista asiakkaan ja yrityksen välisistä kohtauksista. Asiakaskokemus ei ole pelkkää asiakaspalvelua, vaan siihen vaikuttavat kaikki yrityksen toiminnan osa-alueet, kuten tuotteet, palvelut, brändi ja yrityskulttuuri. On tärkeää ymmärtää, että asiakaskokemus muodostuu koko asiakkaan matkasta, ei vain yksittäisistä kohtaamisista. (Korkiakoski 2019, 100–107.)

Yritysten tulee ymmärtää asiakaskokemuksen merkitys kilpailutekijänä, sillä asiakkaat ovat valmiita maksamaan paremmasta kokemuksesta ja vaihtamaan palveluntarjoajaa, jos heidän odotuksiaan ei täytetä. Hyvä asiakaskokemus johtaa parempaan asiakastyytyväisyyteen ja -lojaliteettiin, mikä puolestaan lisää myyntiä ja kannattavuutta. Tyytyväiset asiakkaat toimivat myös yrityksen suosittelijoina, mikä on tehokkainta markkinointia. (Korkiakoski. 2019, 173–201.)

Asiakaskokemuksen johtaminen vaatii systemaattista lähestymistapaa. Yritysten tulee tunnistaa asiakkaansa ja heidän tarpeensa, mitata asiakaskokemusta ja kehittää toimintaansa palautteen perusteella. Tärkeää on ymmärtää asiakkaan koko polku ja tunnistaa ne "totuuden hetket", joilla on suurin vaikutus asiakaskokemukseen. (Korkiakoski. 2019 117–145.)

Henkilöstöllä on keskeinen rooli asiakaskokemuksen luojana, sillä työntekijät ovat usein suorassa kontaktissa asiakkaisiin ja voivat vaikuttaa merkittävästi heidän kokemukseensa. Tämän vuoksi on tärkeää panostaa henkilöstön osaamiseen, motivaatioon ja työkaluihin, jotta he voivat tarjota asiakkaille erinomaisen asiakaskokemuksen. Yrityksen sisäisessä toiminnassa henkilöstökokemuksella on suora vaikutus asiakaskokemukseen. Johdon sitoutuminen ja tuki on tärkeää asiakaskokemuksen kehittämisessä. Johdon tehtävänä on luoda selkeä visio ja strategia sekä varmistaa, että koko organisaatio ymmärtää asiakaskeskeisyyden merkityksen. Johdon tulee myös varmistaa riittävät resurssit asiakaskokemuksen kehittämiseen. (Korkiakoski. 2019 117–145.)

### **3.7 Koulutusvalinta**

Koulutusvalinta on prosessi, jossa yksilö päättää tulevasta koulutuksestaan. Nämä päätökset voivat olla yksilön itsenäisiä tai ne voivat syntyä yhteistyössä muiden toimijoiden, kuten opinto-ohjaajien, vanhempien tai kavereiden kanssa. Koulutusvalintoja tehdään läpi elämän, mutta peruskoulun jälkeiset valinnat ovat erityisen merkittäviä, koska ne ohjaavat tulevaa työuraa ja elämää aikuisena. (Armila 2014, 4–7.)

Perinteinen käsitys nuoruudesta aikuisuuteen siirtymisestä lineaarisena polkuna on muuttunut. Nykypäivän työelämässä korostuu yksilöllisten polkujen ja elämänpolitiikoinnin käsite. Tämä tarkoittaa sitä, että nuoret voivat itse vaikuttaa koulutus- ja urapolkuihinsa ja heillä on vapaus tehdä valintoja. Vaikka yksilöllä on enemmän valinnanvaraa, koulutusvalintoihin vaikuttavat edelleen vahvasti yhteiskunnalliset rakenteet, kuten koulutusjärjestelmän tarjoamat mahdollisuudet ja työmarkkinoiden vaatimukset. Esimerkiksi koulutuspaikan maantieteellinen sijainti ja peruskoulun arvosanat voivat rajoittaa nuoren valinnanmahdollisuuksia. (Armila 2014, 7–11.)

Opiskelijan koulutusalan valintaan vaikuttavat monet tekijät, joita voidaan jakaa yksilöllisiin ja ympäristöön liittyviin tekijöihin. Koulutusalan valinta perustuu usein nuoren omaan kiinnostukseen ja mieltymyksiin. Opiskelija pyrkii valitsemaan alan, jota kohtaan hänellä on aito mielenkiinto ja joka tuntuu motivoivalta. Kyvyillä ja taidoilla on myös merkitystä. Opiskelija voi ottaa huomioon omia vahvuuksiaan ja kykyjään koulutusalaan valitessaan. Esimerkiksi matemaattisesti lahjakas opiskelija voi olla kiinnostunut luonnontieteellisistä tai teknisistä aloista. (Kosola 2008, 29–30.)

Koulumenestys rajaa mahdollisuuksia koulutusalan valintaan. Aikaisempi koulumenestys voi vaikuttaa opiskelijan itseluottamukseen ja uskomuksiin omista kyvyistä, mikä voi ohjata koulutusalan valintaa. Opiskelijan persoonallisuus ja arvot voivat vaikuttaa siihen, millainen ala tuntuu sopivalta. Esimerkiksi sosiaalinen ja auttamishaluinen henkilö voi olla kiinnostunut sosiaali- ja terveystieteistä. Vaikka sukupuoliroolit ovat muuttuneet, tietyt alat ovat edelleen sukupuolittuneita. Tytöt valitsevat useammin hoiva- ja kasvatustieteitä, kun taas pojat suosivat tekniikan ja luonnontieteiden aloja. (Kosola 2008, 29–30.)

Ympäristötekijöillä, kuten kotitilanteella, on suuri merkitys alan valintaan. Vanhempien koulustausta ja ammatit voivat vaikuttaa opiskelijan käsityksiin eri aloista ja niiden arvostuksesta. Työllisyystilanne vaikuttaa siten, että opiskelijat voivat ottaa huomioon alojen työllisyysnäkökulmat ja tulevaisuuden kysynnän. Suositujen alojen odotetaan tarjoavan paremmat työllistymismahdollisuudet. (Kosola 2008, 40–41.)

Sosiaalinen media ja median luomat mielikuvat voivat vaikuttaa koulutusalan valintaan. Ne voivat vaikuttaa opiskelijoiden käsityksiin eri aloista. Esimerkiksi tietyt alat voivat näyttäytyä mediassa houkuttelevampina tai arvostetumpina. Opinto-ohjauksella on tärkeä rooli tarjota tietoa eri aloista ja auttaa opiskelijoita pohtimaan omia vahvuuksiaan ja tavoitteitaan. On tärkeää huomata, että nämä tekijät vaikuttavat usein toisiinsa ja lopullinen koulutusalan valinta on yksilöllinen prosessi, johon vaikuttaa monien tekijöiden summa. (Kosola 2008, 40–41.)

### 3.8 Koulutuspolku

Koska palvelu on prosessi, sen kuluttaminen tapahtuu ajallisesti etenevänä kokemuksena. Palvelupolku (tässä opinnäytetyössä koulutuspolku) kuvaa, miten asiakas liikkuu ja kokee palvelun eri vaiheissa, ajan kuluessa. Palvelupolku jaetaan käytännöllisistä syistä osiin, kuten palvelutuokioihin ja kontaktipisteisiin. Palvelupolku koostuu siis palvelutuokioista, jotka puolestaan sisältävät useita kontaktipisteitä. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palvelumuotoilussa on tavallista jakaa suunnittelutehtävä osiin, jolloin yksittäisiä haasteita on helppompi käsitellä. Palvelupolku on palvelukokonaisuuden kuvaus. Asiakkaan kokema polku esitetään vaiheittain, jotta sitä voidaan analysoida ja kehittää suunnittelun keinoin. Suunnitteluprosessin ensimmäinen vaihe on määrittää, mikä osa palvelupolkua otetaan tarkastelun kohteeksi. Tämä osa on riittävän laaja, jotta se kattaa tarkoituksenmukaisen osuuden palvelupolkua. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palvelupolun eri vaiheet voidaan jakaa asiakkaalle tuotetun arvon perusteella esipalveluun, ydinpalveluun ja jälkipalveluun. Ydinpalveluvaiheessa asiakas saa varsinaisen arvon, kun taas esipalveluvaihe valmistaa arvon syntymistä, esimerkiksi yhteydenpidon tai ajanvarausten kautta. Jälkipalvelu puolestaan viittaa asiakkaan ja palveluntuottajan väliseen vuorovaikutukseen varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen, kuten asiakaspalautteisiin. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palvelupolku jakautuu palvelutuokioiksi, ja jokainen palvelutuokio sisältää lukuisia kontaktipisteitä, joiden kautta asiakas on vuorovaikutuksessa palvelun kanssa kaikilla aisteillaan. Kontaktipisteitä voivat olla esimerkiksi ihmiset, ympäristöt, esineet ja toimintatavat. Palvelun keskeinen piirre, ja samalla haaste, on asiakkaan ja brändin kohtaamiset eri kontaktipisteissä. Palveluntarjoaja voi vaikuttaa asiakkaaseen kaikilla aistiärsykkeillä palvelun eri kontaktipisteissä. Tämä moniaistinen lähestymistapa on olennainen osa palvelumuotoilua. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Kontaktipisteet välittävät yhtenäistä viestiä asiakkaalle, sillä jokainen kontaktipiste voi olla potentiaalinen heikko lenkki palvelussa. Lisäksi asiakkaan kokemus muodostuu usein usean eri palveluntarjoajan yhteistuotannosta, mutta asiakkaalle palvelu näyttäytyy yhtenä kokonaisuutena. Esimerkiksi tietojärjestelmien tulee toimia saumattomasti osana brändin tarjoamaa palvelukokemusta. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Kontaktipisteisiin kuuluvat niin, palvelua tarjoavat (opettajat) kuin sitä käyttävät ihmiset (opiskelijat). Asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen vuorovaikutus on olennainen osa palvelupolkua. Tämä vuorovaikutus ei ainoastaan vaikuta palvelukokemukseen, vaan myös luo mahdollisuuden oppimiseen ja palautteeseen, mikä on keskeistä jatkuvassa kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palveluhenkilöstön roolit ja toimintatavat määritellään palvelumuotoiluprosessissa. Selkeät roolit ja valtuudet auttavat varmistamaan, että palvelun laatu pysyy korkeana ja että asiakaspalvelijat voivat toimia tehokkaasti ja ammattimaisesti. Palveluntarjoaja pyrkii ennakoimaan ja ohjaamaan asiakkaan toimintaa suunnittelemalla asiakkaan palvelupolun ja kontaktipisteet. Palvelumuotoilussa on tärkeää huomioida, miten asiakas navigoi näiden kontaktipisteiden läpi, jotta kokemuksesta tulee sujuva ja mielekäs. Tämä edellyttää aktiivista kuuntelua ja asiakaspalautteen hyödyntämistä palvelun kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palvelu toteutuu joko fyysisissä tiloissa tai virtuaalisissa ympäristöissä. Ympäristöllä on suuri merkitys palvelun onnistumisessa. Fyysisissä tiloissa, kuten oppilaitoksessa tai työssäoppimispaikassa, ympäristön ulkoasu voi ohjata asiakkaan käyttäytymistä ja vaikuttaa heidän kokemukseensa. Palvelumuotoilun näkökulmasta fyysinen ympäristö tulee suunnitella siten, että se tukee palveluprosessia ja parantaa asiakkaan kokemusta luomalla miellyttävän ja toimivan tilan. Esimerkiksi tilan esteettisyys, toiminnallisuus ja selkeä opastusjärjestelmä voivat helpottaa asiakkaan liikumista ja viihtyvyyttä. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Virtuaalisissa ympäristöissä, kuten verkkosivuilla, sosiaalinen media ja oppimislustoilla, käyttöliittymä on olennainen osa palvelukokemusta. Hyvin suunniteltu käyttöliittymä varmistaa palvelun helppokäyttöisyyden, intuitiivisuuden ja sujuvuuden, mikä parantaa asiakkaan sitoutumista palveluun ja vähentää turhautumisen riskiä. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palveluihin liittyy usein fyysisiä esineitä, kuten opetusmateriaali. Esineet mahdollistavat palvelun kuluttamisen ja toimivat joskus todisteina käyttöoikeudesta, kuten opiskelijakortit. Palvelumuotoilun näkökulmasta fyysiset esineet ovat keskeisiä kontaktipisteitä, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemukseen. Hyvin suunnitellut, laadukkaat esineet, kuten opetusmateriaalit tai välineet, voivat parantaa oppimisen tehokkuutta ja käytettävyyttä, mikä luo sujuvamman palvelukokemuksen. Esineet voivat myös vahvistaa brändin viestiä ja imagoa, kun ne suunnitellaan yhtenäisiksi muiden palveluelementtien kanssa. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Fyysiset todisteet, kuten opiskelijakortit, voivat lisäksi lisätä asiakkaan luottamusta palveluun tarjoamalla konkreettisia merkkejä palvelun laadusta ja oikeuksista. Palveluun liittyvät toimintatavat määritellään opetushenkilöstön osalta etukäteen. Vakioidut käytännöt, kuten työasut ja käyttäytymissäännöt, ovat osa palvelukokemuksen hallintaa. Palvelumuotoilun näkökulmasta toimintatapojen vakiointi auttaa varmistamaan johdonmukaisen ja laadukkaan asiakaskokemuksen eri palvelutilanteissa. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Koko oppilaitoksen henkilöstön roolien selkeä määrittely ja yhtenäiset käytännöt tukevat opiskelijan luottamusta brändiin (Stadin AO) ja palvelun sujuvuuteen, sillä vakioiduilla toimintatavoilla vähennetään virheiden mahdollisuutta ja parannetaan palvelun ennakoitavuutta. Lisäksi hyvin suunnitellut toimintatavat voivat vaikuttaa positiivisesti henkilöstön sitoutumiseen ja motivaatioon, mikä heijastuu opiskelijan kokemukseen palvelun laadusta. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Tilojen oikea suunnittelu ja toteutus on yhä keskeisempi osa palvelumuotoilua. Esimerkiksi opetus-tilojen tulisi olla mahdollisimman autenttiset palvelumuotoilun näkökulmasta, koska autenttiset tilat tukevat oppimista ja valmistavat opiskelijoita todellisiin työtilanteisiin. Oikein suunnitellut tilat ovat osa palvelukonseptia, ja ne voivat toimia kilpailuetuna. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

### **3.9 Aikaisempia tutkimuksia, tiivistelmät**

Ensimmäinen tutkimusartikkeli tarkastelee palvelumuotoilun soveltamista oppimisen ja opetuksen kontekstissa. Palvelumuotoilu on ihmiskeskeinen lähestymistapa, joka keskittyy palvelujen suunnitteluun ja kehittämiseen. Artikkelissa esitetään väite, että palvelumuotoilun työkaluja ja menetelmiä voidaan hyödyntää opetussuunnittelussa ja oppimisen jäsentämisessä. Artikkelissa esitellään palvelumuotoilun viisi peruseriaatetta Stickdornin ja Schneiderin (2011) mukaan: käyttäjakeskeisyys, yhteisluominen, vaiheistus, todistusaineisto ja kokonaisvaltaisuus. (Fee & Cassini 2018.)

Käyttäjakeskeisyys tarkoittaa sitä, että palvelut tulisi kokea asiakkaan silmin, joten palvelumuotoilussa tulisi keskittyä asiakkaan tarpeisiin, toiveisiin ja kokemuksiin. Yhteisluomisessa kaikki sidosryhmät tulisi ottaa mukaan palvelumuotoilu- prosessiin. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi asiakkaiden, työntekijöiden, johdon ja kumppanien osallistamista suunnitteluun. (Fee & Cassini 2018.)

Vaiheistus tarkoittaa sitä, että palvelu tulisi visualisoida toisiinsa liittyvien toimintojen sarjana. Tämä auttaa ymmärtämään palvelun eri vaiheita ja niiden välisiä riippuvuussuhteita. Todistusaineistossa aineettomat palvelut tulisi visualisoida fyysisinä artefakteina. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi palvelupolkujen, palvelukartan tai prototyyppien luomista. Kokonaisvaltaisuuden mukaan palvelun koko ympäristö tulisi ottaa huomioon. Tämä tarkoittaa, että palvelumuotoilussa tulisi huomioida esimerkiksi fyysinen ympäristö, digitaaliset kanavat ja asiakaspalvelun laatu. (Fee & Cassini 2018.)

Artikkelissa korostetaan, että nämä periaatteet tarjoavat dynaamisen lähestymistavan palvelumuotoiluun. Ne auttavat suunnittelemaan asiakkaille arvoa tuottavia, toimivia ja mielekkäitä palvelukokemuksia. Artikkelissa ei kuitenkaan käydä syvällisemmin läpi näiden periaatteiden soveltamista käytännössä. Kirjoittajat soveltavat näitä periaatteita oppimiseen ja ehdottavat, että palvelumuotoilun lähestymistapa oppimiseen olisi oppimiskeskeinen, jossa oppilaan kokemus on merkityksellinen ja oppimista edistävä. (Fee & Cassini 2018.)

Artikkelissa erotetaan koulutus ylhäältä alas-suuntautuneena lähestymistapana ja oppiminen alhaalta ylös-suuntautuneena ja reflektiivisenä toimintana. Artikkelin malli korostaa yhteisluomista ja yhteyksien rakentamista. Siinä oppilaat nähdään tiedon ja ymmärryksen rakentajina. Malli on merkityksellisesti vaiheistettu ja jäsenelty ja se huomioi aiempien kokemusten vaikutuksen tuleviin oppimiskokemuksiin. Malli tuottaa reflektiivisesti todistusaineistoa ja siinä käytetään esimerkiksi sähköisiä oppimisportfolioita oppimisen dokumentointiin ja reflektointiin. Se on kokonaisvaltainen, integroiva ja kehittyvä, joka muuttaa sekä yksilöitä että järjestelmiä. (Fee & Cassini 2018.)

Artikkelissa esitellään kaksi tapaustutkimusta, jotka havainnollistavat palvelumuotoilun lähestymistapaa oppimiseen: The University of Texas at Dallasin School of Arts, Technology, and Emerging Communication ja Savannah College of Art and Designin Design Management -ohjelma. Molemmissa tapauksissa palvelumuotoilun periaatteet on integroitu opetussuunnitelmaan ja oppimisympäristöön. Artikkelissa todetaan, että palvelumuotoilulla on potentiaalia auttaa opettajia ymmärtämään opetussuunnitelmia ja konteksteja uusilla ja dynaamisilla tavoilla. Kirjoittajat korostavat, että tulevaisuuden suunnittelijan rooli on tehdä kokemuksista merkityksellisempiä ja hallittavampia. (Fee & Cassini 2018.)

Toinen tutkimusartikkeli esittelee tapaustutkimuksen palvelumuotoilun (SD) hyödyntämisestä opiskelijoiden oppimiskokemuksen parantamiseksi unkarilaisessa yksityisessä korkeakoulussa. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää SD-projektin ominaispiirteitä, esteitä ja edistäviä tekijöitä sekä arvioida hankkeen tuloksia ja vaikutuksia. Tutkimuksessa käytettiin tapaustutkimusmenetelmää, ja aineisto kerättiin haastatteluilla ja kirjallisilla aineistoilla. Tutkimuksen kohteena oli Kodolányi János -yliopistossa toteutettu SD-projekti, jonka tavoitteena oli parantaa opiskelijoiden oppimiskokemusta. (Barath, Fazekas & Kiss 2021.)

Projekti käynnistettiin vuonna 2017 yliopiston rehtorin ja johdon aloitteesta. Yliopisto teki yhteistyötä Qualitas-konsulttiyhtiön kanssa, joka on erikoistunut julkisen sektorin ja korkeakoulujen palvelumuotoiluun. Projektissa käytettiin SD-metodologiaan perustuvaa kyselylomaketta, jolla mitattiin opiskelijoiden oppimiskokemusta, asiakastyytyväisyyttä ja suositteluhalukkuutta. Kyselyn tulosten perusteella tehtiin muutoksia yliopiston toimintaan, kuten teemaviikkojen järjestämiseen, etäopetusohjelmaan ja opiskelijoiden hallinnollisiin palveluihin. (Barath, Fazekas & Kiss 2021.)

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että SD-lähestymistapa voi olla tehokas työkalu korkeakoulutuksen kehittämisessä. Yksi projektin tärkeimmistä onnistumistekijöistä oli opiskelijoiden näkemysten huomioiminen. Yliopiston johdon sitoutuminen projektiin oli myös merkittävässä roolissa. Haasteita SD-pohjaiselle kehittämiselle aiheutuvat yliopiston henkilöstön sitoutumisesta perusteelliseen muutokseen työskentelytavoissaan. (Barath, Fazekas & Kiss 2021.)

Lisätutkimusta tarvitaan COVID-19-pandemian vaikutuksista yliopiston opiskelijakeskeiseen ajattelutapaan ja SD-ajattelun pysyvyyteen organisaatiossa. Tutkimuksessa todetaan, että SD-lähestymistapa oli vaikuttava Kodolányi-yliopistossa, mutta esiin nousseet esteet tekevät muutosjohtamisen työkalupakista välttämättömän projektissa. Jatkotutkimuksia suunnitellaan pandemian jälkeen, jolloin yliopiston opiskelijat ja opetushenkilökunta otetaan mukaan. (Barath, Fazekas & Kiss 2021.)

Kolmas tutkimusartikkeli käsittelee Skhole-verkko-oppimisalustan kehittämistä palvelumuotoilun keinoin. "Hoitoalan koulutukset henkilökunnallesi kustannustehokkaasti verkossa. Skhole tarjoaa joustavan ja edullisen oppimisympäristön täydennyskoulutuksiin ja ammatilliseen kehittymiseen." Työn tavoitteena oli kerätä käyttäjäymmärrystä Skholen palveluista, luoda kehitysideoita ja suunnitella konsepti palvelun parantamiseksi. Tutkimus keskittyi ammattikorkeakoulujen opiskelijoihin ja opettajiin. (Routtin 2018.)

Opinnäytetyössä käytettiin laadullisia tutkimusmenetelmiä ja palvelumuotoilun menetelmiä. Tutkimusaineisto kerättiin haastatteluilla. Palvelumuotoilun menetelmiä olivat sidosryhmäkartta, liiketoimintamallipohja, palveluprosessikaavio, arvoesityssuunnitelma, persoonat ja käyttäjäpolkukartat. Lisäksi työssä hyödynnettiin miellekarttaa, SWOT-analyysia, vertailuanalyysia, havaintojen muuntamista oivalluksiksi ja käyttäjäryhmien määrittelyä. (Routtin 2018.)

Alustavat konseptit luotiin, arvioitiin ja yhdistettiin lopulliseksi prototyypiksi. Tutkimuksessa havaittiin, että Skholen vahvuuksia ovat sen kotimainen alkuperä, paikalliset materiaalit ja luotettava kumppanuus. Heikkouksiksi nousivat eri kieliversioiden puutteet ja alustan interaktiivisuuden puute. Mahdollisuuksina nähtiin laajentuminen muille koulutusaloille ja tärkeän kumppanin aseman vahvistaminen oppilaitoksille. Uhkina mainittiin kansainvälinen ja kotimainen kilpailu. (Routtin 2018.)

Sekä opettajat että opiskelijat kokivat, että digitaaliset oppimisalustat tukevat erityisen hyvin itsenäistä oppimista ja yhteistyötä. Simulaatioharjoituksia voidaan hyödyntää aloilla, joilla käytännön harjoittelu on muuten vaikeaa. Kaikkea opetusta ei kuitenkaan voida siirtää digitaalisiin palveluihin. Kontaktiopetuksen yhdistäminen digitaalisiin työkaluihin on paras lähestymistapa. (Routtin 2018.)

Skholen palvelun todettiin vastaavan jo moniin opettajien tarpeisiin. Opiskelijoiden osalta palvelussa havaittiin kuitenkin olevan kehitettävää. Opettajat ja opiskelijat toivoivat Skholen palveluun inspiroivampaa käyttöliittymää ja lisää interaktiivisuutta. Kuvat ja piirrookset voisivat selventää vaikeita käsitteitä, ja luentojen jakaminen pienempiin osiin helpottaisi opiskelua. Tutkimuksen tuloksena luotiin prototyyppi parannetusta Skholen palvelusta. Prototyyppi sisältää uusia ominaisuuksia, jotka tukevat opiskelijoiden itsenäistä oppimista, motivaatiota ja yhteistyötä. (Routtin 2018.)

Yhteenveto aikaisemmista tutkimuksista aiheesta, palvelumuotoilun hyödyntäminen oppimiskokemuksen kehittämisessä. Lähteet kuvaavat palvelumuotoilun käyttöä oppimiskokemusten kehittämisessä koulutuksessa. Lähteet nostavat esiin useita tärkeitä teemoja, kuten opiskelijakeskeisyyden, yhteistyön merkityksen sekä tarpeen luoda inspiroivia ja interaktiivisia oppimisympäristöjä.

Opiskelijakeskeisyys on keskeinen lähtökohta palvelumuotoilun soveltamisessa oppimiseen. Lähteissä korostetaan, että opiskelijoiden tarpeet, oppimistyyli ja tavoitteet tulee ottaa huomioon oppimisympäristöjä suunniteltaessa. Opiskelijoiden tulee voida kokea olevansa osallisina oppimisprosessissa ja heitä tulee kannustaa yhteistyöhön ja tiedon jakamiseen.

Yksi keskeinen haaste koulutuksessa on tarve luoda joustavia ja mukautuvia oppimisympäristöjä, jotka vastaavat nopeasti muuttuvan työelämän vaatimuksiin. Palvelumuotoilun avulla voidaan kehittää oppimiskokemuksia, jotka tukevat opiskelijoiden ammatillista kehittymistä ja auttavat heitä sopeutumaan työelämän muutoksiin. Digitaalisten oppimisalustojen rooli korostuu lähteissä. Niiden avulla voidaan tarjota opiskelijoille joustavia ja ajasta ja paikasta riippumattomia oppimismahdollisuuksia.

On kuitenkin tärkeää muistaa, että kaikkea opetusta ei voida siirtää digitaalisiin ympäristöihin. Kontaktiopetuksella on edelleen tärkeä rooli oppimisprosessissa, ja parhaat tulokset saavutetaan yhdistämällä digitaalisia ja perinteisiä oppimismenetelmiä. Interaktiivisuus ja inspiroivuus ovat tärkeitä ominaisuuksia oppimisympäristöissä. Lähteissä todetaan, että opiskelijat kaipaavat oppimisalustoilta enemmän interaktiivisuutta ja visuaalisuutta. Pelin elementtejä hyödyntävä pelillistäminen (gamification) nähdään yhtenä keinona lisätä oppimisen motivaatiota ja sitoutumista.

Palvelumuotoilua on käytetty useissa hankkeissa koulutuksen kehittämiseksi. Esimerkiksi lähteessä kuvataan palvelumuotoiluprojektia, jossa kehitettiin Skhole-verkko-oppimisalustaa ammattikorkeakoulujen opiskelijoille ja opettajille. Projektissa hyödynnettiin useita palvelumuotoilun menetelmiä, kuten haastatteluja, sidosryhmäkarttaa ja käyttäjäpolkukarttoja. Projektin tuloksena luotiin prototyyppi parannetusta palvelusta, joka sisälsi uusia ominaisuuksia opiskelijoiden itsenäisen oppimisen, motivaation ja yhteistyön tukemiseksi.

Lähteessä kuvataan myös palvelumuotoilun soveltamista unkarilaisessa yksityisessä yliopistossa opiskelijoiden oppimiskokemuksen parantamiseksi. Projektissa tehtiin laajoja kyselyitä opiskelijoille ja kartoitettiin heidän kokemuksiaan ja kehitysehdotuksiaan. Tulosten pohjalta tehtiin muutoksia palveluihin ja prosesseihin. Palvelumuotoilun avulla voidaan siis parantaa oppimiskokemuksia ja kehittää koulutuspalveluita vastaamaan paremmin opiskelijoiden ja opettajien tarpeita.

### 3.10 Yhteenveto tietoperustan kokonaisuudesta.

Tämä yhteenveto keskittyy tietoperustan keskeisiin teemoihin: palvelumuotoiluun, asiakasymmärrykseen ja asiakaskokemukseen, koulutusvalintaan ja koulutuspolkuun, sekä Stadin AO:n elintarvikealan koulutukseen liittyviin tilastoihin ja havaintoihin.

Palvelumuotoilu on asiakaslähtöinen lähestymistapa, jossa parannetaan asiakaskokemusta ja luodaan arvoa sekä käyttäjille että palveluntarjoajille. Se yhdistää muotoilua, liiketoimintaa ja teknologiaa kokonaisvaltaisten ja toimivien palveluratkaisujen luomiseksi. Yksi keskeinen palvelumuotoilun malli on Design Councilin Tuplatimantti (2005), joka jakaa suunnitteluprosessin neljään vaiheeseen: Löytöön, Määrittelyyn, Kehitykseen ja Toimitukseen. Tuplatimantti-malli korostaa sekä laaja-alaista että kohdennettua ajattelua eri vaiheissa. Asiakasymmärrys syntyy asiakastiedon jalostamisesta ja sitä hyödynnetään liiketoiminnassa päätöksenteon tukena. Se vaatii syvällistä ymmärrystä asiakkaiden toiminnasta, motiiveista, arvoista ja päätöksentekoprosessista.

Asiakaskokemus on asiakkaan näkemys yrityksestä, joka perustuu kosketuspisteisiin, mielikuviin ja tunteisiin. Se on laaja käsite, johon vaikuttavat kaikki yrityksen toiminnan osa-alueet. Koulutusvalinta on yksilöllinen prosessi, johon vaikuttavat monet tekijät, kuten henkilökohtainen kiinnostus, kyvyt, arvot, kotitausta, työllisyystilanne ja yhteiskunnalliset rakenteet.

Koulutuspolku (palvelupolku) kuvaa asiakkaan kokeman palvelun etenemistä ajallisesti. Se jakautuu osiin, kuten palvelutuokioihin ja kontaktipisteisiin. Kontaktipisteet ovat asiakkaan ja palvelun välisiä kohtaamisia, joilla on suuri merkitys asiakaskokemukseen.

Tilastojen mukaan Stadin AO:ssa elintarvikealan perustutkintoa suoritti 300 opiskelijaa vuonna 2023. Uusia opiskelijoita aloitti 90 ja valmistui 45. Elintarvikkeiden valmistajien määrä on kuitenkin pieni verrattuna toiseen elintarvikealan tutkintoon, leipuri-kondiittoriin. Tämä havainto herättää kysymyksiä tutkinnon vetovoimaisuudesta ja mahdollisista kehitystarpeista.

Tietoperustassa korostuu asiakaskeskeisyyden merkitys palvelumuotoilussa ja koulutuksen kehittämisessä. On tärkeää ymmärtää asiakkaiden tarpeita ja odotuksia, jotta palvelut ja koulutus vastaavat niihin parhaalla mahdollisella tavalla.

### 3.11 Oman aiheen ankkuroiminen tietoperustaan

Tämä tutkimus käsittelee elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaan vaikuttavia tekijöitä, jotka voidaan jakaa estäviin ja edistäviin tekijöihin. Lähteet käsittelevät aihetta monipuolisesti, erityisesti koulutusvalintaan, asiakasymmärrykseen- ja kokemukseen ja palvelumuotoiluun liittyen. (Armila 2014.)

Lähteet korostavat tiedon merkitystä koulutusvalinnassa (Armila 2014.) Opiskelijat eivät välttämättä tiedä tarpeeksi elintarvikealan tai -teollisuuden työtehtävistä ja -mahdollisuuksista. Tämä tiedon puute voi johtaa siihen, että opiskelijat eivät näe alaa itselleen sopivana vaihtoehtona.

Negatiiviset mielikuvat elintarviketeollisuudesta ovat myös merkittävä este koulutusvalinnalle. Alalla saattaa olla negatiivinen maine, ja opiskelijat pelkäävät sen työolosuhteita, mikä voi vaikuttaa heidän päätöksentekoonsa. Lisäksi töiden saannin epävarmuus lisää opiskelijoiden huolta. He saattavat pelätä, ettei alalla ole riittävästi työpaikkoja valmistumisen jälkeen. Tämä epävarmuus voi ohjata opiskelijoita harkitsemaan muita, vakaammilta vaikuttavia vaihtoehtoja. Muiden alojen houkuttelevuus (leipomo-alan osaamisala, leipuri-kondiittori) on myös keskeinen tekijä.

Kilpailu opiskelijoista on kovaa, ja toiset alat saattavat näyttäytyä houkuttelevampina vaihtoehtoina esimerkiksi parempien työmahdollisuuksien tai imagon vuoksi. Toisaalta lähteet korostavat henkilökohtaisen kiinnostuksen merkitystä koulutusvalinnassa. (Armila 2014.)

Hyvät työllisyysnäkökymät ovat myös tärkeä edistävä tekijä. Alalla koetaan olevan hyvät työ- ja uramahdollisuudet, mikä houkuttelee opiskelijoita. Positiiviset kokemukset, kuten aiempi kokemus alalta joko harrastuksen tai työn kautta, voivat lisätä alan vetovoimaa entisestään. (Armila 2014.)

Koulutuksen laatu on toinen tärkeä seikka. Laadukas koulutus, joka vastaa työelämän tarpeisiin, on opiskelijoille keskeinen valintakriteeri. Opiskelijat arvostavat koulutusta, joka tarjoaa heille käytännön taitoja ja tietoa, jota tarvitaan työmarkkinoilla. (Armila 2014.)

Lisäksi lähteet tuovat esiin myös seuraavia merkittäviä seikkoja. (Armila 2014.) Palvelumuotoilun avulla voidaan kehittää koulutuspolkua houkuttelevammaksi. Palvelumuotoilu auttaa ymmärtämään opiskelijoiden tarpeita ja kehittämään parempia palveluja, mikä voi tehdä koulutuspolusta kiinnostavamman. (Armila 2014.)

Asiakaskokemuksella on suuri merkitys koulutusvalinnoissa. Opiskelijat muodostavat mielikuvansa alasta ja koulutuksesta useiden eri kontaktipisteiden kautta. Siksi on tärkeää panostaa siihen, millaista kokemusta opiskelijat saavat. Opiskelijoiden aktivointi ja osallistaminen on myös keskeistä.

Heidän mielipiteitään ja ideoitaan tulee kuunnella ja hyödyntää koulutuspolun kehittämisessä, jotta se vastaisi paremmin heidän odotuksiaan ja tarpeitaan. (Armila 2014.)

Lähteet tarjoavat hyvän pohjan aiheen syvällisempään tarkasteluun. Tutkimalla tarkemmin opiskelijoiden asenteita ja motivaatiotekijöitä voidaan kehittää keinoja, joilla lisätään elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun houkuttelevuutta. Tämän tutkimuksen tulokset ja niiden pohjalta tehdyt toimenpiteet voivat ohjata opiskelijoita valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun. (Armila 2014.)

## 4 Empiirinen osa (Löytö)

->Löytö-Määrittely-Kehitys-Toimitus

### 4.1 Elintarviketeollisuus, alan perustutkinto, elintarvikkeidenvalmistaja

Elintarviketeollisuus on laaja ja monimutkainen ala, joka kattaa ruoan tuotannon, jalostuksen, varastoinnin ja jakelun sekä myynnin kuluttajille. Elintarviketeollisuuden toimialoja ovat mm. leipomo-teollisuus, kalan-, lihan-, kasvien ja maidonjalostus. Suomessa elintarviketeollisuus on neljänneksi suurin teollisuuden ala. (Hyrylä 2023.)

Elintarviketeollisuus työllistää kokoaikaisesti noin 34 600 henkilöä noin 2 600 yrityksessä. Elintarvikeyrityksiä on kaikissa Suomen maakunnissa. Ala on mikroyritysvaltainen ja merkittävä kausityöllistäjä. Alan välillinen työllistävyys on suuri. Elintarviketeollisuuden liikevaihto vuonna 2022 oli noin 13 miljardia euroa (kasvua 13 %). (Hyrylä 2023.)

Suomessa elintarvikealan koulutusta tarjotaan useassa eri oppilaitoksessa. Elintarvikealan perustutkinnon laajuus on 180 osaamispistettä. Tutkinto muodostuu ammatillisista tutkinnon osista (145 osaamispistettä) ja yhteisistä tutkinnon osista (35 osaamispistettä) (ePerusteet, 2024.)

Elintarvikealan perustutkinnon suorittanut toimii elintarvikealan työtehtävissä omavalvonnan ja elintarvikehygienian edellyttämällä tavalla. Hän varmistaa tuotteiden tuoteturvallisuuden ja laadun valmistusprosessin eri vaiheissa. Stadin AO:ssa elintarvikealan perustutkinnossa voi valmistua joko leipuri-kondiittoriksi tai elintarvikkeiden valmistajaksi. (Stadin AO s.a.)

Elintarvikkeiden valmistaja (elintarviketeknologian osaamisala) työskentelee valmistus-, pakkaus- ja varastointitehtävissä elintarviketeollisuudessa, pienimuotoisessa elintarvikkeiden valmistuksessa tai elintarvikeliikkeiden myymälätoiminnoissa. Työssä valmistettavia ja käsiteltäviä elintarvikkeita ovat esimerkiksi valmisruoka-, kasvis-, marja-, kala- ja lihatuotteet sekä erilaiset juomat, välipalatuotteet, jälkiruoat ja jäätelöt. (Stadin AO s.a.)

Alan työtehtäviä, pientuotannossa tai teollisessa prosessissa, ovat erilaisten elintarvikkeiden valmistus ja pakkaaminen sekä myyntitehtävät, työtilojen, koneiden ja laitteiden puhtaanapito. Työhön liittyviä vaatimuksia ovat yhteistyö- ja tiimityöskentelytaidot, omatoimisuus ja joustavuus. Lisäksi huolellisuus, luotettavuus ja vastuullisuus, sekä halu tuottaa asiakkaalle laadukkaita tuotteita ovat tärkeitä ominaisuuksia työssä. (Stadin AO s.a.)

Työnantajia ovat elintarvikealan yritykset, elintarviketeollisuus, tukkuliikkeet sekä vähittäiskaupat. Alalla tarvittavia henkilökohtaisia ominaisuuksia ovat organisointikyky, ripeä työote, hyvä paineensietokyky hyvät ongelmanratkaisutaidot hyvä fyysinen kunto. (Stadin AO s.a.)

## 4.2 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa hyötyä tunnistamalla opiskelijoiden syyt vähäiseen kiinnostukseen elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua kohtaan. Tämä saavutetaan tutkimalla opiskelijoiden elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaa estäviä ja edistäviä tekijöitä. Samalla pyritään löytämään kehitysehdotuksia torjuntatekijöiden ennaltaehkäisemiseksi ja vetovoimatekijöiden lisäämiseksi.

## 4.3 Tutkimusongelma

Tutkimusongelma ja sen perustelut ovat keskeisiä elementtejä opinnäytetyössä. Ne määrittelevät, mitä tutkimuksessa pyritään selvittämään ja miksi tämä selvitys on tärkeää. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2010, 125–129, Kananen 2015, 41–54.) Tutkimusongelma on tarkka kysymys tai joukko kysymyksiä, joihin tutkimus pyrkii vastaamaan. Tutkimusongelma määrittelee tutkimuksen fokuksen ja ohjaa tutkimusprosessia. Se voidaan esittää kysymyksenä, hypoteesina tai lauseena, joka kuvaa ongelmaa, jota tutkimuksessa käsitellään. (Hirsijärvi, Remes, & Sajavaara 2008, 121–125.)

Perustelut selittävät, miksi tutkimusongelma on tärkeä ja miksi sitä kannattaa tutkia. Perusteluissa tuodaan esiin tutkimuksen merkitys ja relevanssi sekä teoreettisesta että käytännön näkökulmasta. Perustelut voivat sisältää tietoa aiheeseen liittyvästä aikaisemmasta tutkimuksesta, teoreettisista käsitteistä, käytännön ongelmista ja yhteiskunnallisista tarpeista. (Hirsijärvi, Remes, & Sajavaara 2008, 121–125.)

Tässä työssä kysytään sitä, miksi opiskelijat eivät ole kiinnostuneita elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta ja miten polun vetovoimaa voidaan lisätä? Tutkimusongelman ratkaiseminen on erittäin tärkeää, sillä elintarvikeala on keskeinen osa yhteiskuntaa, ja sen ammattilaisia tarvitaan jatkuvasti varmistamaan terveellisten ja turvallisten elintarvikkeiden tuotanto ja jakelu. Kysymys opiskelijoiden vähäisestä kiinnostuksesta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkuun, voi johtaa moniin merkittäviin yhteiskunnallisiin ja käytännöllisiin havaintoihin.

## 4.4 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuskysymykset ovat tarkkoja kysymyksiä, joihin tutkimus pyrkii vastaamaan. Ne määrittelevät tutkimuksen fokuksen ja ohjaavat koko tutkimusprosessia, mukaan lukien aineiston keräämisen ja analyysin. Hyvin muotoillut tutkimuskysymykset ovat selkeitä, täsmällisiä ja tutkimuksen tavoitteiden kannalta olennaisia. Tutkimuskysymykset johdetaan tutkimusongelmasta. Ne tarkentavat, mitä osa-alueita tutkimusongelmasta käsitellään ja millä tavalla. Tutkimuskysymysten tulee olla konkreettisia ja selkeitä. Ne eivät saa olla liian laajoja tai epämääräisiä, vaan niiden tulee olla täsmällisiä ja tutkimuksen kannalta relevantteja. Hyvät tutkimuskysymykset ovat sellaisia, joihin voidaan

löytää vastauksia tutkimuksen avulla. Ne ohjaavat aineiston keruuta ja analyysia ja niiden avulla voidaan mitata ja arvioida tutkimusongelman eri puolia. (Hirsijärvi, Remes, & Sajavaara 2008, 121–125.) kts. empiirinen osa, tutkimusmenetelmät yms.

#### Tutkimuskysymykset

K1. Mitkä tekijät estävät opiskelijoita valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun?

K2. Mitkä tekijät edistävät opiskelijoita valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun?

K3. Miten elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta voitaisiin kehittämällä saada houkuttelevampi?

Ensimmäisen kysymyksen kohdalla on tärkeää tunnistaa esteet, jotka vaikuttavat negatiivisesti opiskelijoiden päätökseen olla valitsematta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua. Tämä auttaa ymmärtämään, miksi kiinnostus alaa kohtaan on vähäistä ja mitkä tekijät aiheuttavat sen. Tiedon saaminen estävistä tekijöistä mahdollistaa kohdennettujen kehitystoimenpiteiden suunnittelun ja toteutuksen. Tunnistamalla ongelmat voidaan tehdä tarvittavia muutoksia, jotka poistavat tai vähentävät esteitä ja parantavat koulutuksen vetovoimaa. Ymmärtämällä opiskelijoiden näkemyksiä ja kokemuksia koulutuksesta, oppilaitos voi vastata paremmin heidän odotuksiinsa ja tarpeisiinsa. Tämä lisää mahdollisesti opiskelijatytyväisyyttä ja sitoutumista koulutuspolkuun.

Toisen kysymyksen avulla voidaan selvittää, mitkä koulutuksen piirteet ja ominaisuudet houkuttelevat opiskelijoita aloittamaan elintarvikkeiden valmistajan opinnot? Tämä auttaa oppilaitosta korostamaan ja vahvistamaan näitä positiivisia tekijöitä. Ymmärrys edistävistä tekijöistä auttaisi oppilaitosta suunnittelemaan ja kohdentamaan markkinointiviestintäänsä paremmin. Markkinoinnissa voidaan korostaa opiskelijoille tärkeitä ja houkuttelevia tekijöitä, mikä mahdollisesti lisää koulutuksen kiinnostavuutta. Tunnistamalla edistävät tekijät, oppilaitos voi oppia niistä ja soveltaa niitä laajemmin. Tämä voi auttaa luomaan esimerkiksi kokonaisvaltaisesti paremman ja houkuttelevamman koulutusohjelman.

Kolmannen kysymyksen avulla voidaan mahdollisesti tunnistaa konkreettisia kehitystarpeita ja -alueita, jotka parantavat koulutuksen houkuttelevuutta? Tämä voi kattaa esimerkiksi opetussisältöjen päivittämisen, opetusmenetelmien kehittämisen ja opiskelijoiden tukipalveluiden parantamisen. Kehittämällä koulutusohjelmaa voidaan parantaa oppilaitoksen kilpailukykyä muiden koulutuksen tarjoajien keskuudessa. Houkuttelevampi koulutusohjelma vetäisi ehkä puoleensa enemmän ja laadukkaampia hakijoita. Parantamalla koulutusohjelman vastaavuutta työelämän tarpeisiin, voi-

daan lisätä mahdollisesti opiskelijoiden kiinnostusta alaa kohtaan. Opiskelijat ehkä arvostavat koulutusta, joka tarjoaa hyvät työllistymismahdollisuudet ja vastaa tulevaisuuden työmarkkinoiden vaatimuksiin.

#### 4.5 Menetelmävalinnat

Tämän opinnäytteen aineiston hankintamenetelmiä ovat yleisesti tutkimuksissa käytettäviä menetelmiä/ työkaluja. Palvelumuotoilussa sekä kvantitatiiviset kyselyt että kvalitatiiviset haastattelut ovat yleisesti käytettyjä työkaluja, joita voidaan käyttää yhdessä löytö- ja määrittelyvaiheessa. Tutkimus on tarkoituksenaan toteuttaa ensinnäkin määrällisin, kvantitatiivisin menetelmin, mutta siitä löytyy myös laadullisen, eli kvalitatiivisen menetelmän piirteitä, joita ovat avoimet kysymykset. (Kananen 2010.)

Kyselytutkimuksessa, tutkimusmenetelmänä käytetään kysely ja raportointisovelluksen, Webropol ohjelman, sähköistä kyselylomaketta. Toisena aineiston hankintamenetelminä käytetään laadullista eli kvalitatiivista menetelmää, haastattelua. Tällä pyritään selvittämään, miten nykyinen koulutus-/asiakas-/palvelupolku näyttää opiskelijoille. Koska tutkimuksen lähestymistapa on palvelumuotoilu, lisää varsinaisia palvelumuotoilussa käytettäviä menetelmiä, on sisällytetty lukuun 8. Jatkokehittämisehdostus palvelumuotoilun keinoin, jossa esitetään yksi malli, miten palvelumuotoiluprosessi voisi jatkua. (Kananen 2010.)

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään yhtenä menetelmänä kyselytutkimusta, jotta voidaan selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat opiskelijoiden päätökseen hakea elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolulle. Kyselylomake sisältää sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä, joiden avulla pyritään saamaan monipuolista tietoa opiskelijoiden ajatuksista ja kokemuksista. (Kananen 2010, 197–203.)

Strukturoidut kysymykset mahdollistavat kvantitatiivisen tiedon keräämisen, jonka avulla voidaan tunnistaa yleisiä trendejä ja yhteyksiä eri tekijöiden välillä. Avoimet kysymykset puolestaan tarjoavat mahdollisuuden syvällisempään ymmärtämiseen opiskelijoiden ajattelusta ja antavat tilaa yksilöllisten näkökulmien esiin tuomiselle. (Kananen 2010, 229–244.)

Kyselytutkimuksen avulla pyritään herättämään myös keskustelua opiskelijoiden keskuudessa ja lisäämään heidän ymmärrystään omista valinnoistaan. Avoimet kysymykset kannustavat opiskelijoita pohtimaan syvällisemmin, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet heidän päätöksiinsä. Tämän uskotaan johtavan laadukkaampaan tietoon, joka auttaa ymmärtämään paremmin, mitkä tekijät estävät tai edistävät elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaa. Lisäksi kyselytutkimus on kustannustehokas ja tehokas tapa kerätä tietoa suurehkolta otokselta. (Kananen 2010 229–244.)

Tässä tutkimuksessa käytetään myös laadullista tutkimusmenetelmää eli haastatteluja, jotta saataisiin syvällisempi ymmärrys opiskelijoiden polusta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolulle. Haastattelemalla kahta opiskelijaa, jotka ovat valinneet kyseisen koulutuspolun, pyritään saamaan monipuolinen kuva siitä, miltä koulutuspolku tällä hetkellä näyttää. (Kananen 2010, 127–156.)

Haastattelut tarjoavat mahdollisuuden kerätä yksityiskohtaista tietoa opiskelijoiden kokemuksista, motivaatioista, sekä haasteista, joita he ovat kohdanneet koulutuspolullaan. Haastattelut mahdollistavat myös avoimen vuorovaikutuksen haastateltavien kanssa, mikä puolestaan voi johtaa uusien näkökulmien ja ideoiden löytämiseen. Opiskelijoilta saadaan arvokasta tietoa koulutuksen nykytilasta, sen vahvuuksista ja kehityskohteista. Tämän tiedon avulla voidaan kehittää konkreettisia ehdotuksia koulutuspolun parantamiseksi. (Kananen 2010, 127–156.)

Tutkimuksen tavoitteena on saada selville, mitkä tekijät estävät ja mitkä edistävät opiskelijoita valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun. Tämän tiedon avulla voidaan kehittää koulutusta vastaamaan paremmin opiskelijoiden tarpeisiin ja poistaa mahdolliset esteet, jotka haittaavat heidän valintaansa.

Tässä tutkimuksessa käytetään asiantuntijahaastattelua. Asiantuntijahaastattelun avulla pyritään saamaan tietoa tutkittavasta ilmiöstä tai prosessista. Haastattelu kohdistuu henkilöön, jolla on aiheeseen liittyvää tietoa. Asiantuntijalta kerätään tietoa tutkittavasta ilmiöstä, käytännöistä ja faktoista. Näin ollen asiantuntijahaastattelut ovat tärkeitä taustatietojen keräämisessä tutkimusta varten. Niiden merkitys korostuu erityisesti silloin, kun tutkittavasta ilmiöstä on saatavilla vain vähän tai hajanaista dokumenttiaineistoa. (Alastalo & Åkerman 2011, 373–376.)

Haastateltavat valikoituivat heidän asiantuntijuutensa perusteella. Asiantuntijahaastatteluihin osallistui henkilöt, joilla on syvällistä tietoa ja kokemusta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta. Haastatteluihin osallistui kaksi elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntausta opiskelevaa opiskelijaa, jotka ovat asiantuntijoita oman opiskelunsa suhteen. Opiskelijat tarjoavat arvokkaita näkemyksiä ja kokemuksia koulutuspolun eri vaiheista, kuten hakuprosessista, opintojen sisällöstä ja työharjoittelusta. Heidän kokemuksensa ja näkemyksensä ovat keskeisiä, sillä ne auttavat ymmärtämään, miten koulutuspolku vastaa opiskelijoiden tarpeisiin ja odotuksiin. (Lindstedt 2024.)

## Kyselytutkimus

Kyselytutkimus, jota kutsutaan myös survey-tutkimukseksi, on yksi tehokas tapa kerätä tietoa, asiakasymmärrystä, suurelta tutkimusjoukolta. (Heikkilä 2014, 17). Survey-tutkimukset ovat pääsääntöisesti luonteeltaan määrällisiä ja vastaavat muun muassa kysymyksiin kuinka paljon ja kuinka monta prosenttia vastaajista on jotakin mieltä tietyistä asiasta. Kyselytutkimus voi sisältää myös sanallisesti vastattavia avoimia kysymyksiä, jotka ovat luonteeltaan laadullisia eli kvalitatiivisia. (Kananen 2010, 74.)

Tämä opinnäytetyö toteutettiin kyselymenetelmää ja haastattelua käyttäen. Koska tutkimuskysymykset vaativat tietoa mahdollisimman monelta henkilöltä, on siihen kyselytutkimus paras tapa saada tietoa. Tutkimuksen perusjoukkona oli osa Stadin AO elintarvikealan- (ja mahdollisesti ravintola- ja cateringalan) perustutkinnon suorittavia opiskelijoita. Perusjoukon koko oli noin 50 henkilöä. Työ toteutettiin kokonaistutkimuksena, kysely lähetettiin koko perusjoukolle. Tutkimuksessa pyrittiin siihen, että vastausprosentti olisi mahdollisimman korkea.

Tutkimuksen tarkoituksena oli saada mahdollisimman laajasti tietoa opiskelijoiden mielikuvista, estävistä- ja edistävästä tekijöistä elintarvikkeiden valmistuksen koulutussuuntausta kohtaan. Tehokkain tapa saada suurelta joukolta vastauksia on kyselytutkimuksen suorittaminen. (Kananen 2010, 74.) Tutkimusmenetelmänä käytettiin Webropol-ohjelmalla laadittua sähköistä kyselylomaketta, jonka avulla pyrittiin saamaan vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin. K1. Mitkä tekijät estävät opiskelijoita valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen? K2. Mitkä tekijät edistävät opiskelijoita valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen? K3. Miten elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksesta voitaisiin kehittämällä saada houkuttelevampi?

Kyselylomake suunniteltiin edellä olevien tutkimuskysymysten pohjalta käyttäen apuna aikaisempaa tutkimusta. (Issakainen, Kilpeläinen, Kärkkäinen, Lautanen & Pokela 2022.) Kyselylomake koostui kolmesta osiosta. Ensimmäisenä kysytään taustamuuttujia. Toisena kysytään opiskelijoiden mielikuvia, estäviä –ja edistäviä tekijöistä elintarvikkeiden valmistuksen koulutuspolkua kohtaan ja lopuksi opiskelijoiden kehitysehdotuksia.

Kyselylomakkeen kysymykset jaettiin kolmeen ryhmään: strukturoituihin, monivalintakysymyksiin ja avoimiin kysymyksiin. Strukturoituja kysymyksiä käytetään silloin, kun mahdolliset vastausvaihtoehdot ovat selvästi määritellyjä ja rajattuja. Monivalintakysymyksissä vastaajalla on valittavanaan ennalta määrättyjä vaihtoehtoja. Strukturoitujen kysymysten ja monivalintakysymysten valmiit vastausvaihtoehdot helpottavat tulosten vertailua ja analysointia. (Heikkilä 2014, 49.)

Tässä tutkimuksessa strukturoitujen kysymysten avulla pyrittiin selvittämään taustatietoja, kuten, ikä, ja osaamisala, kun taas monivalintakysymykset keskittyivät tutkimusongelmaan. Avoimissa kysymyksissä jätettiin tila kysymyksen jälkeen, mikä antoi vastaajalle vapauden ilmaista ajatuksiaan vapaasti. Tämä lähestymistapa toi tutkimukseen laadullisen menetelmän ominaisuuksia, koska se mahdollisti vastaajan näkökulmien ja mielipiteiden paremman esiintuomisen. (Heikkilä 2014.)

#### 4.6 Kyselytutkimuksen kysymysten generointi

Tämän kyselyn tutkimuskysymykset pyrittiin muodostamaan aiemman tutkimushankkeen raportin pohjalta. (Issakainen & Kump. 2022.) Kyseisessä hankkeessa selvitettiin nuorten metsäalan koulutusvalintaan vaikuttaneita tekijöitä. Hankkeen tutkimuksessa oli tunnistettu useita subjektiivisia, status- ja ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat koulutusvalintaan. Subjektiiviset tekijät ovat yksilöllisiä ja liittyvät henkilön omiin ominaisuuksiin, kiinnostuksen kohteisiin ja tavoitteisiin.

Tärkeimpiä subjektiivisia tekijöitä ovat:

- Oma kiinnostus alaan. Tämä on toistuvasti todettu yhdeksi merkittävimmistä koulutusvalintaan vaikuttavista tekijöistä.

- Tieto siitä, mitä haluaa. Tähän liittyy tietoisuus omista tavoitteista, osaamisesta ja voimavaroista.

- Oma osaaminen. Myös aiemmat kokemukset ja harrastukset voivat vaikuttaa alan valintaan.

- Koulumenestys. Koulumenestys voi vaikuttaa sekä koulutusmahdollisuuksiin että yksilön omiin odotuksiin koulutuksen suhteen.

- Tieto koulutusvaihtoehdoista. On tärkeää, että nuorilla on riittävästi tietoa eri koulutusvaihtoehdoista.

- Omat voimavarat. Jaksaminen, motivaatio ja terveys ovat tärkeitä tekijöitä koulutusvalinnassa.

- Sukupuoli ja ikä. Nämä tekijät voivat vaikuttaa alan kiinnostavuuteen ja koulutusmahdollisuuksiin.

- Työkokemus. Aiempi työkokemus voi antaa realistisen kuvan alasta ja vahvistaa kiinnostusta. –

Status tekijät liittyvät koulutuksen kautta saavutettavaan asemaan yhteiskunnassa. Näitä ovat esimerkiksi.

- Palkkaus. Palkkataso on monelle tärkeä kriteeri alan valinnassa.

- Työllisyystilanne. Alan työllisyysnäkökulmat vaikuttavat koulutuksen houkuttelevuuteen.

-Arvostus ja yhteiskunnallinen asema. Koulutuksen tuoma arvostus ja asema yhteiskunnassa voivat olla tärkeitä tekijöitä.

-Etenemismahdollisuudet. Uran kehittymismahdollisuudet alalla vaikuttavat koulutusvalintaan.

-Koulutuksen tuottama osaaminen. Koulutuksen antaman osaamisen hyödyllisyys ja merkityksellisyys ovat tärkeitä.

-Oppilaitoksen imago. Oppilaitoksen maine ja arvostus voivat vaikuttaa hakijan valintaan.

Ulkoiset tekijät ovat yksilöstä riippumattomia asioita, jotka voivat vaikuttaa koulutusvalintaan.

-Näihin lukeutuvat Lähipiirin vaikutus. Perheen, sukulaisten ja ystävien asenteet ja odotukset voivat vaikuttaa nuoren valintaan.

-Oppilaitoksen sijainti. Koulutuspaikan etäisyys kotoa ja muuttovalmius voivat olla ratkaisevia tekijöitä.

-Koulutukseen sisäänpääsy. Valintaperusteet ja pääsykokeet vaikuttavat siihen, mihin koulutukseen on mahdollista päästä. (Issakainen, Kilpeläinen, Kärkkäinen, Lautanen & Pokela 7–9).

Tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksen kysymykset on pyritty laatimaan siten, että ne ottavat huomioon edellä mainittuja tekijöitä. Tavoitteena on saada kokonaisvaltainen kuva siitä, mitkä tekijät vaikuttavat opiskelijoiden koulutusvalintoihin.

Kyselylomakkeen alussa ovat taustakysymykset ja vaihtoehdot:

1. Ikä. 16-tai vanhempi, 17–18, 19–20, 21–29, 30–39, 40–49, 50–59, 60- tai vanhempi

2. Koulutustausta? Peruskoulu, toinen aste (Ammattikoulu /Lukio), AMK (Ammattikorkeakoulututkinto), YAMK (Ylempi ammattikorkeakoulututkinto), Yliopisto (Yliopistotutkinto)

3. Koulutusala, minkä koulutusalan olet valinnut? Elintarvikkeidenvalmistaja, Leipuri-Kondiittori, en ole suorittanut vielä valintaa.

Kyselylomake on jaettu 3 osaan, joilla selvitetään opiskelijan mielipidettä elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaa, estävistä-, edistävästä tekijöistä sekä kehitysehdotuksia, miten koulutuspolusta saataisiin houkuttelevampi.

4. Mitkä syyt estävät sinua valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutusala? Valitse kolme tärkeintä syytä.

- En tiedä tarpeeksi elintarvikealan/elintarvikkeiden valmistajan työstä tai siitä, mitä koulutuksessa oppii.
- Pelkään, että elintarvikkeiden valmistajalle on vaikea löytää työtä valmistumisen jälkeen.
- Minulla on negatiivisia mielikuvia elintarviketeollisuudesta ja elintarvikkeiden valmistajan työn arvostuksesta.
- Olen huolissani elintarvikealan teknologiasta ja sen haasteista (koneet ja laitteet ovat vaikeita käyttää).
- Minua kiinnostaa enemmän leipuri-kondiittorin koulutus kuin elintarvikkeiden valmistajan koulutus.
- Olen epävarma elintarvikealan tulevaisuudesta ja kehityksestä.
- Pelkään, että elintarvikealalla joutuu matkustamaan paljon tai tekemään epäsäännöllistä työaikaa.
- Minulla on henkilökohtaisia tai taloudellisia syitä, miksi en voi valita elintarvikkeiden valmistajan koulutusta.
- Kaverini valitsivat leipuri-kondiittorin koulutuksen, ja se kiinnostaa minuakin enemmän.
- Minulla on jo kokemusta leipuri- ja kondiittorialalta (harrastuksen tai työn kautta).
- Mielestäni elintarvikkeiden valmistajan opinnot kestävät liian vähän aikaa.
- En halua opiskella työssä oppimalla yrityksessä

5. Jokin muu syy, kirjoita tähän vapaasti.

6. Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että valitset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen? Valitse kolme tärkeintä syytä.

- Olen kiinnostunut elintarvikealasta, sen teknologiasta ja kehityksestä.
- Haluan oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta, koska pidän työtä merkityksellisenä.
- Uskon, että elintarvikealalla on hyvät työ- ja uramahdollisuudet.
- Olen saanut hyvää tietoa elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä (esim. opinto-ohjaajalta, opettajalta tai mainoksista).
- Uskon, että elintarvikeala tarjoaa monipuolisia ja haastavia töitä.

- Minulla on positiivisia kokemuksia aiemmasta opiskelusta tai työstä elintarvikealalla tai elintarvikkeiden valmistuksessa.
- Luotan, että elintarvikealan koulutus on laadukasta ja tarjoaa hyvät mahdollisuudet kehittyä.
- Minulla on henkilökohtaisia tai ammatillisia syitä, jotka motivoivat harkitsemaan elintarvikealaa
- Kaverini valitsivat elintarvikealan koulutuksen, ja se kiinnostaa minuakin.
- Minulla on jo kokemusta elintarvikealasta (harrastuksen tai työn kautta).

7. Jokin muu syy, kirjoita tähän vapaasti

8. Kehitysehdotukset. Mitkä asiat olisivat sinulle tärkeitä, jotta harkitsisit elintarvikkeiden valmistajan koulutusta?

- Selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne alalla.
- Koulutus, jossa oppii monia elintarviketuotannon taitoja.
- Mahdollisuus oppia tekniikkaa ja käytännön taitoja elintarvikkeiden valmistuksessa.
- Lisää tietoa elintarvikealan mahdollisuuksista ja elintarvikkeiden valmistajan työtehtävistä ja elintarvikevalmistajan opinnoista.
- Mahdollisuus tehdä käytännön harjoittelua ja saada työkokemusta opintojen aikana
- Mahdollisuus työskennellä työpaikoilla osana opintoja (työssäoppiminen tai oppisopimus).
- Mahdollisuus opiskella tai työskennellä ulkomailla osana opintoja.
- Elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen hyvä maine ja arvostus työmarkkinoilla.
- Mahdollisuus verkostoitua elintarvikealan ammattilaisten kanssa.
- Mahdollisuus edistää terveellisten ja kestävien elintarvikkeiden tuotantoa ja kulutusta.

9. Jokin muu syy, kirjoita tähän.

Lopuksi avoin kysymys.

10. Miten voisimme tehdä elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta kiinnostavamman opiskelijoille?

#### Perustelut kysymykseen 4, estävät tekijät

Mitkä syyt estävät sinua valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutusalaan? Kysymys 4 tarjoaa opiskelijoille mahdollisuuden ilmaista monipuolisesti syyt, jotka estävät heitä valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutusta. Kysymys auttaa keräämään tietoa opiskelijoiden ajatuksista ja asenteista elintarvikkeiden valmistajan koulutusta kohtaan. Vastauksista saadaan arvokasta tietoa, jonka avulla voidaan kehittää koulutusta ja viestintää alalta kiinnostuneille nuorille. Seuraavaksi on tarkempi analyysi kysymyksen eri osa-alueista ja niiden perustelut. Kysymys kattaa laajan kirjon mahdollisia syitä, jotka voivat vaikuttaa opiskelijoiden päätökseen. Vastausvaihtoehdot ovat konkreettisia ja helposti ymmärrettäviä, muutettu selkokielelle? Monivalintamuoto (kolme vaihtoehtoa) mahdollistaa useamman vastauksen valinnan, mikä antaa opiskelijalle mahdollisuuden ilmaista useita vaikuttavia tekijöitä. Vapaa vastausvaihtoehto "Jokin muu syy" mahdollistaa yllättävien ja yksilöllisten syiden esiin tulemisen. Vaihtoehdot 1 ja 6 viittaavat siihen, että opiskelijat eivät välttämättä tiedä riittävästi alasta tai sen tulevaisuudesta. Tämä on yleinen syy, joka voi estää nuoria tekemästä koulutusvalintoja. Vaihtoehdot 2 ja 7 liittyvät pelkoon siitä, että työpaikkoja ei ole riittävästi tai että työajat ovat epävarmat. Työllistymisnäkökymät ovat tärkeä tekijä koulutusvalinnassa. Vaihtoehto 3 viittaa negatiivisiin mielikuviin alasta ja sen arvostuksesta. Ennakkoluulot voivat perustua esimerkiksi väärinkäsityksiin tai median vaikutuksen. Vaihtoehdot 4 ja 11 liittyvät huoliin koulutuksen sisällöstä ja kestosta. Teknologian pelko ja lyhyt koulutusaika voivat olla esteitä. Vaihtoehdot 5, 9 ja 10 viittaavat siihen, että opiskelijat vertailevat elintarvikkeiden valmistajan koulutusta muihin aloihin, kuten leipuri-kondiittorin koulutukseen. Kilpailevat koulutusvaihtoehdot voivat vaikuttaa päätökseen. Vaihtoehto 8 on laaja kategoria, joka voi sisältää esimerkiksi terveydellisiä rajoituksia tai taloudellisia haasteita. Vaihtoehto 12 viittaa siihen, että opiskelijat eivät välttämättä halua opiskella työssä oppimalla. Syynä voi olla esimerkiksi opiskelijan arkuus.

#### Perustelut kysymykseen 6 edistävät tekijät

Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että valitset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen. Kysymys 6 pyrkii selvittämään, mitkä tekijät houkuttelisivat opiskelijoita elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen. Vastaukset antavat arvokasta tietoa siitä, mitä opiskelijat arvostavat alalla ja millaisia odotuksia heillä on koulutusta kohtaan. Kysymys auttaa kartoittamaan opiskelijoiden motivaatiota valita elintarvikkeiden valmistajan koulutus. Vastauksista saadaan arvokasta tietoa, jonka avulla voidaan kohdentaa viestintää ja markkinointia sekä kehittää koulutusta vastaamaan paremmin opiskelijoiden tarpeita. Kysymys kattaa laajan kirjon mahdollisia syitä, jotka voivat motivoida opiskelijoita valitsemaan alan. Kysymyksen sanamuodostus on positiivinen, mikä kannustaa opiskelijoita kertomaan myönteisistä kokemuksistaan ja odotuksistaan. Monivalintamuoto mahdollistaa useamman vastauksen valinnan, mikä antaa opiskelijalle mahdollisuuden ilmaista useita vaikuttavia tekijöitä.

Vapaa vastausvaihtoehto "Jokin muu syy" mahdollistaa yllättävien ja yksilöllisten syiden esiin tulemisen. Kysymyksen eri osa-alueiden perustelut. Vaihtoehdot 1, 2 ja 5 viittaavat siihen, että opiskelijoita kiinnostaa alan sisältö, mahdollisuudet oppia uutta ja työn monipuolisuus. Vaihtoehdot 3 ja 8 liittyvät uskoon hyvistä työ- ja uramahdollisuuksista sekä henkilökohtaisiin ammatillisiin tavoitteisiin. Vaihtoehdot 4 ja 9 viittaavat siihen, että opiskelijoiden päätökseen voivat vaikuttaa ulkoiset tekijät, kuten opinto-ohjaajat, opettajat, kaverit tai mainonta. Vaihtoehdot 6 ja 10 viittaavat siihen, että aiemmat kokemukset alalta voivat positiivisesti vaikuttaa koulutusvalintaan. Vaihtoehto 7 liittyy uskoon koulutuksen laadukkuuteen ja mahdollisuuksiin kehittyä alalla.

Perustelut kysymykseen 8, kehitysehdotukset

Mitkä asiat olisivat sinulle tärkeitä, jotta harkitsisit elintarvikkeiden valmistajan koulutusta? Kysymys 8, kehitysehdotuskysymykset ovat erittäin tärkeitä, sillä ne mahdollisesti antavat suoraa palautetta siitä, miten koulutusta voitaisiin kehittää vastaamaan paremmin opiskelijoiden tarpeita ja toiveita. Vastaukset auttavat tunnistamaan ne tekijät, jotka lisäävät koulutuksen kiinnostavuutta ja houkuttelevuutta. Kysymykset kattavat laajan kirjon mahdollisia kehityskohteita, kuten uramahdollisuudet, käytännön osaaminen, verkostoituminen ja kestävä kehitys. Vastausvaihtoehdot ovat konkreettisia ja helposti ymmärrettäviä? Vapaa vastausvaihtoehto "Jokin muu syy" mahdollistaa yllättävien ja yksilöllisten ehdotusten esiin tulemisen. Kysymyksen eri osa-alueiden perustelut. 1 ja 4. viittaavat siihen että, opiskelijat voivat haluavat tietää, millaisia työmahdollisuuksia koulutus tarjoaa. 2 vaihtoehto viittaa, että opiskelijat arvostavat mahdollisuutta oppia käytännön taitoja ja saada työkokemusta. 3 ja 4 vaihto viittaa, että opiskelijat kaipaavat lisää tietoa alasta, koulutuksesta ja uramahdollisuuksista. 7. viittaa siihen että, opiskelijat olisivat kiinnostuneita kansainvälisistä mahdollisuuksista. Vaihtoehdot 8 ja 9 mukaan opiskelijat haluavat opiskella hyvämaineisessa koulutuksessa ja verkostoitua alan ammattilaisten kanssa. Lopuksi 10 vaihtoehdon mukaan opiskelijat olisivat kiinnostuneita kestävästä kehityksestä ja haluavat olla mukana edistämässä sitä.

Kysymys 10. Miten voisimme tehdä elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta kiinnostavamman opiskelijoille? Tämä kysymys on erittäin tärkeä, sillä se avaa oven monipuolisiin kehitysideoihin ja mahdollistaa opiskelijoiden aktiivisen osallistumisen koulutuksen suunnitteluun. Tavoitteena on saada suoria vastauksia siitä, mitä opiskelijat haluaisivat nähdä koulutuksessa. Kun opiskelijat saavat mahdollisuuden vaikuttaa koulutukseen, he tuntevat olevansa enemmän osallisia ja motivoituneita. Vastaukset mahdollisesti auttavat varmistamaan, että koulutus vastaa nykypäivän työelämän tarpeisiin ja opiskelijoiden tulevaisuuden suunnitelmiin. Kysymys on avoin ja antaa opiskelijoille mahdollisuuden ilmaista mielipiteensä vapaasti. Kysymyksen sanamuoto on positiivinen ja kannustava, mikä edistää avointa keskustelua. Kysymys painottaa opiskelijoiden kokemuksia ja tarpeita. Avoimella kysymyksellä mahdollisesti saadaan selville, mitä opiskelijat arvostavat koulutuksessa ja

mitkä asiat motivoivat heitä. Voidaan tunnistaa ne alueet, joilla koulutusta voidaan parantaa. Kun opiskelijoiden toiveet huomioidaan, koulutus muuttuu kiinnostavammaksi ja houkuttelevammaksi. Kun opiskelijat kokevat olevansa kuullut ja heidän ideoitaan otetaan huomioon, he sitoutuvat paremmin opintoihin.

Vastauksista voidaan saada esimerkiksi seuraavia ideoita. Toiveita voi olla esimerkiksi käytännönläheisemmästä opetuksesta, uusien teknologioiden hyödyntämisestä, tai tiettyjen aiheiden syvällisemmästä käsittelystä. Opiskelijat voivat toivoa monipuolisempia opetusmenetelmiä, kuten projekteja, ryhmätyöskentelyä tai vierailuja yrityksissä. Opiskelijat voivat toivoa lisää yhteistyötä yritysten kanssa, esimerkiksi harjoittelupaikkoja tai mentorointiohjelmiä. Opiskelijat voivat esittää ideoita siitä, miten koulutusta voitaisiin markkinoida paremmin. Kysymys 10 on erittäin tärkeä osa kyselyä, sillä se tarjoaa mahdollisuuden kerätä suoraa palautetta opiskelijoilta. Vastauksia hyödyntämällä voidaan kehittää koulutusta vastaamaan paremmin opiskelijoiden tarpeisiin ja toiveisiin.

#### **4.7 Kyselyn toteutus**

Ennen kyselytutkimuksen aloittamista, kyselylomake käytiin läpi ja testattiin opinnäytetutorini, elintarvikealan opettaja Erja Jalon kanssa. Jalo antoi hyviä vinkkejä kyselylomakkeen parantamiseksi, tein tarvittavat korjaukset ennen varsinaista kyselytutkimusta.

Kysely toteutettiin syksyllä 2024 ja siihen vastattiin Stadin AO elintarvikealan toimitiloissa. Opiskelijat vastaavat kyselyyn henkilökohtaisella mobiililaitteellaan. Ennen kyselyä opiskelijalle kerrottiin tutkimuksesta (tutkimustiedote) ja pyydettiin täyttämään suostumuslomake (15–18-vuotiaiden huoltajille on hyvissä ajoin ennen kyselytutkimusta lähetty tiedotuskirje). Ennen tutkimuksen aloittamista opiskelijoille kerrottiin tutkimuksesta ja annettiin ohjeet kyselyn suorittamiseksi. Kysymykset käytiin läpi väärinymmärrysten välttämiseksi sekä lopuksi heille jaettiin internetosoite, Webropol ohjelman kyselyyn. Vastaaminen oli vapaaehtoista, ja se tehtiin anonyymisti. Kyselyyn vastaamiseen kului aikaa noin 20 minuuttia. Kyselyn tuloksia tarkasteltiin ja analysoitiin, kun kaikki suunnitellut kyselyt on tehty. Tulosten tarkastelussa oli tarkoituksena käyttää Webropolin omia raportointityökaluja, jotka mahdollistavat aineiston analysoimisen monesta eri näkökulmasta. Webropolin raportointiosiossa pystytään suodattamaan vastauksia esimerkiksi eri tausta tietojen pohjalta ja esittää vastaukset, vaikka PDF formaatissa. Webropol -työkalujen lisäksi raportti voidaan viedä Microsoft Office Excelliin, joka muodostaa erilaisia kuvioita tuloksista. Kuvioita pystyy tarvittaessa muokkaamaan, ja tulokset saadaan myös siirrettyä myös Word -tiedostoon elävöittämään tekstiä ja tuomaan visuaalisempaa ilmettä raporttiin. Kaavioiden lisäksi osa tiedoista voidaan koota selkeisiin taulukoihin, joista tulokset on helppo hahmottaa.

## 4.8 Haastattelututkimus

Haastattelututkimus toteutettiin syksy-joulukuu 2024 välisenä aikana kahden Stadin AO opiskelijan kanssa, MS Teams etäyhteyden välityksellä. Kysymyksessä on puolistrukturoitu haastattelu. Alla haastattelukysymykset.

### Haastattelukysymykset ja perustelut elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkuun

Ennen haastattelututkimusta hahmotimme opinto-ohjaaja Petri Pajulahden kanssa, miltä nykyinen koulutuspolku näyttää. Käymämme MS Teams keskustelun pohjalta kehitimme mallin tällä hetkellä käytössä olevasta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta. Generoitu koulutuspolku malli. (Liite 1.)

Haastattelukysymykset generoitu opinto-ohjaajan opiskelijapolkumalli pohjalta. (Liite 1. Nykyinen koulutuspolku. Opinto-ohjaajan näkemys):

Vaihe 1: Tietoisuus.

- Miten alun perin kuult elintarvikkeiden valmistajan ammatista? Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, mitkä kanavat ovat olleet tehokkaita herättämään kiinnostusta alaa kohtaan.
- Mitkä asiat herättivät ensimmäisenä kiinnostuksesi elintarvikkeiden valmistukseen? Tämä auttoi ymmärtämään opiskelijan motivaatiota ja sitä, mitkä tekijät ovat olleet hänelle tärkeitä.
- Muistatko, mitkä olivat ensimmäiset ajatuksesi tästä ammatista? Tämän kysymyksen avulla voitiin kartoittaa opiskelijan alkuperäistä mielikuvaa alasta.

Vaihe 2: Harkinta

- Miten keräsit tietoa elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta? Tässä oli tarkoitus selvittää, mitä tiedonlähteitä opiskelija on hyödyntänyt ja mitkä niistä ovat olleet hänelle hyödyllisimpiä.
- Miten vertailit eri koulutusvaihtoehtoja? Kysymys auttoi ymmärtämään opiskelijan päätöksentekoprosessia ja sitä, mihin asioihin hän on kiinnittänyt huomiota.
- Kenen kanssa keskustelit alavalinnasta? Tällä kysymyksellä kartoitettiin, ketkä henkilöt ovat olleet mukana opiskelijan päätöksentekoprosessissa.

Vaihe 3: Päätös.

- Mikä sai sinut lopulta päättämään hakea elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen? Kysymys pyrki selvittämään, mikä tekijä oli ratkaiseva opiskelijan päätöksenteossa.

- Oliko sinulla muita vaihtoehtoja mielessä? Tämä auttoi ymmärtämään, oliko elintarvikkeiden valmistajan koulutus opiskelijan ensisijainen vaihtoehto.

- Millaisia odotuksia sinulla oli koulutuksen suhteen? Tämän kysymyksen avulla voitiin selvittää opiskelijan ennako-odotuksia ja toiveita.

#### Vaihe 4: Ostaminen

- Miten koit hakuprosessin? Tällä kysymyksellä kartoitettiin opiskelijan kokemuksia hakuprosessista ja sen sujuvuudesta.

- Oliko sinulla vaikeuksia hakuvaiheessa? Kysymys pyrki selvittämään, oliko hakuprosessissa jotain parannettavaa.

- Milloin ja miten sait tiedon opiskelupaikan saamisesta? Tällä kysymyksellä selvitettiin, miten opiskelupaikan saamisesta tiedotettiin ja oliko prosessi opiskelijan näkökulmasta selkeä.

#### Vaihe 5: Asiakkuus

- Millaisia kokemuksia sinulla on opinnoista tähän mennessä? Kysymyksellä kartoitettiin opiskelijan yleisiä kokemuksia opinnoista.

- Onko jotain, mitä voisimme kehittää? Kysymys antoi opiskelijalle mahdollisuuden antaa palautetta ja auttaa kehittämään koulutusta.

- Mitkä asiat ovat olleet opinnoissa parasta? Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, mitkä asiat opiskelija kokee opinnoissaan erityisen positiivisina.

#### Vaihe 6: Suosittelu.

- Suositteisitko elintarvikkeiden valmistajan koulutusta muille? Tällä kysymyksellä mitattiin opiskelijan tyytyväisyyttä koulutukseen.

- Kenelle suosittelisit tätä koulutusta? Kysymys pyrki selvittämään, millaisille ihmisille opiskelija kokee koulutuksen sopivan.

- Mitä sanoisit heille, jotka harkitsevat alaa? Tämän kysymyksen avulla opiskelija pystyi jakamaan omia kokemuksiaan ja antaa neuvoja alan valintaa pohtiville.

- Onko mielessäsi jotain, josta ei olla puhuttu, mutta haluaisit sanoa, jäikö jotain kysymättä? Kysymys antoi tilaa tuoda esiin ajatuksia, jotka eivät aiemmissa kysymyksissä olleet nousseet esiin.

(Liite 2. haastattelulomake)

## 4.9 Valintojen perustelut

Tämän opinnäytetyön lähestymistapa oli palvelumuotoilu. Lähestymistavan valinta oli helppo koska suuntautumisesta vastaava opettaja kehotti käyttämään palvelumuotoilua, sillä opinnäytetyön tulee linkittyä palveluliiketoimintaan jollakin tapaa, suuntautumiseni takia. Toiseksi olen käynyt palvelumuotoilukurssin ja sen myötä on kokemusta kertynyt lähestymistavasta, joten ymmärtäisin, se voisi edesauttaa tämän opinnäytetyön tekemistä.

Kysely mahdollistaa tiedonkeruun, datan, aiheesta opiskelijoilta. Strukturoidun kyselyn avulla voidaan tarvittaessa kerätä suurempi määrä määrällistä tietoa. Valmiiden tilastojen datan käsittely tuo tietoa kyselyn rakentamista varten, palvelupolku kertoo miten opiskelija löytää osaamisalan. (Kananen 2010.)

Strukturoidun kyselyn käyttö on perusteltua, kun empiiristä materiaalia kerätään opiskelijoiden keskuudessa. Opiskelijat saattavat olla vastahakoisia vastaamaan kyselyihin, erityisesti jos ne sisältävät paljon avoimia kysymyksiä. Sen sijaan he ovat yleensä valmiimpia vastaamaan helposti työstettävien monivalintakysymyksiin. Strukturoidun kyselyn avulla varmistetaan, että vastausten kerääminen on selkeää ja tehokasta, samalla kun se helpottaa vastaajien osallistumista ja vähentää kyselyn suorittamisen mahdollisia esteitä. Tämä lähestymistapa auttaa varmistamaan kattavan ja helposti analysoitavan aineiston keräämisen opiskelijoilta. (Kananen 2010.)

Puolistrukturoidun haastattelumenetelmän valinta perustui useisiin keskeisiin tekijöihin, jotka tukevat sen soveltuvuutta tutkimuksen tavoitteisiin. Ensinnäkin haastattelut mahdollistavat syvällisen ja monipuolisen tiedon keräämisen suoraan opiskelijoilta, jotka ovat asiantuntijoita oman opiskelunsa suhteen. Tämä on erityisen tärkeää, koska opiskelijoiden henkilökohtaiset kokemukset ja näkemykset tarjoavat arvokasta tietoa elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun eri vaiheista. Puolistrukturoitu haastattelu varmistaa, että kaikkiin keskeisiin kysymyksiin saadaan vastaukset etukäteen suunniteltujen kysymysten avulla. Haastattelut antavat mahdollisuuden esittää tarkentavia kysymyksiä ja syventyä yksityiskohtiin, joita kyselylomakkeella ei välttämättä saada esiin. (Kananen 2010.)

Toiseksi haastattelut ovat joustava menetelmä, joka mahdollistaa keskustelun kulun mukauttamisen haastateltavan vastausten perusteella. Tämä on hyödyllistä, koska se antaa haastateltaville tilaa tuoda esiin omia näkemyksiään ja kokemuksiaan vapaammin, mikä voi johtaa odottamattomiin ja arvokkaisiin tietoihin. Haastattelut mahdollistavat myös nonverbaalisten vihjeiden huomioimisen, mikä voi rikastuttaa aineiston tulkintaa. Kolmanneksi haastattelut ovat erityisen hyödyllisiä silloin, kun tutkittavasta ilmiöstä on saatavilla vain vähän tai hajanaista dokumenttiaineistoa. Elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun houkuttelevuuden lisääminen on aihe, josta ei välttämättä

ole kattavaa kirjallista aineistoa, joten asiantuntijoiden ja opiskelijoiden haastattelut tarjoavat arvokasta ensikäden tietoa. (Kananen 2010.)

#### **4.10 Aineiston analysointimenetelmät**

Tässä opinnäytetyössä aineiston analyysimenetelminä käytettiin laadullisen ja määrällisen tutkimuksen analyysimenetelmiä. Määrällisen aineiston analyysissa (Webropol ohjelmalla tehty kysely) ja esittämisessä käytetään lähinnä prosenttiosuuksien laskemista ja esittämistä, perusteluina koska otos tulee olemaan aika suppea (n.50 hengen tavoite ei täyty, ei ole opiskelijoita enemmän). Sen sijaan kyselyn aineiston avoimet kysymysten ja haastattelun analysoinnissa käytetään laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmiä ja näillä menetelmillä voidaan pyrkiä palvelumuotoilussa asiakasymmärryksen hankintaa ja analysointiin löydä ja määrittele vaiheessa. Webropol-kyselyn määrällisiä tuloksia voidaan käyttää palvelun kehittämisen lähtökohtana ja avoimien vastausten ja haastattelun laadullinen analyysi voi tuoda esiin syvällisempiä näkemyksiä asiakaskokemuksesta.

##### **4.10.1 Aineiston kvantitatiiviset analysointimenetelmät**

Ristiintaulukointi valittiin analyysimenetelmäksi, koska kysymyksissä on vain laadullisia muuttujia (monivalintakysymyksiä). Tässä työssä ei voida käyttää muita analyysejä, kuten määrällisiä tilastollisia menetelmiä. Kokonaistulos on kuitenkin pätevä riippumatta taustatekijöistä, sillä ristiintaulukointi mahdollistaa laadullisten muuttujien välisen yhteyden tarkastelun ja tarjoaa arvokasta tietoa tutkimuskysymyksiin vastaamiseksi. (Saaranen 2025; Kananen 2011a.)

Graafiset esitykset ovat tehokas tapa visualisoida dataa ja helpottaa oleellisen informaation hahmottamista. Tyypillisimpiä graafisia esitystapoja ovat pylväs- ja viivadiagrammit, sekä korrelaatiodiagrammit ja laatikko-jana-kuvio. Tutkimuksissa voidaan tarkastella yhtä, kahta tai kolmea muuttujaa eri näkökulmien mukaan tutkimuskysymyksestä. Kuvioiden tulkitsemista helpottaa vaakakselille sijoitettu taustamuuttuja ja prosenttiosuuksien määrittely taustamuuttujan ryhmissä.

Tärkeää on valita kuviot informatiivisesti ja huolehtia niiden vertailukelpoisuudesta. Otsikot sijoitetaan yleensä kuvioiden alle ja niiden muotoilulla voidaan parantaa luettavuutta. Tässä opinnäytetyössä käytetään lähinnä pylväskuvioita esittämään kyselyn tulokset selkeyden ja yksinkertaisuuden vuoksi (Tietoarkisto n.d.) Webropol esittää automattisesti tulokset diagrammi muodossa, paitsi avoimien kysymysten vastaukset.

Khiin neliö -testi on tilastollinen testi, jota käytetään mittaamaan havaittujen ja hypoteettisten taulukoiden välistä eroa. Testi määrittää p-arvon khiin neliö -todennäköisyysjakaumasta, joka vastaa kysymykseen: Kuinka todennäköistä on saada havaitun suuruinen tai vielä suurempi khiin neliö -testimuuttujan arvo ilman riippuvuutta tai eroa perusjoukossa? Pienempi p-arvo tukee riippuvuuden

tai eron yleistämistä perusjoukkoon, kun taas suurempi p-arvo viittaa siihen, että havaitut erot johtuvat todennäköisemmin otantavirheestä. (Kananen 2011, 80–84.)

Yleisesti, p-arvo alle 0,050 (5,0 %) pidetään riittävänä näyttönä riippuvuuden tai eron puolesta perusjoukossa. Testi soveltuu erityisesti kahden kategorisen muuttujan tapauksessa. Khiin neliö -testiä käytetään lukumäärille, vaikka ristiintaulukoinnissa on havainnollisempaa esittää prosentit. Khiin neliö -testimuuttujan laskemiseksi tarvitaan havaitut frekvenssit ja odotetut frekvenssit. (Kananen 2011, 80–84.)

Testimuuttuja lasketaan kaavalla:

$$\sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Kuva 4. Khiin neliö-testi kaava.

Kaavassa  $i$  edustaa yksittäisen havainnon järjestysnumeroa ja  $n$  havaintojen kokonaismäärää. Kaavassa  $O_i$  edustaa havaittua frekvenssiä (Observed) ja  $E_i$  odotettua frekvenssiä (Expected). (Kananen 2011, 80–84.)

Testin käyttöedellytykset.  $2 \times 2$  taulukossa ei saa olla yhtään alle 5 suuruista odotettua frekvenssiä. Suuremmissa taulukoissa alle 5 suuruisten odotettujen frekvenssien osuus saa olla enintään 20 % kaikista odotetuista frekvensseistä, eikä alle 1 suuruista odotettuja frekvenssejä saa olla lainkaan. (Taanila 2019.)

Opinnäytetyössäni hyödynsin Webropol -ohjelman Khiin neliö -testiä. Testiin sisällytettiin vain ne muuttujat, joilla oli tilastollista ohjelman mukaan merkitystä. Pienen aineiston vuoksi ohjelma ei kuitenkaan antanut herkästi tilastollisesti merkittäviä arvoja. Itse Khiin neliö -testi on tehty, mutta tuloksissa ei ollut tilastollisesti merkittäviä arvoja. Testin tulokset kuvaavat vain vastaajien käyttäytymistä, eikä ehkäiseviä tekijöitä löytynyt. Edistävistä tekijöistä löytyi ohjelman mukaan kaksi tilastollisesti merkitsevää. Haluan oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta, koska pidän työtä merkityksellisenä ja olen saanut hyvää tietoa elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä (esim. opinto-ohjaajalta, opettajalta tai mainoksista). Kehitysehdotuksissa kaksi muuttujaa osoittautui tilastollisesti ohjelman mukaan merkitseväksi. Selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne alalla ja mahdollisuus tehdä käytännön harjoittelua ja saada työkokemusta opintojen aikana.

Tilastollinen merkitsevyys tarkoittaa, että muuttujassa on tilastollisesti merkittävä ero 5 % riskillä, eikä se johdu sattumasta, jolloin tulos voi olla yleistettävissä. Aineisto antaa riittävästi näyttöä, että tulos on voimassa isommassakin joukossa, jota tämä pienempi aineisto edustaa. Tilastollisen merkitsevyyden edellytyksenä on, että minimi expected count on alle 5. Khiin neliö -testin saa tehdä, jos minimi expected count on yli 1, jolloin soluissa on tarpeeksi dataa. Fractionin tulisi olla enintään 20. Opinnäytetyössäni Khiin neliö -testin edellytykset eivät täysin täytyneet, sillä vaikka minimi olivat kunnossa, fraction oli kaikissa neljässä liian suuri. Syynä oli liian pieni aineiston. (Saaranen 2025) (Liite 3.)

#### **4.10.2 Aineiston kvalitatiiviset analyysimenetelmät**

Aineiston kvalitatiivisen tutkimuksen analyysimenetelmänä käytetään haastatteluaineiston referointia. Haastatteluaineistoa ei koota tai kompressoida, joten teknistä työstämistä ei tarvita. Tämä lähestymistapa mahdollistaa suoran ja selkeän esityksen haastateltavien näkemyksistä ja kokemuksista ilman lisämuokkauksia. Haastatteluaineiston referointi on käyttökelpoinen analyysimenetelmä kvalitatiivisessa tutkimuksessa, erityisesti jos tutkimusaineisto on suppea ja tutkija haluaa tuoda esiin haastateltavien äänet ja kokemukset mahdollisimman autenttisesti. On kuitenkin tärkeää tiedostaa referoinnin haitat ja pyrkiä minimoimaan ne. (Lindstedt 2024.)

Perusteluina palvelumuotoiluaiheisessa tutkimuksessani olen päätenyt käyttämään haastatteluaineiston referointia analyysimenetelmänä, koska se mahdollistaa haastateltavien näkemyksien ja kokemusten esittämisen mahdollisimman autenttisesti. Palvelumuotoilussa on tärkeää ymmärtää käyttäjien tarpeet ja kokemukset syvällisesti, ja referointi tarjoaa suoran ja selkeän tavan tuoda esiin heidän äänensä ilman lisämuokkauksia. Tämä menetelmä on erityisen käyttökelpoinen, kun tutkimusaineisto on suppea, sillä se korostaa yksilöllisiä näkemyksiä ja kokemuksia. Lisäksi referointi vähentää teknisen työstämisen tarvetta, mikä tekee analyysiprosessista suoraviivaisemman ja tehokkaamman. Olen ollut tietoinen referoinnin mahdollisista haitoista, kuten tulkinnan subjektiivisuudesta, ja pyrinkin minimoimaan ne huolellisella ja objektiivisellä lähestymistavalla.

#### **4.11 Tulosten tarkastelu**

Tulosten tarkastelussa käytettiin Webropolin omia raportointityökaluja, jotka mahdollistavat aineiston analysoimisen monesta eri näkökulmasta. Webropolin raportointiosiossa pystytään suodattamaan vastauksia esimerkiksi eri tausta tietojen pohjalta ja esittää vastaukset, vaikka PDF formaatissa. Webropol -työkalujen lisäksi raportti voidaan viedä Microsoft Office Exceliin, joka muodostaa erilaisia kuvioita tuloksista. Kuvioita pystyy tarvittaessa muokkaamaan, ja tulokset saadaan myös siirrettyä myös Word -tiedostoon elävöittämään tekstiä ja tuomaan visuaalisempaa ilmettä raporttiin. Kaavioiden lisäksi osa tiedoista voidaan koota selkeisiin taulukoihin, joista tulokset on helppo

hahmottaa. Haastattelu tallennettiin videolle, ja haastattelun materiaali litteroitiin MS Teams -litterointiohjelman avulla. Videotallennus mahdollisti haastattelun tarkemman analysoinnin ja varmisti, että kaikki tärkeät yksityiskohdat ja nonverbaaliset vihjeet tulivat huomioiduiksi. MS Teams -litterointiohjelma tarjosi tehokkaan ja tarkan tavan muuntaa puhe tekstiksi, mikä helpotti aineiston jatkokäsittelyä ja analysointia. Litterointi mahdollisti myös haastattelun sisällön systemaattisen tarkastelun ja mikä paransi tutkimuksen luotettavuutta ja vahvisti tulosten perusteltavuutta. Lisäksi litteroitu aineisto tarjosi selkeän ja helposti käytettävän pohjan tulosten esittämiselle ja havainnollistamiselle, mikä teki tutkimuksesta läpinäkyvämmän ja helpommin seurattavan.

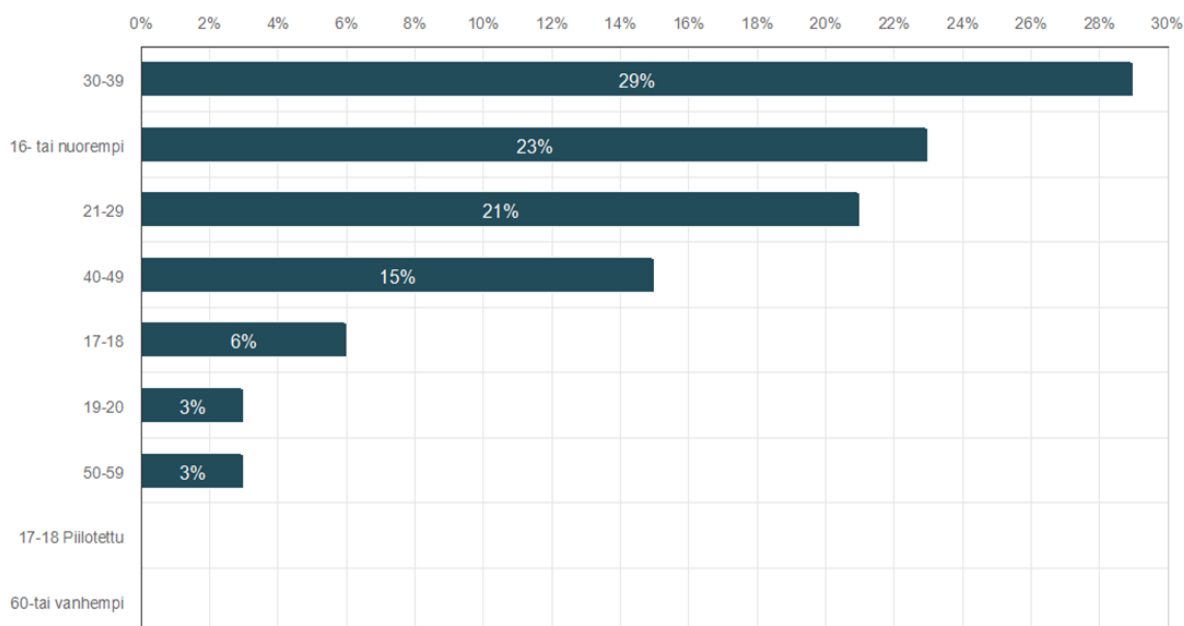
## 5 Tulokset (Määrittely)

->Löytö-Määrittely-Kehitys-Toimitus

Tässä luvussa esitetään, ensin kyselytutkimuksen tulokset, elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen valintaa estävät ja edistävät tekijät sekä kehitysehdotukset sekä toiseksi haastattelututkimuksen tulokset, miltä nykyinen koulutuspolku näyttää opiskelijoiden näkökulmasta. Kyselytutkimuksen tulokset esitetään taulukoiden, prosentiosuuksien ja tekstin avulla, ja ne sisältävät yksityiskohtaisia tietoja vastaajien ikäryhmistä, koulutustaustasta, koulutusalan valinnasta sekä estävistä ja edistävästä tekijöistä sekä kehitysehdotuksista. Haastattelututkimuksen tulokset esitetään luvun lopuksi ja ne tarjoavat syvällisemmän näkemyksen opiskelijoiden kokemuksista ja näkemyksistä nykyisessä koulutuspolussa. Haastattelutulokset esitetään tekstimuodossa, ja ne sisältävät lainauksia haastateltavilta, heidän vastauksistaan.

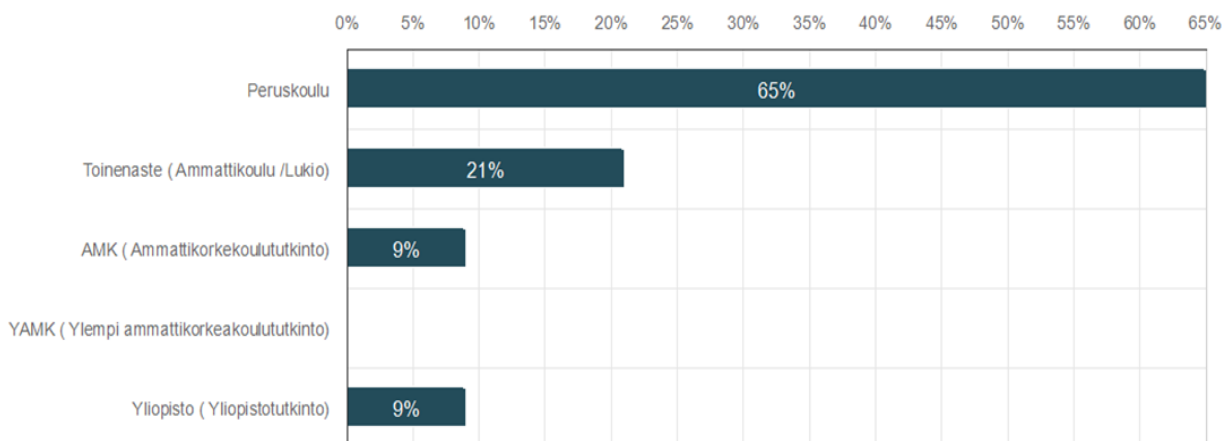
### 5.1 Kyselytutkimuksen tulokset.

Vastaajia oli yhteensä 32



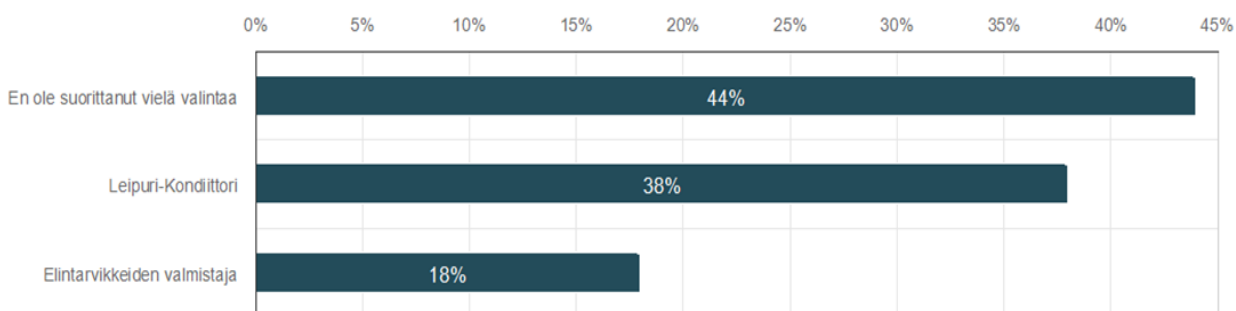
Taulukko 1. Tulokset kysymyksestä 1. Ikä (N= 32).

Tulokset kysymyksestä 1. Ikä (Mihin ikäryhmään kuulut). Suurin osa (29 %) vastaajista kuuluu 30–39-vuotiaiden ikäryhmään. Toiseksi suurin ikäryhmä on 16-vuotiaat tai nuoremmat (23 %). Kolmanneksi eniten vastaajia on 21–29-vuotiaiden ikäryhmässä (21 %). Yli 40-vuotiaiden vastaajien osuus on huomattavasti pienempi, ollen yhteensä vain 18 %.



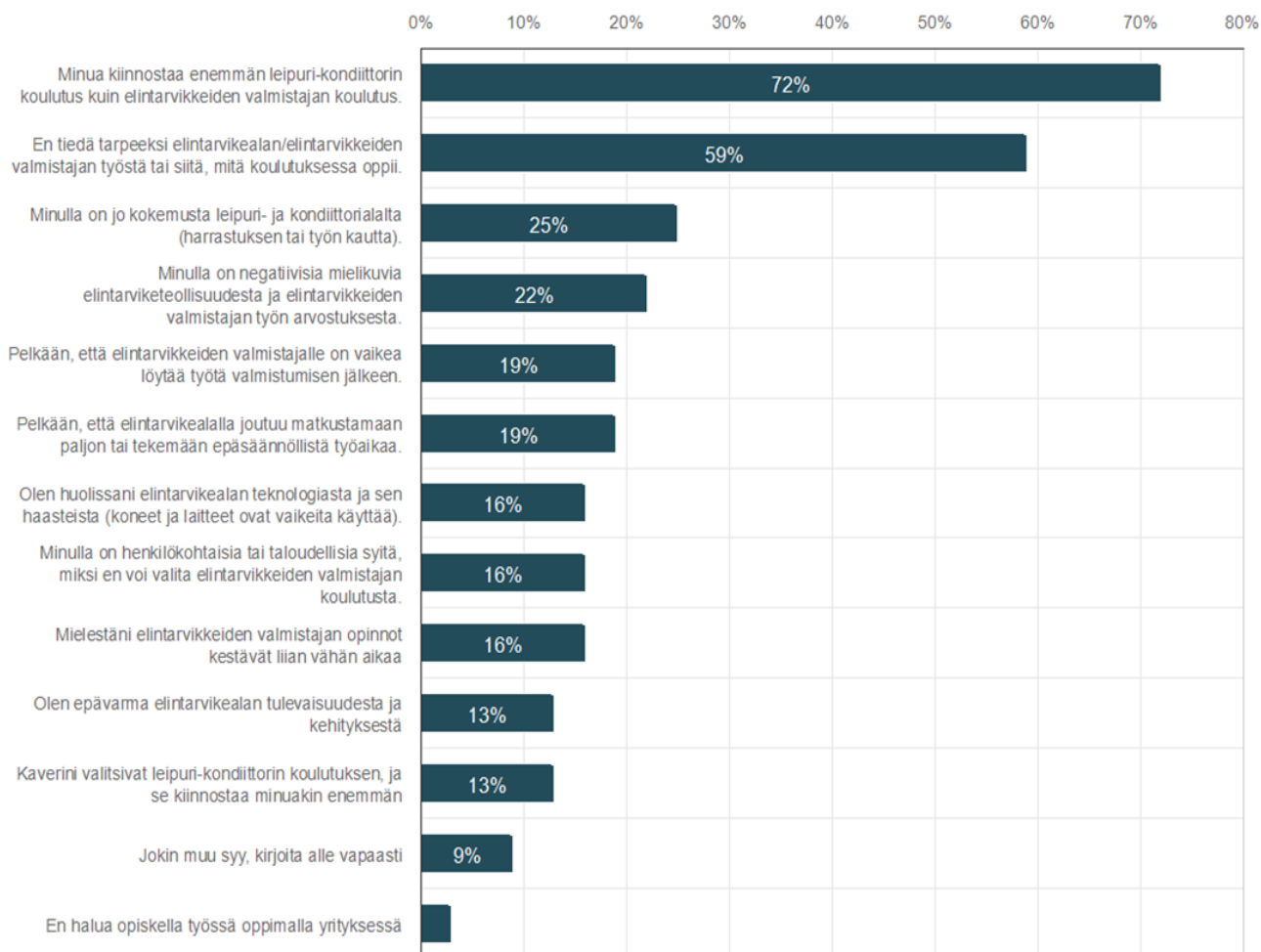
Taulukko 2. Tulokset kysymyksestä 2. Koulutus (N= 32).

Tulokset kysymyksestä 2. Koulutus (mikä on aiempi koulutuksesi). Suurin osa (65 %) vastaajista on suorittanut perusasteen koulutuksen. Toiseksi yleisin koulutustausta on toisen asteen koulutus (ammattikoulu tai lukio), johon osuu 21 % vastaajista. Ammattikorkeakoulututkinnon ja yliopistotutkinnon on suorittanut kummankin 9 % vastaajista. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneita ei ole lainkaan vastaajien joukossa.



Taulukko 3. Tulokset kysymyksestä 3. Koulutusala (N= 32).

Tulokset kysymyksestä 3. Koulutusala (minkä koulutusalan olet valinnut). Vastaajista suurin osa (44 %) ei ole vielä tehnyt lopullista koulutusalan valintaa. Leipuri-kondiittorin koulutus on selkeästi suosittumpaa (38 %) kuin elintarvikkeiden valmistajan koulutus (18 %).



Taulukko 4. Tulokset kysymyksestä 4 ESTÄVÄT TEKIJÄT. Mitkä syyt estävät sinua valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutusala? Valitse kolme (3) tärkeintä syytä. (N= 32).

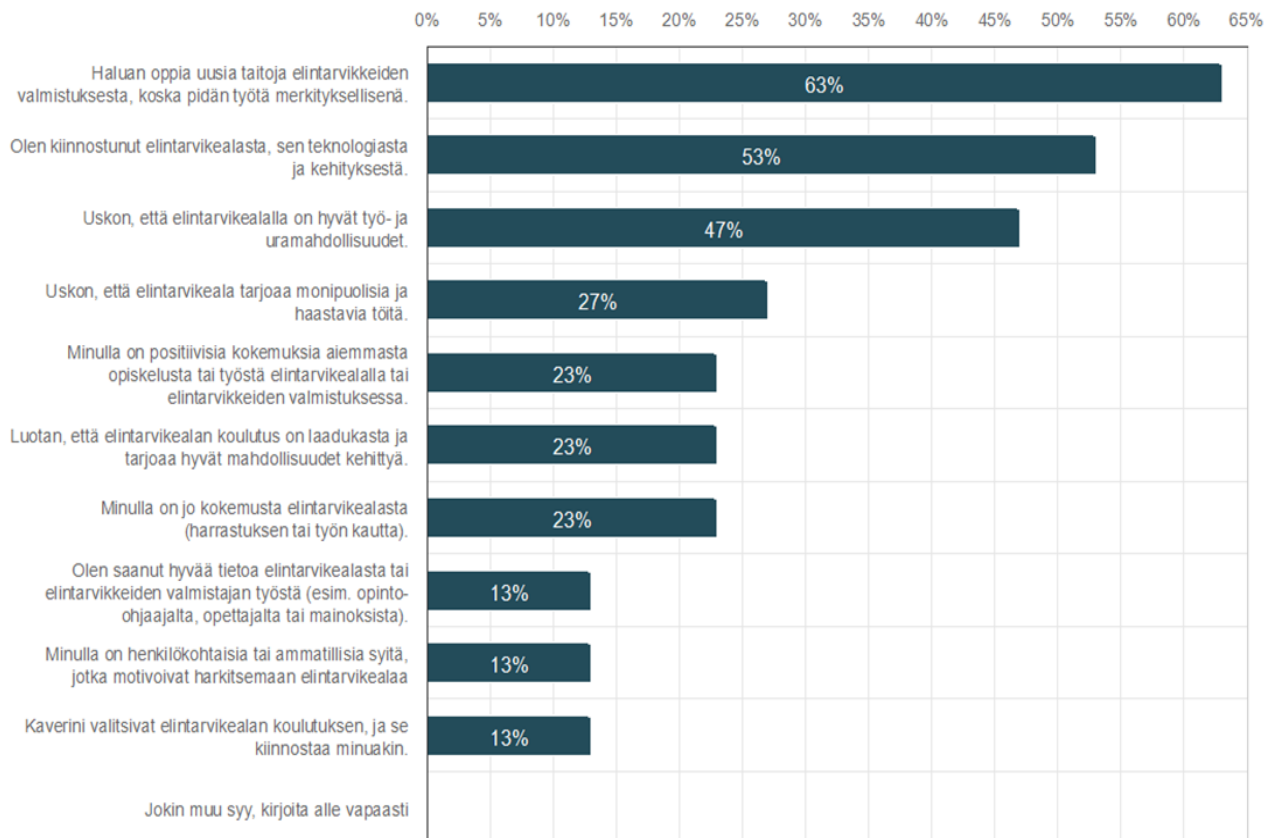
Kysymyksestä 4 ” Mitkä syyt estävät sinua valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutusala?” Vastaajilla on useita syitä olla valitsematta elintarvikkeiden valmistajan koulutusala. Yleisimmät esteet liittyvät tiedon puutteeseen, mielikuviin alasta sekä leipuri-kondiittorin koulutuksen suurempaan kiinnostavuuteen.

Tiedon puute. Suurin osa vastaajista (59 %) kokee, ettei tiedä tarpeeksi elintarvikealan tai elintarvikkeiden valmistajan työstä ja koulutuksesta.

Negatiiviset mielikuvat. Vastaajista 22 % pelkää, että elintarvikkeiden valmistajalle on vaikea löytää työtä valmistumisen jälkeen. Lisäksi 22 % vastaajilla on negatiivisia mielikuvia elintarviketeollisuudesta ja työn arvostuksesta. Ylivoimainen enemmistö vastaajista (72 %) on kiinnostuneempi leipuri-kondiittorin koulutuksesta. Muita esteitä ovat mm. huoli elintarvikealan teknologiasta (16 %),

henkilökohtaiset tai taloudelliset syyt (16 %) ja epävarmuus alan tulevaisuudesta (13 %). On kuitenkin huomionarvoista, että nämä tekijät ovat selvästi harvinaisempia kuin edellä mainitut kolme pääasiallista estettä

Tulokset kysymyksestä 5. "Jokin muu syy, kirjoita alle vapaasti" sai vain 9,4 % vastaajista valitsemaan sen. Kolme vastaajaa (9,4 %) koki, että listatuissa esteissä ei ollut heidän syytään.



Taulukko 5. Tulokset kysymyksestä 6. EDISTÄVÄT TEKIJÄT. Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että valitset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen? Valitse kolme (3) tärkeintä syytä. (N= 32).

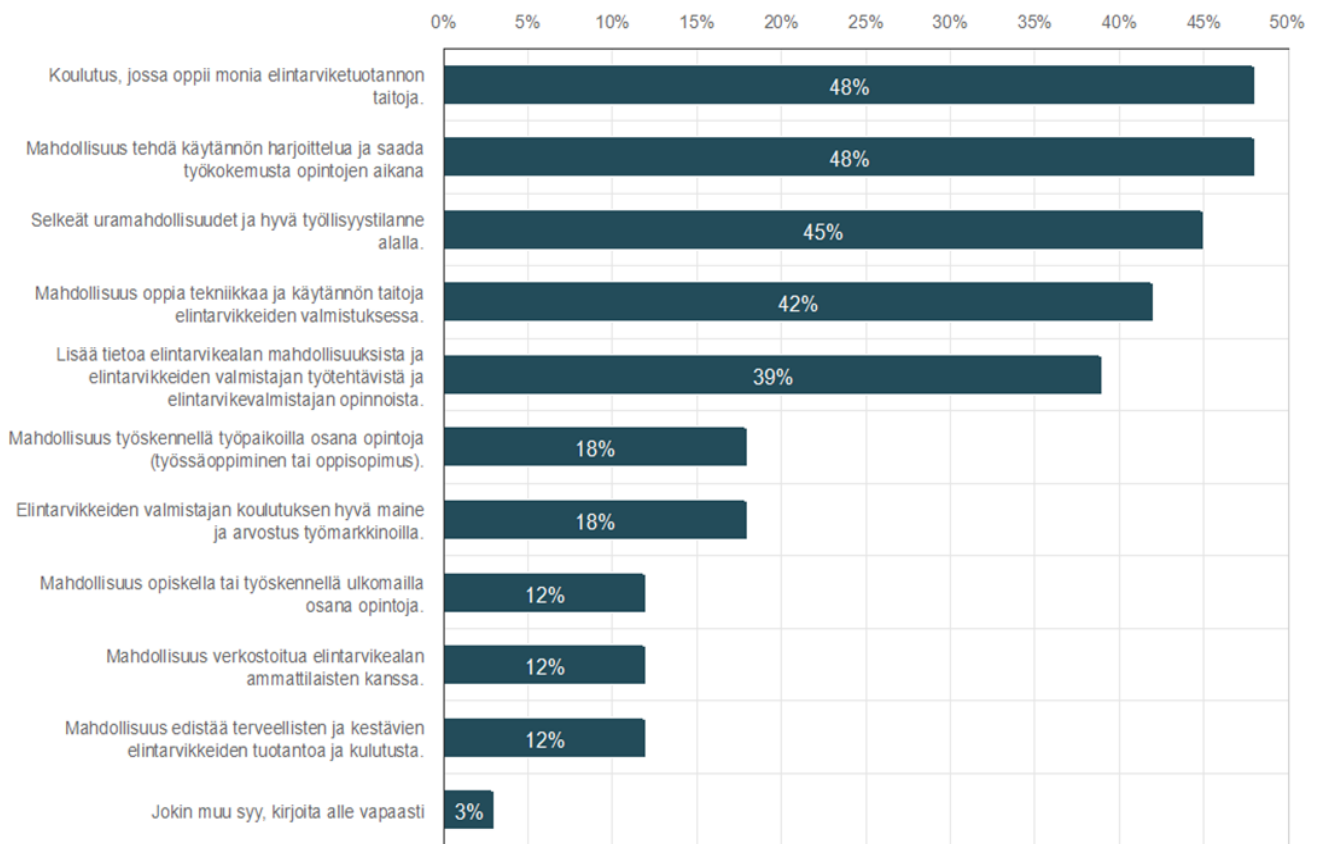
Tulokset kysymyksestä 6 "Edistävätkä tekijät"

Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että valitset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen? Valitse kolme tärkeintä syytä. Elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen valintaan vaikuttavat useat tekijät, jotka liittyvät kiinnostukseen alaa kohtaan, sen tarjoamiin uramahdollisuuksiin sekä koulutuksen laatuun.

Kiinnostus alaan ja sen teknologiaan: Useimmat vastaajat (63 %) haluavat oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta ja pitävät työtä merkityksellisenä. Lisäksi 53 % vastaajista on kiinnostunut elintarvikealasta, sen teknologiasta ja kehityksestä. Hyvät työ- ja uramahdollisuudet: Lähes puolet vastaajista (47 %) uskoo, että elintarvikealalla on hyvät työ- ja uramahdollisuudet.

Koulutuksen laatu ja monipuolisuus: Vastaajat arvostavat myös koulutuksen laatua ja sen tarjoamia mahdollisuuksia. 27 % vastaajista uskoo, että elintarvikeala tarjoaa monipuolisia ja haastavia töitä, ja 23 % luottaa elintarvikealan koulutuksen laatuun ja sen tarjoamiin kehittymismahdollisuuksiin. Muita, hieman harvinaisempia, valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat mm. positiiviset kokemukset aiemmasta opiskelusta tai työstä alalla (23 %), hyvä tieto alasta ja työstä (13 %) sekä henkilökohtaiset tai ammatilliset syyt (13 %). Kavereiden valinnat eivät vaikuta merkittävästi elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen valintaan (13 %), toisin kuin leipuri-kondiittorin koulutuksen kohdalla.

Tulokset kysymyksestä 7. ”Jokin muu syy, kirjoita alle vapaasti”. Ei yhtään vastausta!



Taulukko 6. Tulokset kysymyksestä 8. KEHITYSEHDOTUKSET. Mitkä asiat olisivat sinulle tärkeitä, jotta harkitsisit elintarvikkeiden valmistajan koulutusta? Valitse kolme (3) tärkeintä syytä. (N=32).

Tulokset kysymyksestä 8 kehitysehdotukset. Mitkä asiat olisivat sinulle tärkeitä, jotta harkitsisit elintarvikkeiden valmistajan koulutusta? Vastaajat painottavat erityisesti käytännönläheistä koulutusta, selkeitä urapolkuja ja kattavaa tietoa alasta harkitessaan elintarvikkeiden valmistajan koulutusta. Monipuolinen ja käytännönläheinen koulutus: Suurin osa vastaajista (48 %) toivoo koulu-

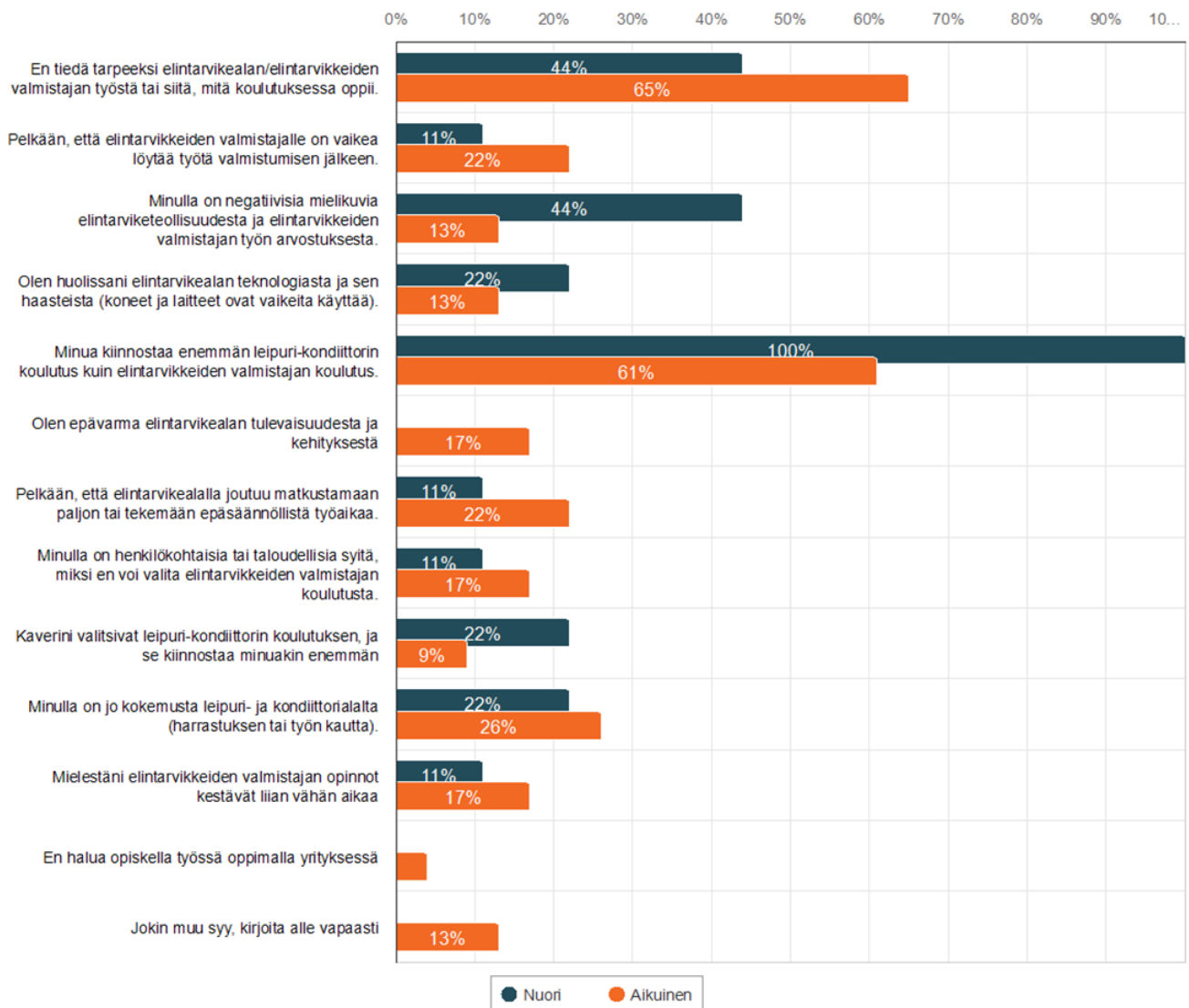
tusta, jossa opitaan monia elintarviketuotannon taitoja. Yhtä suuri osa (48 %) pitää tärkeänä käytännön harjoittelua ja työkokemuksen hankkimista jo opintojen aikana. Selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne: Vastaajista 45 % pitää tärkeänä selkeitä urapolkuja ja hyvää työllisyystilannetta alalla. Kattava tieto alasta ja sen mahdollisuuksista: Vastaajista 39 % toivoo lisää tietoa elintarvikealan mahdollisuuksista, elintarvikkeiden valmistajan työtehtävistä ja koulutuksen sisällöstä. Muita tärkeitä kehitysehdotuksia ovat mm. mahdollisuus oppia tekniikkaa ja käytännön taitoja (42 %), työpaikoilla tapahtuva oppiminen (18 %) ja alan hyvä maine ja arvostus (18 %). Vastaajat arvostavat myös mahdollisuutta verkostoitua alan ammattilaisten kanssa (12 %) sekä edistää terveellisten ja kestävien elintarvikkeiden tuotantoa ja kulutusta (12 %).

Tulokset kohdasta 9. ”Jokin muu syy, kirjoita alle vapaasti”. Ei yhtään vastausta!

Tulokset kohdasta 10. Avoin kysymys. Miten voisimme tehdä elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta kiinnostavamman opiskelijoille? Vastaajat ovat nostaneet esiin useita konkreettisia kehitysehdotuksia elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen houkuttelevuuden parantamiseksi. Keskeisimmät teemat liittyvät käytännönläheisyyteen, alan esittelyyn ja yhteistyöhön yritysten kanssa. Käytännönläheisyyden lisääminen: Vastaajat toivoivat enemmän käytännön harjoittelua ja työkokemusta opintojen aikana. He haluavat oppia monia elintarviketuotannon taitoja ja kokea, millaista työ käytännössä on. Alan esittely ja positiivisen kuvan luominen. Yhteistyön vahvistaminen yritysten kanssa: Vastaajat ehdottivat, että koulun tulisi auttaa opiskelijoita löytämään harjoittelupaikkoja isoista yrityksistä, kuten Valiolta tai Atrialta. He toivoivat myös mahdollisuutta työskennellä työpaikoilla osana opintoja. Lisäksi vastaajat toivoivat mm. kokkien ja leipureiden vierailuja, monipuolisia harjoittelumahdollisuuksia ja mielenkiintoisia mestarikursseja. Jotkut vastaajat korostivat myös erityistaitojen kehittämisen ja alan mainostamisen tärkeyttä.

## 5.2 Ristiintaulukointi, nuori ja aikuinen

Elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen valintaa estävät ja edistävät tekijät sekä kehitysehdotukset. Tutkimukseen osallistui yhteensä 32 vastaajaa, joista 28 % (9) oli nuoria, ikäryhmässä 16-vuotiaat ja nuoremmat sekä 17–18-vuotiaat. Aikuisia vastaajia oli 72 % (23), ikäryhmässä 19–60-vuotiaat ja vanhemmat.



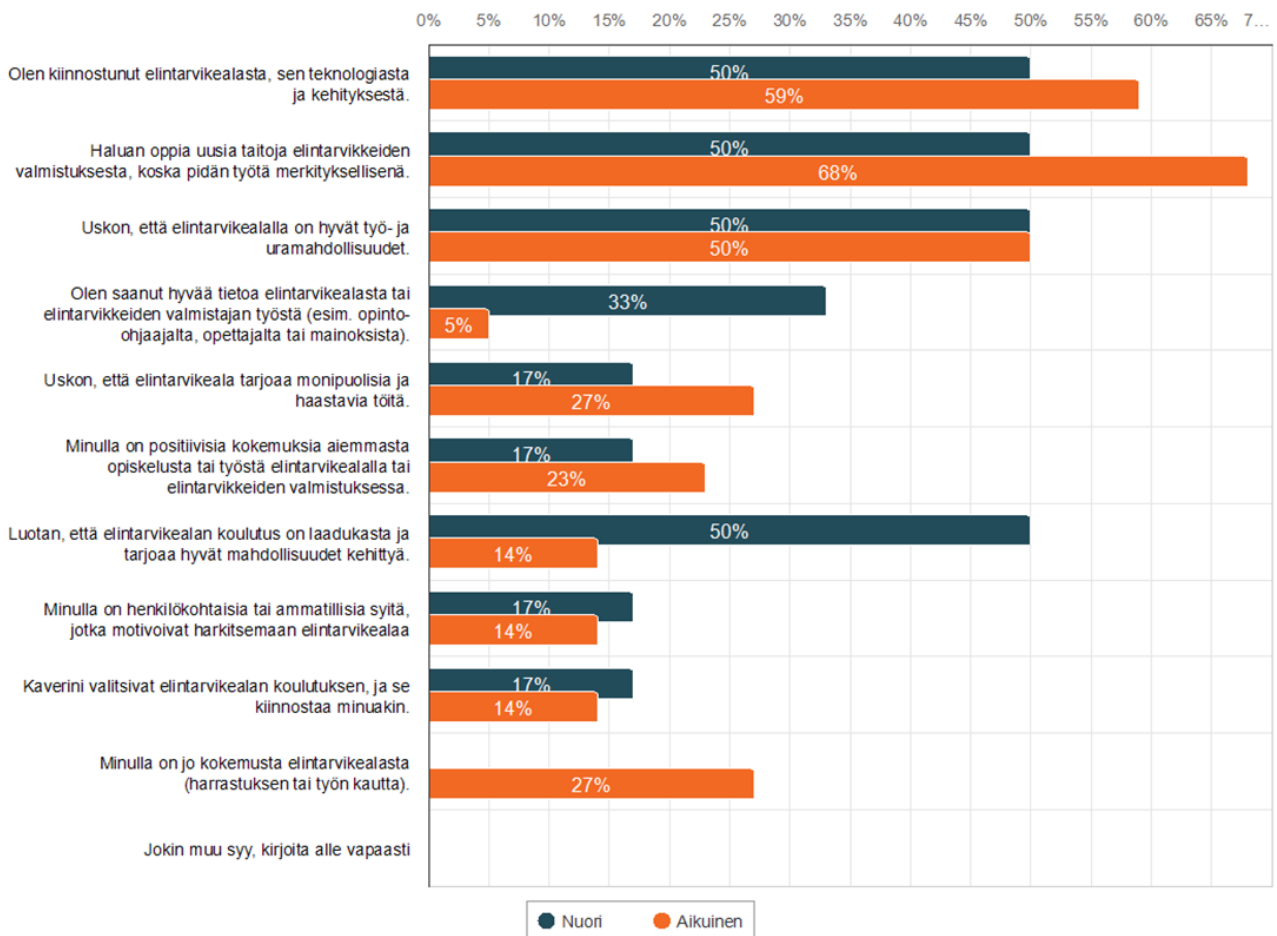
Taulukko 7. Tulokset kysymyksestä 4 ESTÄVÄT TEKIJÄT. Mitkä syyt estävät sinua valitsemasta elin-tarvikkeiden valmistajan koulutusalaan? Valitse kolme (3) tärkeintä syytä. (N= 32).

Vastausten jakautuminen nuorten ja aikuisten välillä elintarvikkeiden valmistajan koulutusalan valintaa estävissä tekijöissä on esitetty kyselyssä, jossa vastaajia on yhteensä 32. Otos on jaettu nuoriin (9 vastaajaa) ja aikuisiin (23 vastaajaa). Seuraavat syyt nousivat esille kyselyssä.

-Tiedon puute alasta: 44 % nuorista ja 65,0 % aikuisista kokee, etteivät tiedä tarpeeksi elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä ja koulutuksen sisällöstä.

-Työllistymisen pelko: 11 % nuorista ja 25 % aikuisista pelkää, että elintarvikkeiden valmistajalle on vaikea löytää töitä valmistumisen jälkeen. Negatiiviset mielikuvat: 44 % nuorista ja 13 % aikuisista kokee, että heillä on negatiivisia mielikuvia elintarviketeollisuudesta ja elintarvikkeiden valmistajan työn arvostuksesta.

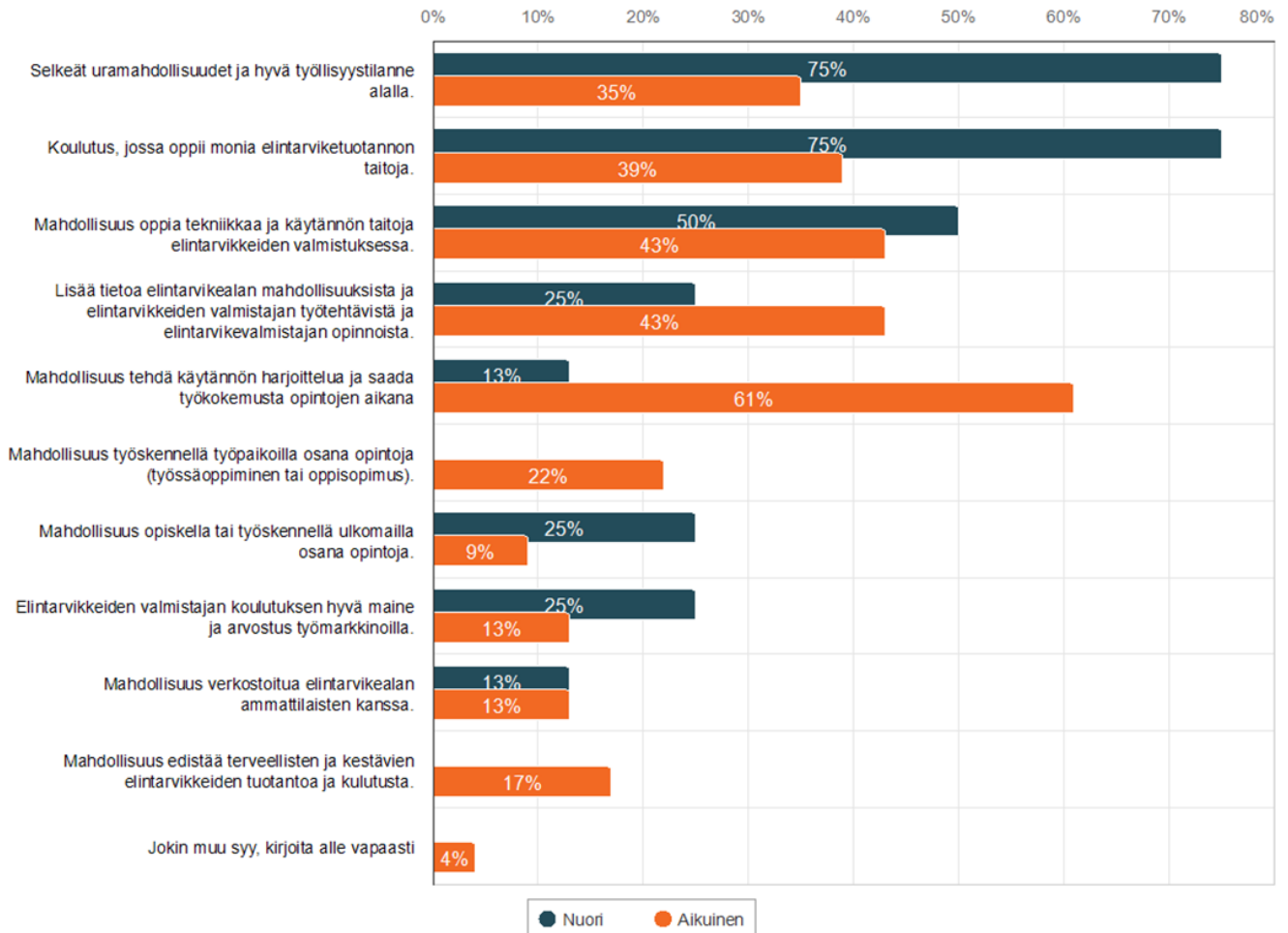
-Huoli teknologiasta: 22 % nuorista ja aikuisista 13 % on huolissaan elintarvikealan teknologiasta ja sen haasteista. Kiinnostus leipuri-kondiittorin koulutukseen: 100 % sekä nuorista että aikuisista 61 % on enemmän kiinnostunut leipuri-kondiittorin koulutuksesta. Epävarmuus alan tulevaisuudesta: Nuoret eivät olleet ottaneet kantaa 0 %, 17 % aikuisista on epävarma elintarvikealan tulevaisuudesta ja kehityksestä. Pelko epäsäännöllisestä työajasta: 11 % nuorista pelkää, ja 22 % aikuisista, että elintarvikealalla joutuu matkustamaan paljon tai tekemään epäsäännöllistä työaika. Henkilökohtaiset tai taloudelliset syyt: 11 % nuorista ja 17 % aikuisista kokee, että heillä on henkilökohtaisia tai taloudellisia syitä, miksi he eivät voi valita elintarvikkeiden valmistajan koulutusta. Ystävien valinta: 22 % nuorista ja 9 % aikuisista kokee, että kaverit valitsivat leipuri-kondiittorin koulutuksen, ja se kiinnostaa heitäkin enemmän. Kokemus leipuri- ja kondiittorialalta: 22 % nuorista ja 26 % aikuisista kokee, että heillä on jo kokemusta leipuri- ja kondiittorialalta (harrastuksen tai työn kautta). Elintarvikkeiden valmistajan opinnot kestävät liian vähän aikaa: 11 % nuorista ja 17 % aikuisista. Lisäksi joitakin muita syitä avoimista vastauksista, jotka estävät vastaajia valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutusala, ovat esimerkiksi halu avata oma myymälä ja kokemus siitä, että elintarvikevalmistajan työ vaikuttaa masentavalta.



Taulukko 8. Tulokset kysymyksestä 6. EDISTÄVÄT TEKIJÄT. Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että valitset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen? Valitse kolme (3) tärkeintä syytä. (N= 32).

Kyselyn mukaan elintarvikkeiden valmistajan koulutusalan valintaa edistävät tekijät jakautuvat nuorten (9 vastaajaa) ja aikuisten (23 vastaajaa) välillä seuraavasti. Kiinnostus alaan: 50,0 % nuorista ja 59 % aikuisista on kiinnostunut elintarvikealasta, sen teknologiasta ja kehityksestä. Uusien taitojen oppiminen: 50,0 % nuorista ja 68 % aikuisista haluaa oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta, koska pitävät työtä merkityksellisenä. Työ- ja uramahdollisuudet: 50,0 % nuorista ja 50 % aikuisista uskoo, että elintarvikealalla on hyvät työ- ja uramahdollisuudet. Hyvä tieto alasta: 33,0 % nuorista on saanut hyvää tietoa elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä. Aikuisista 5 %. Monipuoliset ja haastavat työt: 17 % nuorista ja 27 % aikuisista uskoo, että elintarvikeala tarjoaa monipuolisia ja haastavia töitä. Positiiviset kokemukset: 17 % nuorista ja 23 % aikuisista kokee, että heillä on positiivisia kokemuksia aiemmasta opiskelusta tai työstä elintarvikealalla tai elintarvikkeiden valmistuksessa. Koulutuksen laatu: 50,0 % nuorista luottaa, että elintarvikealan koulutus on laadukasta ja tarjoaa hyvät mahdollisuudet kehittyä. Aikuisista 14 %. Henkilökohtaiset tai ammatilliset syyt: 14 % nuorista kokee, että heillä on henkilökohtaisia tai ammatillisia syitä, jotka motivoivat harkitsemaan elintarvikealaa. Aikuisista 17 %. Ystävien valinta: 17 % nuorista ja 14 %

aikuisista kokee, että kaverit valitsivat elintarvikealan koulutuksen, ja se kiinnostaa heitäkin. Kokeemus alalta: 27 % aikuisista kokee, että heillä on jo kokemusta elintarvikealalta (harrastuksen tai työn kautta). Nuorista kukaan ei maininnut tätä.



Taulukko 9. Tulokset kysymyksestä 8. KEHITYSEHDOTUKSET. Mitkä asiat olisivat sinulle tärkeitä, jotta harkitsisit elintarvikkeiden valmistajan koulutusta? Valitse kolme (3) tärkeintä syytä. (N=32).

Kyselyn mukaan kehitysehdotukset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen houkuttelevuuden lisäämiseksi jakautuvat nuorten (9 vastaajaa) ja aikuisten (23 vastaajaa) välillä seuraavasti. Uramahdollisuudet ja työllisyys: 75 % nuorista ja 35 % aikuisista pitää tärkeänä, että alalla on selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne.

-Monipuoliset taidot: 75 % nuorista ja 39 % aikuisista haluaa koulutusta, jossa oppii monia elintarviketuotannon taitoja. Tekniikka ja käytännön taidot: 50,0 % nuorista ja 43 % aikuisista haluaa mahdollisuuden oppia tekniikkaa ja käytännön taitoja elintarvikkeiden valmistuksessa.

Lisätietoa alasta: 25 % nuorista ja 43 % aikuisista kaipaa lisää tietoa elintarvikealan mahdollisuuksista ja elintarvikkeiden valmistajan työtehtävistä sekä opinnoista.

Käytännön harjoittelu: 13 % nuorista ja 61 % aikuisista haluaa mahdollisuuden tehdä käytännön harjoittelua ja saada työkokemusta opintojen aikana. Työssäoppiminen: 22 % aikuisista piti tärkeänä mahdollisuutta työskennellä työpaikoilla osana opintoja (työssäoppiminen tai oppisopimus). Opiskelu ulkomailla: 25 % nuorista ja 9 % aikuisista toivoo mahdollisuutta opiskella tai työskennellä ulkomailla osana opintoja.

Koulutuksen maine: 25 % nuorista ja 13 % aikuisista pitää tärkeänä, että elintarvikkeiden valmistajan koulutuksella on hyvä maine ja arvostus työmarkkinoilla. Verkostoituminen: nuorista 13 % ja 13 % aikuisista haluaa mahdollisuuden verkostoitua elintarvikealan ammattilaisten kanssa. Kestävä kehitys: Aikuista 17 % piti tärkeänä mahdollisuutta edistää terveellisten ja kestävien elintarvikkeiden tuotantoa ja kulutusta. Jokin muu syys, ei yhtään vastausta.

Yhteenveto, ristiintaulukointi nuori ja aikuinen. Nuorten ja aikuisten mielipiteitä elintarvikkeiden valmistajan koulutusalan valintaan liittyen.

-Estävät tekijät, tiedon puute alasta koetaan yleisemmin aikuisissa kuin nuorissa. Negatiiviset mielikuvat elintarviketeollisuudesta ovat yleisempiä nuorilla kuin aikuisilla. Kiinnostus leipuri-kondiittorin koulutukseen on yhtä suurta molemmissa ryhmissä.

-Edistävät tekijät, kiinnostus alaan on suurempaa aikuisissa kuin nuorissa. Uusien taitojen oppiminen on tärkeää molemmille ryhmille. Työ- ja uramahdollisuudet nähdään parempina aikuisissa kuin nuorissa. Hyvä tieto alasta on edistävää tekijä nuorilla, mutta ei mainittu aikuisilla. Kokemus alalta mainitaan edistävänä tekijänä ainoastaan aikuisissa.

-Kehitysehdotukset, uramahdollisuudet ja työllisyys ovat tärkeitä sekä nuorille että aikuisille. Monipuoliset taidot ovat tärkeämpiä nuorille kuin aikuisille. Lisätietoa alasta on tärkeämpää aikuisille kuin nuorille. Käytännön harjoittelu on tärkeämpää aikuisille kuin nuorille. Yhteenvetona voidaan todeta, että nuorten ja aikuisten mielipiteissä on sekä yhtäläisyyksiä että eroja. Nuoret korostavat negatiivisia mielikuvia ja monipuolisia taitoja, kun taas aikuiset painottavat tiedon puutetta ja käytännön harjoittelua. Molemmat ryhmät pitävät kuitenkin tärkeänä uramahdollisuuksia ja työllisyyttä.

Estävät tekijät	Tiedonpuute, negatiiviset mielikuvat, leipurikondiittorin koulutus
Edistävät tekijät	Uusien taitojen oppiminen, työ- ja uramahdollisuudet, hyvä tieto alasta, kokemus alalta
Kehitysehdotukset	Uramahdollisuudet, työllistyminen, monipuoliset taidot, käytännön harjoittelu

Taulukko 10. Yhteenveto, ristiintaulukointi nuori ja aikuinen. Nuorten ja aikuisten mielipiteitä elintarvikkeiden valmistajan koulutusalan valintaan liittyen.

### 5.3 Haastattelututkimuksen tulokset.

Opiskelija	Vaihe 1: Tietoisuus Vaihe	vaihe 2: Harkinta	Vaihe 3: Päätös	Vaihe 4: Ostaminen	Vaihe 5: Asiakkuus	Vaihe 6: Suositteleva
Vaihe kuvaus	Opiskelija saa ensimmäisen käsityksen elintarvikkeiden valmistajan ammattista.	Opiskelija harkitsee vakavammin alan valintaa ja kerää tietoa eri koulutuksista	Opiskelija päättää hakea koulutukseen	Opiskelija aloittaa opinnot.	Opiskelija suorittaa opintoja ja kehittyy ammattilaisena	Opiskelija suosittelee koulutusta muille ja toimii alan edustajana.
Pää-tavoite	Tulla tietoiseksi ja herättää kiinnostus, alaa kohtaan.	Varmistaa, että ala sopii omiin kiinnostuksen kohteisiin ja tavoitteisiin	Tekee päätöksen koulutuksen aloittamisesta	Muuttuu virallisesti opiskelijaksi	Saavuttaa asetetut opintotavoitteet ja valmistuu.	Lisää koulutuksen tunnettuutta ja houkuttelee uusia opiskelijoita
Vuoro vaikutuksen koskevat pisteet	Opettaja, ystävä, perhe	Äiti, opettaja, ystävä	Äiti, ystävä	Opettajan puhelinsoitto	Opettajat, opiskelijajyhteisö, työharjoittelu paikat	Keskustelut muiden kanssa
Digi-taaliset koskevat pisteet	Google-haut, Stadin AO:n sivut	Stadin AO:n verkkosivut, Google	Stadin AO:n verkkosivut	Tekstiviesti, sähköposti, hakulomake Stadin AO:n	Verkkokurssit ja oppimisympäristöt	Sosiaalinen media
Tekee	H1 kuuli ammattista ensin äidiltään ja myöhemmin valmentavan koulutuksen opettajaltaan. H2 oli työskennellyt jo alalla useita vuosia, kun ystävä kertoi hänelle alan tutkinnosta. Molemmat hakivat lisätietoa netistä.	H1 ei vertaillut eri koulutusvaihtoehtoja, vaan Stadin AO oli hänelle selkeä valinta sijainnin vuoksi. Myöskään H2 ei vertaillut vaihtoehtoja, vaan haki suoraan Stadin AO:n, koska se oli hänelle tuttu ja lähellä.	H1 päätti hakea koulutukseen, koska halusi työskennellä tuotannossa ja ruoan parissa. H2 haki, koska halusi vaativampiin työtehtäviin ja uskoi tutkinnon avaavan ovia.	Molemmat hakivat koulutukseen Stadin AO:n verkkosivujen kautta.	H1 piti teoriaopetuksesta ja käytännön työskentelystä keittiössä. H2 oli tyytyväinen opettajan kanssa tehtyihin opintosuunnitelmiin, mutta koki teoriaopetusta olevan liian vähän.	Molemmat suosittelevat koulutusta muille.
Ajattelee	H1 oli kiinnostunut tuotantotyöstä ja ruoanlaitosta. H2 piti alaa aluksi tylsänä, mutta kiinnostui sen monipuolisuudesta työskennellessään marinadin valmistuksessa	Molemmat pohtivat koulutuspaikan sijaintia suhteessa arjen sujuvuuteen	H1 halusi seurata äitinsä jalanjälkiä ja työskennellä samassa yrityksessä. H2 uskoi tutkinnon parantavan työllistymismahdollisuuksia.	Molemmat kokivat hakuprosessin helpoksi ja selkeäksi.	H1 koki olonsa joskus yksinäiseksi, kun muut olivat työharjoittelussa. H2 kritisoi näyttöjärjestelmää, jossa opettaja ei enää tule työpaikalle	H1 korostaa alan työpaikkojen määrää ja omaa positiivista kokemustaan. H2 painottaa hyvää työllisyystilannetta
Tuntee	H1 vaikutti innostuneelta alasta jo alusta alkaen. H2:n asenne muuttui negatiivisesta positiiviseksi käytännön kokemusten myötä	Haastatteluista ei ilmene selkeitä tunteita harkintavaiheessa	Molemmat vaikuttavat määrätietoisilta ja uskovat tehneensä oikean päätöksen.	Haastatteluista ei ilmene selkeitä tunteita hakuvaiheessa	H1 vaikuttaa tyytyväiseltä opintoihinsa, mutta kaipaa lisää ryhmätyöskentelyä. H2 on hieman pettynyt teoriaopetuksen vähäisyyteen	Molemmat vaikuttavat tyytyväisiltä koulutukseen

Taulukko 11. Nykyinen koulutuspolku. Opiskelijoiden näkemys.

Vaihe 1:

Tietoisuus

1.Miten alun perin kuulit elintarvikkeiden valmistajan ammatista? H1 ja H2 vastaukset, kysymykseen elintarvikealan tietoisuudesta. Molemmat haastateltavat kuuluivat elintarvikkeiden valmistajan ammatista käytännön kautta, mutta eri tavoin.

H1: Haastateltu oli valmentavassa koulutuksessa ennen elintarvikealan opintoja. Siellä opettaja kertoi alasta ja sen mahdollisuuksista. Myös haastatellun äiti työskenteli tuotannossa ja oli kertonut työstään. Haastateltu oli tutustunut alaan myös internetin kautta ja Stadin AO:n sivuilla, hakiessaan elintarvikealan perustutkintoa.

H2: H2 oli työskennellyt jo useita vuosia elintarviketeollisuudessa, mm. liha- ja jäätelötehtaalla. Hän päätti myöhemmin hankkia alan tutkinnon. Hän sai tietoa tutkinnosta ystävältään, joka oli suorittanut saman tutkinnon. Lisäksi hän oli hakenut tietoa Googlestä ja Stadin AO:n sivuilta.

2.Mitkä asiat herättivät ensimmäisenä kiinnostuksesi elintarvikkeiden valmistukseen?

H1 ja H2 vastauksista kysymykseen voidaan tunnistaa erilaisia motivaatiotekijöitä.H1: Haastatellun kiinnostus alaan heräsi halusta työskennellä tuotannossa ja ruoan parissa. Tämä halu juontaa juurensa H1 äidistä, joka työskenteli tuotantotyössä ja jonka kanssa H1 toivoi joskus työskentelevänsä. H1 pääsi tutustumaan Fazerin makeistehtaaseen valmentavan koulutuksensa aikana, mikä vahvisti hänen kiinnostustaan alaan.

H2: Haastatellun kiinnostus syttyi vasta työskenneltyään jo jonkin aikaa elintarvikealalla. Aluksi hän oli pitänyt alaa tylsänä, koska hän työskenteli liukuhihnatyössä. Työskennellessään marinadin valmistuksessa hän alkoi kuitenkin nähdä alan monipuolisuuden ja mielenkiintoisuuden. H2 mainitsee myös, että on aina pitänyt ruoanlaitosta, mikä on varmasti vaikuttanut hänen kiinnostukseensa alaan.

3.Muistatko, mitkä olivat ensimmäiset ajatuksesi tästä ammatista?

H1 ja H2 vastaukset kysymykseen paljastivat heidän alkuperäiset mielikuvansa alasta ja miten ne erosivat toisistaan. H1: Haastatellun vastaus ei suoraan anna vastausta kysymykseen hänen ensimmäisistä ajatuksistaan. Hän puhuu sen sijaan valmentavasta koulutuksestaan ja tutustumisestaan alaan. Hänen mielikuvansa ammatista olivat positiivisia jo alusta alkaen, sillä hän oli kiinnostunut tuotantotyöstä ja ruoanlaitosta.

H2: H2 ensimmäiset ajatukset ammatista olivat negatiivisia. Hän piti työtä tylsänä ja liukuhihnatyökeskeisenä. Tämä mielikuva perustui hänen kokemukseensa makkaratehtaalla työskentelystä. Haastateltu kuitenkin muutti mielensä työskennellessään marinadin valmistuksessa ja nähdessään alan monipuolisuuden.

Vaihe 2: Harkinta

4.Miten keräsit tietoa elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta? H1 ja H2 kertoivat haastattelussa, miten he molemmat hyödynsivät useita tiedonlähteitä, mutta painotukset erosivat hieman.

H1:H1 sai tietoa koulutuksesta ensisijaisesti äidiltään ja valmentavan koulutuksen opettajaltaan. Äiti työskenteli tuotantoalalla ja osasi kertoa H1 alan työtehtävistä ja koulutusmahdollisuuksista. Opettaja puolestaan esitteli H1 elintarvikealan perustutkintoa ja sen tarjoamia ammattivaihtoehtoja.

H1 hyödynsi tiedonhaussa myös internetiä, erityisesti Stadin AO:n verkkosivuja. Hän haki tietoa elintarvikealan perustutkinnosta Helsingissä ja löysi Stadin AO:n sivut hakutulosten kärjestä.

H2:H2 sai tietoa koulutuksesta alun perin ystävältään, joka oli suorittanut saman tutkinnon. Ystävä osasi kertoa H2 koulutuksen sisällöstä ja työllisyysnäkömistä. Haastateltu haki lisätietoa Googlestä ja päätyi Stadin AO:n verkkosivuille. Sivuilta hän luki elintarvikkeiden valmistajan työtehtävistä ja koulutuksen sisällöstä. Hyödyllisin tiedonlähde hänelle oli ystävä, joka osasi antaa henkilökohtaista näkökulmaa koulutukseen ja alaan. Google ja Stadin AO:n sivut tarjosivat puolestaan yleisluontoisempaa tietoa.

5.Miten vertailit eri koulutusvaihtoehtoja? H1 ja H2 vastaukset kysymykseen antavat kuvan siitä, miten he tekivät päätöksensä hakea elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen ja mihin asioihin he kiinnittivät huomiota päätöksentekoprosessissa.

H1: H1 ei vertaillut eri koulutusvaihtoehtoja tai -paikkoja. Stadin AO oli hänelle selkeä valinta, koska se sijaitsi lähellä hänen kotiaan. Pitkä matka olisi vaikeuttanut arkea, sillä hänellä on lapsia. Koulutuspaikan sijainti ja sen vaikutus arjen sujuvuuteen olivat hänelle ratkaisevia tekijöitä.

H2: Myöskään H2 ei vertaillut eri koulutusvaihtoehtoja. Hän haki suoraan Stadin AO:n, koska se oli hänelle tuttu ja luonteva valinta. Haastateltu asui jo valmiiksi kävelymatkan päässä oppilaitoksesta, joten sijainti oli hänellekin eduksi. H2 tapauksessa tuttuus ja helppous ovat tärkeimmät päätöksentekokriteerit.

6.Kenen kanssa keskustelit alavalinnasta? Kysymys pyrki selvittämään, ketkä henkilöt ovat olleet mukana H1 ja H2 päätöksentekoprosessissa.

H1: H1 keskusteli alavalinnastaan äitinsä ja valmentavan koulutuksen opettajansa kanssa. Äidillä oli vaikutusta, sillä hän työskenteli tuotannossa ja H1 toivoi työskentelevänsä joskus äitinsä kanssa. Opettaja puolestaan esitteli H1 alan koulutusmahdollisuuksia ja ammattivaihtoehtoja.

H2: H2 päätöksentekoprosessissa merkittävin rooli oli ystävällä, joka oli aiemmin suorittanut saman tutkinnon. Ystävän kokemukset ja tiedot alasta rohkaisivat H2 hakeutumaan koulutukseen. H2 mainitsee myös, että aiemman ammatinvalintaansa liittyen hän keskusteli opettajan ja vanhempien kanssa, mutta elintarvikealan kohdalla he eivät olleet mukana päätöksenteossa.

### Vaihe 3: Päätös

7. Mikä sai sinut lopulta päättämään hakea elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen? Kysymys pyrki selvittämään, mikä tekijä oli lopulta ratkaisevin H1 ja H2:n päätöksentekoprosessissa. Vastauksista käy ilmi, että molemmilla oli jo vahva kiinnostus alaa kohtaan ja päätöstä tuki useampi tekijä.

H1: H1 kohdalla ratkaisevia tekijöitä olivat halu työskennellä tuotannossa ja ruoan parissa sekä mahdollisuus työskennellä samalla alalla äitinsä kanssa. Hän mainitsee haastattelussa, että "eka asia on, mä haluan olla tuotannosta työssä, ruoan parissa." Lisäksi hän kertoo haluavansa jatkaa äitinsä jalanjäljissä ja työskennellä samassa yrityksessä: "Menen hänen kanssansa samaan työhön, niin mä ajattelen. Mä pääsen myös ammattikouluun". Koulutuspaikan sijainti lähellä kotia oli myös merkittävä tekijä H1 päätöksessä, sillä se helpotti perheen arkea.

H2: H2 kohdalla ratkaiseva tekijä oli halu päästä vaativampiin työtehtäviin ja edetä urallaan. Hän oli jo hankkinut runsaasti käytännön kokemusta alalta ja uskoi, että alan tutkinto avaisi ovia uusiin mahdollisuuksiin. H2 toteaa, että "Mulla oli ajatus se, että kun on alan paperit, niin voisit päästä vielä vaativimpiin työtehtäviin, niinku hieman helpommin, kun on koulutus." H2 ei mainitse haastattelussa muita erityisiä tekijöitä, jotka olisivat vaikuttaneet hänen päätökseensä.

8. Oliko sinulla muita vaihtoehtoja mielessä? Kysymys pyrki selvittämään, oliko elintarvikkeiden valmistajan koulutus H1 ja H2 ensisijainen vaihtoehto vai harkitsivatko he muita uravaihtoehtoja.

H1: H1 elintarvikkeiden valmistajan koulutus oli ensisijainen ja ainoa vaihtoehto. Hän ei harkinnut muita vaihtoehtoja, koska halusi työskennellä tuotantoalalla ja ruoan parissa. Tätä halua vahvisti H1 äiti, joka työskenteli jo alalla. Haastattelussa H1 vastaa kysymykseen suoraan: "Juu", kun häneltä kysyttiin, oliko hänellä muita vaihtoehtoja mielessä. Tämä vahvistaa, että elintarvikeala oli hänelle selkeä ja ainoa tavoite.

H2: H2 elintarvikkeiden valmistajan koulutus oli myös ensisijainen vaihtoehto. Haastattelussa hän toteaa: "Ei ollut muita" vastatessaan kysymykseen vaihtoehtoista. H2 oli jo aiemmin työskennellyt alalla ja hankkinut käytännön kokemusta. Hän halusi alan tutkinnon voidakseen edetä urallaan ja saada vaativampia työtehtäviä.

9. Millaisia odotuksia sinulla oli koulutuksen suhteen? Kysymys pyrki selvittämään H1 ja H2 ennakko-odotuksia ja toiveita elintarvikkeiden valmistajan koulutusta kohtaan. Vastauksista käy ilmi, että heidän odotuksensa erosivat toisistaan.

H1: H1 toivoi, että opetus olisi selkeää ja helposti ymmärrettävää, erityisesti maahanmuuttajille. Hän toivoi, että opettajat käyttäisivät selkokieltä ja että opiskelumateriaalit olisivat saatavilla myös muulla kielellä kuin suomeksi. Haastateltu kokee olevansa maahanmuuttaja ja toivoo opetuksen ottavan huomioon hänen kielelliset tarpeensa. Hän mainitsee haastattelussa: "Ja kun mä tiedän, mä pääsen kouluun niin mä toivon, että, se ope sanoo sen helposti. Selkeellä kielellä maahanmuuttajille, että se, mä maahanmuuttaja, niin voi ymmärtää tämä, mitä se ope puhuu ja." H1 toivoi myös enemmän itsenäisiä tehtäviä ja kokeita, jotta hän olisi voinut testata omaa osaamistaan ja saada palautetta.

H2: H2 puolestaan toivoi koulutukselta paljon teoriaa, sillä hänellä oli jo runsaasti käytännön kokemusta alalta. Hän toivoi erityisesti, että opetus käsitelisi mikrobiologiaa. Haastateltu mainitsee haastattelussa: "Ja mulla oli itse asiassa toiveena, että siellä olisi mahdollisimman paljon teoriaa, kun se käytäntö oli mulle jo aika tuttua työn kautta." H2 oli pettynyt siihen, että teoriaopetusta oli mielestään liian vähän, eikä mikrobiologiaa käsitelty lainkaan.

#### Vaihe 4: Ostaminen

10. Miten koit hakuprosessin? Kysymys pyrki selvittämään H1 ja H2 kokemuksia hakuprosessista ja sen sujuvuudesta. Molemmat kokivat prosessin helpoksi ja selkeäksi.

H1: H1 mielestä hakuprosessi oli helppo. Ainoa haaste oli muistaa hakuaika. Hän koki, että haakuohjeet ja prosessin vaiheet olivat selkeät ja ymmärrettävät. H1 mainitsee haastattelussa: "Kyllä ei ole niin vaikeaa. Pitäisi itse muistaa se hakuaika päättyy, jota tietäisi minä aikana pitäisi hakea ja." Hän myös lisää: "Menee se, kunhan tulee jotain viestillä. Niin mitä sitten tapahtuu, niin on kaikki, on selkeää."

H2: H2 koki hakuprosessin erittäin helpoksi. Hän antoi sille arvosanan 10/10 asteikolla 1–10. Hän löysi hakulomakkeen Stadin AO:n verkkosivuilta ja koki, että hakeminen oli vaivatonta. H2 toteaa: "Se oli ihan simppele, ei mitään." Hän lisää: "Mun mielestä mä Stadin AO sivuilta päädyin johonkin ja sieltä sitten. Joo oli siellä."

11. Oliko sinulla vaikeuksia hakuvaiheessa? Kysymys pyrki selvittämään, oliko Stadin AO:n hakuprosessissa jotain parannettavaa H1 ja H2 kokemusten perusteella. Yleisesti ottaen kumpikaan ei kokenut merkittäviä vaikeuksia hakuvaiheessa.

H1: H1 ei maininnut varsinaisia vaikeuksia hakuprosessissa lukuun ottamatta hakuajan muistamista. Hän koki, että hakuprosessi oli selkeä ja ohjeistus ymmärrettävää. Kun haastattelija kysyi tarkentavia kysymyksiä mahdollisista parannusehdotuksista, H1 ei osannut esittää mitään konkreettista. Tämä viittaa siihen, että H1 oli tyytyväinen hakuprosessiin ja koki sen sujuneen hyvin.

H2: H2 ei myöskään kokenut mitään vaikeuksia hakuvaiheessa. Hän kuvaili prosessia "simppeleiksi" ja antoi sille arvosanan 10/10. H2 löysi hakulomakkeen helposti Stadin AO:n verkkosivuilta ja koki hakemisen vaivattomaksi. Kuten H1, H2 ei myöskään osannut esittää parannusehdotuksia hakuprosessiin.

12. Milloin ja miten sait tiedon opiskelupaikan saamisesta? Kysymys pyrki selvittämään, miten opiskelupaikan saamisesta tiedotettiin H1:lle ja H2:lle ja oliko prosessi opiskelijan näkökulmasta selkeä. Vastauksista käy ilmi, että tiedotus tapahtui eri tavoin, mutta molemmille prosessi oli selkeä.

H1: H1 sai tiedon opiskelupaikan saamisesta viestillä kuukauden kuluttua suomen kielen kartoituksen suorittamisesta. Hänen tapauksessaan opiskelupaikan saaminen oli ehdollinen suomen kielen testin läpäisemisestä. H1 koki prosessin selkeäksi, koska hänelle tiedotettiin selkeästi seuraavista vaiheista.

H2: H2 tiedotettiin opiskelupaikasta ensin puhelimitse ja myöhemmin tekstiviestillä tai sähköpostilla. Puhelussa koululta kerrottiin, että hakijoita on vähän ja H2 tullaan todennäköisesti valitsemaan. Muutaman päivän kuluttua hän sai virallisen vahvistuksen valinnasta. H2 koki prosessin selkeäksi ja tiedon tulleen nopeasti.

#### Vaihe 5: Asiakkuus

13. Millaisia kokemuksia sinulla on opinnoista tähän mennessä? Kysymys pyrki kartoittamaan H1 ja H2 yleisiä kokemuksia elintarvikkeiden valmistajan opinnoista.

H1: H1 kuvailee kokemuksiaan opinnoista erittäin positiivisiksi. Hän piti teoriaopetuksesta, jota koki hyödylliseksi ja helposti ymmärrettäväksi. Käytännön työskentely keittiössä oli H1 mieleen, ja hän arvosti erityisesti uusien aiheiden ja tuotteiden parissa työskentelyä. Haastattelussa H1 toteaa: "Ja se että koulutuksessa, niin mä mun mielestä, se teoriaopetus on niin tosi hyödyllisiä. Ope se selvittää niin. Se, helpolla ymmärtää, okay käytäntöä onnistuu hyvin."

H2: H2 koki opinnot "ihan OK". Hän piti erityisesti keittiössä työskentelystä ja arvosti sitä, että opintoihin kuului myös leipuri-kondiittori-opintoja, vaikka ala ei lopulta tuntunutkaan omalta. H2 oli tyytyväinen opettajan kanssa tehtyihin opintosuunnitelmiin ja koki saaneensa hyödyllistä opetusmateriaalia.

H2 mielestä opinnoissa oli kuitenkin liian vähän teoriaopetusta. Hän koki, että esimerkiksi mikrobiologia olisi ollut tärkeä osa opintoja. H2 kritisoi myös nykyistä näyttöjärjestelmää, jossa opettaja ei enää tule seuraamaan näyttöä työpaikalle. Hän koki, että aiempi järjestelmä, jossa opettaja oli läsnä näytössä, tarjosi opiskelijalle arvokasta palautetta ja varmisti osaamisen arvioinnin.

14. Onko jotain, mitä voisimme kehittää? Kysymys antoi H1 ja H2 mahdollisuuden antaa palautetta ja auttaa kehittämään elintarvikkeiden valmistajan koulutusta. Molemmilla haastateltavilla on omia näkemyksiään koulutuksen kehittämiskohteista.

H1: H1 mielestä koulutuksen suurin kehittämiskohde on itsenäisten tehtävien ja kokeiden määrä. Hän koki olonsa ajoittain yksinäiseksi ja kaipasi enemmän ryhmätyöskentelyä sekä mahdollisuutta harjoitella ja testata omaa osaamistaan. Hän toivoi, että koulussa voisi simuloida työelämän tilanteita ja harjoitella esimerkiksi työturvallisuutta ja tuotantoprosesseja.

H2: H2 puolestaan kaipasi lisää teoriaopetusta, erityisesti mikrobiologian osalta. Hän koki, että teoriaopinnot jäivät liian vähälle ja että mikrobiologian tuntemus olisi tärkeää alalla työskenteleville. Lisäksi H2 kritisoi nykyistä näyttöjärjestelmää, jossa opettaja ei enää tule seuraamaan näyttöä työpaikalle. Hän koki, että opettajan läsnäolo näytössä tarjosi opiskelijalle arvokasta palautetta ja varmisti osaamisen tason. H2 toteaa: "Mun mielestä nää näytöt mitä annetaan työpaikoilla, niihin tarvitsisi vähän haastetta. Ehkä? Tällä hetkellähän me teemme niinku pelkän näyttösuunnitelman. Kuukaan ei tai sitten valvomassa, että me toteuttaisimme sitten sen suunnitelman. Edellisestä ammatista, tehtiin näin, että eka näyttö suunnitelma ja sitten näyttö."

15. Mitkä asiat ovat olleet opinnoissa parasta?

Kysymys pyrki selvittämään, mitkä asiat H1 ja H2 kokivat erityisen positiivisina elintarvikkeiden valmistajan opinnoissaan. Vastauksista käy ilmi, että molemmille käytännönläheisyys ja työelämäyhteydet olivat opintojen parhaita puolia.

H1: H1 opintojen parasta antia oli käytännön työskentely keittiössä, jossa hän pääsi kokeilemaan uusia asioita ja valmistamaan erilaisia tuotteita. Hän mainitsee haastattelussa: "Se. Käytän se käytännön työtä. Se aina se tuli uusi. Aihe uusi tuote voi tehdä. Sitä mä jäin mieleen." H1 arvosti myös työharjoittelun kautta saamaansa työpaikkaa, jota hän piti opintojensa parhaana antina.

H2: H2 koki matematiikan opinnot erityisen positiivisena yllätyksenä. Hän ei aiemmin ollut pitänyt matikasta, mutta elintarvikealan kontekstissa ja hyvän opettajan avulla hän kiinnostui aiheesta ja oppi uutta. H2 mainitsee myös, että hän piti keittiössä työskentelystä ja työharjoittelujaksoista, joiden kautta hän sai työpaikan.

#### Vaihe 6: Suosittelu

16. Suosittelisitko elintarvikkeiden valmistajan koulutusta muille? Kysymys mittasi H1 ja H2 yleistä tyytyväisyyttä koulutukseen. Molemmat suosittelevat koulutusta, mutta heidän perustelunsa erosivat hieman toisistaan.

H1: H1 suosittelee koulutusta niille, jotka haluavat työskennellä ruoan parissa. Hän perustelee suositustaan sillä, että ala tarjoaa paljon työpaikkoja ja että hän on itse ollut tyytyväinen koulutukseen. Haastattelussa H1 toteaa: "Jos joku haluaa työskennellä ruoan parissa, niin kyllä mä suosittelen meidän tähän koulu."

H2: H2 puolestaan painottaa alan hyvää työllistymistilannetta suosittelunsa perusteena. Hän toteaa: "Ihan pelkästään sen takia, että toi ala kyllä työllistää ja." H2 antaa koulutukselle arvosanan 9/10, ja ainoana miinuspuolena hän mainitsee teoriaopetuksen vähäisyyden.

17. Kenelle suosittelisit tätä koulutusta? Kysymys pyrki selvittämään, millaisille ihmisille H1 ja H2 kokevat elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen sopivan. Vastaukset painottavat reippautta, omaaloitteisuutta ja hyvää fyysistä kuntoa.

H1: H1 suositteli koulutusta oma-aloitteisille ja näppärille ihmisille, jotka ovat valmiita työskentelemään sekä itsenäisesti että ryhmässä. Hän korostaa, että eri työpaikoilla on erilaisia vaatimuksia, joten sopeutumiskyky on tärkeää. H1 mainitsee myös hyvän fyysisen kunnan olevan eduksi, sillä tuotantotyössä seisotaan paljon.

H2: H2 mielestä koulutus sopii ahkerille ja oma-aloitteisille henkilöille. Hän ei koe fyysisten ominaisuuksien olevan ratkaisevassa asemassa, vaikka joissakin tehtävissä voimaa tarvitaan. H2 mainitsee myös, että alalla on ajoittain kiireitä, joten paineensietokyky on eduksi.

18. Mitä sanoisit heille, jotka harkitsevat alaa?

Kysymys antoi H1 ja H2 mahdollisuuden jakaa kokemuksiaan ja antaa neuvoja elintarvikkeiden valmistajan uraa pohtiville. Molemmat korostavat alan positiivisia puolia, kuten kasvavia työllisyysnäkymiä ja alan mielenkiintoisuutta.

H1: H1 kannustaa alan harkitsevia tutkimaan alaa ja painottaa, että se on kasvava ala, jolla on paljon työpaikkoja tarjolla. Hän perustelee: "Mä sanoin se sinulle, että tää on kasvava ala, se tarjoaa moni työpaikkoja".

H2: H2 kuvailee alaa mielenkiintoiseksi ja monipuoliseksi, ja korostaa myös alan hyvää työtilannetta. Hän kannustaa alan harkitsevia kokeilemaan rohkeasti, sillä ala voi yllättää positiivisesti. H2 toteaa: "Sanoisin, että se on oikein mielenkiintoista monipuolistakin loppujen lopuksi. Hyvä työllisyystilanne."

19. Onko mielessäsi jotain, josta ei olla puhuttu, mutta haluaisit sanoa, jäikö jotain kysymättä?

Kysymys antoi H1 ja H2 tilaa tuoda esiin ajatuksia, jotka eivät aiemmissa kysymyksissä nousseet esiin. Molemmilla haastateltavilla oli jotain lisättävää keskusteluun.

H1: H1 halusi nostaa esiin oppisopimuskoulutuksen ja kertoa, kuinka tyytyväinen hän oli tähän koulutusmuotoon. Hän koki oppisopimuksen helpottaneen työllistymistä ja antaneen mahdollisuuden oppia ammatin käytännössä. Hän toteaa haastattelussa: "Että mä pääsen koulun ja sitten menen oppisopimuksen kautta." H1 korostaa oppisopimuksen etuja, kuten nopeaa työllistymistä ja palkkaa, joka mahdollistaa oman elämän hoitamisen opintojen ohessa.

H2: H2 ei ollut kysymättä jääneitä asioita, ja hän koki kyselyn olleen kattava. Tämä viittaa siihen, että H2 koki saaneensa tuoda esiin kaikki hänelle tärkeät näkökohdat opinnoistaan. H2 toteaa: "Mun mielestä oli kaikki, mitä nyt mieleen tulee. Silleen laaja kysely, mun mielest."

## 6 Pohdinta

### 6.1 Tulosten pohdinta kyselytutkimuksesta

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä 1. Ikä (Mihin ikäryhmään kuulut). Kyselyyn osallistui pääasiassa nuoria ja aikuisia, joiden ikä oli 16–39 vuotta. Vanhempien vastaajien osuus jäi selvästi pienemmäksi.

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä 2. Koulutus (mikä on aiempi koulutuksesi). Tiedot antavat kuvan vastaajien koulutustaustasta ja voivat auttaa ymmärtämään heidän valintojaan ja näkemyksiään elintarvikealan koulutuksesta. Esimerkiksi perusasteen koulutuksen suorittaneiden korkea osuus voi viitata siihen, että elintarvikealan koulutus nähdään vaihtoehtona myös niille, joilla ei ole aiempaa kokemusta alalta.

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä 3. Koulutusala (minkä koulutusalan olet valinnut). Tämä tieto on mielenkiintoinen, kun otetaan huomioon aiemman kysymyksen vastaukset koulutustaustasta. Suurin osa vastaajista on suorittanut vain perusasteen koulutuksen, joten heillä ei välttämättä ole vielä selkeää käsitystä eri koulutusalojen sisällöstä ja työelämässä avautuvista mahdollisuuksista. Korkea "en ole vielä valinnut" -vastausten osuus viittaa siihen, että elintarvikealan koulutuksen markkinoinnissa on vielä parannettavaa.

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä "Estävät tekijät.4. Mitkä syyt estävät sinua valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutusala?" Valitse kolme tärkeintä syytä. Suurin osa vastaajista (59 %) kokee, ettei tiedä tarpeeksi elintarvikealan tai elintarvikkeiden valmistajan työstä ja koulutuksesta. Tämä korostaa tiedotuksen ja alan esittelyn tärkeyttä potentiaalisille opiskelijoille. Lisäksi 22 % vastaajilla oli negatiivisia mielikuvia elintarviketeollisuudesta ja työn arvostuksesta. Nämä mielikuvat voivat johtua esimerkiksi alan julkisuuskuvasta tai henkilökohtaisista kokemuksista.

Leipuri-kondiittorin koulutuksen vetovoiman vuoksi, suurin osa vastaajista (72 %), on kiinnostuneempi leipuri-kondiittorin koulutuksesta. Tämä voi johtua useista syistä, kuten alan käsityksestä luovempaan tai leivonnaisten valmistukseen liittyvästä positiivisesta mielikuvasta. (Hei mene leivotaan- ohjelma) Muita esteitä ovat mm. huoli elintarvikealan teknologiasta (16 %), henkilökohtaiset tai taloudelliset syyt (16 %) ja epävarmuus alan tulevaisuudesta (13 %). On kuitenkin huomionarvoista, että nämä tekijät ovat selvästi harvinaisempia kuin edellä mainitut kolme pääasiallista estettä.

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä 5. "Jokin muu syy, kirjoita alle vapaasti" sai vain 9,4 % vastaajista valitsemaan sen. Tämä viittaa siihen, että useimmille vastaajille listatut esteet kattoivat jo riittä-

vän kattavasti heidän syynsä olla valitsematta elintarvikkeiden valmistajan koulutusta. Vaikka avoimiin vastauksiin kirjoitettiin joitakin yksittäisiä syitä, kuten halu avata oma myymälä tai negatiivinen kuva alasta, mikään yksittäinen syy ei noussut selkeästi esiin. Tämä tukee edelleen sitä, että listatut esteet olivat jo kattavia useimmille vastaajille. On huomionarvoista, että vain kolme vastaajaa (9,4 %) koki, että listatuissa esteissä ei ollut heidän syytään. Tämä pieni määrä tekee haastavaksi tehdä yleistyksiä siitä, mitkä muut syyt voisivat olla merkittäviä elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen valitsematta jättämiselle.

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä "Edistävät tekijät" 6. Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että valitset elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen? Valitse kolme tärkeintä syytä. Elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen valintaan vaikuttavat useat tekijät, jotka liittyvät kiinnostukseen alaa kohtaan, sen tarjoamiin uramahdollisuuksiin sekä koulutuksen laatuun. Kiinnostus alaan ja sen teknologiaan. Useimmat vastaajat (63 %) haluavat oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta ja pitävät työtä merkityksellisenä. Lisäksi 53 % vastaajista on kiinnostunut elintarvikealasta, sen teknologiasta ja kehityksestä. Nämä tulokset osoittavat, että ala itsessään ja sen tarjoamat mahdollisuudet itsensä kehittämiseen ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä.

Hyvät työ- ja uramahdollisuudet: Lähes puolet vastaajista (47 %) uskoo, että elintarvikealalla on hyvät työ- ja uramahdollisuudet. Tämä on merkittävä tekijä, sillä aiemmassa keskustelussamme esiin nousi huoli elintarvikkeiden valmistajien työllistymisestä. On siis mahdollista, että vastaajat, jotka ovat valinneet elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen, ovat saaneet positiivisempaa tietoa alan työllisyysnäkymistä.

Koulutuksen laatu ja monipuolisuus: Vastaajat arvostavat myös koulutuksen laatua ja sen tarjoamia mahdollisuuksia. 27 % vastaajista uskoo, että elintarvikeala tarjoaa monipuolisia ja haastavia töitä, ja 23 % luottaa elintarvikealan koulutuksen laatuun ja sen tarjoamiin kehittymismahdollisuuksiin. Nämä tulokset viittaavat siihen, että opiskelijat etsivät koulutusta, joka antaa heille valmiudet työskennellä monipuolisissa tehtävissä ja kehittyä alan ammattilaisina. Muita, hieman harvinaisempia, valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat mm. positiiviset kokemukset aiemmasta opiskelusta tai työstä alalla (23 %), hyvä tieto alasta ja työstä (13 %) sekä henkilökohtaiset tai ammatilliset syyt (13 %). On mielenkiintoista huomata, että kavereiden valinnat eivät vaikuta merkittävästi elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen valintaan (13 %), toisin kuin leipuri-kondiittorin koulutuksen kohdalla.

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä 7. "Jokin muu syy, kirjoita alle vapaasti". Ei yhtään vastausta! Tämä viittaa siihen, että useimmille vastaajille listatut edistävät tekijät kattoivat jo riittävän kattavasti heidän syynsä valita elintarvikkeiden valmistajan koulutus

Tulokset, tarkastelu kysymyksestä kehitysehdotukset. 8. Mitkä asiat olisivat sinulle tärkeitä, jotta harkitsisit elintarvikkeiden valmistajan koulutusta? Vastaajat painottavat erityisesti käytännönläheistä koulutusta, selkeitä urapolkuja ja kattavaa tietoa alasta harkitessaan elintarvikkeiden valmistajan koulutusta. Monipuolinen ja käytännönläheinen koulutus.

Suurin osa vastaajista (48 %) toivoo koulutusta, jossa opitaan monia elintarviketuotannon taitoja. Yhtä suuri osa (48 %) pitää tärkeänä käytännön harjoittelua ja työkokemuksen hankkimista jo opintojen aikana. Nämä tulokset korostavat käytännönläheisen oppimisen merkitystä ja viittaavat siihen, että opiskelijat haluavat valmiuksia työskennellä tehokkaasti heti valmistumisensa jälkeen. Vastaajista 45 % pitää tärkeänä selkeitä urapolkuja ja hyvää työllisyystilannetta alalla. Tämä on ymmärrettävää, sillä aiemmin keskustelussa nousi esiin huoli elintarvikkeiden valmistajien työllistymisestä. Koulutuksen valintaa harkitsevat haluavat varmistua siitä, että alalla on tarjolla töitä ja että heillä on mahdollisuus edetä urallaan.

Kattava tieto alasta ja sen mahdollisuuksista: Vastaajista 39 % toivoo lisää tietoa elintarvikealan mahdollisuuksista, elintarvikkeiden valmistajan työtehtävistä ja koulutuksen sisällöstä. Tämä vahvistaa aiempaa havaintoa tiedon puutteesta yhtenä esteenä alan valinnalle. On siis tärkeää tarjota potentiaalisille opiskelijoille kattavasti tietoa alan monipuolisista työtehtävistä, uramahdollisuuksista ja koulutuksen sisällöstä. Muita tärkeitä kehitysehdotuksia olivat mm. mahdollisuus oppia tekniikkaa ja käytännön taitoja (42 %), työpaikoilla tapahtuva oppiminen (18 %) ja alan hyvä maine ja arvostus (18 %). Vastaajat arvostavat myös mahdollisuutta verkostoitua alan ammattilaisten kanssa (12 %) sekä edistää terveellisten ja kestävien elintarvikkeiden tuotantoa ja kulutusta (12 %).

Tulokset tarkastelu kohdasta 9. ”Jokin muu syy, kirjoita alle vapaasti”. Ei yhtään vastausta! Tämä viittaa siihen, että useimmille vastaajille listatut kehitysehdotukset kattoivat riittävän kattavasti heidän kehitysehdotuksiaan, jotta he harkitsisivat elintarvikkeiden valmistajan koulutusta.

Tulokset, tarkastelu kohdasta avoin kysymys. Kysymys 10. Miten voisimme tehdä elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta kiinnostavamman opiskelijoille? Vastaajat ovat nostaneet esiin useita konkreettisia kehitysehdotuksia elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen houkuttelevuuden parantamiseksi. Keskeisimmät teemat liittyvät käytännön läheisyyteen, alan esittelyyn ja yhteistyöhön yritysten kanssa.

Käytännönläheisyyden lisääminen: Vastaajat toivoivat enemmän käytännön harjoittelua ja työkokemusta opintojen aikana. He haluavat oppia monia elintarviketuotannon taitoja ja kokea, millaista työ käytännössä on. Tämä viittaa siihen, että pe-rinteiset luennot ja teoriaopetus eivät yksin riitä herättämään kiinnostusta. Koulutuksessa tulisi painottaa käytännönläheistä oppimista esimerkiksi työpajojen, projektien ja yritys yhteistyön kautta.

Alan esittely ja positiivisen kuvan luominen: Aiemmissä vastauksissa ilmeni, että monilla on puutteellinen käsitys elintarvikealan työstä ja koulutuksesta. Vastaajat toivoivat lisää tietoa elintarvikealan mahdollisuuksista, työtehtävistä ja koulutuksen sisällöstä. On tärkeää tuoda esiin alan monipuolisuutta ja uramahdollisuuksia sekä korostaa alan merkityksellisyyttä yhteiskunnalle. Tämä voitaisiin toteuttaa esimerkiksi järjestämällä vierailuja elintarvikealan yrityksiin, kutsumalla alan ammattilaisia kerto-maan työstään tai hyödyntämällä sosiaalista mediaa alan esittelyyn.

Yhteistyön vahvistaminen yritysten kanssa: Vastaajat ehdottivat, että koulun tulisi auttaa opiskelijoita löytämään harjoittelupaikkoja isoista yrityksistä, kuten Valiolta tai Atrialta. He toivoivat myös mahdollisuutta työskennellä työpaikoilla osana opintoja. Yritysyhteistyön avulla opiskelijat saisivat arvokasta työkokemusta ja kontakteja työelämään jo opintojen aikana. Samalla yritykset voisivat tutustua potentiaalisiin työntekijöihin. Lisäksi vastaajat toivoivat mm. kokkien ja leipureiden vierailuja, monipuolisempia harjoittelu-mahdollisuuksia ja mielenkiintoisia mestarikursseja. Jotkut vastaajat korostivat myös erityistaitojen kehittämisen ja alan mainostamisen tärkeyttä.

## **6.2 Tulosten pohdinta ristiintaulukoinnista**

Ristiintaulukoinnin kokonaisanalyysi nuorten ja aikuisten näkökulmista elintarvikealan koulutukseen. Tulosten perusteella voidaan todeta, että nuorten ja aikuisten välillä on sekä yhtäläisyyksiä että eroja elintarvikealan koulutuksen valintaan liittyvissä tekijöissä. Yhtäläisyyksiä, kiinnostus leipuri-kondiittorin koulutukseen on erittäin suurta molemmissa ryhmissä. Uramahdollisuudet ja työllisyys ovat tärkeitä kehitysehdotuksia sekä nuorille että aikuisille. Tekniikka ja käytännön taidot ovat molemmille ryhmille yhtä tärkeitä.

Eroavaisuuksia mielipiteissä, aikuiset kokevat tiedon puutetta enemmän kuin nuoret. Nuorilla on enemmän negatiivisia mielikuvia elintarviketeollisuudesta kuin aikuisilla. Aikuiset ovat enemmän kiinnostuneita elintarvikealasta kuin nuoret. Hyvä tieto alasta edistää nuorten kiinnostusta, mutta aikuiset eivät maininneet tätä. Aikuiset kokevat, että heillä on jo kokemusta alalta, mikä edistää kiinnostusta, kun taas nuoret eivät maininneet tätä. Nuoret pitävät monipuolisia taitoja tärkeämpänä kehitysehdotuksena kuin aikuiset. Aikuiset kaipaavat enemmän lisätietoa alasta kuin nuoret. Käytännön harjoittelu on tärkeämpää aikuisille kuin nuorille. Nuoret pitävät tärkeänä, että elintarvikkeiden valmistajan koulutuksella on hyvä maine ja arvostus työmarkkinoilla.

Nuoret saattavat olla enemmän huolissaan alan maineesta ja mielikuvista, kun taas aikuiset tarvitsevat enemmän tietoa alasta ja käytännön kokemusta. Sekä nuoret että aikuiset arvostavat hyviä uramahdollisuuksia ja työllisyyttä. Koulutuksen kehittämisessä tulisi ottaa huomioon molempien ryhmien tarpeet ja odotukset. Nuorille tulisi tarjota positiivisempaa kuvaa alasta ja korostaa moni-

puolisia taitoja, kun taas aikuisille tulisi tarjota enemmän tietoa ja mahdollisuuksia käytännön harjoitteluun. Leipuri-kondiittorin koulutuksen suosio on erittäin korkea molemmissa ryhmissä, joten elintarvikkeiden valmistajan koulutuksen tulisi erottautua ja tarjota selkeää lisäarvoa houkutelukseen opiskelijoita.

### 6.3 Tulosten pohdinta haastattelututkimuksesta

#### Vaihe 1: Tietoisuus

1.Miten alun perin kuulit elintarvikkeiden valmistajan ammatista? Yhteenvetona voidaan todeta, että sekä henkilökohtaiset kontaktit (opettaja, ystävä, perhe) että verkkohaut ja oppilaitoksen omat tiedotuskanavat ovat olleet tehokkaita herättämään kiinnostusta alaa kohtaan.

2.Mitkä asiat herättivät ensimmäisenä kiinnostuksesi elintarvikkeiden valmistukseen? Yhteenvetona voidaan todeta, että H1 motivaatiota ohjasivat vahvasti perhe ja käytännön kokemukset, kun taas H2 kohdalla alan kiinnostavuus paljastui vasta käytännön työssä. Molemmilla on kuitenkin ollut halu tehdä työtä ruoan parissa, vaikkakin eri lähtökohdista.

3.Muistatko, mitkä olivat ensimmäiset ajatuksesi tästä ammatista? Yhteenvetona voidaan todeta, että H1 alkuperäinen mielikuva alasta oli todennäköisesti positiivinen, kun taas H2 mielikuva muuttui negatiivisesta positiiviseksi käytännön kokemusten myötä. Haastatte-luista ei käy ilmi, mihin H1 alkuperäinen mielikuva perustui, mutta se on voinut muodostua hänen äitinsä työn kautta tai yleisistä käsityksistä tuotantotyöstä. H2 kohdalla taas negatiivinen mielikuva johtui nimenomaan liukuhihnatyön yksitoikkoisuudesta, ja positiivisempi kuva syntyi vasta, kun hän pääsi kokeilemaan monipuolisempia työtehtäviä.

#### Vaihe 2: Harkinta

4.Miten keräsit tietoa elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta? Yhteenvetona voidaan todeta, että sekä henkilökohtaiset kontaktit että internet (Google) ovat olleet merkittäviä tiedonlähteitä elintarvikealan koulutuksesta kiinnostuneille. Henkilökohtaiset kontaktit ovat usein olleet hyödyllisempiä lähimmäiset, ystävät ja opo ja opettaja, sillä ne tarjoavat yksilöllisempää ja kokemusperäisempää tietoa. Internet puolestaan on hyvä tiedonlähde yleistietoon ja hakumenettelyihin liittyen.

5.Miten vertailit eri koulutusvaihtoehtoja? Molempien kohdalla päätökseen vaikutti siis vahvasti käytännön seikat, kuten koulutuspaikan sijainti. Kumpikaan ei maininnut vertaileensa esimerkiksi koulutusten sisältöjä tai opetusmenetelmiä. Tämä voi viitata siihen, että heille oli tärkeintä löytää koulutus, joka sopi heidän elämäntilanteeseensa ja josta he uskoivat saavansa alan työpaikan.

6.Kenen kanssa keskustelit alavalinnasta? Vastauksista käy ilmi, että molemmilla on ollut tukenaan läheisiä ihmisiä, mutta roolit ovat vaihdelleet. Yhteenvetona voidaan todeta, että molemmilla on ollut tukenaan läheisiä ihmisiä, jotka ovat omalla tavallaan vaikuttaneet alan valintaan. H1 kohdalla äidin ja opettajan rooli korostui, kun taas H2 sai ratkaisevaa tukea ystävältään. On huomionarvoista, että kumpikaan ei maininnut keskustelleensa alan valinnasta esimerkiksi opinto-ohjaajan kanssa. Tämä voi viitata siihen, että heillä oli jo selkeä käsitys alasta ja koulutusmahdollisuuksista ennen hakuprosessia.

#### Vaihe 3: Päätös

7.Mikä sai sinut lopulta päättämään hakea elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen? Yhteenvetona voidaan todeta, että H1 päätöstä ohjasivat vahvasti perhe ja henkilökohtaiset tavoitteet, kun taas H2 motivoi halu ammatilliseen kehittymiseen. Molemmilla oli kuitenkin jo ennestään vahva side alaan ja he olivat tehneet tietoisin päätöksen hakea koulutukseen.

8.Oliko sinulla muita vaihtoehtoja mielessä? Yhteenvetona voidaan todeta, että sekä H1 että H2 elintarvikkeiden valmistajan koulutus oli ensisijainen vaihtoehto. Kumpikaan ei harkinnut muita uravaihtoehtoja, vaan heillä oli jo selkeä visio tulevaisuudestaan elintarvikealalla.

9.Millaisia odotuksia sinulla oli koulutuksen suhteen? Yhteenvetona voidaan todeta, että H1 toivoi koulutukselta kielellistä tukea ja selkeää opetusta, kun taas H2 kaipasi enemmän teoriaopetusta. H1 odotuksiin vaikutti todennäköisesti hänen taustansa maahanmuuttajana, kun taas H1 toivoi syventävänsä osaamistaan teoriassa, koska käytännön kokemus hänellä oli jo olemassa. On kuitenkin huomionarvoista, että kumpikaan ei maininnut odottaneensa esimerkiksi työelämäyhteyksien vahvistamista tai uraohjausta koulutuksen aikana. Tämä voi viitata siihen, että he keskittyivät ensisijaisesti ammatillisten taitojen oppimiseen ja alan työtehtäviin.

#### Vaihe 4: Ostaminen

10.Miten koit hakuprosessin? Yhteenvetona voidaan todeta, että sekä H1 että H2 kokivat hakuprosessin helpoksi ja sujuvaksi. Tämä voi viitata siihen, että Stadin AO:n hakuprosessi on selkeä ja käyttäjäystävällinen. On kuitenkin hyvä huomioida, että H1 vastauksessa esiin nousi hakuajan muistamiseen liittyvä haaste. Tämä voisi olla jatkossa kehitettävä asia, esimerkiksi tarjoamalla hakijoille automaattisia muistutuksia hakuajasta.

11.Oliko sinulla vaikeuksia hakuvaiheessa? Vaikka kumpikaan haastateltava ei kokenut merkittäviä vaikeuksia hakuvaiheessa, H1 vastauksesta nousi esiin hakuajan muistamiseen liittyvä haaste.

Tämä voisi olla jatkossa kehitettävä asia, esimerkiksi tarjoamalla hakijoille automaattisia muistutuksia hakuajasta. On kuitenkin hyvä muistaa, että tämä on vain yhden haastateltavan esiin nostama asia, eikä sitä voida yleistää kaikkien hakijoiden kokemuksiin.

12. Milloin ja miten sait tiedon opiskelupaikan saamisesta? Eroavaisuudet tiedottamisessa johtuivat todennäköisesti siitä, että H1 opiskelupaikka oli ehdollinen kielitestin suorittamisesta, kun taas H2 kohdalla tällaista ehtoa ei ollut. Molemmille tiedotettiin valinnasta kuitenkin selkeästi ja ymmärrettävästi.

#### Vaihe 5: Asiakkuus

13. Millaisia kokemuksia sinulla on opinnoista tähän mennessä? Vastaukset osoittavat, että molemmilla on ollut pääosin positiivisia kokemuksia, mutta myös joitain kehitysehdotuksia ilmeni. Ainoana negatiivisena kokemuksena H1 mainitsee yksinäisen työskentelyn. Hän koki olonsa ajoittain hankalaksi, kun muut opiskelijat olivat työharjoittelussa ja hän oli ainoa koululla. H1 toivoi enemmän ryhmätyöskentelyä ja mahdollisuutta testata omaa osaamistaan itsenäisissä tehtävissä ja kokeissa. Yhteenvedona voidaan todeta, että H1 ja H2 olivat molemmat tyytyväisiä opintojen käytännölläisyyteen ja opetuksen laatuun. H1 koki kuitenkin yksinäisen työskentelyn haastavaksi, kun taas H2 kaipasi lisää teoriaopetusta ja kritisoi näyttöjärjestelmän muutosta. Molempien kokemukset osoittavat, että opiskelijoiden yksilölliset tarpeet ja toiveet on tärkeää ottaa huomioon opintojen suunnittelussa ja toteutuksessa.

14. Onko jotain, mitä voisimme kehittää? Yhteenvedona voidaan todeta, että H1 ja H2 kaipaavat koulutukseen erilaisia kehitystoimia. H1 toivoo lisää itsenäistä työskentelyä ja ryhmätyömahdollisuuksia, kun taas H2 kaipaavaa syvällisempää teoriaopetusta ja näyttöjärjestelmän uudistamista. Nämä erot toiveissa voivat johtua heidän erilaisista taustoistaan ja oppimistyyleistään. On tärkeää, että koulutus tarjoaa opiskelijoille mahdollisuuden oppia ja kehittyä omalla tavallaan ja ottaa huomioon heidän yksilölliset tarpeensa.

15. Mitkä asiat ovat olleet opinnoissa parasta? Vaikka molemmat haastateltavat arvostivat käytännölläisyyttä, heidän vastauksensa korostavat myös yksilöllisten kiinnostuksen kohteiden merkitystä. H1 uusien asioiden kokeileminen ja työpaikan saaminen olivat opintojen kohokohtia, kun taas H2 matematiikan opinnot tarjosivat uuden näkökulman aiemmin haastavaksi koettuun aiheeseen.

#### Vaihe 6: Suosittelemus

16. Suositteletko elintarvikkeiden valmistajan koulutusta muille? Molempien vastaukset viittaavat siihen, että he ovat olleet tyytyväisiä koulutukseen ja kokeneet sen hyödylliseksi. H1 korostaa alan

työpaikkojen määrää ja omaa positiivista kokemustaan, kun taas H2 painottaa työllistymismahdollisuuksia ja hyvää työllisyystilannetta

17. Kenelle suosittelisit tätä koulutusta? Molempien vastaukset korostavat oma-aloitteisuuden ja ahkeruuden merkitystä alalla. Koulutus sopii siis henkilöille, jotka ovat valmiita ottamaan vastuuta ja työskentelemään itsenäisesti. Hyvä fyysinen kunto on eduksi seisomatyön vuoksi, mutta ei välttämättä ratkaisevaa.

18. Mitä sanoisit heille, jotka harkitsevat alaa? Molempien vastaukset viestivät positiivista kuvaa alasta ja kannustavat sen harkitsemista. Heidän kokemuksensa osoittavat, että elintarvikealan työ voi olla sekä mielenkiintoista että työllistävää.

19. Onko mielessäsi jotain, josta ei olla puhuttu, mutta haluaisit sanoa, jäikö jotain kysymättä? Yhteenvetona voidaan todeta, että H1 halusi painottaa oppisopimuskoulutuksen positiivisia puolia, kun taas H2 ei ollut lisättävää. Molempien vastaukset kuitenkin osoittavat, että avoin kysymys antoi heille mahdollisuuden tuoda esiin omia näkökulmiaan ja täydentää aiempia vastauksiaan.

Yhteenvetona nykyinen koulutuspolku (Nykyinen koulutuspolku. Opiskelijoiden näkemys) elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen perustuu kahden haastateltavan, H1 ja H2, kokemuksiin. Polku alkaa tietoisuusvaiheesta, jossa potentiaalinen opiskelija saa ensikosketuksen alaan.

Lähdemateriaalin mukaan H1 kuuli ammatista ensin äidiltään ja myöhemmin valmentavan koulutuksen opettajaltaan, kun taas H2:n ystävä kertoi hänelle alan tutkinnosta. Molemmat hakivat lisätietoa Googlasta ja Stadin AO:n verkkosivuilta. Tämän vaiheen päätavoitteena on herättää kiinnostus alaa kohtaan. Seuraavaksi polku etenee harkintavaiheeseen, jossa opiskelija pohtii alan sopivuutta itselleen ja kerää tietoa koulutuksista. H1 ei vertaillut eri koulutusvaihtoehtoja, vaan Stadin AO oli hänelle selvä valinta sijainnin vuoksi. H2 haki suoraan Stadin AO: n, koska se oli hänelle tuttu ja lähellä. Harkintavaiheessa on tärkeää varmistaa, että ala vastaa opiskelijan kiinnostuksen kohteita ja tavoitteita.

Päätösvaiheessa opiskelija tekee päätöksen hakemisesta. H1 päätti hakea, koska halusi työskennellä tuotannossa ja ruoan parissa, kun taas H2 halusi vaativampiin työtehtäviin ja uskoi tutkinnon avaavan ovia. Ostaminen-vaiheessa opiskelija aloittaa opinnot. Molemmat hakivat Stadin AO:n verkkosivujen kautta. Tässä vaiheessa opiskelijasta tulee virallisesti osa oppilaitosta.

Asiakkuusvaihe kattaa koko opiskeluajan. H1 piti teoriaopetuksesta ja käytännön työskentelystä, kun taas H2 koki teoriaopetusta liian vähäiseksi. Tämän vaiheen päätavoite on saavuttaa asetetut opintotavoitteet ja valmistua. Opiskelijat ovat vuorovaikutuksessa opettajien, opiskelijayhteisön ja työharjoittelupaikkojen kanssa. He käyttävät digitaalisia kosketuspisteitä, kuten verkkokursseja ja

oppimisympäristöjä sekä sosiaalista mediaa. Viimeinen vaihe on suosittelu, jossa valmistunut opiskelija toimii alan edustajana ja suosittelee koulutusta muille. Molemmat haastatellut suosittelevat koulutusta. Tällä pyritään lisäämään koulutuksen tunnettuutta ja houkuttelemaan uusia opiskelijoita.

#### **6.4 Pohdintaa palvelumuotoilu prosessina ja kehittämismenetelmänä tutkimuksessa**

Tässä opinnäytetyössä palvelumuotoiluprosessia on sovellettu elintarvikealan koulutuksen kehittämiseen tunnistamalla opiskelijoiden vähäisen kiinnostuksen syitä Stadin ammatti- ja aikuisopiston elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua kohtaan. Työn tavoitteena oli ymmärtää opiskelijoiden näkökulmaa koulutuspolkuun, tunnistaa valintaan vaikuttavia esteitä ja edistäviä tekijöitä sekä löytää kehitysehdotuksia koulutuksen houkuttelevuuden lisäämiseksi. Opinnäytetyössä on hyödynnetty Design Councilin kehittämää Double Diamond -mallia, joka ohjasi tutkimusprosessin etenemistä. Tutkimus keskittyi pääasiassa palvelumuotoiluprosessin löytö- ja määrittelyvaiheisiin.

Keskeisiä vaiheita palvelumuotoiluprosessissa tässä opinnäytetyössä olivat. Löytö (Discover). Tässä vaiheessa pyrittiin ymmärtämään opiskelijoiden nykyistä tilannetta, heidän mielikuviaan, tarpeitaan ja motivaatioitaan elintarvikealan koulutuksen suhteen. Tiedonkeruu toteutettiin kyselytutkimuksella Stadin AO:n elintarvikealan opiskelijoille, joiden mielikuvia elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta kartoitettiin. Kyselyssä selvitettiin myös, mitkä tekijät edistävät tai estävät opiskelijoita hakeutumasta alalle sekä heidän kehitysehdotuksiaan.

Lisäksi toteutettiin kaksi haastattelua elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntausta opiskelevien opiskelijoiden kanssa, mikä syvensi ymmärrystä heidän kokemuksistaan ja näkemyksistään koulutuspolun nykytilasta. Myös opinto-ohjaajan näkemys nykyisestä asiakaspolusta otettiin huomioon.

Määrittely (Define). Tässä vaiheessa kysely- ja haastattelututkimuksen tulokset analysoitiin ja niistä johdettiin keskeiset havainnot. Määriteltiin ne tekijät, jotka estävät opiskelijoita valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua (kuten tiedon puute alasta ja negatiiviset mielikuvat) ja ne tekijät, jotka voisivat edistää valintaa (kuten hyvät uramahdollisuudet ja kiinnostus alaa kohtaan). Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset ohjasivat tätä vaihetta. Ymmärrysvaiheen jälkeen kehittämishaaste pyrittiin myös määrittelemään tarkemmin.

Kehitys (Develop) ja Toimitus (Deliver). Nämä palvelumuotoiluprosessin vaiheet jäivät tämän opinnäytetyön ulkopuolelle resurssien puutteen vuoksi. Opinnäytetyössä kuitenkin esitettiin jatkokehittämisehdotus palvelumuotoilun keinoin. Tähän ehdotukseen sisältyi muun muassa työryhmän perustaminen, johon osallistuisi opiskelijoita, alan ammattilaisia ja muita sidosryhmiä. Lisäksi ehdotettiin asiakastutkimuksen toteuttamista persoonien luomista varten, työpajoja, prototyypin luomista

ja testaamista palauteruudukon avulla sekä prosessin onnistumisen mittaamista. "Kuinka me voimme" -kysymysten ja aivoriihen käyttöä ideoinnissa ehdotettiin myös.

Yhteenvetona voidaan todeta, että tässä opinnäytetyössä palvelumuotoiluprosessia sovellettiin pääasiassa ymmärtämään ja määrittämään elintarvikealan koulutuksen houkuttelevuuteen liittyviä haasteita opiskelijoiden näkökulmasta. Kehitys- ja toimitusvaiheille luotiin pohjaa ja konkreettisia ehdotuksia, joiden avulla koulutusta voitaisiin tulevaisuudessa kehittää opiskelijalähtöisemmäksi ja houkuttelevammaksi.

## **6.5 Tutkimuksen luotettavuus**

Opinnäytetyön luotettavuutta arvioidaan kahdella pääkäsitteellä: validiteetilla ja reliabiliteetilla. Validiteetti tarkoittaa, että tutkimus mittaa oikeita asioita, kun taas reliabiliteetti tarkoittaa, että tutkimus tuottaa pysyviä tuloksia, jotka eivät muutu, vaikka tutkimus toistettaisiin. Luotettavuutta arvioidaan sekä määrällisessä että laadullisessa tutkimuksessa, mutta arviointimenetelmät vaihtelevat tutkimusotteittain. (Kananen 2015, 337–357.)

Määrällisessä tutkimuksessa luotettavuutta arvioidaan yleensä ulkoisen validiteetin kautta, joka tarkoittaa sitä, kuinka hyvin tutkimustulokset ovat yleistettävissä käytäntöön ja populaatioon. Ulkoista validiteettia voidaan varmistaa esimerkiksi käyttämällä oikeita mittareita ja otantamenetelmiä. (Kananen 2015, 337–357.)

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuutta arvioidaan usein sisäisen validiteetin kautta, joka tarkoittaa sitä, kuinka hyvin tutkimus vastaa todellisuutta. Sisäistä validiteettia voidaan varmistaa esimerkiksi käyttämällä erilaisia aineistonkeruumenetelmiä, kuten haastatteluja ja havainnointia, sekä triangulaatiota, jossa eri lähteistä kerätään todistusaineistoa saman ilmiön tarkasteluun. Sekä määrällisessä että laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että tutkimuksen eri vaiheissa tehdään oikeita ratkaisuja ja että ratkaisut ovat perusteltuja. Luotettavuuskysymykset on otettava huomioon jo tutkimusprosessin alussa, jotta voidaan varmistua siitä, että tutkimustulokset ovat luotettavia. (Kananen 2015, 337–357.)

### **Kyselytutkimuksen luotettavuuskriteerit**

Kyselyn eli kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuus tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset ovat päteviä ja yleistettävissä. Luotettavuutta arvioidaan useilla kriteereillä, sisäisellä validiteetilla (Internal validity), ulkoisella validiteetilla (External validity), reliabiliteetilla (Reliability) ja objektiivisuudella (Objectivity). Nämä luotettavuuskriteerit ovat tärkeitä kvantitatiivisen tutkimuksen arvioinnissa. Hyvä tutkimus täyttää kaikki nämä kriteerit, jolloin sen tulokset ovat luotettavia ja yleistettävissä. (Kananen 2015.)

Tutkimuksen sisäinen validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset ovat päteviä ja johtopäätökset ovat perusteltuja. Sisäinen validiteetti on korkea, jos tutkimusasetelma on hyvin suunniteltu ja toteutettu, eikä tuloksia ole vääristetty esimerkiksi satunnaisten tai systemaattisten virheiden vuoksi. (Kananen 2015, 347.) Kyselytutkimuksessa tutkimuskysymykset on pyritty muotoilemaan siten että ne keskittyvät selkeästi elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaan vaikuttaviin tekijöihin. Kysymykset on pyritty kattamaan laajasti tutkittavaa kohdetta sekä estävät että edistävät tekijät, mikä tukee tutkimuskysymysten vastaamista.

Kyselytutkimuksessa perusjoukkona oli 34 henkilöä, mikä voi olla riittävä otos, se on pyrkinyt kattamaan monipuolisesti eri taustaisia opiskelijoita, nuoria, aikuisia, ja maahanmuuttajia. Kyselylomake on pyritty jäsentelemään selkeäksi, ja siinä on käytetty sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä, mikä mahdollistaa monipuolisen tiedon keräämisen. Kyselytutkimuksessa on käytetty tutkimukseen soveltuvia menetelmiä, ristiintaulukointi mikä tukee tulosten monipuolista tarkastelua. Kyselytutkimuksessa satunnaisia virheitä on pyritty vähentää esimerkiksi selkeillä ohjeilla ja kysymysten tarkalla muotoilulla. Kysymysten läpi käynti ennen vastaamista. Systemaattisia virheitä on vähennetty siten että kyselylomake on testattu ja korjattu ennen varsinaista tiedonkeruuta. (Kananen 2015,347.)

Tutkimuksen ulkoinen validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset ovat yleistettävissä muihin samankaltaisiin tilanteisiin tai populaatioihin. Ulkoinen validiteetti on korkea, jos tutkimusotos on edustava ja tutkimusasetelma on sellainen, että tuloksia voidaan soveltaa myös muissa yhteyksissä. (Kananen 2015, 347–348.) Kyselytutkimuksessa perusjoukkona oli 34 henkilöä, mikä voi olla riittävä otos, se pyrkii kattamaan monipuolisesti eri taustaisia opiskelijoita (esim. eri ikäryhmät, sukupuolet, koulutustaustat).

Oliko otoskoko riittävä yleistettävyyden kannalta? Vaikka 34 henkilöä voi olla riittävä otos, suurempi otoskoko olisi parantanut yleensä ulkoista validiteettia, koska se vähentäisi satunnaisvirheiden vaikutusta ja parantaisi tulosten yleistettävyyttä. Uusintakyselyä ei ollut mahdollista järjestää, joten otos koko jäi 34 henkilöön. Kyselytutkimuksessa tutkimusasetelma on pyritty suunnittelemaan niin hyvin kuin mahdollista ja kysely keskittyy selkeästi elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolun valintaan vaikuttaviin tekijöihin. Tuloksia voi mahdollisesti soveltaa ja yleistää myös muihin samankaltaisiin koulutusohjelmiin ja -polkuihin. Tulosten analysoinnissa on huomioitu ikä taustamuuttujana ja tulokinnassa on käytetty sopivaa analyysia, ristiintaulukointi ja tulokinnat on pyritty johdonmukaisesti perustelemaan.

Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset ovat toistettavissa. Reliabiliteetti on korkea, jos tutkimusmenetelmät ovat luotettavia ja tulokset ovat johdonmukaisia, vaikka tutkimus toistettaisiin eri aikoina tai eri tutkijoiden toimesta. (Kananen 2015, 343–344.)

Kyselytutkimuksessa kyselylomake jäsenelty ja on selkeä, tämä vähentää vastaajien mahdollisuutta ymmärtää kysymykset väärin ja parantaa tulosten johdonmukaisuutta. Kysymykset käytiin läpi vastaajien kanssa ennen vastaamista. Kysymysten muotoilussa oli parannettavaa, kysymykset eivät välttämättä olleet yksiselitteisiä ja relevantteja. Jos kyselytutkimus toistettaisiin samoilla kysymyksillä ja samalla otoksella, tulokset voivat olla samankaltaisia? (Kananen 2015, 343–344.)

Kyselytutkimuksessa käytettiin sopivia analyysimenetelmiä, tämä tukee tulosten monipuolista tarkastelua ja parantaa reliabiliteettia. Tulokset on esitetty selkeästi. Satunaisvirheitä on pyritty eliminoimaan huolellisella vastaajien ohjeistuksella ennen kyselyyn vastaamista ja kyselylomake testattiin ennen varsinaista kyselytutkimuksen suorittamista systemaattisten virheiden minimoimiseksi. (Kananen 2015, 343–344.)

Tutkimuksen objektiivisuus tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset eivät ole vääristyneet tutkijan omien mielipiteiden tai ennakoasenteiden vuoksi. Objektiivisuus on tärkeää, jotta tutkimustulokset olisivat luotettavia ja puolueettomia. (Kananen 2015, 344.)

Kyselytutkimuksessa kysymykset ovat selkeästi ja neutraalisti muotoiltuja, tällä on vähennetty riskiä, että vastaajat antaisivat vastauksia, jotka he uskovat tutkijan haluavan kuulla. Kyselylomake on testattu ja korjattu. Tällä on pyritty varmistamaan, että kysymykset ovat ymmärrettäviä ja että ne mittaavat haluttuja asioita ilman tutkijan ennakoasenteita. (Kananen 2015, 344.)

Vastaajien valinta (kolme aloittavaa ryhmää) oli mahdollisuuksien mukaan satunaista tämä lisäsi tutkimuksen objektiivisuutta. Vastaajien anonymiteetti varmistettiin huolellisesti. Edes tutkija ei voi identifioida vastaajia. Kyselytutkimuksessa käytettiin sopivia analyysimenetelmiä objektiivisuuden varmistamiseksi. Tulokset on pyritty esittämään selkeästi ja ilman tutkijan omia tulkintoja ja tulokset on pyritty esittämään selkeästi ja ilman tutkijan omia tulkintoja. (Kananen 2015, 344.)

Tutkijan tietoisuus omista ennakoasenteistaan ja aktiivinen pyrkimys niiden vaikutuksen minimointiin on parantanut tutkimuksen objektiivisuutta. Tutkijan on pyrkinyt minimoimaan oman vaikutuksen tutkimusprosessiin antamalla selkeät ohjeet kyselyn suorittamiseksi ja välttämällä johdattelevia kysymyksiä. (Kananen 2015, 344.)

### **Haastattelututkimuksen luotettavuuskriteerit**

Seuraavat luotettavuuskriteerit ovat tärkeitä haastattelun eli kvalitatiivisen tutkimuksen arvioinnissa. Luotettavuus (Credibility), Siirrettävyys (Transferability), Riippuvuus (Dependability), Vahvistettavuus (Confirmability) ja Saturatio. Hyvä kvalitatiivinen tutkimus täyttää kaikki nämä kriteerit, jolloin sen tulokset ovat luotettavia ja hyödyllisiä. (Kananen 2015.)

Tutkimuksen luotettavuus tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset ovat uskottavia ja perustuvat aitoon kokemukseen ja ymmärrykseen tutkittavasta ilmiöstä. Luotettavuutta voidaan vahvistaa esimerkiksi käyttämällä monipuolisia tiedonkeruumenetelmiä, kuten haastatteluja, havainnointia ja dokumentteja, sekä kuvaamalla tutkimusprosessi ja analyysi mahdollisimman yksityiskohtaisesti. (Kananen 2015, 353.) Haastattelututkimuksessa on käytetty sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä, mikä mahdollistaa monipuolisen tiedon keräämisen ja syvällisen ymmärryksen tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimuksen luotettavuutta ei ole parannettu muilla tiedonkeruumenetelmillä.

Tutkimusprosessista ja aineiston analyysistä on tehty yksityiskohtainen kuvaus, jolla on pyritty auttamaan lukijaa ymmärtämään, miten tutkimus on toteutettu ja miten tuloksiin on päädytty. Aineisto on monipuolinen, joka kattaa useat eri näkökulmat ja kokemukset tämä myös parantaa luotettavuutta. Tulokset ovat perusteltuja ja johdonmukaisia. Tutkijalla on ollut tietoinen omista ennakoasenteistaan, ja hän on aktiivisesti pyrkinyt niiden vaikutuksen minimointiin, ja hän onkin antanut selkeät ohjeet vastaajille ja välttänyt johdattelevia kysymyksiä.

Tutkimuksen siirrettävyys tarkoittaa sitä, että tuloksia voidaan soveltaa myös muihin samankaltaisiin konteksteihin tai tilanteisiin. Siirrettävyyttä arvioidaan kuvaamalla tutkimuksen konteksti ja osallistujat mahdollisimman tarkasti, jotta lukijat voivat arvioida, kuinka hyvin tulokset ovat siirrettävissä heidän omaan tilanteeseensa. (Kananen 2015, 353.)

Kyselytutkimuksessa konteksti on kuvattu, sillä se keskittyy Stadin ammatti- ja aikuisopiston elintarvikealan opiskelijoihin ja heidän koulutuspolkuihinsa. Tämä auttaa lukijoita ymmärtämään, missä ja millaisissa olosuhteissa tutkimus on tehty. Esimerkiksi Stadin ammatti- ja aikuisopiston erityispiirteet, kuten opiskelijakunta ja koulutusohjelmat, on hyvä kuvata tarkasti.

Kyselytutkimuksessa osallistujien taustatiedot, kuten ikä, koulutustausta ja koulutusala, on kuvattu hyvin, mikä auttaa lukijoita arvioimaan tulosten siirrettävyyttä heidän omaan kontekstiinsa. Vastajina on ollut monipuolinen osallistujajoukko, joka kattaa eri ikäryhmät, sukupuolet ja koulutustaustat, parantaa tulosten siirrettävyyttä, koska se heijastaa laajemmin kohderyhmän moninaisuutta. Tutkimusjoukko oli 34 vastaajaa, yleistettävyys voi olla mahdollista? Tutkimuksen konteksti ja osallistujat vastaavat hyvin muiden samankaltaisten kontekstien ja osallistujien piirteitä? (Kananen 2015, 353.)

Tutkimuksen riippuvuus tarkoittaa sitä, että tutkimusprosessi on johdonmukainen ja looginen. Riippuvuutta voidaan vahvistaa esimerkiksi kuvaamalla tutkimusprosessi vaihe vaiheelta, perustelemalla tehdyt valinnat ja käyttämällä selkeitä analyysimenetelmiä. (Kananen 2015, 353.)

Kyselytutkimuksessa tutkimusprosessi on hyvin kuvattu, siinä on selkeästi esitetty, miten tutkimus on edennyt alusta loppuun. Tämä auttaa lukijaa ymmärtämään, miten tutkimus on toteutettu ja miten tuloksiin on päädytty. Tutkimuksessa tehdyt valinnat on perusteltu. Perustellut valinnat osoittavat, että tutkimusprosessi on ollut harkittu ja looginen. (Kananen 2015, 354.)

Kyselytutkimuksessa käytettiin sopivia analyysimenetelmiä, ja nämä menetelmät on kuvattu tarkasti, mikä parantaa tutkimuksen riippuvuutta. Analyysi osoittaa, että tutkimusprosessi on ollut systemaattinen ja että tulokset perustuvat huolelliseen analyysiin. Kyselytutkimuksen tutkimusprosessi etenee loogisesti, alkaen tutkimuskysymysten määrittelystä ja päättyen tulosten analysointiin ja tulkintaan ja huolellinen dokumentointi auttanut varmistamaan, että tutkimusprosessi on ollut johdonmukainen ja että kaikki vaiheet on otettu huomioon. (Kananen 2015, 354.)

Tutkimuksen vahvistettavuus tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset perustuvat aineistoon eivätkä tutkijan omiin tulkintoihin tai ennakkoluuloihin. Vahvistettavuutta voidaan vahvistaa esimerkiksi kuvaamalla aineiston keruu- ja analyysimenetelmät mahdollisimman tarkasti sekä esittämällä tulokset selkeästi ja havainnollistamalla niitä aineistosta otetuilla esimerkeillä. (Kananen 2015, 354.)

Kyselytutkimuksessa aineiston keruumenetelmät ovat hyvin kuvattuja, mikä auttaa lukijaa ymmärtämään, miten aineisto on kerätty ja miten se tukee tutkimustuloksia. Aineisto on kerätty yhdestä lähteestä, joka heikentää tutkimuksen vahvistettavuutta. Kyselytutkimuksessa käytettiin sopivia analyysimenetelmiä, ja nämä menetelmät on kuvattu tarkasti, mikä parantaa tutkimuksen vahvistettavuutta. (Kananen 2015, 354.)

Johdonmukainen analyysi osoittaa, että tutkimustulokset perustuvat systemaattiseen ja huolelliseen analyysiin. Selkeä ja havainnollinen tulosten esittäminen auttaa varmistamaan, että tulokset perustuvat aineistoon eivätkä tutkijan omiin tulkintoihin. Tulokset on esitetty selkeästi ja havainnollisesti (purettu aineisto ja suorat lainaukset haastatteluista) Tämä osoittaa, että tulokset perustuvat todellisiin havaintoihin. Tutkijan tietoisuus omista ennakoasenteistaan ja aktiivinen pyrkimys niiden vaikutuksen minimointiin parantanut tutkimuksen vahvistettavuutta. Objektiiivinen tulosten esittäminen varmistanut, että tutkimustulokset perustuvat aineistoon eivätkä tutkijan omiin mielipiteisiin. (Kananen 2015, 354.)

Tutkimuksen kylläntyminen tarkoittaa sitä, että aineistonkeruussa saavutetaan piste, jossa uutta tietoa ei enää löydy. Tällöin voidaan olettaa, että kaikki olennainen tieto on kerätty ja tutkimus voidaan lopettaa. Saturatio on tärkeä osa kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta, koska se varmistaa, että tutkimus on kattava ja että tulokset perustuvat riittävään tietomäärään. Monipuolinen aineistonkeruu parantaa saturaatiota, koska se mahdollistaa ilmiön tarkastelun eri näkökulmista ja varmistaa, että kaikki olennainen tieto on kerätty. (Kananen 2015, 355.)

Aineistoa ei ole kerätty monipuolisesti erilähteistä tai erinäkökulmista. Riittävä osallistujamäärä varmistaa, että aineisto kattaa laajasti eri näkökulmat ja kokemukset, 34 osallistujaa, onko saturaation näkökulmasta riittävä? Aineistosta löydettiin toistuvia teemoja ja havaintoja. Aineistonkeruu ja aineiston analyysi on kuvattu vaihe vaiheelta, aineistonkeruussa saavutettiin piste, jossa uutta tietoa ei enää löytynyt. Tämä kaikki tukee sitä, että tutkimustulokset perustuvat riittävään tietomäärään ja kaikki olennainen tieto on kerätty. (Kananen 2015, 355.)

## 6.6 Eettisyyden arviointi

Tutkimuksen suunnittelussa, toteutuksessa ja raportoinnissa noudatettiin hyvää tieteellistä käytäntöä. Suostumus tutkimukseen osallistumisesta pyydettiin tutkimuseettisiä periaatteita noudattaen. (TENK 2023.) Lupa tutkimusaineiston keräämiseen pyydettiin ja saatiin organisaatiolta, Helsingin kaupungin kasvatuksen ja koulutuksen toimialalta, Kaskolta. Haastatteluun osallistujia oli ryhmällinen yli 15 vuotiaita, jolloin kyselystä tiedotettiin Wilman kautta vanhemmille, muut olivat täysikäisiä ihmisiä.

Jokaiselta tutkimukseen osallistujilta pyydettiin kirjallinen suostumus tutkimukseen osallistumisesta. Ryhmien omaopettajat olivat tiedottaneet 2 viikkoa ennen haastattelua tai kyselytutkimusta tulevasta, jolloin vastaajilla oli hyvä aika harkita osallistumistaan tutkimukseen. Tutkija kertoi ennen kyselyä ja haastattelua tutkimuksesta, ja mahdollisuudesta keskeyttää tutkimus, milloin vain heidän niin halutessa. Ketään ei painostettu osallistumaan, vaan tutkimukseen osallistumispäätökset perustuivat täysin vapaaehtoisuuteen.

Kyselyt tehtiin Stadin ammattiopiston tiloissa, ja haastattelut MS Teamsin kautta. Kyselyt ja haastattelut etenivät rauhallisesti, kyselyyn vastaajat ja haastateltavat olivat erittäin yhteistyöhaluisia ja tyytyväisiä osallistumisestaan tutkimukseen. Myös tutkija koki haastattelutilanteet positiivisiksi ja tunti saavuttaneensa haastateltavien luottamuksen.

Tässä tutkimuksessa kyselyyn ja haastatteluun osallistuneista ei käytetty nimiä. Kyselyyn vastaaminen voitiin tehdä anonymisti edes tutkija ei pysty identifioimaan vastaajia. Taustatiedoissa ei kysytty mitään tunnistetietoja, joista vastaajan olisi voinut tunnistaa. Haastatteluun osallistuneille annettiin omat koodit, joista vain tutkija pystyi tunnistamaan heidät. Tutkimusraporttiin jätettiin haastateltavien lainauksia mutta lainauksista ei voi tunnistaa haastateltavia henkilöitä. (Arene 2022.)

Tämän tutkimuksen aineisto on ollut vain tutkijan hallussa, eikä ole päässyt sivullisten käsiin. Tutkijalla on ollut mahdollisuus työstää raporttia omassa huoneessaan. Kyselytutkimuksen aineistot sijaitsevat Webropol ohjelmassa ja tutkijan omalla henkilökohtaisella tietokoneellaan, salasana tarkkana. Haastattelujen nauhoitukset ja tulosteet hävitetään heti, kun niitä ei enää tarvita tutkimukseen. (Arene 2022.)

Lisäksi olen selvittänyt esteellisyyteni ja perehtynyt opinnäytetyöni aiheeseen. Olen yhdessä ohjaajani kanssa arvioinut työn vaatimat resurssit ja tutustunut hyvän tieteellisen käytännön periaatteisiin sekä tutkimuseettisiin ohjeisiin. Olen perehtynyt henkilötietojen käsittelyyn ja tietosuojaan liittyviin periaatteisiin sekä ammattikorkeakouluni ohjeisiin. Olen itsenäisesti selvittänyt, tarvitseeko opinnäytetyöni eettisen ennakoarvioinnin ja/tai tutkimuslupia, ja ne olen hankkinut. (Arene 2022.)

Olen tehnyt tarvittavat sopimukset ja sopinut opinnäytteeseeni liittyvien julkaisujen tekijyydestä ja kirjoittajuudesta. Olen laatinut aineistonhallintasuunnitelman ja noudatan sitä. Olen ilmoittanut merkitykselliset sidonnaisuudet. Tiedän, että opinnäytetyöni tarkistetaan plagiaatintunnistuksella ja että se on julkinen asiakirja. Ymmärrän, miten voin käyttää tekoälyä työvälineenä opinnäytetyöprosessissani oppilaistokseni ohjeistuksen mukaisesti. (Arene 2022.)

## 7 Johtopäätökset sekä kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

### 7.1 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miksi opiskelijat eivät ole kiinnostuneita elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksesta ja miten koulutusalan vetovoimaa voitaisiin lisätä. Tutkimuksen keskeisiksi kysymyksiksi nousivat, mitkä tekijät estävät opiskelijoita valitsemasta elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntausta? Mitkä tekijät edistävät opiskelijoita valitsemaan elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen? Miten elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksesta voitaisiin kehittämällä saada houkuttelevampi?

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että opiskelijoiden kiinnostuksen puute elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntausta kohtaan johtuu monista tekijöistä. Yleisimpiä syitä ovat tiedon puute alasta ja sen työmahdollisuuksista, negatiiviset mielikuvat alasta sekä vahva kiinnostus leipuri-kondiittorin koulutusta kohtaan. Opiskelijat kokevat, että heillä ei ole riittävästi tietoa elintarvikealan työtehtävistä tai koulutuksen sisällöstä. Myös pelko työllistymisestä valmistumisen jälkeen vaikuttaa valintaan.

Opinnäytetyössä hyödynnettiin myös Khiin neliö -testiä Webropol ohjelmalla. Testiin sisällytettiin vain ne muuttujat, joilla oli tilastollista merkitystä. Pienen aineiston vuoksi ohjelma ei kuitenkaan antanut herkästi tilastollisesti merkittäviä arvoja. Itse Khiin neliö -testi on kuitenkin tehty, mutta tuloksissa ei ollut tilastollisesti merkittäviä arvoja. Testin tulokset kuvaavat vain vastaajien käyttäytymistä, eikä ehkäiseviä tekijöitä löytynyt. Edistävistä tekijöistä löytyi kaksi, joita ohjelma esitti tilastollisesti merkitseväksi. Haluan oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta, koska pidän työtä merkityksellisenä ja olen saanut hyvää tietoa elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä (esim. opinto-ohjaajalta, opettajalta tai mainoksista). Kehitysehdotuksissa kaksi muuttujaa osoittautui ohjelman mukaan tilastollisesti merkitseväksi. Selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne alalla ja mahdollisuus tehdä käytännön harjoittelua ja saada työkokemusta opintojen aikana. (Liite 3.)

Toisaalta kiinnostus alaa kohtaan, usko hyviin työmahdollisuuksiin ja halu oppia uusia taitoja motivoivat opiskelijoita. Opiskelijat arvostavat myös käytännönläheistä oppimista, mahdollisuutta työ-  
sääoppimiseen ja alan hyvää mainetta. Kuitenkin, jotta koulutus olisi houkuttelevampi, opiskelijat toivovat enemmän käytännön harjoittelua, selkeämpää alan esittelyä ja yhteistyötä elintarvikealan yritysten kanssa. Heidän mielestään koulutuksen tulisi tarjota enemmän mahdollisuuksia työpaikoilla oppimiseen ja alan ammattilaisten kanssa verkostoitumiseen. Tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen houkuttelevuutta voidaan parantaa lisäämällä tietoa alasta, parantamalla koulutuksen käytännönläheisyyttä ja luomalla yhteistyötä

elintarvikealan yritysten kanssa. On tärkeää, että koulutus vastaa opiskelijoiden odotuksia ja antaa heille valmiudet työelämään. Lisäksi positiivisten mielikuvien luominen alasta voi auttaa houkuttelemaan enemmän opiskelijoita koulutukseen?

## **7.2 Kehittämisehdotus**

Opinnäytetyön luvussa 8 esitellään kehittämäni jatkokehitysehdotus, jossa palvelumuotoilun keinoin pyritään parantamaan elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkua. Ehdotuksen toteutuksesta ei ole vielä keskustelu toimeksiantajan kanssa. Tavoitteena on luoda opiskelijalle käyttäjäystävällisempi ja tehokkaampi prosessi, jossa huomioidaan erilaiset asiakasprofiilit. Kehitystyötä varten perustetaan työryhmä, johon pyydetään mukaan eri henkilöitä, joilla on mahdollisuus vaikuttaa kehityskohteeseen. Työryhmä koostuu elintarvikkeiden valmistajan tutkintotoimikkeen opiskelevista nuorista, aikuisista ja maahanmuuttajista, elintarvikealan työntekijöistä, -työnantajista. Työntekijä- ja työnantaja järjestön edustajista, työvoimahallinnon edustajista, peruskoulujen opoista sekä toimialan opettajista. Tavoitteen on, että kukin ryhmässä toimija voisi kehitystyön jälkeen edistää asiaa oman työn/ toiminnan kautta, ja saada näin muutosta aikaan, kuinka elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolusta voitaisiin poistaa valintaa estäviä-, ja lisätä valintaa edistäviä tekijöitä, ja kehittämällä saada houkuttelevampi?

## 8 Jatkokehittämisehdostus palvelumuotoilun keinoin (Kehitys-Toimitus)

Palvelumuotoiluprosessin jatkokehitysehdotus (kehitys-toimitus vaiheet) keskittyy elintarvikealan koulutuksen valintaprosessin parantamiseen palvelumuotoilun keinoin, ja tavoitteena on luoda käyttäjäystävällisempi ja tehokkaampi prosessi. Ennen pienemmän työpajan järjestämistä toteutetaan vielä erikseen asiakastutkimus, jonka tuloksien perusteella persoonia lähdetään muodostamaan. Pienempi työpaja koostetaan oppilaitoksemme elintarvikkeiden valmistajan koulutuspolkuun tutkintoa suorittavista opiskelijoista, opinto-ohjaajasta, kuraattorista, erityisopettajasta ja opettajista. Tämä ryhmä kehittää tarvittavat asiakaspersoonat. Kehittämisen ytimessä ovat asiakaspersoonat – Noora/Noel (Noa) nuori, Majida/Mahmud (Mahin)maahanmuuttaja ja Aili/Arto (Ami) aikuinen – joiden näkökulmat ohjaavat prosessia.

Kehittämistyö jatkuu selkeän kehittämishaasteen määrittelyllä, mikä varmistaa, että kehitystyö kohdistuu oikeaan ongelmaan. Tämän jälkeen siirrytään ideointiin, jossa hyödynnetään useita palvelumuotoilun työkaluja. "Kuinka me voisimme" -kysymykset toimivat siltana asiakasymmärryksen ja ratkaisujen ideoinnin välillä. Aivoriihi mahdollistaa suuren ideamäärän tuottamisen. Lootusblossom (8x8 menetelmä) auttaa jäsentämään ja laajentamaan ideoita. Seuraavaksi ideoiden arvioinnissa ja valinnassa käytetään arviointimatriisia, joka kattaa sekä asiakas- että liiketoimintanäkökulmat. Ideasuppiloa käytetään karsimaan ja priorisoimaan ideoita.

Kehitystyön tavoitteena on palvelupolku (tavoitepolku), joka kuvaa käyttäjän matkaa ratkaisun läpi. Tämän jälkeen palvelupolun toimivuutta testataan vielä prototyypeillä ja palauteruudukolla. Lopuksi prosessin onnistumista mitataan määritellyillä mittareilla. Tavoitteena on optimoida elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntautumisen valintaprosessi, mikä hyödyttää sekä opiskelijoita että Stadin AO:ta. Seuraavaksi kokoamme monipuolisen työryhmän, johon kuuluu elintarvikkeiden valmistajan tutkintonimikkeellä elintarviketeknologian osaamisalaa harkitsevia ja jo opiskelevia opiskelijoita, elintarvikealan ammattilaisia, työnantajia, liittojen edustajia, TE-palvelun edustaja ja koulutuksen järjestäjän henkilökuntaa ja opettajia.

Yhdessä etsimme innovatiivisia ratkaisuja, joiden avulla elintarvikealan koulutusvalinta olisi entistä helpompi ja yksilöllisempi. Aivoriihen avulla tuotamme runsaasti ideoita ja valitsemme niistä toteuttamiskelpoisimmat. Tavoitteemme on luoda selkeä prosessi, joka ohjaa jokaisen opiskelijan löytämään juuri omaan urasuunnitelmaan sopivan koulutuksen.

## 8.1 Kehitys

### Kehittämishaaste

Kehitys- ja jatkosuunnitelman laatiminen alkaa selkeän kehittämishaasteen määrittelyllä. Tässä vaiheessa tavoitteena on selventää, miten elintarvikkeiden valmistajan koulutus- ja suuntautumisvalinnan prosessia voitaisiin helpottaa asiakaspersoonan, nuoren Nooran, maahanmuuttaja Mahmutin ja Aila aikuisen näkökulmasta. Tämä haaste ohjaa seuraavia vaiheita, joissa keskitymme ideointiin ja yhteiskehittämiseen. Alla oleva ymmärrysvaiheen jälkeen syntyi kehittämishaaste. Alla esimerkki kehittämishaasteesta.

-Kuka? Peruskoulun päättävä nuori, uutta ammattia harkitseva maahanmuuttaja tai jatko-opintoja harkitseva aikuinen, joka pohtii tulevaisuuden ammatin valintaa.

-Mitä? Hän tarvitsee selkeää ja kattavaa, innostavaa tietoa elintarvikkeiden valmistajan koulutus-suuntauksesta.

-Koska? Hän ei tiedä riittävästi elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta tai alan työmahdollisuuksista.

Kehittämishaaste palvelumuotoilussa määritellään tarkemmin ymmärrysvaiheen lopuksi. Vasta haasteen selkiyttämisen jälkeen siirrytään ratkaisujen ideointiin, jotta varmistetaan keskittyminen asiakkaalle todella merkityksellisiin asioihin. (Alhonen 2022.)

Kehittämishaaste palvelumuotoilussa tarkoittaa ongelmaa tai korjausta, joka vaatii palvelun parantamisen, uusien ratkaisujen löytämisen tai olemassa olevan prosessin kehittämistä vastaa paremmin paremman tarpeita. Odotukset voi liittyä palvelun asiakaskokemukseen, tehokkuuteen, saavutettavuuteen tai toimivuuteen eri asiakasryhmille. Kehittämishaasteen tunnistaminen on tärkeä askel palvelumuotoiluprosessissa, ja se auttaa kohdentamaan suunnittelutyötä oikeisiin ongelmiin. Kehittämishaaste on tärkeä muotoilla selväksi lauseeksi, joka vastaa kolmeen suoraan: kuka asiakas on, mitä hän tarvitsee ja mihin tämä tarve kuuluu. Kun kehittämishaaste on määritelty, voidaan siirtyä ideoimaan ratkaisuja. (Alhonen 2022.)

### Ideointi

Laajennamme ideointia käyttäen metodeja kuten ”miten/ kuinka me voisimme kysymyksellä”, aivo-riihi ja Lootusblossom. Näiden menetelmien avulla pyrimme löytämään monipuolisia ja innovatiivisia ratkaisuja kysymykseen: miten voimme tehdä valintaprosessista mahdollisimman käyttäjävälisen ja tehokkaan.

## Ideoinnin laajentaminen

Ideoinnin laajentaminen aloitetaan ” Miten/ kuinka me voisimme kysymyksellä” esimerkiksi ”Kuinka voisimme tehdä elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntauksen valinnan mahdollisimman helppoksi asiakaspersoonana Noora nuorelle, Majida maahanmuuttajalle, Aili aikuiselle”. ”Kuinka me voisimme” -kysymys on palvelumuotoilun keskeinen työkalu, joka toimii siltana asiakasymmärryksen ja ratkaisujen ideoinnin välillä. Se on avoin ja innostava tapa muotoilla suunnitteluhaasteita, mikä edistää luovuutta ja erilaisten vaihtoehtojen löytämistä. Tämän kysymyksen avulla pyritään ratkaisemaan asiakkaiden todellisia tarpeita yhteiskehittämisen hengessä. ”Kuinka me voisimme” -kysymystä käytetään palvelumuotoilun prosessissa sen vaiheessa, kun asiakasymmärrys on jo kerätty ja halutaan siirtyä ratkaisujen suunnitteluun. Ennen kysymysten muodostamista analysoidaan kerättyä dataa asiakaspersoonia ja palvelupolkuja hyödyntäen. Näiden pohjalta muodostetaan useita ”Kuinka me voisimme” -kysymyksiä, jotka sitten priorisoidaan ja yhdistellään. Tämän jälkeen käynnistetään ideointiprosessi, jossa pyritään löytämään mahdollisimman monia ratkaisuvaihtoehtoja. ”Kuinka me voisimme” -kysymysten avulla voidaan ohjata palvelumuotoilun prosessia kohti asiakaslähtöisiä ratkaisuja. Kysymykset auttavat tiimiä ymmärtämään, mitä ongelmia halutaan ratkaista ja ketkä ovat tärkeimmät sidosryhmät. Lisäksi ne luovat yhteisen ymmärryksen siitä, mihin suuntaan kehittämistyö on menossa. ”Kuinka me voisimme” -kysymykset ovat erityisen hyödyllisiä tilanteissa, joissa halutaan löytää innovatiivisia ja uudennlaisia ratkaisuja. (Palvelumuotoilu Palo 2022.)

**Kuinka me voisimme?**

Kuva 6 ”kuinka me voisimme”. (Palvelumuotoilu Palo 2022.)

## Aivoriihi

Aivoriihen avulla isompi työryhmä tuottaa seuraavaksi runsaasti ideoita ja valitsemme niistä toteuttamiskelpoisimmat. Tavoitteena on luoda selkeä prosessi, joka ohjaa jokaisen opiskelijan löytämään juuri omaan urasuunnitelmaan sopivan koulutuksen.

Aivoriihi on luovan ongelmanratkaisun menetelmä, jonka tavoitteena on kehittää suuri määrä luovia ideoita turvallisessa ympäristössä siten, että kaikki ryhmän jäsenet osallistuvat. Tämän menetelmän peruseriaatteena on, että määrä tuottaa laatua; mitä enemmän ideoita syntyy, sitä todennäköisempää on, että joukosta löytyy toteuttamiskelpoisia ratkaisuja. Aivoriihiä käytetään erityisesti silloin, kun tarvitaan suuri määrä ideoita ja halutaan varmistaa kaikkien ryhmän jäsenten osallistuminen. Menetelmässä on vetäjä ja noin 6–12 hengen ryhmä. Prosessi alkaa ideoinnin kohteena

olevan aiheen esittelyllä ja aivoriihen perussääntöjen läpikäynnillä. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 160.)

Tämän jälkeen määritellään ratkaistava ongelma ja rajataan se, jolloin ryhmälle tai tarvittaessa pienryhmille annetaan tehtäväksi ongelman ratkaisu. Ideointivaiheessa jokainen ryhmän jäsen kirjaa ylös omat ajatuksensa, ja vetäjä huolehtii, ettei ideoita arvioida vielä tässä vaiheessa. Kaikki ideat kirjataan ylös, koska niitä pidetään arvokkaina. Arviointivaiheessa vetäjän tulee kannustaa vapaaseen ideointiin ja parantamaan muiden ideoita arvostelematta niitä. Valintavaiheessa ideoita tarkastellaan kriittisesti ja arvioidaan esimerkiksi äänestämällä. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 160.)

Lopuksi valitaan parhaat ideat arvioiden perusteella. On tärkeää huolehtia, että aivoriihen perusperiaatteita noudatetaan ja että kaikki osallistujat, myös hiljaisemmat, rohkaistaan osallistumaan. Aivoriihen vahvuutena on ideoiden runsaus ja mahdollisuus oppia uusia tapoja lähestyä ongelmaa. Menetelmän kesto on yleensä 20–30 minuuttia ja siihen tarvitaan post-it-lappuja, fläppitaulu ja tusseja. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 160.)

### **8x8 menetelmä/ Lootusblossom**

Mikäli aivoriihi ei synnytä tarpeeksi ideoita, käytetään seuraavaksi 8x8-menetelmää. Tämä menetelmä on tehokas työkalu, joka auttaa ryhmää löytämään innovatiivisia ratkaisuja erilaisiin haasteisiin. Menetelmän vahvuus on siinä, että se kannustaa rohkeisiin ja jopa hulluihin ideoihin, joita ei välttämättä tule mieleen perinteisissä aivoriihissä. 8x8-menetelmän onnistumisen kannalta on tärkeää, että kaikki ryhmän jäsenet osallistuvat aktiivisesti ja ovat avoimia uusille ideoille. Tavoitteena on tuottaa mahdollisimman paljon erilaisia näkökulmia ja ratkaisuvaihtoehtoja. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 163.)

8x8-menetelmä on strukturoitu ideointitekniikka, joka muistuttaa ajatuskarttaa. Tämän menetelmän avulla pyritään löytämään ratkaisuja ongelmaan tuottamalla systemaattisesti useita ideoita. 8x8 prosessi etenee seuraavasti. 1. Ongelman määrittely: Kirjoita ratkaistava ongelma A4-paperin keskelle. 2. Näkökulmien tunnistaminen: Aseta kahdeksan tyhjää paperia alkuperäisen paperin ympärille. Kirjoita jokaiselle paperille yksi ongelmaan liittyvä näkökulma. 3. Ideoiden generointi: Käytä kutakin kahdeksaa näkökulmaa lähtökohtana ja kehitä niistä kukin kahdeksan uutta ideaa. Kirjoita jokainen uusi idea omalle paperilleen. 4. Jatka iteratiivisesti: Toista vaihetta 3 käyttämällä uusia ideoita lähtökohtana. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 163.)

Tämä luo ketjun ideoita, jotka voivat johtaa innovatiivisiin ratkaisuihin. 8x8-menetelmässä, kuten aivoriihessäkin, on tärkeää välttää ideoiden kritisointia ja pyrkiä löytämään mahdollisimman paljon

ideoita, vaikka ne olisivat villedäkin. Menetelmä soveltuu erityisesti ongelmiin, joihin on mahdollista löytää useita eri näkökulmia ja ratkaisuvaihtoehtoja. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 163.)

	■			■			■	
			■	■	■			
	■		■	■	■		■	
			■	■	■			
	■			■			■	

Kuva 7. 8x8 menetelmä/ Lootusblossom. (Alhonen & Iloranta 2021.)

### Ideoinnin kiteyttäminen

Ideoinnin kiteyttäminen tapahtuu arvioimalla syntyneitä ideoita arviointimatriisin avulla, joka kattaa sekä asiakas- että liiketoimintanäkökulmat. Tämä vaihe auttaa ymmärtämään, mitkä ideat ovat käytännössä toimivimpia ja miten ne voivat parhaiten vastata tarpeeseen. Idea- ja ratkaisuehdotusten arvioinnissa käytämme ideasuppiloa, joka mahdollistaa ideavalikoiman rajaamisen ja kehittämisen eteenpäin. Tavoitteena ensinnäkin on kehittää ideoita, jotka ennaltaehkäisevät esteitä koulutussuutauksen valinnassa ja lisäävät tekijöitä, jotka edistävät valintaa. Toiseksi uusi palvelupolku-malli, tavoitepolku, joka kuvaa käyttäjän matkaa ratkaisun kautta. (Alhonen 2022.)

### Arviointimatriisi

Arviointimatriisi on palvelumuotoilussa käytetty työkalu, jonka avulla arvioidaan ja valitaan ideoita jatkokehitykseen. Matriisin avulla pyritään tunnistamaan ne ideat, joilla on paras potentiaali ratkaista asiakkaan ongelma ja samalla tarjota arvoa liiketoiminnalle. Arviointimatriisi auttaa jäsentämään ja priorisoimaan ideoita. Se on hyödyllinen työkalu erityisesti silloin, kun ideoita on paljon ja on tarpeen tehdä valintoja jatkokehityksen suhteen. (Alhonen & Iloranta 2021.)

Arviointimatriisia käytetään seuraavasti. 1. Ideoiden listaaminen, ensimmäisessä vaiheessa listataan kaikki ideointivaiheessa syntyneet ideat. 2. Matriisin akselit, matriisissa on kaksi akselia, jotka kuvaavat ideoiden ominaisuuksia. Yleensä akselit ovat "Helppo toteuttaa" - "Vaikea toteuttaa" ja "Normaali idea" - "Ainutlaatuinen idea". 3. Ideoiden sijoittelu, ideat sijoitellaan matriisiin sen mukaan, miten hyvin ne sopivat akseleiden kuvaamiin ominaisuuksiin. Esimerkiksi helppo ja tavallinen idea sijoittuu "Hetii"-ruutuun, kun taas vaikea, mutta ainutlaatuinen idea sijoittuu "Miten?"-ruutuun. 4. Jatkokehitysideoiden valinta matriisin avulla on helpompi tunnistaa ne ideat, joita kannattaa lähteä kehittämään eteenpäin. "WOW!"-ruudussa olevat ideat ovat parhaita, koska ne ovat sekä helppoja toteuttaa että ainutlaatuisia. "Hetii"-ruudun ideat voi ottaa käyttöön nopeasti, vaikka ne eivät olisikaan erityisen omaperäisiä. "Miten?"-ruudun ideat vaativat lisää työstöä, mutta niissä voi olla potentiaalia. "Ei"-ruudun ideat kannattaa hylätä. (Alhonen & Iloranta 2021.)

		Helppo toteuttaa		
	Hetii!		Wow!	
Normaali idea				Uniikki idea
	Ei!		Miten?	
		Vaikea toteuttaa		

Kuva 8. Arviointimatriisi. (Alhonen & Iloranta 2021.)

### Ideasuppilo

Ideasuppilo on systemaattinen menetelmä, jonka avulla voidaan karsia ja priorisoida suuria ideamääriä. Se toimii kuin kartio, jossa aluksi kaikki ideat otetaan huomioon, mutta vähitellen niitä arvioidaan ja karsimalla päädytään muutamaa lupaavimpaan vaihtoehtoon. Suppilon avulla voidaan arvioida ideoiden innostavuutta ja toteuttamiskelpoisuutta, mikä auttaa löytämään ne ideat, jotka ovat sekä kiinnostavia että käytännössä toteutettavissa. Ideasuppilo on tehokas työkalu, joka auttaa karsimaan ideamäärää, priorisoimaan ideoita, löytämään parhaat ratkaisut ja varmistamaan tiimin sitoutumisen. (Koskimäki 2022.)

Ideasuppiloa voidaan hyödyntää monenlaisissa tilanteissa, kuten uusien tuotteiden tai palvelujen kehittämisessä, liiketoiminnan kehittämisessä ja ongelmanratkaisussa. Se on erityisen hyödyllinen silloin, kun ideoita on paljon ja niiden joukosta on löydettävä ne parhaat. Suppilo auttaa keskittymään olennaiseen ja välttämään tilanteen, jossa kaikki ideat vaikuttavat yhtä hyviltä. Suppilon tasot määritellään projektin mukaan, mutta yleisesti ottaen ideat arvioidaan esimerkiksi asiakkaan hyödyllisyyden, omaperäisyyden, toteuttamiskelpoisuuden ja tiimin innostuksen perusteella. Tällä tavoin voidaan varmistaa, että valitut ideat täyttävät asetetut kriteerit ja että tiimi on motivoitunut niiden toteuttamiseen. (Koskimäki 2022.)

Ideointisuppilo on erinomainen työkalu valintaprosessin viimeiseen vaiheeseen. Sen avulla voidaan varmistaa, että valitut ideat ovat sellaisia, joiden parissa tiimi haluaa edetä. Suppilo toimii ikään kuin hyväksymisenä lopulliselle päätökselle, sillä se perustuu systemaattiseen arviointiin ja tiimin yhteiseen päätökseen. Ideat ” valuvat ” kohti suppilon kärkeä seuraavassa järjestyksessä 1.Asiakkaille hyödyllinen, 2.Omaperäisyys, 3.Toteutuskelpoisuus,4.Tiimin motivaatio ja innostu ideaa kohtaan (Koskimäki 2022.)



Kuva 9. Ideasuppilo. (Koskimäki 2022.)

## 8.2 Toimitus

(Löytö-Määrittely-Kehitys-Toimitus)

### Prototypointi

Prototyypointi ja testaus ovat seuraavat tärkeät vaiheet. Kehitämme ryhmässä prototyypin, joka havainnollistaa parempaa koulutuspolkua (tavoite koulutuspolku). Työryhmä suunnittelee ja kehittää prototyypin, jota testataan ensi opettajilla ja sen jälkeen opiskelijoilla syksyllä 20XX. Testauksen jälkeen analysoidaan tulokset, puretaan auki prototyyppi ja arvioidaan sen toimivuutta sekä käytet-

tävyyttä palauteruudukon pohjalta. Tämän jälkeen tehdään tarvittavat korjaukset ja testataan uudestaan seuraavalla aloittavalla ryhmällä vuonna 20XX, jonka tavoitteena on luoda opiskelijoille entistä parempi koulutuspolku, joka tuottaa lisäarvoa sekä opiskelijoille että yrityksille liiketoiminnan muodossa.

Prototyypointi on tärkeä osa innovatiivista työskentelyä. Se mahdollistaa ideoiden nopeamman kehittämisen ja vähentää riskiä epäonnistumisesta. Prototyypointi on yksinkertainen ja tehokas tapa konkretisoida ideoita ja saada niistä palautetta. Se on kuin idean esittely luonnoksena, jotta voidaan yhdessä tarkastella, toimiiko se käytännössä. Prototyyppejä voidaan tehdä monin tavoin, aina käsin piirretyistä luonnoksista digitaalisiin malleihin (Haaga-Helia 2021, 19.)

Prototyypoinnin tavoitteena on seuraavat. Visualisoida idea, eli muuttaa abstrakti ajatus konkreettiseksi, jotta siitä on helpompi keskustella ja ymmärtää. Kerätä palautetta ja saada palautetta niin tiimiltä kuin asiakkailta, jotta ideaa voidaan kehittää edelleen. Testata idean toimivuutta ja näin varmistaa, että idea toimii käytännössä ja vastaa asiakkaiden tarpeisiin sekä säästää näin aikaa ja rahaa, kun päästään kiinni ongelmakohtiin jo varhaisessa vaiheessa, ennen kuin investoidaan lopulliseen toteutukseen. (Haaga-Helia 2021, 19.)

Prototyypit ovat erityisen hyödyllisiä palvelujen kehittämisessä, koska palvelut ovat usein näkymättömiä. Konkretisoimalla palvelu prototyypin avulla on helpompi hahmottaa, miten se toimii ja miten sitä voidaan parantaa. Prototyypoinnin prosessi on yleensä seuraava. 1. Idean visualisointi, luo yksinkertainen prototyyppi, esimerkiksi piirroksen tai alustavan mainoslehtisen. 2. Palautteen kerääminen, esittele prototyyppi tiimille tai asiakkaille ja pyydä heiltä palautetta. 3. Prototyypin kehittäminen, muokkaa prototyyppiä saadun palautteen perusteella. 4. Toistaminen, toista vaiheita 2 ja 3 useita kertoja, kunnes prototyyppi vastaa asetettuihin tavoitteisiin. (Haaga-Helia 2021, 19.)

### **Palauteruudukko**

Palauteruudukko on yksinkertainen mutta tehokas työkalu, joka auttaa keräämään, järjestämään ja analysoimaan palautetta. Se on hyödyllinen työkalu kaikille, jotka haluavat kehittää tuotteita tai palveluita käyttäjien tarpeiden mukaisesti. Palauteruudukko on visuaalinen työkalu, jota käytetään erityisesti palvelumuotoilussa ja tuotekehityksessä. Se on yksinkertainen ja tehokas tapa koota ja järjestää palautetta, jota on saatu esimerkiksi prototyypin testaamisesta. Palauteruudukko auttaa hahmottamaan palautetta ja tekemään siitä johtopäätöksiä tuotteen tai palvelun kehittämistä varten. (Haaga-Helia 2021, 21.)

Palauteruudukko koostuu yleensä neljästä eri osasta, joihin kukin vastaa tiettyä kysymystä. Mikä toimi osassa kerätään palautetta siitä, mikä prototyypissä toimi hyvin ja mikä sai positiivista pa-

lautetta. Mitä voisi tehdä toisin osassa kerätään ehdotuksia siitä, mitä prototyypissä voitaisiin parantaa tai tehdä toisin. Mikä oli epäselvää osassa, kerätään palautetta siitä, mikä prototyypissä oli epäselvää tai vaikea ymmärtää. Mitä muita ideoita, tässä osassa kerätään kaikki muut ideat ja kommentit, jotka eivät välttämättä sovi muihin kategorioihin. (Haaga-Helia 2021, 21.)

Palauteruudukon hyödyt näkyvät siten että sillä. Helpotetaan palautteen käsittelyä, palauteruudukko auttaa järjestämään suuren määrän palautetta visuaalisesti, mikä tekee siitä helpommin hallittavaa. Ohjataan huomion tärkeisiin asioihin, ruudukon kysymykset ohjaavat palautteen keräämisen keskeisiin kysymyksiin. Tukee päätöksentekoa, palauteruudukon avulla on helpompi tehdä päätöksiä siitä, mihin asioihin kannattaa kiinnittää huomiota tuotteen tai palvelun kehittämisessä. Parantaa yhteistyötä, palauteruudukko on hyvä työkalu tiimityöskentelyyn, sillä se auttaa kaikkia tiimin jäseniä ymmärtämään palautteen yhtäläisesti. (Haaga-Helia 2021, 21.)

Miten palauteruudukkoa käytetään käytännössä, luo ruudukko, piirrä paperille tai luo digitaalinen taulukko, jossa on neljä saraketta, jotka vastaavat ruudukon kysymyksiä. Kerää palautetta esimerkiksi kyselyiden, haastattelujen tai työpajojen avulla. Kirjoita jokainen palautteen antaja eri riville ja jaa hänen kommenttinsa eri sarakkeisiin sen mukaan, mihin kysymykseen ne vastaavat. Analysoi palautetta siten että, käy läpi ruudukot ja etsi yhteisiä teemoja ja kuvioita palautteesta. Lopuksi tee johtopäätöksiä siitä, mitä muutoksia prototyyppiin tai palveluun tulisi tehdä.

(Haaga-Helia 2021, 21.)

Mikä toimi?	Minkä voisi tehdä toisin?
Mikä oli epäselvää?	Mitä muita ideoita?

Taulukko 12. Palauteruudukko. (Alhonen & Iloranta 2021.)

### Mittaaminen

Palvelumuotoilussa mittaaminen on tärkeää, jotta voidaan ymmärtää palvelun toimivuutta ja kehittää sitä edelleen. Tärkeintä on kuitenkin mitata asioita, jotka ovat asiakkaan kannalta merkityksellisiä. Pelkkä resurssien käytön seuraaminen ei riitä, vaan mittareiden tulee liittyä asiakkaan prosessiin ja siihen, miten palvelu vaikuttaa asiakkaan toimintaan ja kokemukseen. Mittaaminen tulisi linkittää asiakkaan kuuntelemiseen ja asiakasymmärryksen keräämiseen, jotta saadaan parempi ymmärrys palvelun toimivuudesta käytännössä. Tämä tieto toimii pohjana palveluiden jatkuvalla kehittämiselle. (Haaga-Helia 2021, 24.)

## Mittarit

- 1. 20XX elintarvikealanperustutkinnosta, elintarviketeknologian osaamisalan, tutkintonimike elintarvikkeiden valmistajat, aloittaneiden määrä. Tämä mittari kertoo, kuinka monta opiskelijaa on aloittanut elintarvikealan perustutkinnon elintarviketeknologian osaamisalalla tietyssä vuonna. Aloittaneiden määrää voidaan käyttää arvioimaan koulutuksen vetovoimaa ja kiinnostusta alaa kohtaan. Se auttaa myös suunnittelemaan resursseja, kuten opettajien määrää ja tarvittavia tiloja.
- 2. 20XX elintarvikealanperustutkinnosta, elintarviketeknologian osaamisalan, tutkintonimike elintarvikkeiden valmistajat, lopettaneiden ja alan vaihtajien määrä. Tämä mittari kertoo, kuinka monta opiskelijaa on lopettanut opintonsa tai vaihtanut alaa tietyssä vuonna. Lopettaneiden ja alan vaihtajien määrää voidaan käyttää muun muassa, tunnistamaan mahdollisia ongelmia koulutuksen sisällössä, opetusmenetelmissä tai opiskelijoiden tukipalveluissa. Se auttaa myös kehittämään toimenpiteitä opiskelijoiden sitoutumisen parantamiseksi.
- 3. 20XX elintarvikealanperustutkinnosta, elintarviketeknologian osaamisalan, tutkintonimike elintarvikkeiden valmistajat, valmistuneet määrät. Tämä mittari kertoo, kuinka monta opiskelijaa on suorittanut elintarvikealan perustutkinnon elintarviketeknologian osaamisalalla tietyssä vuonna. Valmistuneiden määrää voidaan käyttää arvioimaan koulutuksen tehokkuutta ja opiskelijoiden menestystä. Se auttaa myös ennustamaan työvoiman tarjontaa elintarvikealalla.
- 4. Kuinka tyytyväinen olet [tuotteeseen/palveluun] asteikolla 1–10. Tämä mittari kertoo asiakkaiden tyytyväisyyden tasosta tuotteeseen tai palveluun. Tyytyväisyysasteikkoa voidaan käyttää tunnistamaan vahvuuksia ja heikkouksia sekä kehittämään parannuksia asiakaskokemukseen.
- 5. Miten voisimme parantaa kokemustasi [yrityksestä/palvelusta]. Tämä mittari kerää asiakkaiden palautetta ja ehdotuksia parannuksista. Asiakaspalautetta voidaan käyttää kehittämään tuotteita ja palveluita vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita ja odotuksia.
- 6. 20XX NPS. Kuinka todennäköisesti suosittelisit palvelua / tuotetta kaverillesi tai kollegallesi? Tämä mittari kertoo, kuinka todennäköisesti asiakkaat suosittelisivat palvelua tai tuotetta ystävilleen tai kollegoilleen. NPS-mittaria voidaan käyttää arvioimaan asiakasuskollisuutta ja tunnistamaan potentiaalisia kehitysalueita. Korkea NPS-arvo viittaa siihen, että asiakkaat ovat tyytyväisiä ja todennäköisesti suosittelevat yritystä muille. (trustmary 2024.)

### 8.3 Perusteet

Tavoitteena ensinnäkin on kehittää ideoita, jotka ennaltaehkäisevät esteitä koulutuspolun valinnassa ja lisäävät tekijöitä, jotka edistävät valintaa ja toiseksi luoda parempi koulutuspolku, joka luo arvoa opiskelijalle ja lisää opiskelijoiden määrää elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntaukseen. Ratkaisujen kautta pyritään optimoimaan elintarvikkeiden valmistajan koulutussuuntautuksen valintaprosessi, jolloin sekä opiskelijat että Stadin AO hyötyvät selkeämmästä ja tehokkaammasta koulutuspolusta. Selkeä haasteen määrittely on tärkeää eli kehittämishaaste, koska se varmistaa, että kehitystyö kohdistuu oikeaan ongelmaan. Tämä antaa suuntaviivat ja ohjaa kaikki toimenpiteet asiakaspersonan tarpeiden mukaisiksi, mikä parantaa ratkaisujen relevanssia. ”Kuinka voisimme kysymykset”, Aivorihi ja Lootusblossom tarjoavat monipuolisia ja laaja-alaisia lähestymistapoja ideointiin. ”Kuinka me voisimme” kysymys ovat keskeinen työkalu, joka toimii siltana asiakasymmärryksen ja ratkaisujen ideoinnin välillä, aivorihi mahdollistaa suuren ideamäärän tuottamisen, ja Lootusblossom auttaa jäsentämään ja laajentamaan ideoita. Näiden menetelmien käyttö varmistaa, että ideointiprosessi on kattava ja innovatiivinen.

Arviointimatriisi, joka kattaa asiakas- ja liiketoimintanäkökulmat, auttaa suodattamaan ideat, jotka eivät ole käytännöllisiä tai kannattavia. Ideasuppilo järjestää ja priorisoi arviointimatriisista syntyneet ideat systemaattisesti, mikä parantaa prosessin tehokkuutta ja varmistaa, että keskitytään parhaisiin ideoihin. Koulutuspolku (tavoitepolku, uusi), joka kuvaa käyttäjän matkaa ratkaisun kautta, auttaa ymmärtämään palvelun käytettävyyden ja asiakaskokemuksen eri vaiheita. Tämä vaihe on tärkeä, koska se mahdollistaa palvelun optimoinnin ja käyttäjäkokemuksen parantamisen. Prototyypin kehittäminen koulutuspolusta (tavoitepolku, uusi) ja testaus varmistavat, että ratkaisu on käytännön tasolla toimiva ja vastaa käyttäjien tarpeita. Uuden koulutuspolun testaus opiskelijoilla tarjoaa arvokasta palautetta mittareiden avulla prototyypin toimivuudesta. Tämä vaihe on kriittinen, koska se varmistaa ratkaisun käytännön soveltuvuuden ja parantaa sen käytettävyyttä.

## 9 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.

Vaikka opinnäytetyöprosessi on syventänyt ymmärrystäni palvelumuotoilusta ja tutkimusmenetelmistä, kaikkia palvelumuotoilun menetelmiä en ole ehtinyt täysin omaksua. Opinnäytetyöni keskittyi pääasiassa asiakasymmärrykseen (löytö ja määrittely vaiheet), joten en syventynyt muihin palvelumuotoilun menetelmiin yhtä paljon. Ja projektinhallinnan osaamiseni jäi suppeammaksi, koska en päässyt toteuttamaan kaikkia projektin vaiheita (kehitys ja toimitus). Opinnäytetyön aikana olen oppinut tunnistamaan opiskelijoiden tarpeita ja motivaatioita elintarvikealan koulutuksen valinnassa. Lisäksi olen saanut kokemusta sekä kvantitatiivisten että kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien käytöstä ja niiden yhdistämisestä. Palvelumuotoilun periaatteiden soveltaminen käytännön ongelmanratkaisuun on avannut minulle uusia näkökulmia. Opin palvelumuotoilun peruseriaatteen ja -prosessit sekä ymmärsin, miten niitä voidaan soveltaa koulutusalan kehittämiseen. Ja opin käyttämään erilaisia tutkimusmenetelmiä (kyselyt, haastattelut) tiedon keräämiseen ja analysointiin. Sekä kehityin raportointi- ja kirjoitustaidoissani opinnäytetyöprosessin aikana. Jatkossa minulla on tarve kehittää kykyä soveltaa palvelumuotoilun menetelmiä laajemmin ja syvällisemmin, muun muassa asiakaspersoonien luomisessa. Myös tiedonhankintataitoja ja kykyä analysoida monipuolisesti eri lähteistä saatua tietoa on tarve kehittää. Opinnäytetyön myötä minulle kehittynyt kyky suunnitella ja toteuttaa tutkimuksia, analysoida dataa ja muotoilla kehitysehdotuksia. Osaan myös soveltaa palvelumuotoilun periaatteita käytännönläheisesti ja ymmärrän asiakaslähtöisen ajattelun merkityksen palveluiden kehittämisessä. ja osaan kirjoittaa paremmin, selkeitä ja ymmärrettäviä raportteja?

Eriyksen haastavaa oli rajata tutkimusongelmaa ja määrittellä tarkat tutkimuskysymykset. Myös aiheiston analysointi ja tulosten tulkinta vaativat ponnisteluja. Myös tutkimusluvan ehdot rajoittivat osallistavaa yhteiskehittämistä koulun kanssa, näin ollen aihe tuli rajattua löydä ja määrittely vaiheisiin (kehitys ja toimitus jäi pois). Tärkeimpiä oppeja oli ymmärrys siitä, miten tärkeää on kuunnella asiakasta ja ottaa huomioon hänen tarpeensa palveluiden kehittämisessä. Lisäksi opin, että palvelumuotoilu on iteratiivinen prosessi, joka vaatii jatkuvaa arviointia ja kehittämistä. Opinnäytetyön myötä hankin uusia taitoja tiedonhankinnassa, analysoinnissa ja raportoinnissa. Opin myös palvelumuotoilun menetelmistä ja niiden soveltamisesta käytännössä, sekä ymmärrän nyt paremmin elintarvikealan koulutuksen erityispiirteitä ja haasteita. Seuraavaksi haluaisin syventää osaamista palvelumuotoilun eri menetelmistä. Myös projektinhallintataitojen kehittäminen olisi hyödyllistä tulevaisuuden projekteja ajatellen. Haluan myös kehittää fasilitointitaitojani, jotta voisin, osaisin ohjata ryhmätyöskentelyä. Uusia taitojani voin hyödyntää tulevissa työtehtävissä, joissa tarvitaan asiakaslähtöistä ajattelua, ongelmanratkaisukykyä ja kykyä kehittää uusia palveluita. Osaamistani voin hyödyntää myös opetustehtävissä, opetuksen suunnittelussa ja kehittämisessä sekä erilaisten projektien suunnittelussa ja toteutuksessa.

## Lähteet

- Alastalo, M. Åkerman, M. 2010. Asiantuntijahaastattelun analyysi: faktojen jäljillä. Teoksessa Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen (toim.) Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino, 372–392.
- Alhonen, M. Iloranta, R. 2021. Palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja arkeen ”SUN – 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun” -hanketta. Luettavissa. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502561/sun-3amk-palvelumuotoiluopas.pdf>. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettu 19.03.2025.
- Alhonen, M. 2022. Palvelumuotoilu – Asiakasymmärryksen kiteyttäminen. LAB8 by Haaga-Helia. Video. Katsottavissa. <https://www.youtube.com/watch?v=a9rqzUHM9M0&t=126s>. Katsottu. 27.09.2024.
- Antikainen, A. Huotelin, H. 1996. Oppiminen ja elämän historia. BTJ kirjastopalvelu. Helsinki.
- Arantola, H., & Simonen, K. (2009). Palvelemisesta palveluliiketoimintaan: Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana (Tekesin katsaus 256/2009) Luettavissa: [https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta\\_palveluliiketoimintaan.pdf](https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf). Luettu. 19.04.2024.
- Arene. 2022 Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset ohjeet. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto. Arene ry. Luettavissa. <https://arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2025/AMMATTIKORKEAKOULUJEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202025.pdf?t=1739803988>. Luettu 17.02.2025.
- Armila, E. 2014. Nuoret koulutusvalintojen tekijöinä. Silta-Valmennusyhdistyksen Tuotantokoulun opiskelijoiden toimijuus. Tampereen yliopisto. Luettavissa. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/97599/GRADU-1435577386.pdf?sequence=1>. Luettu 01.10.2024.
- Barath, T. Fazekas, N. Kiss, N. 2021. Service Design and Learning Experience Development in Higher Education. Conference: XXIX International RESER Conference: “Services and future of the workforce.” ResearchGate. Luettavissa. [https://www.researchgate.net/publication/353305488\\_Service\\_Design\\_and\\_Learning\\_Experience\\_Development\\_in\\_Higher\\_Education](https://www.researchgate.net/publication/353305488_Service_Design_and_Learning_Experience_Development_in_Higher_Education). Luettu 10.12.2024.
- Design council. 2015. Design methods for developing services. Luettavissa: [https://www.design-council.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil\\_Design%2520methods%2520for%2520developing%2520services.pdf](https://www.design-council.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil_Design%2520methods%2520for%2520developing%2520services.pdf). Luettu. 22.09.2024.

Fee, R. Cassini, N. 2018. A Service Design Approach to Learning. Conference: 21st DMI: Academic Design Management Conference. London. ResearchGate. Luettavissa. [https://www.researchgate.net/publication/361466095\\_A\\_Service\\_Design\\_Approach\\_to\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/361466095_A_Service_Design_Approach_to_Learning). Luettu 10.12.2024.

ePerusteet. Elintarvikealan perustutkinto. Luettavissa: <https://eperusteet.opintopolku.fi/eperusteet-service/api/dokumentit/9099648>. Luettu 22.07.2024.

ePerusteet. 2022. Stadin AO: Elintarvikealan perustutkinto 2022. Elintarviketeknologian osaamisala. Luettavissa: <https://eperusteet.opintopolku.fi/#/fi/toteutussuunnitelma/3470828/ammattillinen/sialto/3491208>. Luettu 10.03.2025.

Haaga-Helia 2021. Haaga-Helia julkaisut 5/2021. Palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja arkeen. Luettavissa: <https://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/file/2021-06/sun-3amk-palvelumuotoiluopas.pdf>. Luettu 30.10.2021.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. painos. Bookwell Oy. Porvoo.

Helsingin kaupunki. 2022. Helsingin kaupungin kasvatuksen ja koulutuksen toimialan toimintäsääntö. Ahjo julkaisu. Luettavissa. <https://ahjojulkaisu.hel.fi/EA626699-FB89-CD43-990D-83A755400002.pdf>. Luettu 18.09.2024.

Helsingin kaupunki. 2024. Stadin ammattiopisto, Prinsessantien toimipaikka. Luettavissa <https://www.hel.fi/fi/kasvatus-ja-koulutus/ammattillinen-koulutus>. Luettu 18.09.2024.

Hirsijärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.–14. painos. Otava. Keuruu.

Huhta, M. Myllyntaus, V. 2021. Työntajabrändi ja työntekijäkokemus. Helsinki: Alma Talent.

Hyrylä, L. 2023. Uudistuva elintarvikeala. Toimialaraportti. Kaakkois-Suomen ELY-keskus. TEM Luettavissa. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165285/TEM\\_2023\\_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165285/TEM_2023_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu 01.10.2024.

Issakainen, V. Kilpeläinen, E. Kärkkäinen R. Lautanen, S. Pokela, E. 2022. Metsäalan koulutusvalintaan vaikuttavat tekijät ja niiden huomioiminen koulutuksen markkinointi viestinnässä. TTS:n julkaisuja 462. Luettavissa. [https://www.tts.fi/wp-content/uploads/2023/10/Metsaalan\\_koulutusvalintaan\\_vaikuttavat\\_tekijat\\_tulosraportti\\_2022\\_002.pdf](https://www.tts.fi/wp-content/uploads/2023/10/Metsaalan_koulutusvalintaan_vaikuttavat_tekijat_tulosraportti_2022_002.pdf). Luettu 11.12.2024.

Kananen, J. 2011a. Kvantti: kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. JAMK.

Kananen, J. 2011b. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Karjalainen, A. Lapinlampi, T. Jaakkola, E. & Alha, K. 2003. Opetussuunnitelman käsite. Teoksessa A. Karjalainen (toim.) Akateeminen opetussuunnitelmatyö. Oulun yliopisto: Opetuksen kehittämissyksikkö, 25–55. Luettavissa. <http://bcbu oulu.fi/akatopst.pdf>. Luettu 30.09.2024.

Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus. Alma Talent | Helsinki 2019.

Korkiakoski, K. 2023. Huomisen asiakas. Helsingin seudun kauppakamari. E-Kirja. Luettu: 14.4.2024.

Koskimäki, T. 2022. Kiikarissa kasvu – Ideoinnin kiteyttävät menetelmät. Video. Katsottavissa. [https://www.youtube.com/watch?v=TjR3GL\\_QKw&list=PLx6yiS7cg2HMHV3qT7M7DUyUgwkAA-GyVP](https://www.youtube.com/watch?v=TjR3GL_QKw&list=PLx6yiS7cg2HMHV3qT7M7DUyUgwkAA-GyVP). Katsottu. 17.02.2025.

Kosola, A-M. 2008. Nuorten koulutusvalinnat. Abiturienttien käsityksiä ja kokemuksia koulutusvalinnasta. Tampereen yliopisto. Luettavissa. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/80284/gradu03303.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu. 01.10.2024.

Lindstedt, J. 2024. Kvalitatiivinen menetelmäpaja. 19.11.2024. YAMK. Haaga-Helia.

Moilanen, T. Ojasalo, K. Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy. Helsinki (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2009, 35).

Moritz, S. 2005. Service design. Practical Access to an Evolving Field. Luettavissa: [https://is-suunet.com/st\\_moritz/docs/pa2servicedesign/15](https://is-suunet.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign/15). Luettu 23.11.2024 (Moritz 2005).

Palvelumuotoilu Palo. s.a. Mitä on palvelumuotoilu? Luettavissa: <https://www.palvelumuotoilupallo.fi/palvelumuotoilu/> Luettu 19.04.2024. (Palvelumuotoilupallo, s.a).

Palvelumuotoilu Palo. 2022. Palvelumuotoilun menetelmä - kuinka me voisimme? Luettavissa. <https://www.palvelumuotoilupallo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelmat-kuinka-me-voisimme/>. Luettu 27.09.2024.

Putta, I. 30.9.2024. Opintosihtööri. Stadin ammatti- ja aikuisopisto. Sähköposti.

Rope, T, Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrändi. Onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. Helsinki: WSOY. (Rope & Mether 2021).

- Routtin, K. 2018. A Service Design Approach for Online Learning Service Development. Theseus. Luettavissa. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/157100/Routti\\_Kati.pdf;jsessionid=215547D897E7BB20CFAEE434B79A1540?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/157100/Routti_Kati.pdf;jsessionid=215547D897E7BB20CFAEE434B79A1540?sequence=1). Luettu 10.12.2024.
- Saaranen, P. 2025. Kvantitatiivinen menetelmäpaja. 21.02.2025. YAMK. Haaga-Helia.
- Scott, J., & Marshall, G. (2009). A Dictionary of Sociology (3rd ed.). Oxford University Press.
- Sinansari, P., Salsabila, S.H., Hamounm, S., Lopatka, A. & Wlodarski, W. 2023. Identify Customer Element Through Empathy Map and User Persona. Procedia computer science. 225. S. 4148–4156. Luettu: 15.4.2024.
- Stadin AO. Elintarvikealan perustutkinto. Luettavissa: <https://stadinao.fi/perustutkinnot/elintarvikealan-perustutkinto/> Luettu. 19.04.2024 (Stadin AO s.a).
- Stadin AO. n.d. Elintarvikealan perustutkinto. Luettavissa. <https://stadinao.hel.fi/elintarvikealan-perustutkinto/>. Luettu 10.03.2025.
- Stadin AO. 2024. Tietoa Stadin AO:sta. Luettavissa. <https://stadinao.fi/tietoa-stadin-aosta/>. Luettu 18.09.2024.
- Taanila, A. 2019. Akin menetelmäblogi. Ristiintaulukointi ja khiin neliö -testi. Luettavissa. <https://tilastoapu.wordpress.com/2011/10/14/6-ristiintaulukointi-ja-khiin-nelio-testi/>. Luettu. 23.02.2025.
- TENK. 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Luettavissa. [https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje\\_2023.pdf](https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf). Luettu 17.02.2025.
- Tietoarkisto. n.d. Tutkimusmenetelmien verkkokäsikirja. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/index.html> Luettu: 10.03.2024 (Tietoarkisto n.d).
- Trustmary. 2024. Mikä on NPS ja miten sitä mitataan? Luettavissa: <https://trustmary.com/fi/nps-net-promoter-score/mika-on-nps-ja-miten-sita-mitataan/>. Luettu 11.03.2025.
- Tuulaniemi, J.2011. Palvelumuotoilu. 4. p, 2021. Alma Talent (Tuulaniemi, 2011).
- Vipunen. 2024. Opetushallinnon tilastopalvelu. Luettavissa. <https://vipunen.fi/fi-fi>. Luettu 01.10.2024.

## Liitteet

### Liite 1. Nykyinen koulutuspolku. Opinto-ohjaajan näkemys

Opiskelija	Vaihe 1: Tietoisuus	Vaihe 2: Harkinta	Vaihe 3: Päätös	Vaihe 4: Ostaminen	Vaihe 5: Asiakkuus	Vaihe 6: Suositteleva
Vaiheen kuvaus	Opiskelija saa ensimmäisen käsityksen elintarvikkeiden valmistajan ammatista.	Opiskelija harkitsee vakavammin alan valintaa ja kerää tietoa eri koulutuksista.	Opiskelija päättää hakea koulutukseen.	Opiskelija aloittaa opinnot.	Opiskelija suorittaa opintoja ja kehittyy ammattilaisena.	Opiskelija suosittelee koulutusta muille ja toimii alan edustajana.
Päätavoite	Herättää kiinnostusta alaa kohtaan.	Varmistaa, että ala sopii omiin kiinnostuksen kohteisiin ja tavoitteisiin.	Tekee päätöksen koulutuksen aloittamisesta.	Muuttuu virallisesti opiskelijaksi.	Saavuttaa asetetut opintotavoitteet ja valmistuu.	Lisää koulutuksen tunnettua ja houkuttelee uusia opiskelijoita.
Vuoro vaikutuksen kosketuspisteet	Mainokset, messut, mainokset sosiaalisessa mediassa, Opinto-ohjaajan suositukset, koulun esittelytilaisuudet muut, internet, tulella paikan päälle, työvoima toimisto, Meet&greet	Koulutusmessut, verkkosivut, opiskelijapalautteet, opinto-ohjaus Koulutuksen verkkosivut Opiskelijatarinat ja kokemukset, Ammattiesittelyvideot, Opintosihteri Meet&greet	Hakupäivät, hakulomake, opinto-ohjaus, Vanhemmat Hakemusjärjestelmät Opiskelupaikan vastaan ottaminen Taloudellinen neuvonta (opintoraha, opintolaina)	Opiskelijaportaali, ilmoittautumistilaisuus Opintojen aloitus orientaatio Opinto-ohjaus Verkkokurssit ja oppimisympäristöt Opettajat	Luennot, harjoitustyöt, työharjoittelu, opiskelijajayhteisö Opettajat Työssäoppiminen SEL ETL	Alumiverkosto, sosiaalinen media, työelämä Palautekyselyt Suosittelevat ohjelmat Sosiaalisen median jakopainikkeet Arvostelualustat Alumnitoiminta ja yhteisöt tarinat
Digitaaliset kosketuspisteet	Sosiaalinen media, hakukoneet, verkkosivut facebook, tik tok	Verkkosivut, blogit, webinaarit, keskustelupalstat, opiskelijaportaali	Hakulomake, opiskelijaportaali, sähköposti	Opiskelijaportaali	Oppilaitos, oppimisympäristöt, verkkoympäristöt, työharjoittelupaikka	Sosiaalinen media, alumiverkosto, työpaikat
Tekee	Selailee, seuraa, tutkii	Vertaillee, tutkii, kysyy	Täyttää hakulomakkeen, ilmoittautuu	Vahvistaa ilmoittautumisen	Osallistuu opetukseen, tekee töitä, verkostoituu	Jakaa kokemuksia, toimii mentorina
Ajattelee	"Voisiko minusta tulla?"	"Onko tämä oikea ala minulle?"	"Olen valmis aloittamaan!"	"Olen nyt virallisesti opiskelija!"	"Olen oppimassa paljon uutta!"	"Olen tyytyväinen koulutukseen ja haluan suositella sitä muille!"
Tuntee	Innostunut, utelias	Epäröivä, harkitseva	Vakuuttunut, innokas	Hyväksyvä, odottava	Tyytyväinen, motivoitunut	Positiivinen, ylpeä
Mahdollisuudet	Tarjota inspiroivaa ja selkeää tietoa koulutuksesta kanavissa, joka herättää mielenkiinnon	Tarjota henkilökohtaista neuvontaa ja lisätietoa päätöksenteon tueksi.	Tarjota selkeitä ja käyttäjäystävällisiä hakuprosesseja sekä tukea päätöksen teossa.	Tarjota mentoroimista ja vertaistukea uusille opiskelijoille.	Tukea (laatu) elintarvikkeiden valmistajan opinnoissa Tarjota kattavia urapalveluja ja tukea työpaikan löytämisessä.	Tarjota mahdollisuus alumnitoimintaan

## Liite 2. Haastattelulomake

Haastattelukysymykset elintarvikkeiden valmistajan asiakaspolkuun

Vaihe 1: Tietoisuus

1. Miten alun perin kuulit elintarvikkeiden valmistajan ammatista?

Tällä kysymyksellä pyritään selvittämään, mitkä kanavat ovat olleet tehokkaita herättämään kiinnostusta alaa kohtaan.

2. Mitkä asiat herättivät ensimmäisenä kiinnostuksesi elintarvikkeiden valmistukseen?

Tämä auttaa ymmärtämään opiskelijan motivaatiota ja sitä, mitkä tekijät ovat olleet hänelle tärkeitä.

3. Muistatko, mitkä olivat ensimmäiset ajatukseti tästä ammatista?

Tämän kysymyksen avulla voidaan kartoittaa opiskelijan alkuperäistä mielikuvaa alasta.

Vaihe 2: Harkinta

4. Miten keräsit tietoa elintarvikkeiden valmistajan koulutuksesta?

Tässä on tarkoitus selvittää, mitä tiedonlähteitä opiskelija on hyödyntänyt ja mitkä niistä ovat olleet hänelle hyödyllisimpiä.

5. Miten vertailit eri koulutusvaihtoehtoja?

Kysymys auttaa ymmärtämään opiskelijan päätöksentekoprosessia ja sitä, mihin asioihin hän on kiinnittänyt huomiota.

6. Kenen kanssa keskustelit alavaiheesta?

Tällä kysymyksellä kartoitetaan, ketkä henkilöt ovat olleet mukana opiskelijan päätöksentekoprosessissa.

Vaihe 3: Päätös

7. Mikä sai sinut lopulta päättämään hakea elintarvikkeiden valmistajan koulutukseen?

Kysymys pyrkii selvittämään, mikä tekijä oli ratkaiseva opiskelijan päätöksenteossa.

8. Oliko sinulla muita vaihtoehtoja mielessä?

Tämä auttaa ymmärtämään, oliko elintarvikkeiden valmistajan koulutus opiskelijan ensisijainen vaihtoehto.

9. Millaisia odotuksia sinulla oli koulutuksen suhteen?

Tämän kysymyksen avulla voidaan selvittää opiskelijan ennako-odotuksia ja toiveita.

Vaihe 4: Ostaminen

10. Miten koit hakuprosessin?

Tällä kysymyksellä kartoitetaan opiskelijan kokemuksia hakuprosessista ja sen sujuvuudesta.

11. Oliko sinulla vaikeuksia hakuvaiheessa?

Kysymys pyrkii selvittämään, oliko hakuprosessissa jotain parannettavaa.

12. Milloin ja miten sait tiedon opiskelupaikan saamisesta?

Tällä kysymyksellä selvitetään, miten opiskelupaikan saamisesta tiedotettiin ja oliko prosessi opiskelijan näkökulmasta selkeä.

Vaihe 5: Asiakkuus

13. Millaisia kokemuksia sinulla on opinnoista tähän mennessä?

Kysymys kartoittaa opiskelijan yleisiä kokemuksia opinnoista.

14. Onko jotain, mitä voisimme kehittää?

Kysymys antaa opiskelijalle mahdollisuuden antaa palautetta ja auttaa kehittämään koulutusta.

15. Mitkä asiat ovat olleet opinnoissa parasta?

Tällä kysymyksellä pyritään selvittämään, mitkä asiat opiskelija kokee opinnoissaan erityisen positiivisina.

Vaihe 6: Suositteleva

16. Suositteletko elintarvikkeiden valmistajan koulutusta muille?

Tällä kysymyksellä mitataan opiskelijan tyytyväisyyttä koulutukseen.

17. Kenelle suosittelisit tätä koulutusta?

Kysymys pyrkii selvittämään, millaisille ihmisille opiskelija kokee koulutuksen sopivan.

18. Mitä sanoisit heille, jotka harkitsevat alaa?

Tämän kysymyksen avulla opiskelija voi jakaa omia kokemuksiaan ja antaa neuvoja alan valintaa pohtiville.

19. Onko mielessäsi jotain josta ei olla puhuttu, mutta haluaisit sanoa, jäikö jotain kysymättä?

### Liite 3. Khiin neliö-testin tulos

#### Edistävät tekijät

Haluan oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta, koska pidän työtä merkityksellisenä.

Variables	Ikä kahdessa ryhmässä	Min Expected	Fraction < 5
EDISTÄVÄT TEKIJÄT. Haluan oppia uusia taitoja elintarvikkeiden valmistuksesta, koska pidän työtä merkityksellisenä.	3.85 (p=0.050)	4,41176471	25

Olen saanut hyvää tietoa elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä (esim. opinto-ohjaajalta, opettajalta tai mainoksista).

Variables	Ikä kahdessa ryhmässä	Min Expected	Fraction < 5
EDISTÄVÄT TEKIJÄT. Olen saanut hyvää tietoa elintarvikealasta tai elintarvikkeiden valmistajan työstä (esim. opinto-ohjaajalta, opettajalta tai mainoksista).	4.54 (p=0.033)	1,17647059	50

#### Kehitysehdotukset

Selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne alalla.

Variables	Ikä kahdessa ryhmässä	Min Expected	Fraction < 5
KEHITYSEHDOTUKSET. Selkeät uramahdollisuudet ja hyvä työllisyystilanne alalla.	3.85 (p=0.050)	4,41176471	25

Mahdollisuus tehdä käytännön harjoittelua ja saada työkokemusta opintojen aikana

Variables	Ikä kahdessa ryhmässä	Min Expected	Fraction < 5
KEHITYSEHDOTUKSET. Mahdollisuus tehdä käytännön harjoittelua ja saada työkokemusta opintojen aikana	7.81 (p=0.005)	4,70588235	25